

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



ĐÀO THÀNH PHƯƠNG

**CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH MYTV
TẠI NINH BÌNH**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

(Theo định hướng ứng dụng)

HÀ NỘI – 2021

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



ĐÀO THÀNH PHƯƠNG

**ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI
TỔNG CÔNG TY DỊCH VỤ VIỄN THÔNG**

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 KHOA HỌC: TS. TRẦN NGỌC MINH

HÀ NỘI – 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tác giả xin cam đoan Luận văn **“Chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình”** là công trình nghiên cứu nỗ lực cá nhân, được thực hiện dưới sự hướng dẫn của **TS. Trần Ngọc Minh**. Các kết quả, phân tích, kết luận trong luận văn này (ngoài các phần được trích dẫn) đều là kết quả làm việc của cá nhân tác giả. Các nội dung nghiên cứu và kết quả trong Luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất cứ công trình nghiên cứu nào trước đây. Những số liệu trong các bảng biểu phục vụ cho việc phân tích, nhận xét, đánh giá được chính tác giả thu thập từ các nguồn khác nhau có ghi trong phần tài liệu tham khảo.

Nếu phát hiện có bất kỳ sự gian lận nào tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Hội đồng, cũng như kết quả luận văn của mình.

Trân trọng cảm ơn!

TÁC GIẢ

Đào Thành Phương

MỤC LỤC

MỤC LỤC	i
DANH MỤC KÝ HIỆU VÀ CÁC CHỮ VIẾT TẮT	v
DANH MỤC HÌNH - BẢNG - BIỂU.....	vi
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài:	1
2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu:	2
3. Mục đích nghiên cứu:.....	2
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:.....	3
5. Phương pháp nghiên cứu:.....	3
6. Kết cấu của đề tài	4
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG VÀ CHẤT LƯỢNG TRUYỀN HÌNH MYTV	5
1.1 Dịch vụ viễn thông và dịch vụ truyền hình MyTV	5
1.1.1 Khái niệm dịch vụ viễn thông	5
1.1.2 Đặc trưng chủ yếu của dịch vụ viễn thông.....	6
1.1.3 Dịch vụ truyền hình MyTV	9
1.2 Chất lượng dịch vụ viễn thông.....	10
1.2.1 Khái niệm về chất lượng dịch vụ viễn thông	10
1.2.2. Sự cần thiết phải nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông	12
1.2.3. Nội dung đánh giá và nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông.....	12
1.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ viễn thông.....	16
1.2.5 Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ.....	17
1.3 Chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV (IPTV).....	19
1.3.1 Dịch vụ IPTV	19
1.3.2 Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ IPTV	25
1.3.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ IPTV	27

Kết luận chương 1:	30
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH MYTV TẠI NINH BÌNH.....	31
2.1 Giới thiệu về VNPT địa bàn Ninh Bình.....	31
2.1.1 Giới thiệu chung về Viễn Thông Ninh Bình và Trung tâm kinh doanh VNPT Ninh Bình.....	31
2.1.2. Cơ cấu tổ chức.....	32
2.1.3 Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh những năm gần đây	37
2.1.4 Tình hình phát triển thuê bao MyTV trong thời gian qua tại Ninh Bình	40
2.1.5 So sánh giữa MyTV và các đối thủ cạnh tranh	40
2.2 Các chỉ tiêu đối với dịch vụ truyền hình MyTV tại Viễn thông Ninh Bình	47
2.2.1 Chỉ tiêu và thực tế về thiết lập dịch vụ truyền hình MyTV	47
2.2.2 Chỉ tiêu và thực tế về thời gian xử lý dịch vụ truyền hình MyTV	49
2.3 Đánh giá chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV dựa trên cảm nhận của khách hàng.....	51
2.3.1 Khách hàng mục tiêu.....	51
2.3.2 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu	51
2.3.3 Thiết kế nghiên cứu.....	54
2.3.4 Phân tích thang đo.....	59
2.3.5 Kiểm định mô hình lý thuyết	67
2.3.6 Đánh giá chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV	72
2.3.7 Các nguyên nhân về hạn chế của các thành phần chất lượng dịch vụ MyTV	80
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH MYTV TẠI NINH BÌNH	85
3.1 Định hướng phát triển của VNPT địa bàn Ninh Bình.....	85
3.2 Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV	88

3.2.1 Về Chất lượng kỹ thuật	88
3.2.2 Về Chất lượng chức năng.....	88
3.2.3 Về Hình ảnh doanh nghiệp.....	89
3.2.4 Về Giá cả.....	90
3.3 Một vài kiến nghị	90
3.3.1 Kiến nghị đối với Viễn thông Ninh Bình.....	90
3.3.2 Kiến nghị đối với đơn vị chủ dịch vụ	91
KẾT LUẬN	92
DANH MỤC THAM KHẢO.....	94
PHỤ LỤC	96

DANH MỤC KÝ HIỆU VÀ CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CBCNV	- Cán bộ công nhân viên
CNTT	- Công nghệ thông tin
CTV	- Cộng tác viên
GD	- Giám đốc
HĐLĐ	- Hợp đồng lao động
HĐDV	- Hợp đồng dịch vụ
HĐQT	- Hội đồng quản trị
KD	- Kinh doanh
LĐ	- Lao động
NCDN	- Nhân cách doanh nhân
SXKD	- Sản xuất kinh doanh
TMĐT	- Thương mại điện tử
TNHH	- Trách nhiệm hữu hạn
VHDN	- Văn hóa doanh nghiệp
VHKD	- Văn hóa kinh doanh
VNPT	- Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam

DANH MỤC HÌNH - BẢNG - BIỂU

Hình 2.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy của Viễn Thông Ninh Bình	Error! Bookmark not defined.
Hình 2.2 Quy trình nghiên cứu	54
Biểu 2.1 Tỷ trọng sản lượng doanh thu các dịch vụ năm 2018 – 2020	39
Biểu 2.2 Tỷ trọng sản lượng doanh thu các dịch vụ năm 2020	40
Bảng 2.1 Doanh thu và tỷ trọng doanh thu	Error! Bookmark not defined.
Bảng 2.3 Các chỉ tiêu truyền dẫn đối với dịch vụ SDTV, VoD mã MPEG-4AVC hay VC-1	48
Bảng 2.4: Các chỉ tiêu truyền dẫn đối với dịch vụ HDTV mã MPEG-2.....	48
Bảng 2.5: Các chỉ tiêu truyền dẫn đối với dịch vụ HDTV mã MPEG-4 AVChay VC-1.....	48
Bảng 2.6. Các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật của MyTV tại Viễn Thông Ninh Bình	49
Bảng 2.7 .Các chỉ tiêu chất lượng phục vụ của MyTV tại Viễn Thông Ninh Bình	50
Bảng 2.8. Các biến nghiên cứu và nguồn gốc thang đo.....	60
Bảng 2.9. Thang đo Thành phần Tin cậy	61
Bảng 2.10. Thang đo Thành phần Đảm bảo	61
Bảng 2.11. Thang đo Thành phần Hữu hình.....	62
Bảng 2.12. Thang đo Thành phần Đồng cảm	62
Bảng 2.13. Thang đo Thành phần Đáp ứng	63
Bảng 2.14. Thang đo Thành phần Chất lượng kỹ thuật.....	63
Bảng 2.15. Thang đo Thành phần Hình ảnh	64
Bảng 2.16. Thang đo Thành phần Giá cả.....	64
Bảng 2.17. Thang đo Sự hài lòng.....	65
Bảng 2.18. Tổng hợp Kết quả Cronbach's Alpha nghiên cứu sơ bộ	66
Bảng 2.19. Tổng hợp Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho từng khái niệm trong nghiên cứu sơ bộ.....	66

Bảng 2.20. Kết quả phân tích tương quan.....	69
Bảng 2.21. Đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy	69
Bảng 2.22. Kết quả kiểm định độ phù hợp của mô hình	70
Bảng 2.23. Các thông số thống kê của từng nhân tố trong mô hình.....	70
Bảng 2.24. Tổng hợp kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu	72
Bảng 2.25. Tổng hợp kết quả Cronbach's Alpha nghiên cứu chính thức	Error! Bookmark not defined.
Bảng 2.26. Bảng ma trận xoay các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sau khi phân tích EFA lần cuối .	Error! Bookmark not defined.
Bảng 2.27. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV sau khi rút trích .	Error! Bookmark not defined.
Bảng 2.28. Bảng ma trận xoay các nhân tố thang đo sự hài lòng của khách hàng.....	78
Bảng 2.29: Dự báo nhu cầu dịch vụ MyTV đến năm 2025	85

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Gần đây, tuy mạng xã hội phát triển nhưng khách hàng vẫn lựa chọn truyền hình là phương tiện giải trí không thể thiếu trong gia đình, đặc biệt là người Việt Nam. Kể từ năm 2020 truyền hình analog đã bị cắt, những khách hàng muốn thưởng thức truyền hình sẽ phải chuyển qua dùng các dịch vụ truyền hình có tính phí. Nhiều nhà cung cấp dịch vụ truyền hình tính nhận ra tiềm năng và cơ hội để có thể chiếm lĩnh thị trường, gia tăng thị phần của mình trong ngành và cạnh tranh giành khách hàng.

MyTV là dịch vụ truyền hình qua Internet dựa trên công nghệ IPTV, một sản phẩm tiêu biểu của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (sau đây gọi tắt là VNPT) nói chung và VNPT tỉnh Ninh Bình nói riêng. Đối thủ - nhà cung cấp dịch vụ cùng trên địa bàn tỉnh có rất nhiều như: VTV cab, SCTV cab, Truyền hình FPT, Truyền hình cáp Viettel, Ngoài các đối thủ chính kể trên còn khó đối thủ tiềm ẩn với sự phát triển vượt bậc của các thiết bị và công nghệ hiện đại ngày nay. Trong đó có công nghệ mạng internet giúp người xem truyền hình có thể dễ dàng tiếp cận truyền hình thông qua các thiết bị cầm tay thông minh và hiện đại.

Để chiếm lĩnh thị trường, gia tăng thị phần, các nhà cung cấp đều có những chính sách marketing riêng biệt nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, mang lại lợi ích tốt nhất cho khách hàng. Có thể nhận định được rằng vấn đề cạnh tranh trong giá cả hiện nay không còn là hướng đi được ưa thích bởi vì đa phần những chính sách về giá của những công ty cung cấp dịch vụ truyền hình đều khá là tương đồng với nhau. Nên VNPT đang hướng tới một chiến lược cạnh tranh để thỏa mãn và đáp ứng các nhu cầu khách hàng mong muốn. Mục đích, đo lường các yếu tố tác động đến khách hàng dùng dịch vụ truyền hình MyTV và đưa ra chiến lược. VNPT đã triển khai các biện pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Nó có ý nghĩa quan trọng đối với VNPT nói chung và Viễn Thông Ninh Bình nói riêng. Nên tôi chọn đề tài **“Chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình”** để làm nghiên cứu cho đề tài luận văn thạc sỹ của mình. Do xuất phát từ các hoạt động thực tiễn trong quá trình công tác tại Viễn Thông Ninh Bình.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu:

Tìm hiểu về các nghiên cứu khoa học có chủ đề nội dung liên quan đến dịch vụ truyền hình MyTV hiện nay có một số nghiên cứu tiêu biểu như:

- Luận văn tốt nghiệp, Lương Thị Loan, Đại học Bách Khoa Hà Nội 2013, Phân tích và đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Công ty viễn thông Ninh Bình: luận văn đã đưa ra 3 giải pháp cụ thể với mục đích nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình cho công ty. Đồng thời, luận văn cũng đưa nhiều phân tích, đánh giá tại công ty.

- Luận văn thạc sỹ, Trịnh Quỳnh, Đại học Đà Nẵng 2017, Chính sách Marketing cho dịch vụ truyền hình MyTV tại Công ty phát triển dịch vụ truyền hình – thuộc VNPT: luận văn trên chủ yếu đưa các giải pháp và đề xuất cho việc nâng cao chính sách Marketing tại công ty được cải thiện.

- Luận văn của thạc sỹ Lê Thanh Tạo tại Trường Đại Học Cửu Long 2017, Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Viễn thông Vĩnh Long: nhiều đề xuất mô hình nghiên cứu đã được luận văn đề xuất. Mục đích chính là nâng cao chất lượng dịch vụ tại công ty. Thêm vào đó việc ứng dụng mô hình đánh giá SERVPERF so sánh với các nghiên cứu trước đây đã đưa ra các nhân tố quan trọng. Các nhân tố: Đảm bảo; Đáp ứng; Cảm thông; Tin cậy; Phương tiện hữu hình và Giá cả phù hợp là 6 nhân tố chính gây ảnh hưởng. Các nhân tố kể trên có tác động lớn đến sự hài lòng và thỏa mãn của khách hàng tại công ty.

- Qua tìm hiểu tôi nhận thấy hiện nay chưa có một nghiên cứu nào về chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV trên địa bàn tỉnh Ninh Bình do đó để nâng cao chất lượng dịch vụ việc nghiên cứu đề tài là rất cấp thiết.

3. Mục đích nghiên cứu:

Mục tiêu chung: vận dụng các lý luận cơ bản về chất lượng dịch vụ mà đưa ra các giải pháp cụ thể. Để có thể nâng cao chất lượng dịch vụ tại công ty. Từ đó, thực trạng chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình được phân tích và đánh

giá đầy đủ.

Luận văn đưa ra nhiệm vụ nghiên cứu cụ thể như sau nhằm đạt các mục tiêu đặt ra:

- Về các đặc trưng của dịch vụ truyền hình và chất lượng dịch vụ tại MyTV sẽ được hệ thống hóa cơ sở lý thuyết.
- Phân tích đồng thời đánh giá thực trạng chất lượng và dịch vụ truyền hình của MyTV tại Ninh Bình bao gồm cả những hạn chế và những nguyên nhân dẫn đến hạn chế.
- Xây dựng giải pháp và đề xuất những kiến nghị nhằm khắc phục những nguyên nhân làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV của Viễn thông Ninh Bình và lợi ích các giải pháp mang lại.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

- Đối tượng nghiên cứu: Chất lượng dịch vụ truyền hình của MyTV của VNPT tại Ninh Bình.
- Phạm vi nghiên cứu:
 - + Thời gian: Nghiên cứu số liệu từ năm 2017 đến hết năm 2020
 - + Không gian: Địa bàn tỉnh Ninh Bình

5. Phương pháp nghiên cứu:

Nhằm thực hiện các nhiệm vụ nghiên cứu và mục tiêu, đề tài này có dùng và triển khai nhiều phương pháp khác nhau để làm rõ về lý thuyết chất lượng dịch vụ và thực trạng chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình.

Cụ thể là:

- Về lý thuyết: Để khái quát hóa các vấn đề về chất lượng dịch vụ cần dùng các phương pháp phân tích hệ thống.
- Về thực tế: Thu thập thông tin về thực trạng chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình bằng các cách sau:
 - Thu thập thông tin thứ cấp: thu thập, phân tích và tổng hợp thông tin thứ cấp về tình hình kinh doanh dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình qua các năm

từ 2017 đến 2020.

- Thu thập thông sơ cấp định tính về chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình. Để thu thập, học viên dự kiến sẽ thực hiện phương pháp phỏng vấn thông qua bảng hỏi. Các đối tượng gồm: khách hàng đã sử dụng hoặc đang sử dụng dịch vụ của công ty tại Ninh Bình.

Từ những thông tin đã qua nghiên cứu và tìm hiểu để thu thập được thì bạn thân em sẽ dùng những phương pháp như phân tích, so sánh, đánh giá,...để đưa ra kết quả nghiên cứu về thực trạng và đề xuất các giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình.

6. Kết cấu của đề tài

Nội dung chính của luận văn được cấu thành bởi 3 chương, không tính phần mở đầu, kết luận cũng như các danh mục tài liệu tham khảo:

Chương 1: Một số vấn đề chung về chất lượng và chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV.

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình.

Chương 3: Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình.

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG VÀ CHẤT LƯỢNG TRUYỀN HÌNH MYTV

1.1 Dịch vụ viễn thông và dịch vụ truyền hình MyTV

1.1.1 Khái niệm dịch vụ viễn thông

Ở trong kinh tế học những thứ tương tự như hàng hóa nhưng lại thuộc dạng phi vật chất được hiểu là dịch vụ.

Theo Philip Kotler: *“Mọi hành động và các kết quả mang lại từ một bên có thể cung cấp cho bên kia, phần lớn là vô hình và không có tác động hoặc dẫn đến quyền sở hữu bất kỳ thứ gì. Sản phẩm của nó có thể có hoặc không và được gắn liền với một sản phẩm vật chất nhất định”*.

Thêm vào đó, nhà nghiên cứu nổi tiếng tại Mỹ Donal M. Davidoff : *“Dịch vụ là cái gì đó như những giá trị (không phải vật chất) mà các tổ chức hoặc một người thông qua các quá trao đổi để thu được một cái gì đó”*.

Theo Quy chế Bru chính Viễn thông (2008), dịch vụ viễn thông là dịch vụ truyền ký tự, tín hiệu, dữ liệu, chữ viết, âm thanh, hình ảnh hoặc các thông tin khác giữa các đầu cuối của mạng viễn thông. Dịch vụ viễn thông bao gồm:

- Dịch vụ giá trị gia tăng là một dịch vụ làm tăng giá trị của người dùng dịch vụ bằng cách hoàn tất nội dung của nội dung, nội dung của thông tin là khả năng lưu thông tin này dựa trên mạng viễn thông lịch sử hoặc Internet và khôi phục.
- Dịch vụ giá trị gia tăng là một dịch vụ làm tăng giá trị của người dùng dịch vụ bằng cách hoàn tất nội dung của nội dung, nội dung của thông tin là khả năng lưu thông tin này dựa trên mạng viễn thông lịch sử hoặc Internet và khôi phục.
 - Dịch vụ cơ bản là dịch vụ truyền ngay lập tức các dịch vụ viễn thông qua mạng viễn thông hoặc Internet mà không làm thay đổi bản chất hoặc nội dung của thông tin.
 - Dịch vụ truy cập Internet là một dịch vụ cung cấp cho người dùng các chức năng truy cập Internet

- Dịch vụ ứng dụng Internet viễn thông là dịch vụ sử dụng Internet để cung cấp các dịch vụ viễn thông cho người sử dụng. Dịch vụ ứng dụng Internet trong các lĩnh vực kinh tế - xã hội khác phải tuân thủ các quy định của Luật Thông tin Viễn thông và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

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

1.1.2 Đặc trưng chủ yếu của dịch vụ viễn thông

- Tính vô hình của dịch vụ viễn thông:

Dịch vụ viễn thông không phải là sản phẩm vật chất mới được sản xuất, không phải là hàng hóa cụ thể mà là tác dụng có lợi của quá trình truyền thông tin từ người gửi đến người nhận. Dịch vụ là một hoạt động hoặc lợi ích. Các lợi ích mang lại cho việc trao đổi về cơ bản là phi vật chất và không thể chuyển nhượng. Quyền sở hữu Việc cung cấp một dịch vụ có thể có hoặc không liên quan đến quá trình sản xuất vật chất..

Dịch vụ viễn thông không phải là vật chất mà là tác dụng hữu ích của quá trình thông tin, để tạo ra dịch vụ viễn thông cần có sự tham gia của các yếu tố sản xuất ra viễn thông: sức lao động, tư liệu lao động, sự vận động và đối tượng lao động.

Công nhân viễn thông bao gồm: công nhân công nghệ, công nhân quản lý, công nhân phụ.

Các vật liệu làm việc của viễn thông là phương tiện truyền thông và thông tin được sử dụng để chuyển tin nhắn...

Nhân viên viễn thông được cung cấp các thông tin như: đàm thoại, dữ liệu hình ảnh, âm thanh,... Cơ sở viễn thông có nhiệm vụ truyền các thông tin này từ vị trí của người gửi đến vị trí của người nhận. Sự thay đổi tin tức này là kết quả của ngành viễn thông

Để tạo ra một dịch vụ, thông tin viễn thông (tùy thuộc vào nhân viên viễn thông) không chịu bất kỳ thay đổi nào trong quá trình truyền ngoài những thay đổi về vị trí thực tế. Bất kỳ thay đổi nào khác đều là vi phạm. vi phạm chất lượng. Nếu

thông tin được chuyển đổi thành tín hiệu (mã hóa) trong quá trình truyền thông tin trong viễn thông, thì nó phải được chuyển đổi trở lại thông tin ban đầu (giải mã).

Dịch vụ viễn thông không phải là vật chất cụ thể, không tồn tại ngoài quá trình sản xuất nên không dự trữ được, không thay thế được nên đòi hỏi rất cao về chất lượng dịch vụ viễn thông.

- Quá trình kinh doanh viễn thông mang tính dây chuyền:

Quá trình gửi tin nhắn là một quá trình hai chiều (người gửi và người nhận), điểm bắt đầu và điểm kết thúc của quá trình gửi tin nhắn có thể là các thành phố khác nhau, các quận, tỉnh khác nhau, v.v., thường yêu cầu một đơn vị dịch vụ viễn thông nhiều người, nhiều nhóm người, nhiều đơn vị sản xuất trong nước và đôi khi nhiều đơn vị sản xuất ở các quốc gia khác với nhau, và để làm như vậy, người ta sử dụng nhiều loại thiết bị khác nhau để giao tiếp.

Để chuyển một thông điệp đầy đủ về người gửi cho người nhận, hai hoặc nhiều đơn vị viễn thông, tham gia, mỗi đơn vị chỉ là một giai đoạn nhất định của quá trình truyền thông tin đầy đủ..

Trong viễn thông tồn tại 2 khái niệm về sản phẩm đó là:

- + Sản phẩm quy trình là kết quả hữu ích của các hoạt động sản xuất của bất kỳ thiết bị viễn thông nào liên quan đến việc truyền tải thông điệp ở một giai đoạn cụ thể của quy trình sản xuất tổng thể..
- + Thành phẩm là kết quả cuối cùng của tất cả các thiết bị viễn thông trong việc truyền một số loại thông tin hoàn chỉnh từ người gửi đến người nhận.

-Quá trình sản xuất cung cấp dịch vụ viễn thông gắn liền với quá trình sử dụng dịch vụ:

Trong hoạt động viễn thông, quá trình sản xuất gắn liền với quá trình tiêu dùng, nhiều trường hợp quá trình tiêu dùng trùng với quá trình sản xuất, tức là tác dụng có lợi của quá trình truyền tin là tiêu dùng trong quá trình sản xuất

Chu kỳ tái sản xuất của sản phẩm nói chung là sản xuất, phân phối, trao đổi để tiêu dùng. Do đó, việc tiêu thụ sản phẩm thường chậm hơn so với quá trình sản

xuất. Đối với các công ty sản xuất sản phẩm, chúng được đưa ra thị trường sau khi sản xuất. Trong kho, sau đó thông qua mạng lưới phân phối để thực hiện chức năng phân phối, trao đổi, rồi đến tay người tiêu dùng. quá trình tiêu dùng rơi vào liên quan đến quá trình sản xuất Cũng như cuộc hội thoại, đoạn ghi âm cuộc trò chuyện là phần mở đầu của quá trình sản xuất, sau khi cuộc trò chuyện kết thúc, tức là sau khi quá trình sản xuất được sử dụng có hiệu quả thì quá trình sản xuất cũng kết thúc. . Do không tách rời quá trình tiêu thụ sản phẩm với quá trình sản xuất nên yêu cầu về chất lượng viễn thông phải rất cao, nếu không sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến người tiêu dùng. Đối với bất kỳ ngành sản xuất nào, chất lượng sản phẩm cũng là một vấn đề cần quan tâm. hàng đầu, nhưng cần đặc biệt chú ý đến lĩnh vực viễn thông. Ngoài ra, các sản phẩm viễn thông không thể được thay thế bằng các sản phẩm chất lượng cao hơn (mà khách hàng chỉ có thể nâng cấp lên).

Trong viễn thông quá trình sản xuất gắn liền với quá trình tiêu thụ sản phẩm. Người sử dụng sản phẩm dịch vụ viễn thông tiếp xúc trực tiếp với nhiều khâu sản xuất của doanh nghiệp viễn thông. Chất lượng hoạt động viễn thông ảnh hưởng trực tiếp đến khách hàng và ngược lại trình độ sử dụng các dịch vụ viễn thông của khách hàng cũng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng viễn thông.

Do quá trình tiêu thụ sản phẩm viễn thông không tách rời quá trình sản xuất nên để sử dụng dịch vụ của ngành, khách hàng phải có mặt hoặc có thiết bị tại các điểm, địa điểm viễn thông. Để thu hút nhu cầu, khơi dậy nhu cầu và đáp ứng đầy đủ nhu cầu thông tin liên lạc ngày càng tăng của khách hàng, các công ty viễn thông phải phát triển mạng lưới rộng khắp để đưa thông tin viễn thông đến mọi người dùng.

Cũng vì không tách rời quá trình tiêu dùng với quá trình sản xuất nên viễn thông thường thu phí trước khi phục vụ khách hàng: sử dụng dịch vụ viễn thông trước, trả tiền sau vào một thời điểm nhất định trong tháng.

- Tải trọng không đồng đều theo thời gian và không gian:

Tải là số lượng tin tức cần phải yêu cầu một đơn vị viễn thông phục vụ cho một khoảng thời gian cụ thể

Ngành công nghiệp viễn thông là một ngành công nghiệp phát sóng tin tức, để các bản tin xảy ra, tin tức phải tồn tại và tất cả các tin tức đều được mang đến bởi khách hàng, vì vậy nhu cầu về các bản tin là rất quan trọng. Ngành công nghiệp. Nhiệm vụ của ngành viễn thông là đáp ứng, thu hút và khuếch đại tốt hơn mọi nhu cầu thông tin liên lạc. Nhu cầu về các chương trình tin tức rất đa dạng, bất bình đẳng về không gian và thời gian.

Nhu cầu về các chương trình thời sự thay đổi tùy theo thời gian trong ngày, ngày trong tuần, tháng trong năm ... Thông thường, nhu cầu về các chương trình thời sự phụ thuộc vào nhịp điệu hoạt động của xã hội, trong ngày, của các cơ quan, công ty, trong các kỳ báo cáo, lễ, tết ... nhu cầu cao, đặc điểm này có ảnh hưởng lớn đến công tác tổ chức, sản xuất. và kinh doanh viễn thông

Nhu cầu phát tin có thể xảy ra ở bất cứ nơi đâu có người ở đó có nhu cầu thông tin, vì vậy cần có các phương tiện thông tin trên mọi miền đất nước có đội ngũ chuyên môn kỹ thuật hợp lý và thống nhất. Mạng, để mạng quốc gia có thể hòa nhập với mạng quốc tế Nhu cầu nhắn tin phụ thuộc nhiều vào sự phát triển kinh tế, chính trị, định hướng giá trị, văn hóa, xã hội của từng nơi. Khi tổ chức mạng và dịch vụ viễn thông cần đảm bảo rằng có sự cân bằng giữa nhu cầu và năng lực cả trong hiện tại và tương lai..

Cần có một lượng dự trữ đáng kể phương tiện, thiết bị thông tin, nhân lực, v.v. để đáp ứng toàn bộ nhu cầu của thông tin liên lạc. Chính sự không đồng đều của tải trọng đã làm phức tạp thêm vấn đề và tăng thêm sự phức tạp đáng kể cho tổ chức. của quá trình sản xuất và tổ chức công việc trong các công ty viễn thông. Do đó, trong lĩnh vực viễn thông, tỷ lệ sử dụng thiết bị và tỷ lệ lao động bình quân thường thấp hơn so với viễn thông. Ngoài ra, nhu cầu gửi tin nhắn có thể phát sinh bất cứ lúc nào. Về thời gian, để đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng, ngành viễn thông phải làm việc 24/24 giờ cả ngày lẫn đêm, sẽ có những thời điểm phương tiện thông tin liên lạc và nhân lực thường trực.

1.1.3 Dịch vụ truyền hình MyTV

Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam cung cấp Dịch vụ truyền hình

IPTV MyTV. Đơn vị chủ quản chính là công ty phần mềm và truyền thông VASC. Công ty chịu trách nhiệm chính trong việc cung cấp dịch vụ MyTV. Các khách hàng sử dụng dịch vụ và công ty có mối quan hệ gián tiếp qua hệ thống CSKH.

Viễn thông Ninh Bình, đồng thời còn có vai trò chính là đại lý cho các Công ty truyền thông VASC và phần mềm. Trong đó các hoạt động chính như trao đổi trực tiếp với khách hàng sử dụng thuê bao đến tính cước hằng tháng, thu phí, bán thiết bị đầu cuối cho người tiêu dùng, chăm sóc khách hàng thông qua các kênh, quảng cáo, thực hiện các chương trình khuyến mãi.....được Viễn thông Ninh Bình hỗ trợ.

1.2 Chất lượng dịch vụ viễn thông

1.2.1 Khái niệm về chất lượng dịch vụ viễn thông

Một số những định nghĩa về chất lượng được các chuyên gia đưa đến hiện nay như:

Theo W.Edwads Deming: *“Sự phù hợp với mỗi mục đích dùng chính là chất lượng chính ”* hoặc J.M.Juran - Giáo sư người Mỹ cho rằng: *“Sự phù hợp với nhu cầu là chất lượng”*

“Sự phù hợp với các yêu cầu hay đặc tính nhất định là chất lượng” - Giáo sư Crosby Ishikawa cho rằng: *“Sự thỏa mãn nhu cầu thị trường với chi phí thấp nhất là chất lượng”*

Ở mỗi một lĩnh vực khác nhau đi cùng với mục đích không giống nhau thì sẽ tạo nên rất nhiều những quan điểm về chất lượng cũng không giống nhau. Định nghĩa chung về chất lượng được quốc tế công nhận: *“Mức độ đáp ứng các yêu cầu của một tập hợp có đặc tính vốn có”*. Theo điều 3.1.1 của tiêu chuẩn ISO 9000:2005 đã định nghĩa.

Chất lượng dịch vụ viễn thông là đặc tính chung của dịch vụ do các công ty, tổ chức và nhân viên viễn thông cung cấp theo một tập hợp các thông số kỹ thuật, sản xuất và khai thác, kinh tế, xã hội, đạo đức - tâm lý ... (John EG Bateson, 2012).

Chất lượng dịch vụ viễn thông phụ thuộc vào một **số** yếu tố của môi trường bên ngoài và môi trường bên **trong**, nó được **quyết định bởi** điều kiện kinh tế - tài chính của sự phát triển của ngành viễn thông, trình độ kỹ thuật của **ngành viễn thông và** phương tiện

thông tin, **để** tổ chức sản xuất, **cho** trạng thái mạng kết nối các điểm thông tin, **cho công nghệ** khai thác, thiết bị và công trình viễn thông, **để** đạt được tiến bộ khoa học kỹ thuật về công nghệ và hệ thống **thông tin liên lạc**, **để sử dụng** có hiệu quả các nguồn lực (**con người**, vật **chất** và tài chính), **đối với các** yêu cầu của người tiêu dùng **liên quan đến số** lượng và chất lượng **của** các dịch vụ và mức độ thỏa mãn các yêu cầu **này**.

Chất lượng dịch vụ viễn thông được đặc trưng bởi các tiêu chuẩn đánh giá về chức năng của sản phẩm, tạo điều kiện thuận lợi để thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng về tốc độ, độ chính xác trong truyền tải thông tin và độ tin cậy của phương tiện thông tin. , cũng như các chỉ số phản ánh quá trình chú ý đến người tiêu dùng, chẳng hạn như B. mức độ tiếp cận, sự thuận tiện khi sử dụng các phương tiện thông tin, mức độ thỏa mãn các nhu cầu về dịch vụ, dịch vụ, văn hoá và thái độ phục vụ.

Chất lượng của dịch vụ viễn thông được đo lường bằng hiệu quả sử dụng của quá trình gửi tin nhắn. Do đó, chất lượng của sản phẩm và dịch vụ viễn thông chính là đặc điểm của sản phẩm, dịch vụ viễn thông mà khách hàng sử dụng và có nhu cầu. Các tính năng này bao gồm: tốc độ truyền tin nhắn, độ chính xác và trung thực của việc truyền tải và truy xuất tin nhắn, hiệu suất phương tiện truyền thông ổn định.

Nếu không đảm bảo một trong các đặc tính trên, sản phẩm, dịch vụ viễn thông sẽ mất giá trị sử dụng và gây tổn hại cho người tiêu dùng đối với người sử dụng phương tiện thông tin, thái độ phục vụ của nhân viên.

Căn cứ vào những điều trên, chất lượng dịch vụ viễn thông có thể hiểu là tập hợp các đặc điểm của dịch vụ viễn thông thể hiện mức độ hài lòng của người sử dụng dịch vụ như khả năng truy xuất thông tin, hoạt động tin cậy của phương tiện, thiết bị thông tin. , tốc độ và sự thuận tiện trong việc cung cấp và sử dụng Dịch vụ và các yếu tố khác của Dịch vụ.

Trong các dịch vụ viễn thông CLDV trong Dịch vụ Viễn thông CLDV, hiệu quả của hiệu suất và phát triển của các công ty viễn thông, đây là yếu tố cạnh tranh giữa các công ty và khách hàng có nghĩa vụ đối với khách hàng trong các nhà cung cấp dịch thuật, do đó là trường hợp của tất cả các sản phẩm, Hoạt động khai thác và

kinh doanh để cải thiện CLDV của công ty.

1.2.2. Sự cần thiết phải nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông

Đối với bất kỳ doanh nghiệp nào cũng vậy, bạn cần làm tốt hai công việc quan trọng là tạo ra sản phẩm dịch vụ có chất lượng tốt và nâng cao chất lượng của sản phẩm dịch vụ đó. Từ bỏ nhà cung cấp viễn thông để sử dụng dịch vụ của nhà cung cấp khác nếu họ không hài lòng. Vì vậy, việc giữ chân khách hàng hiện tại để chuyển đổi họ thành khách hàng thường xuyên và trung thành bằng cách giữ cho khách hàng hài lòng với dịch vụ viễn thông cung cấp cho họ là vô cùng quan trọng. Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ của các công ty viễn thông chính là cầu nối giữa người tiêu dùng và các công ty viễn thông. Nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông sẽ giúp các công ty giảm chi phí, ổn định sản xuất và tăng giá. Giá trị của thương hiệu trên thị trường giúp công ty thu hút và hấp dẫn khách hàng mới sử dụng dịch vụ. Do đó, chất lượng dịch vụ của chúng tôi đối với các công ty viễn thông đóng một vai trò quan trọng trong việc quyết định sự thành bại của các công ty, đặc biệt là khi có nhiều công ty tham gia cung cấp dịch vụ trên thị trường viễn thông. Tóm lại là vấn đề nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Lĩnh vực kinh doanh viễn thông rất quan trọng, nó có thể quyết định sự thành công của công ty.

1.2.3. Nội dung đánh giá và nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông

a. Nội dung đánh giá chất lượng dịch vụ viễn thông

Chất lượng dịch vụ còn có thể hiểu là mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình cảm nhận sử dụng dịch vụ, tức là dịch vụ toàn cầu của công ty mang lại chuỗi lợi ích, đồng thời đáp ứng đầy đủ giá trị mong đợi của khách hàng trong quá trình sản xuất, giao hàng và các hoạt động dịch vụ ở đầu ra.

CLDV rất khó phán xét vì nó phụ thuộc vào cảm giác của khách hàng, biện pháp CLDV là một so sánh giữa kỳ vọng về giá trị của một dịch vụ khách hàng với giá trị thực hiện nhận được (sự hài lòng).

Hệ thống kinh doanh dịch vụ viễn thông bao gồm mạng viễn thông với tư cách là cơ sở hạ tầng và hệ thống cung cấp dịch vụ viễn thông nhằm cung cấp, hỗ trợ khách hàng sử dụng dịch vụ của mạng viễn thông mang đến cho người tiêu

dùng những dịch vụ hoàn hảo và giá trị thông qua dịch vụ khách hàng..

Vì vậy, đối với ngành viễn thông, do đặc thù riêng nên nội dung đánh giá chất lượng hoạt động viễn thông phải bao gồm cả đánh giá chất lượng kỹ thuật và đánh giá chất lượng dịch vụ.

- Nội dung đánh giá chất lượng kỹ thuật

Hệ thống kỹ thuật bao gồm thiết bị, công nghệ và chất lượng mạng lưới. Để đánh giá chất lượng kỹ thuật (CLKT) của dịch vụ viễn thông cần đi đánh giá các nội dung sau: CLKT của dịch vụ điện thoại trên mạng viễn thông cố định trên mặt đất; CLKT dịch vụ điện thoại trên mạng viễn thông di động mặt đất; CLKT dịch vụ truy cập internet băng rộng cố định mặt đất.

Việc đánh giá chất lượng kỹ thuật sẽ tập trung vào việc thu thập kết quả của thử nghiệm CLDV của công ty, theo đó bất kỳ mục tiêu và so sánh nào được phân tích với Bảng tiêu chuẩn quốc gia để tạo ra các tiêu chí cho chất lượng hoàn chỉnh và được cải thiện.

Căn cứ để đánh giá chất lượng dịch vụ điện thoại trong mạng viễn thông cố định mặt đất là QCVN 36: 2011 / BTTTT Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng dịch vụ điện thoại trong mạng viễn thông cố định mặt đất: Được xây dựng trên cơ sở kiểm soát việc chuyển đổi của tiêu chuẩn công nghiệp TCN 68 176: 2006 "Dịch vụ điện thoại trong mạng viễn thông cố định mặt đất - Tiêu chuẩn chất lượng", được ban hành theo Hiệp định 29/2006 "Dịch vụ điện thoại trong mạng viễn thông cố định mặt đất" - Tiêu chuẩn chất lượng ", ban hành theo Hiệp định số 29/2006 / QĐ - BBCVT ngày 5-9-2006 của Bộ Bưu chính Viễn thông (nay là Bộ Thông tin và Truyền thông) QCVN 35: 2011 / BTTTT Kỹ thuật và phương pháp xác định phù hợp với khuyến nghị của Liên minh Quốc tế (ITU);

Căn cứ để đánh giá chất lượng dịch vụ điện thoại trong mạng viễn thông di động mặt đất là QCVN 36: 2015 / BTTTT - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng dịch vụ điện thoại trong mạng viễn thông di động mặt đất do Cục Viễn thông, Sở Khoa học và Công nghệ xây dựng. Thẩm định và Phê duyệt, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành kèm theo Thông tư số 40/2015 / TTBTBTTTT ngày 25 tháng

12 năm 2015.

Căn cứ để đánh giá chất lượng kỹ thuật của dịch vụ truy nhập Internet băng rộng cố định mặt đất là QCVN 34: 2014 / BTTTT - Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng dịch vụ truy nhập Internet băng rộng cố định mặt đất do Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành kèm theo Thông tư số . 12/2014 / TT - BTTTT ngày 02 tháng 10 năm 2014.

Các nhóm tiêu chí chất lượng (kỹ thuật) của mạng được sử dụng để đánh giá, ví dụ: . Thời hạn cho bài kiểm tra được điều chỉnh bởi tốc độ gửi tin nhắn. Tùy thuộc vào hệ thống, khoảng thời gian giới hạn cho việc kiểm tra phụ thuộc vào mức độ tự động hóa và cơ giới hóa của các quá trình xử lý và truyền thông tin. Mạng thông tin ra đời, mức độ phát triển của xã hội. Các khoản này luôn thay đổi khi áp dụng các kỹ thuật và công nghệ mới.

- Nội dung đánh giá chất lượng phục vụ (CLPV)

Hệ thống CLPV do người lao động tham gia cung cấp, bảo trì và sửa chữa dịch vụ quyết định Nội dung đánh giá CLPV cũng chủ yếu tập trung vào đánh giá CLPV của công ty viễn thông cung cấp cho các nhóm dịch vụ sau: Điện thoại trong mạng di động cố định dịch vụ viễn thông, điện thoại trong mạng viễn thông cố định mặt đất, dịch vụ truy nhập Internet băng rộng cố định mặt đất.

Loại dịch vụ viễn thông sẽ tuân theo phương pháp thu thập kết quả của các thử nghiệm CLDV của công ty, theo đó mọi mục tiêu và so sánh được phân tích với Bảng quốc gia thông thường (QCVN 34: 2014 BTTTT, QCVN 35: 2011 / BTTTT, QCVN 36: 2015 / BTTTT) để đánh giá và triển khai các tiêu chí để cải thiện và cải thiện chất lượng.

Những đánh giá này rất quan trọng đối với CLDV của các công ty viễn thông khi các công ty đảm bảo nội dung tốt mà sự hài lòng của khách hàng rất cạnh tranh và lợi ích đang cạnh tranh nhiều hơn các công ty khác.

Các nhóm tiêu chí CLPV được sử dụng để đánh giá, chẳng hạn như B.: thời gian thiết lập dịch vụ, thời gian sửa chữa thuê bao, thời gian giải quyết khiếu nại, tinh thần của nhân viên phục vụ... Nhóm chỉ tiêu này dùng để đánh giá mức độ hài lòng

của khách hàng đối với dịch vụ. của một công ty Tiêu chí này có tính cạnh tranh rất cao, nếu chỉ tiêu này tốt thì công ty này có lợi thế cạnh tranh rõ ràng so với các công ty khác.

b. Nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông

Kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ viễn thông của công ty là cơ sở quan trọng để nhận biết những khó khăn, hạn chế mà công ty gặp phải. Từ đó, các công ty xây dựng các định hướng và mục tiêu kinh doanh, cụ thể là:

-Xác định định hướng và mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông

Nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển của các công ty viễn thông. Nó giúp các công ty gần gũi hơn với khách hàng và đảm bảo sự hài lòng của khách hàng. Do đó, nó thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp. Để đạt được kết quả tốt, các công ty nên xem xét việc cải thiện cả chất lượng dịch vụ và chất lượng hàng hóa, đồng thời xây dựng các chính sách và mục tiêu cụ thể. Các chủ trương và mục tiêu cải tiến Dịch vụ viễn thông chất lượng cao phải phù hợp với chiến lược kinh doanh của công ty và tình hình kinh doanh hiện tại.

Các doanh nghiệp nên tập trung vào các chủ đề sau khi xây dựng chính sách và mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ:

- + Xác định vị thế của công ty trên thị trường
- + Nghiên cứu sản phẩm phù hợp với thị trường
- + Cải tiến công nghệ phục vụ khách hàng 4.0
- + Cải thiện cơ sở vật chất để tăng chất lượng dịch vụ
- + Hợp tác chia sẻ với các doanh nghiệp trong nước và đối tác nước ngoài

- Xây dựng các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông

Các giải pháp để cải thiện chất lượng dịch vụ kinh doanh dựa trên các mục tiêu và hướng dẫn cụ thể do công ty đặt ra. Cụ thể là:

- + Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng kỹ thuật
- + Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng phục vụ

Các nhóm giải pháp phải phù hợp với thực trạng kinh doanh, mục tiêu và định hướng của doanh nghiệp. Các nhóm giải pháp nên được triển khai tích hợp với các hoạt động cụ thể của doanh nghiệp. Quá trình triển khai cần có sự giám sát, báo cáo và kiểm tra của ban lãnh đạo để đánh giá hiệu quả của các giải pháp đưa lại.

1.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ viễn thông

a. Các yếu tố khách quan

-Nhu cầu của nền kinh tế: Chất lượng sản phẩm bao giờ cũng bị chi phối, ràng buộc bởi hoàn cảnh điều kiện và nhu cầu nhất định được thể hiện ở các mặt:

-Nhu cầu thị trường: Phải theo dõi, nắm chắc, đánh giá đúng tình hình và đòi hỏi của thị trường mà có lối sách đúng đắn.

-Trình độ kinh tế, trình độ sản xuất: muốn sản phẩm đầu ra có chất lượng tốt trên cơ sở phát triển sản xuất, trình độ sản xuất, trình độ kinh tế. Do đó phải đảm bảo chất lượng quản lý, chất lượng công việc, chất lượng sản phẩm ngay từ đầu trong quá trình sản xuất và quá trình phát triển kinh tế.

- Chính sách kinh tế: hướng đầu tư, chính sách khuyến khích sản xuất sản phẩm gì và không khuyến khích sản xuất sản phẩm gì, khuyến khích sản xuất sản phẩm nào, kích lệ người lao động ra sao...

Chính sách giá cả:

- + Sự phát triển khoa học công nghệ.
- + Sáng tạo ra vật liệu mới hay vật liệu thay thế
- + Cải tiến hay đổi mới công nghệ, sắp xếp các dây chuyền hợp lý nhằm tiết kiệm cho nền kinh tế mang lại hiệu quả nhanh chóng.
- + Cải tiến sản phẩm cũ và chế thử sản phẩm mới nhằm đáp ứng mục đích và đáp ứng nhu cầu một cách tốt hơn như: độ bền, độ an toàn, tính chịu lực, tính an toàn sức khỏe cho người tiêu dùng.
- Hiệu lực của cơ chế quản lý:
 - + Phát triển kinh tế có kế hoạch chiến lược.
 - + Giá cả phải định mức theo chất lượng
 - + Chính sách đầu tư chiều sâu cho công tác ứng dụng.

+ Có cơ chế tổ chức quản lý về chất lượng.

b. Các yếu tố chủ quan

Đặc biệt chú ý đến 4 yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

- + Men: Con người là lực lượng lao động (yếu tố chủ yếu)
- + Methods: Phương pháp quản lý đo lường sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp có thể khai thác tốt nhất nguồn lực hiện có, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm.
- + Machines: Khả năng về công nghệ, máy móc thiết bị tác động nâng cao những tính năng kỹ thuật của sản phẩm và năng suất lao động.
- + Materials: Vật tư, nguyên nhiên liệu và hệ thống cung cấp sẽ tạo ra việc cung cấp đúng số lượng, đúng thời hạn để đảm bảo và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Ngoài 4 yếu tố cơ bản trên, chất lượng còn chịu ảnh hưởng của các yếu tố

1.2.5 Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ

1.2.5.1 Mô hình Gronroos

Mô hình này được ra đời vào năm 1984 về nó phân tích chất lượng dịch vụ thành hai phần cơ bản như sau:

- Chất lượng dựa trên phương diện kỹ thuật: là một trong những chỉ tiêu để có thể căn cứ vào đó mà đưa ra các đánh giá về chất lượng của dịch vụ của doanh nghiệp. Nó được thể hiện qua những chỉ tiêu bởi vậy có thể đo lường cũng như định giá định lượng được.
- Chất lượng trên phương diện chức năng: Là khách hàng cảm nhận chất lượng sản phẩm công ty cung cấp.

1.2.5.2 Mô hình Parasuraman

Theo L.B. Leonard và Zeitham V.A. Parasuraman, hai học giả người Mỹ cho rằng, dựa trên 10 các yếu tố sau đây thể hiện chất lượng dịch vụ thông qua quan điểm khách hàng:

1. *Độ tin cậy (Reliability)*: sự nhất quán, tin cậy,...
2. *Tinh thần trách nhiệm (Responsiveness)*: Sự cung cấp dịch vụ nhanh

chóng, đúng lúc và kịp thời của nhân viên phục vụ .

3. *Năng lực (Competence)*: kỹ là trình độ chuyên môn, năng lực làm việc và đầy đủ các kiến thức để đủ khả năng thực hiện công việc dịch vụ

4. *Tiếp cận được (Access)*: tiếp cận, thời gian, giờ mở cửa.

5. *Tác phong (Courtesy)*: Sự quan tâm, tôn trọng và thân thiện

6. *Giao tiếp (Communication)*: Là sự lắng nghe, ghi nhận tất cả các ý kiến đóng góp của khách hàng; điều chỉnh và thay đổi cách thức giao tiếp cho phù hợp với từng đối tượng phục vụ, cũng như đối với các nhóm khách hàng khác nhau sẽ có các nhu cầu khác nhau; trong quá trình phục vụ có thể giới thiệu một chút về bản thân,...

7. *Sự tin nhiệm (Credibility)*: Đáng tin cậy, uy tín

8. *Tính an toàn (Security)*: An toàn tài chính, vật chất, bí mật

9. *Thấu hiểu khách hàng (Understanding the customer)*: Tìm hiểu nhu cầu; yêu cầu; ghi nhớ khách hàng trung thành

10. *Tính hữu hình (Tangibles)*: Các phương tiện, thiết bị phục vụ

Chất lượng dịch vụ còn được gọi là “serqual”. Tuy nhiên, người ta dùng từ viết tắt các chữ cái đầu trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ là “**RATER**” để dễ ghi nhớ hơn.

✓ *Độ tin cậy (Reliability)*: thực hiện dịch vụ tin cậy và có độ chính xác cao.

✓ *Sự đảm bảo (Assurance)*: Tác phong, kỹ năng và kiến thức của các nhân viên phục vụ

✓ *Tính hữu hình (Tangibles)*: thiết bị, máy móc,..

✓ *Sự thấu cảm (Empathy)*: Là sự lưu ý và quan tâm của nhân viên đối với từng đối tượng khách hàng.

✓ *Trách nhiệm (Responsiveness)*: Nhân viên luôn chủ động hỗ trợ và sẵn sàng giúp đỡ khách hàng khi họ cần sự trợ giúp. Nhân viên phải đáp ứng và cung cấp dịch vụ đến khách hàng nhanh chóng.

Theo 5 yếu tố trên từng lĩnh vực dịch vụ, người ta cố gắng đo lường chất lượng dịch vụ qua các con số cụ thể.

1.3 Chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV (IPTV)

1.3.1 Dịch vụ IPTV

Cuối thập kỷ trước, một trong những lĩnh vực đã để lại dấu ấn sâu sắc đến khách hàng chính là lĩnh vực truyền hình. Đặc biệt nhất là sự ra đời của HDTV đã gây nhiều ấn tượng nhất. Trong thời đại công nghệ hiện nay, không chỉ ngày càng phổ biến mà còn phát triển rộng rãi. Do đó, một số những phương thức cung cấp dịch vụ mới thì đã xuất hiện mạnh hơn, lớn hơn đe dọa cũng như làm lung lay đến những thứ đã có. Bằng sự hậu thuẫn của ngành viễn thông IPTV nên Internet Protocol Television (IPTV) được nghiên cứu, phát triển và ra đời. IPTV là sản phẩm giúp doanh nghiệp cung cấp nhanh chóng các dịch vụ với nhiều hoạt động tương tác hơn và mang tính cạnh tranh với các doanh nghiệp khác cùng lĩnh vực kinh doanh. Bởi vì nhu cầu của khách hàng ngày càng cao, công nghệ kỹ thuật ngày càng hiện đại và tiên bộ thì dịch vụ IPTV ra đời là điều tất yếu.

1.3.1.1 Khái niệm về dịch vụ IPTV

Các chương trình truyền hình trên Internet, Telco TV, truyền hình băng rộng là IPTV. Tùy mục đích và nhu cầu của đối tượng sử dụng dịch vụ, việc sử dụng và xem IPTV cũng tương tự như dịch vụ TV trả tiền đã phổ biến trước đó. Định nghĩa IPTV như sau:

Theo Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam thì IPTV gồm truyền hình/đồ họa/số liệu/video/audio/văn bản. Các hình thức truyền tải nội dung, thông tin trên các mạng đều dựa trên IP. Mục đích chính là kiểm soát chất lượng dịch vụ cung cấp, độ hài lòng, tính bảo mật và sự tin cậy của khách hàng sử dụng.

Quá trình thu thập, xử lý và truyền tải ,... an toàn và chính xác dữ liệu là IPTV . Dựa trên công nghệ IP nhà cung cấp có thể truyền tải các nội dung video trên hạ tầng mạng. Nhiều nhà cung cấp dịch lớn như truyền hình cáp, vệ tinh,... đã và đang tham gia vào quá trình phát triển, xử lý, dịch vụ IPTV. Dịch vụ IPTV cũng được VNPT triển khai, MyTV là tên gọi thương mại do VASC trực tiếp tham gia

xây dựng và triển khai tại Việt Nam. Khách hàng có thể lựa chọn và sử dụng các dịch vụ khác nhau qua tivi thông qua MyTv. Đây là một trong những sản phẩm đáp ứng tất cả nhu cầu của khách hàng và hội tụ đầy đủ các dịch vụ thông qua một thiết bị đầu cuối.

1.3.1.2. Phân loại dịch vụ IPTV

IPTV không chỉ đơn thuần là IP video. Trên thực tế thì có nhà viễn thông đang phải tập trung vào việc khai thác để cho dịch vụ của họ tạo nên sự khác biệt hẳn so với dịch vụ mà những nhà khai thác mạng cáp truyền hình hay vệ tinh cung cấp trước giờ. Nhà cung cấp cho khách hàng sử dụng các loại dịch vụ bổ sung tích hợp như video quảng bá, các loại dịch vụ thoại,... Đây là một phần ở trong gói dịch vụ IPTV lớn mà công ty cung cấp.

Những dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng như yêu cầu của bé sẽ được các nhà khai thác viễn thông triển khai. Hiện tại tất cả các dịch vụ này đều được tiến hành và triển khai theo thời gian.

Bảng 1.1. Mô tả tổng quan các loại dịch vụ IPTV khác nhau hiện đang được dự kiến và triển khai

<p>Live TV</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Digital TV ▪ Premium TV ▪ Pay-per-view ▪ Near video-on-demand ▪ Program guide 	<p>Entertainment</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gaming ▪ Gambling ▪ Karaoke ▪ Internet TV
<p>Stored TV</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Video on demand ▪ Subscription VoD ▪ Time-shifting PRV ▪ Network PVR 	<p>Commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Telecommerce ▪ Targeted/interactive advesting
<p>Communicatoin</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Residential VoIP portal ▪ SMS/MMS mesaging ▪ Instant messaging ▪ Mobile services portal ▪ Video conferencing ▪ Emergency alert system 	<p>ASP</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Distance learning ▪ Home automation portal ▪ Converged services ▪ Hospitality

Dịch vụ IPTV video

Các loại dịch vụ IPTV về video được chia thành hai nhóm gồm: phát theo yêu cầu và phát quảng bá.

Các dịch vụ video quảng bá

Hiện nay trên thực tế các video quảng bá đều có sự tương đồng với video đến từ các nhà khai thác truyền hình cáp, mặt đất cung cấp và vệ tinh. Thậm chí các kênh trả tiền (như HBO) cũng thuộc các kênh video quảng bá.

Các dịch vụ video lưu trữ

Nhà cung cấp có nhiều dạng khác nhau về các dịch vụ video lưu trữ. Nó là nền tảng căn bản giúp phân biệt với các nội dung của video khác đã được chuyển tải thông qua mạng IP. Nội dung video được lưu trữ sẽ đáp ứng sở thích khác nhau của mỗi người xem. Dựa vào khả năng lưu trữ mà khách hàng có thể lưu các nội dung video yêu thích trên các thiết bị mà họ đang dùng. Khi sử dụng các dịch vụ, họ có thể điều khiển nhanh và linh hoạt các chức năng như: tua ngược video, tạm dừng chương trình, tua nhanh video.... tương tự như sử dụng các thiết bị VCDs/DVDs. Các tùy chọn nội dung video lưu trữ bao gồm:

✓ *VoD lưu trữ cục bộ*: Nội dung được phát và quảng bá tới CPE thông qua mạng IP là các nội dung phổ biến và rộng rãi. Ngoài ra, nội dung được lưu cục bộ để khách hàng có thể dễ dàng xem và yêu cầu nội dung. Trong quá trình xác định quyền sử dụng đối với thuê bao các khách hàng thường sẽ trên sẽ thường được đáp ứng các nhu cầu.

✓ *VoD lưu trên mạng*: những nội dung được lưu trên mạng. Thường các nội dung đó được yêu cầu sau khi đã tập hợp theo nhóm các thuê bao. Điều này sẽ giúp cho những nhà cung cấp dịch vụ có thể sử dụng tối đa những tài nguyên mạng linh hoạt và nhanh chóng.

✓ *VoD thuê bao*: các nội dung được mà khách hàng có thể trong thời gian xác định. Nên có thể nói VoD thuê bao là VoD thuê bao là dạng biến thể của hai dịch vụ trên. Điều đó giúp tận dụng ưu điểm tốt của cả hai nội dung video được lưu trên cục bộ hoặc qua mạng.

✓ *Ghi lại nội dung video theo yêu cầu cá nhân PVR (Personal Video Recorder)*: khách hàng có thể xem lại nội dung. Khách hàng có thể xem một lần hoặc nhiều lần và không giới hạn. (DRM) là phần mềm quản lý bản quyền.

✓ *Lưu trên mạng và ghi lại nội dung video v (Network-based PVR)*: giống dịch vụ PVR, vị trí lưu nội dung có khác một chút. Cụ thể thay vì sử dụng thiết bị của khách hàng thì khách hàng có thể set-top box. Nó giúp tối ưu hóa các ưu điểm của dịch vụ video lưu trữ và nhiều lợi ích khác.

✓ **Dịch vụ IPTV audio**

Nếu chỉ có dịch vụ IPTV không thể khiến khách hàng thay đổi nhanh các nhà cung cấp dịch vụ. Các nhà cung cấp dịch vụ không thể đầu tư hạ tầng mạng để phân phối. Nhưng các nhà đầu tư cũng phát triển các dịch vụ như:

Dịch vụ radio broadcast

Dịch vụ này giúp khách hàng có thể nghe qua âm thanh của TV ở bất kỳ đâu.

Dịch vụ music broadcast

Dịch vụ này tương tự các video cơ bản, khách hàng có thể nghe các kênh âm nhạc khác nhau trên TV.

Music on demand

Music on demand giống như VoD có quyền nghe và yêu cầu tương tự. Mỗi quan hệ giữa các phương tiện và các nhà cung cấp nội dung rất quan trọng. Nó tương tự như việc đảm bảo có được thư viện lớn các file nhạc đối của dịch vụ VoD.

Music subscription service

Cho phép khách hàng sắp xếp và lưu trữ theo nhu cầu và sở thích. Dịch vụ âm nhạc theo yêu cầu được VoD sử dụng. Nó có các cơ cấu giống như unicast hay broadcast, dựa vào thời gian và tương đồng với các thuê bao khác. Và Music subscription service sẽ được truyền tải qua mạng IP như các dịch vụ khác.

Dịch vụ IPTV gaming

Hiện tại, các nhà khai thác viễn thông có các loại trò chơi khác nhau phù hợp với các đối tượng khác nhau như trò chơi 1 người hay nhiều người. Khách hàng có thể lên kế hoạch và xác định thời gian để chơi với người khác và lựa chọn

người chơi.

Dịch vụ thông tin tích hợp

Các nhà khai thác viễn thông đang triển khai dịch vụ thông tin tích hợp. Và họ chiếm ưu thế cạnh tranh hơn so với các nhà cung cấp truyền hình cáp hay đa dịch vụ.

Trường hợp các dịch vụ Internet và điện thoại được tích hợp chung sẽ được mô tả cụ thể:

Dịch vụ thoại tích hợp:

Khách hàng có thể mở rộng các chức năng. Ví dụ như sau:

- ✓ *Dịch vụ thông báo cuộc gọi đến (Incoming Call Notification Service):* nghe và gọi thông qua màn hình TV
- ✓ *Dịch vụ thông báo bản tin (Message Notification Service):* báo bản tin qua TV
- ✓ *Dịch vụ thiết lập kết nối (Connection Establishment Service):* trực tiếp gọi thoại bằng TV
- ✓ *Dịch vụ hội nghị thoại/video (Voice/Video Conferencing Service):* khởi tạo hội nghị dạng video hoặc thoại qua TV.
- ✓ *Dịch vụ danh bạ (Directory Service):* hiển thị danh bạ điện thoại qua TV

Các dịch vụ Internet tích hợp

Các dịch vụ internet tích hợp trên TV, giúp các khách hàng có thể dùng các ứng dụng Internet thay vì dùng máy tính cá nhân. Các dịch vụ không có mục đích thay thế các ứng dụng Internet dựa vào PC. Truy cập vào mạng bất kỳ thời gian hoặc không gian nào cũng được hỗ trợ.

- ✓ *Duyệt web bằng TV (TV web browsing):* khách hàng có thể xem các trang web trên TV.
- ✓ *Nhắn tin bằng TV (TV Instant Messaging):* khách hàng có thể thông tin qua IM ngay trong quá trình dùng các dịch vụ audio/video hoặc gaming.

✓ *TV Email*: khách hàng có thể dùng ứng dụng client trên TV phục vụ cho mục đích nhận thư điện tử hoặc đọc và gửi.

✓ *Telecommerce Service*: giống dịch vụ e-commerce, Để khách hàng có thể sử dụng TV của mình trong việc tìm kiếm nhanh chóng và đặt mua hàng hóa.

Dịch vụ quảng cáo

Tại nhiều thời điểm khác nhau thông qua mạng IPTV dịch vụ có thể xen vào cùng với quảng bá cục bộ.

Việc tích hợp các dịch vụ quảng cáo hướng vào khách hàng dùng các dịch vụ mua bán từ xa. Dịch vụ trên được nhà cung cấp dịch vụ xây dựng, giúp khách hàng đạt các thỏa thuận mua bán. Các nhà cung cấp có thể đưa các dịch vụ quảng cáo phù hợp với các đối tượng cụ thể hơn.

1.3.1.3 Đặc điểm của dịch vụ IPTV

Hỗ trợ truyền hình tương tác - Hệ thống IPTV có thể có hoạt động hai chiều phục vụ các chức năng và hỗ trợ khách hàng. Dịch vụ IPTV đa dạng và phong phú. Các loại hình dịch vụ bao gồm: truyền hình (HDTV), Internet tốc độ cao,...

Không phụ thuộc thời gian – Sự kết hợp giữa máy thu video số và IPTV cho phép các nhà tạo chương trình không bị thời gian ảnh hưởng thông qua cơ chế ghi lại và lưu các nội dung IPTV. Khách hàng có thể dễ dàng xem lại.

Tăng tính cá nhân - Để các đối tượng khách hàng dễ dàng lựa chọn, sử dụng và thiết lập việc xem TV theo nhu cầu và các sở thích riêng như chương trình giải trí, thời sự và thời gian khách hàng mong muốn xem thì có sự hỗ trợ thông của hệ thống IPTV . Bởi vì hệ thống IPTV có chức năng từ đầu cuối-đến-đầu cuối giúp hỗ trợ thông tin hai chiều nhanh chóng và hiệu quả

Yêu cầu về băng thông thấp - Công nghệ IPTV giúp các nhà cung cấp dịch vụ chỉ phát các kênh mà khách hàng mong muốn và yêu cầu. Các nhà cung cấp dịch vụ thay vì phải phát tất cả các kênh cho mọi khách hàng dùng dịch vụ. Nhờ có các tính năng hiệu quả này giúp các nhà khai thác mạng giảm băng thông và tiết kiệm.

Khả năng truy nhập trên nhiều loại thiết bị - Không giới hạn về số lượng thiết bị.

Ngoài các đặc điểm chỉ có tại IPTV, ngoài ra còn có một số đặc điểm chung như sau:

- *Tính vô hình:* Khách hàng không thể chạm hoặc nhận diện các dịch vụ IPTV bằng mắt thường. Dịch vụ IPTV có tính chất vô hình. Tuy nhiên khách hàng vẫn có thể cảm nhận nhưng có thể nhận biết được sự khác biệt của IPTV với các dịch vụ tương tự. Ngoài ra, khách hàng cũng có thể so sánh, đối chiếu với các nhà cung cấp dịch vụ khác. Từ đó, mà người tiêu dùng có thể cảm nhận và đánh giá các lợi ích mà dịch vụ IPTV đem đến.

- *Quá trình cung cấp và tiêu dùng dịch vụ xảy ra đồng thời:* Gồm khách hàng và nhân viên. Thái độ, kỹ năng, ý thức của nhân viên và cơ sở hạ tầng mạng từ các nhà cung cấp là những yếu tố giúp nâng cao chất lượng dịch vụ. Đặc biệt là sự phụ thuộc vào tâm lý của khách hàng trong quá trình nhân viên tư vấn và cung cấp dịch vụ.

- *Tính không lưu trữ được:* Ngoài nắm bắt tâm lý khách hàng ở từng thời điểm, từng giai đoạn khác nhau mà các nhà cung cấp có thể dựa trên cơ sở đó mà đưa ra các chính sách về giá cước hợp lý và linh hoạt. Việc đó giúp đáp ứng nhu cầu và mong muốn khách hàng. Doanh nghiệp cũng có thể khai thác tối đa và đạt công suất cao nhất để mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

- *Tính không đồng đều về chất lượng:* Ở từng mốc thời gian và các địa điểm, khu vực khác nhau mà sản phẩm dịch vụ IPTV có sự chênh lệch về mặt chất lượng. Có nhiều nguyên nhân không lường trước có thể ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Ví dụ mưa bão, đứt cáp, vì vậy quá trình cung cấp bị phụ thuộc nhiều yếu tố nên không thể đảm bảo sự đồng nhất hoàn toàn về chất lượng sản phẩm dịch vụ IPTV.

1.3.2 Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ IPTV

Hiện nay, khó để đánh giá chính xác. Các nhà cung cấp dựa trên các tiêu chuẩn hóa của quốc tế để đánh giá chất lượng dịch vụ IPTV.

Thời điểm này, ITU-T đang trong quá trình giám sát chất lượng dịch vụ IPTV gồm IPTV GSI và G.1080. ITU-T cũng soạn thảo hai tiêu chuẩn về chất lượng dịch vụ. Theo Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2015), cuốn “*Quy*

định tự quản lý kiểm tra chất lượng dịch vụ viễn thông”. Các tham số dưới đây sẽ thể hiện các đánh giá về tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ của IPTV:

- Chất lượng trải nghiệm cho video và âm thanh
- Yêu cầu đối với mạng truyền dẫn
- Chất lượng trải nghiệm cho văn bản và đồ họa
- Chất lượng trải nghiệm cho các chức năng kiểm soát
- Chất lượng trải nghiệm cho các dịch vụ IPTV khác
- Yêu cầu tiếp cận: Đây là các khuyến nghị đề cập đến các tham số và chỉ

tiêu. Dựa trên các tham số mà có thể đánh giá chất lượng dịch vụ IPTV. Mặc dù trong khuyến nghị còn thiếu một số mục dù đã được đề xuất trước đó nhưng hiện chưa có giá trị và quy định cụ thể để đánh giá. ITU-T cũng đưa ra các khuyến nghị đến những nhà khai thác viễn thông trong việc đưa ra các giá trị dựa tình hình thực tế và phù hợp.

Các khuyến nghị rất quan trọng, đặc biệt là các khuyến nghị cụ thể giá trị thời gian trong quá trình tương tác dịch vụ của các nhà khai thác viễn thông lớn trên thế giới hiện nay.

IPTV chia thành hai nhóm chính như sau để đánh giá:

✓ Nhóm chỉ tiêu đánh giá chất lượng về Kinh tế kỹ thuật: Để đánh giá chất lượng tại đầu cuối thì dựa chủ yếu vào các công nghệ hiện tại. Các công nghệ tiên tiến mà đang được các tổ chức lớn trên thế giới khuyến nghị sử dụng bao gồm:

- Chất lượng tín hiệu của Video (các tham số lớp truyền dẫn và tín hiệu video)
- Thời gian tương tác
- Sự đồng bộ giữa tín hiệu tiếng và hình

Các chỉ tiêu này phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Thiết bị của nhà cung cấp và chất lượng cơ sở hạ tầng mạng là quan trọng nhất.

Nhóm chỉ tiêu ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ như: Thời gian, sửa chữa, nhân viên,... Để đánh giá mức độ thỏa mãn và hài lòng của khách hàng thì cần dựa trên

nhóm chỉ tiêu này. Các chỉ tiêu này có thể đánh giá chất lượng phục vụ của công ty có tính cạnh tranh cao.

1.3.2.1 Nhóm chỉ tiêu về chất lượng Kỹ thuật

Chỉ tiêu về chất lượng tín hiệu Video: chất lượng truyền tính thang điểm MOS từ 1 đến 5 theo khuyến nghị ITU-R BT.500-11.

- Chỉ tiêu chất lượng hình ảnh trung bình $MOS \geq 3,0$.
- Phương pháp xác định: Phương pháp mô phỏng. Được đo theo khuyến nghị ITU-T J.144 rev.1, sử dụng phương pháp và quy đổi ra thang điểm MOS để tính.

Chỉ tiêu thời gian tương tác: Thời gian được tính bao gồm thời gian chuyển các kênh các nhau, các thao tác trên TV hoặc tắt màn hình, tua nhanh, tua chậm...

Chỉ tiêu đồng bộ giữa tín hiệu hình và tiếng: tín hiệu hình và tín hiệu tiếng có quy định. Tín hiệu hình sẽ xuất hiện sau hình $\leq 45,0$ ms. Tín hiệu tiếng sẽ xuất hiện trước tín hiệu hình $\leq 15,0$ ms

1.3.2.2 Nhóm chỉ tiêu chất lượng phục vụ

Thời gian chờ nhân viên hỗ trợ sửa chữa sự cố đường dây thuê bao: Thời gian, lúc công ty cung cấp dịch nhận tin đến lúc sửa chữa xong. Ngoài các nguyên nhân bắt nguồn từ việc hư hỏng do thiết bị đầu cuối thì có nhiều nguyên nhân bất khả kháng khác có thể gây hư hỏng (hoà loạn, lũ lụt, thiên tai...).

Thời gian thiết lập các dịch vụ: Thời gian, doanh nghiệp và khách hàng đã hoàn thành xong thủ tục đến khi khách hàng dùng dịch vụ.

Khiếu nại về chất lượng dịch vụ của khách hàng: hài lòng ảnh hưởng tốt, không hài lòng ảnh hưởng xấu đến doanh thu của công ty. Nên khách hàng có thể khiếu nại qua điện thoại, email.

Tiếp nhận và giải quyết khiếu nại: Sau khi đã tiến hành rà soát và đánh giá khiếu nại, doanh nghiệp phải hồi âm cho khách hàng về kết quả.

Dịch vụ hỗ trợ khách hàng: hướng dẫn, giải đáp thắc mắc,...

Mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ: Khách hàng nhận xét tốt là hài lòng.

1.3.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ IPTV

1.3.3.1. Khách hàng

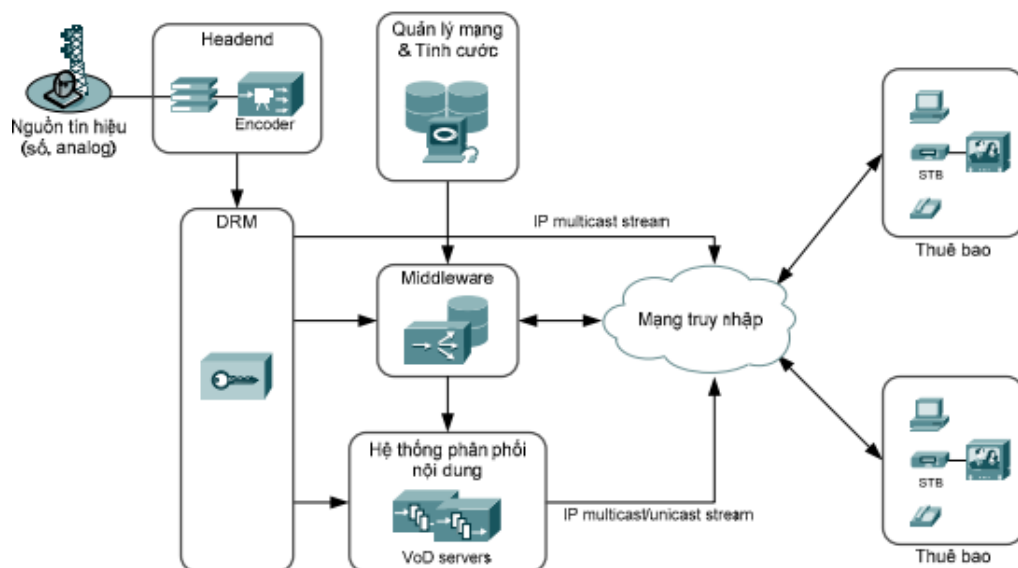
Khách hàng đóng vai trò cần thiết và quan trọng trong quá trình đánh giá chất lượng dịch vụ IPTV. Khách hàng ảnh hưởng qua các yếu tố sau đây:

- Người trực tiếp thụ hưởng dịch vụ là khách hàng. Nên khách hàng đưa ra các đánh giá chất lượng dịch vụ chân thật nhất. Doanh nghiệp mong muốn mang đến các trải nghiệm với chất lượng cao nhất cần phải cần nghiên cứu đầy đủ các nhu cầu và mong muốn của khách hàng với nhà cung cấp dịch vụ. Ví dụ cụ thể khách hàng có đông thành viên gia đình gồm trẻ em và người lớn tuổi nên nội dung dịch vụ cung cấp phải đa dạng, phong phú về mặt hình ảnh và hấp dẫn người xem. Dịch vụ phải có chức năng khóa đối với các chương trình bạo lực không dành cho trẻ em...

- Khách hàng là yếu tố giúp cấu thành của hệ thống cung cấp dịch vụ. Khách hàng còn đóng vai trò vô cùng cần thiết trong quá trình tạo ra sản phẩm dịch vụ. Trong các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ không thể không nhắc đến việc bảo quản và sử dụng các sản phẩm và các thiết bị như (điều khiển từ xa, set-top box, TV) của khách hàng.

1.3.3.2. Công nghệ

Dịch vụ IPTV mà hệ thống cung cấp sẽ bao gồm các thành phần như sau:



Hình 1.1. Mô hình kiến trúc hệ thống cung cấp dịch vụ IPTV

(Nguồn: Phòng mạng và dịch vụ của Viễn thông Ninh Bình)

Hệ thống cung cấp nguồn dữ liệu: Các vệ tinh,... để có thể chuyển qua hệ thống Headend. Công việc là thu, nhận và xử lý các dữ liệu

Hệ thống đầu cuối (Headend): mục đích chuyển đổi thành các luồng IP multicast ở khuôn dạng mã hóa. Từ đó có thể sử dụng các thiết bị mã hóa này.

Hệ thống trung gian (Middleware): Hệ thống logic với nhau. Để từ đó có thể hình thành một hệ thống phần mềm IPTV/video hoàn chỉnh. Thêm vào đó hệ thống còn cung cấp giao diện các khách hàng có nhu cầu dùng và dịch vụ băng rộng. Middleware giúp hoàn chỉnh các báo cáo với các chức năng quản lý chương trình điện tử (EPG - Electronic Program Guide) và các thiết bị liên quan. Hệ thống còn cung cấp chức năng quản lý thuê bao, các nội dung liên quan, đồng thời vẫn duy trì tính năng mở cho công việc tích hợp tương lai từ các sản phẩm dịch vụ.

Hệ thống phân phối nội dung: lưu trữ và xây dựng các chính sách phân phối. Đồng thời, hệ thống có thể cho phép các nhà khai thác mở rộng tài chính để phù hợp với các mong muốn và yêu cầu dịch vụ của khách hàng.

Hệ thống quản lý bản quyền số (DRM): bảo vệ nội dung, có khả năng tích hợp với tính năng an ninh tại STB. Trộn các tín hiệu truyền hình hoặc mã hóa nội dung VoD cũng được hệ thống bảo vệ.

Mạng truy nhập: hạ tầng mạng IP băng rộng giúp nhà cung cấp cung cấp dịch vụ đến khách hàng.

Thiết bị đầu cuối người sử dụng (STB - Set top box): thu hoặc có thể giải mã các hiển thị nội dung. Ngoài ra STB giúp hỗ trợ HDTV, có khả năng kết nối truy nhập web, video phone, ... Đây là các thiết bị lưu trữ bên ngoài.

Hệ thống quản lý mạng và tính cước.

Cần có sự đảm bảo về chất lượng và sự đồng bộ của tất cả các thành phần trên thì dịch vụ IPTV mới đạt chất lượng tốt nhất về các mặt như: chất lượng hình ảnh và âm thanh tốt, nội dung đầy đủ.

1.3.3.3. Trình độ quản lý điều hành của doanh nghiệp

Quá trình cung cấp dịch vụ không hoàn toàn dựa trên tính chất kỹ thuật. Như

trường hợp khách hàng ký hợp đồng, đồng ý dùng dịch vụ IPTV thì bộ phận giao dịch phải làm việc và trao đổi với khách hàng để lập hồ sơ. Sau khi lập xong các nhân viên lắp đặt các sản phẩm. Quá trình cung cấp dịch vụ không chỉ tiến hành diễn ra tại đơn vị mà phần lớn lượng thời gian nhân viên sử dụng là 24/7 để thực hiện quá trình lắp đặt ở ngoài đơn vị. Các khâu như xử lý sự cố, khâu kiểm tra,...đều đảm bảo được quản lý nghiêm ngặt, đồng bộ và toàn diện nhất. Thêm vào đó, doanh nghiệp phải đảm bảo độ tin cậy của khách hàng trong thời gian dài nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Và doanh nghiệp cần có một quy trình thiết lập dịch vụ IPTV hợp lý để cung cấp dịch vụ và sản phẩm nhanh chóng, hiệu quả.

1.3.3.4. Trình độ nhân viên

Doanh nghiệp ngoài các tài sản vật chất, nhân viên cũng thuộc dạng là tài sản, và nguồn lực quan trọng. Đội ngũ nhân viên tiếp xúc trực tiếp với tất cả các khách hàng như: hỗ trợ, tư vấn, hướng dẫn dùng dịch vụ IPTV,... Điều này buộc nhân viên phải được đào tạo bài bản để có khả năng nắm bắt nhu cầu khách hàng để phục vụ tốt nhất. Song song, các nhân viên kỹ thuật phải có trình độ kỹ thuật tốt và đảm bảo có khả năng đáp ứng các yêu cầu của khách hàng. Nhân viên phải liên tục học hỏi và trao đổi, nắm bắt các công nghệ mới đồng thời có kiến thức chuyên môn. Các nhân viên kinh doanh cần được đào tạo qua trường lớp để hiểu về các dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp từ đó có thể đưa ra các chiến lược Marketing hiệu quả. Nhân viên tại quầy giao dịch phải có khả năng giao tiếp nhanh nhạy, linh hoạt và chăm sóc khách hàng tốt. Việc cung cấp dịch vụ IPTV của doanh nghiệp được đánh giá cao sẽ tạo được nâng cao tính cạnh tranh so với các đối thủ khác hoạt động cùng lĩnh vực kinh doanh.

Kết luận chương 1:

Nội dung chương này đã trình bày đầy đủ về một số vấn đề chung về chất lượng và chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV. Để làm nền tảng cho việc nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình ở chương 2 thì nội dung chương này đề cập về dịch vụ truyền hình MyTV, chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV (IPTV)

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH MYTV TẠI NINH BÌNH

2.1 Giới thiệu về VNPT địa bàn Ninh Bình

Dịch vụ truyền hình MyTV tại Ninh Bình phụ trách bởi VNPT tại Ninh Bình gồm hai đơn vị chính là: Viễn thông Ninh Bình và Trung tâm kinh doanh Ninh Bình.

2.1.1 Giới thiệu chung về Viễn Thông Ninh Bình và Trung tâm kinh doanh VNPT Ninh Bình

2.1.1.1 Khái quát về Viễn Thông Ninh Bình

Tên đăng ký kinh doanh: Viễn thông Ninh Bình.

Tên viết tắt: VNPT Ninh Bình.

Địa chỉ: Đường 30/06, Phường Nam Thành, TP Ninh Bình, Tỉnh Ninh Bình.

Mã số thuế: 2700141673

Điện thoại: 0229.3899555

Website: vnptninhbinh.vn

Viễn thông Ninh Bình trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT). Hiện là đơn vị kinh tế hạch toán phụ thuộc được thành lập theo quyết định số 659/QĐ- TCCB/HĐQT ngày 06/12/2007 . Viễn thông Ninh Bình hiện nay đang hoạt động theo Điều lệ tổ chức và hoạt động ban hành kèm theo Quyết định số 136/QĐ-VNPT-HĐTV-NL ngày 31/05/2016 của Hội đồng thành viên Tập đoàn BCVT Việt Nam.

Viễn thông Ninh Bình có các chức năng như sau:

- Tổ chức các công việc như: quản lý, vận hành hệ thống, lắp đặt thiết bị, xây dựng khai thác các nguồn dữ liệu, bảo dưỡng sản phẩm, sửa chữa các mạng viễn thông trên địa bàn tại Ninh Bình.
- Tổ chức lắp đặt các sản phẩm, sửa chữa nếu bị báo hỏng, bảo trì định kỳ, hỗ trợ các kỹ thuật cho khách hàng dùng các dịch vụ VT-CNTT trên địa bàn.
- Tổ chức khảo sát, tư vấn,...

2.1.1.2 Khái quát chung về Trung tâm kinh doanh VNPT - Ninh Bình

Tên đăng ký kinh doanh: Trung tâm kinh doanh VNPT - Ninh Bình.

Tên viết tắt: TTKD VNPT - Ninh Bình.

Địa chỉ: Đường 30/06, Phường Nam Thành, TP Ninh Bình, Tỉnh Ninh Bình.

Mã số thuế: 2700141673

Điện thoại: 0229.3899555

Website: vnptninhbinh.vn

Đơn vị kinh tế hạch toán phụ thuộc là Trung tâm kinh doanh VNPT - Ninh Bình trực thuộc Tổng công ty dịch vụ viễn thông VNPT.

Trung tâm kinh doanh VNPT - Ninh Bình hiện nay đang hoạt động theo Điều lệ tổ chức và hoạt động ban hành kèm theo Quyết định số 136/QĐ-VNPT-HĐTV-NL ngày 31/05/2016 của Hội đồng thành viên Tập đoàn BCVT Việt Nam.

Từ năm 2016, thực hiện chủ trương tái cơ cấu của Tập đoàn theo phê duyệt của Chính phủ. VNPT tại địa bàn Ninh Bình lại tiếp tục thực hiện chia tách hai khối kinh doanh và kỹ thuật để đảm bảo chủ trương “Chuyên biệt – Khác biệt – Hiệu quả”, cụ thể:

Bộ phận kinh doanh thuộc Viễn thông Ninh Bình tách ra và trở thành Trung tâm kinh doanh – TTKD VNPT - Ninh Bình, đơn vị trực thuộc Tổng công ty Dịch vụ viễn thông (VNPT Vinaphone) thuộc Tập đoàn BCVT Việt Nam.

Bộ phận còn lại làm nhiệm vụ kỹ thuật (sản xuất ra sản phẩm) vẫn gọi tên là Viễn thông Ninh Bình trực thuộc Tập đoàn VNPT Việt Nam

Như vậy từ năm 2016 trở đi trên địa bàn tỉnh Ninh Bình tồn tại hai đơn vị độc lập về nhân sự và tài chính là Trung tâm kinh doanh VNPT - Ninh Bình và Viễn thông Ninh Bình.

Các dịch vụ do Trung tâm Kinh doanh VNPT - Ninh Bình cung cấp

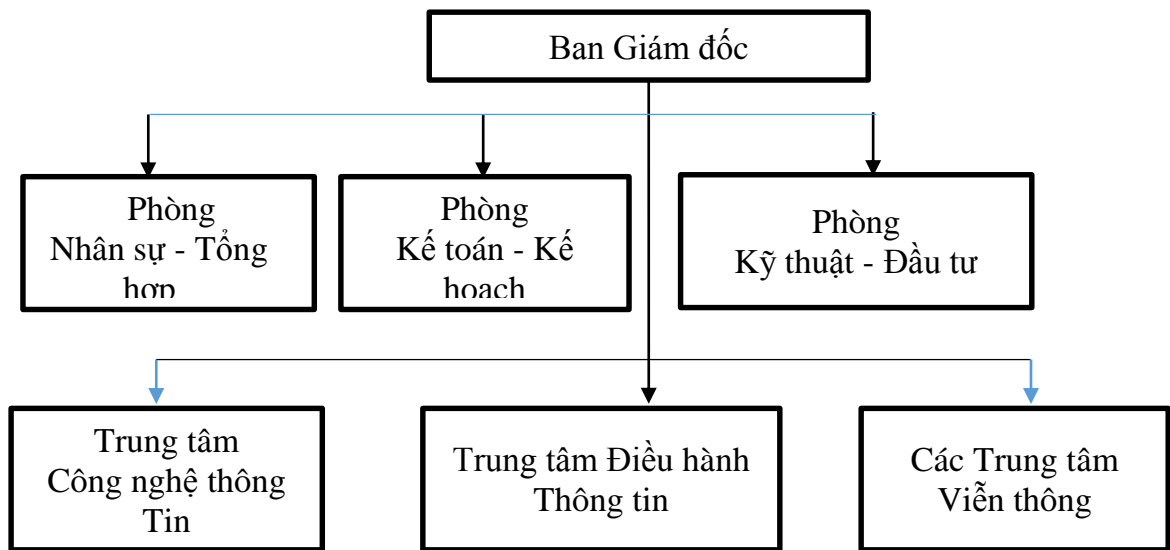
- Dịch vụ truyền số liệu trong nước và quốc tế: kênh thuê riêng, Mega WAN, Metro NET, IP VPN/MPLS, MAN, Frame Relay, VSAT-IP, Dial-up,...;
- Dịch vụ điện thoại di động vinaphone, cố định, cố định không dây (GPhone), VSAT-IP,...;
- Dịch vụ kết nối internet: Internet trực tiếp, MegaVNN (ADSL), FiberVNN, VSAT-IP, Mobile Broadband (3G)....;
- Dịch vụ truyền hình IPTV: MyTV, Call center,...

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

2.1.2.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Viễn thông Ninh Bình

Cơ cấu tổ chức: bao gồm Ban Giám đốc, 03 phòng tham mưu và 10 trung tâm trực thuộc.

- Phòng Nhân sự - Tổng hợp
- Phòng Kỹ thuật – Đầu tư
- Phòng Kế hoạch – Kế toán
- Trung tâm Điều hành thông tin
- Trung tâm Công nghệ thông tin
- 08 Trung tâm viễn thông huyện/Thành phố



Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức Viễn thông Ninh Bình

(Nguồn Phòng NS-TH, Viễn thông Ninh Bình)

Chức năng nhiệm vụ của các đơn vị trong bộ máy

Phòng Nhân sự - Tổng hợp:

+ Đảm bảo các hoạt động về lao động, nhân sự và hành chính, tổng hợp của Viễn thông Ninh Bình.

+ Thực hiện các thủ tục liên quan như việc tổ chức bộ máy nhân sự cho doanh nghiệp, đào tạo cán bộ và lao động, tính toán tiền lương - chính sách xã hội, đảm bảo an toàn vệ sinh lao động.

Phòng Kế toán - Kế hoạch:

- + Quản lý các kế hoạch sản xuất kinh doanh và BSC
- + Thực hiện/Đảm bảo thực thi các thủ tục, thông lệ và chuẩn mực kế toán, tài chính.

- + Lập/Giám sát/Tổng hợp/ kế hoạch sản xuất kinh doanh,...

Phòng Kỹ thuật - Đầu tư:

- + Đảm bảo chất lượng dịch vụ và an ninh. Đặc biệt là sự an toàn mạng lưới của Viễn thông Ninh Bình.

- + Thực hiện chức năng đầu tư, mua sắm của Viễn thông Ninh Bình

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

Trung tâm Công nghệ thông tin

- + Quản lý và thực hiện các hoạt động hỗ trợ bán hàng, triển khai các ứng dụng, sản phẩm dịch vụ CNTT trên địa bàn Ninh Bình; Phối hợp đảm bảo an ninh, an toàn thông tin cho các hoạt động của Viễn thông Ninh Bình.

- + Hỗ trợ và phối hợp quảng bá, giới thiệu và tiếp xúc khách hàng có nhu cầu đối với sản phẩm/dịch vụ/giải pháp CNTT của Tập đoàn trên địa bàn.

- + Triển khai, nâng cấp các ứng dụng, sản phẩm/dịch vụ, giải pháp CNTT cho khách hàng trên địa bàn.

- + Xử lý các sự cố, phản ánh khách hàng hoặc chuyển tiếp phản ánh khách hàng đến các bên liên quan.

Trung tâm Điều hành thông tin:

- + Tổ chức vận hành, khai thác, xử lý sự cố, đảm bảo chất lượng hệ thống thiết bị, mạng cáp thuộc mạng lõi của Viễn thông Ninh Bình.

- + Vận hành, khai thác, sửa chữa, bảo dưỡng các thiết bị, phần tử mạng, mạng cáp trung kế thuộc mạng lõi của địa bàn Ninh Bình và các thiết bị phần tử mạng di động được giao quản lý.

- + Điều hành việc sửa chữa, ứng cứu, đo kiểm, tối ưu thiết bị, phần tử mạng, mạng cáp trên địa bàn của toàn Viễn thông Ninh Bình.

- + Thực hiện công tác an ninh, an toàn bảo mật mạng lưới của VNPT Ninh Bình.

Các Trung tâm Viễn thông

- Chức năng: Quản lý, khai thác mạng ngoại vi, lắp đặt, cung cấp dịch vụ...
- Nhiệm vụ chính:
 - + Xây dựng, quản lý, vận hành khai thác mạng ngoại vi, mạng truy nhập;
 - + Tổ chức lắp đặt thiết bị, sửa chữa thiết bị, cung cấp sản phẩm dịch vụ viễn thông,..
 - + Đo kiểm vùng phủ sóng, xử lý các sự cố theo hướng dẫn và điều hành của Trung tâm ĐHTT.
 - + Thực hiện công tác đầu tư theo phân cấp.
 - + Phối hợp với các Phòng Bán hàng khu vực để thực hiện tiếp thị bán hàng, tư vấn kỹ thuật.

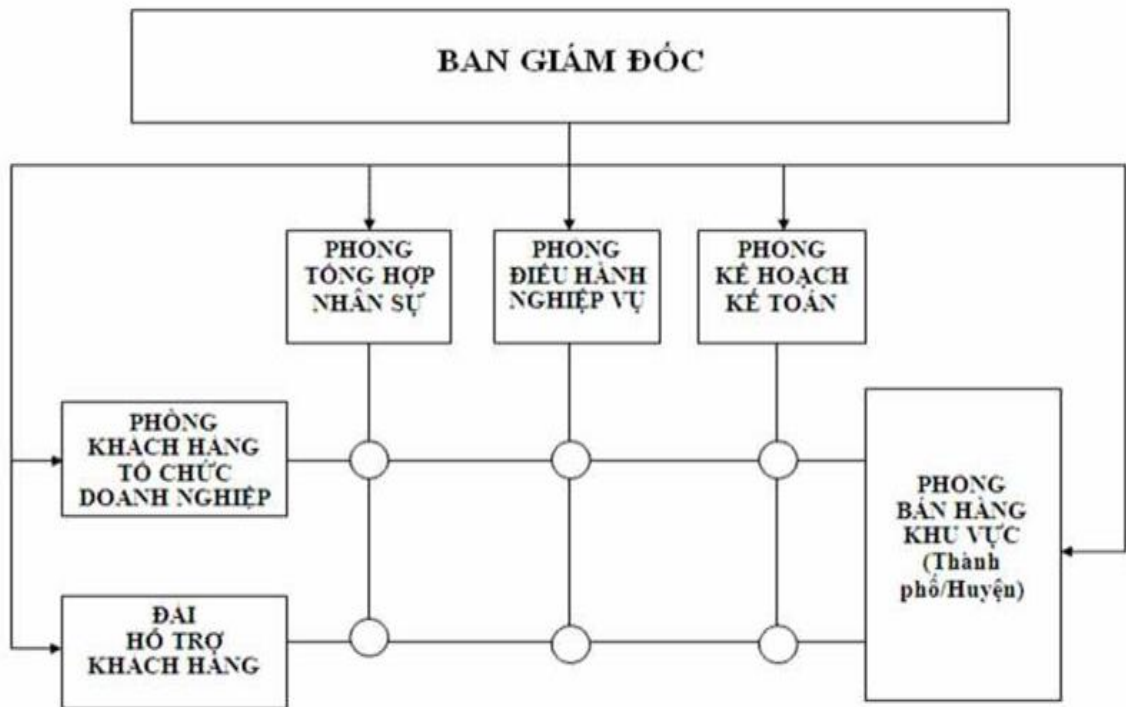
2.1.2.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Trung tâm kinh doanh VNPT - Ninh Bình

Giám đốc Trung tâm chịu trách nhiệm quản lý Trung tâm Kinh doanh VNPT- Ninh Bình. Bên cạnh đó, Phó Giám đốc sẽ thực hiện các công việc hỗ trợ như quản lý, điều hành nếu giám đốc công tác; Có kế toán trưởng đảm nhận công tác kế toán, thống kê tài chính của trung tâm; bộ máy quản lý nhân sự và các lực lượng lao động trực tiếp.

- Khối chức năng bao gồm 03 phòng quản lý: để tham mưu, điều hành các hoạt động kinh doanh, tài chính, kế toán và hành chính tổng hợp
- Khối kinh doanh, bán hàng trực tiếp bao gồm 10 phòng bán hàng bao gồm 9 phòng bán hàng khu vực và 01 phòng Khách hàng tổ chức doanh nghiệp: được tổ chức thành các phòng bán hàng, phụ trách việc tiếp thị bán hàng tại các khu vực được phân công.

Khối hỗ trợ bán hàng bao gồm 1 đài hỗ trợ: có chức năng hỗ trợ thông tin khách hàng, tiếp nhận, giải quyết khiếu nại của Khách hàng.

Sơ đồ tổ chức của Trung tâm Kinh doanh VNPT- Ninh Bình được thể hiện qua hình sau:



Hình 2.2 Sơ đồ tổ chức của Trung tâm Kinh doanh VNPT- Ninh Bình

(Nguồn: Phòng tổng hợp nhân sự của Trung tâm Kinh doanh VNPT- Ninh Bình)

❖ **Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban**

• **Phòng tổng hợp – nhân sự**

- Tham mưu tổng hợp, pháp chế, đối ngoại.
- Văn thư – lưu trữ; Tiếp nhận theo dõi các công văn, chỉ thị, quyết định...
- Mua sắm và cung ứng các vật tư hỗ trợ. Và các trang thiết bị máy móc cho hoạt động điều hành, quản lý.

-Lưu trữ , quản lý CBCNV, ...

-Lưu trữ và soạn thảo giấy tờ, hồ sơ,

• **Phòng kế hoạch – kế toán**

- Tổ chức xây dựng bộ máy kế toán làm việc nghiêm túc, thực hiện hiệu quả và hướng dẫn trong việc kiểm tra các công tác kế toán tại doanh nghiệp.

-Xây dựng, kiểm soát, đánh giá về các kế hoạch ngắn, trung và dài hạn.

-Chủ trì giao và theo dõi thực hiện kế hoạch BSC & KPIs cho cả Trung tâm Kinh doanh.

-Lập báo cáo tài chính, tình hình sản xuất kinh doanh định kỳ.

-Điều hành, quản lý công tác kế toán, tài chính của công ty.

-Phối hợp với các bộ phận như bộ phận nhân sự để thực hiện hoàn thành công tác trả lương và thưởng cho CBCNV theo đúng thời hạn, chế độ.

-Đánh giá và phân tích hiệu quả việc quản lý tài sản, vật tư hàng hóa và đề xuất giải pháp.

- **Phòng điều hành – nghiệp vụ:**

-Có nhiệm vụ quy định chính sách giá cước, theo dõi chính sách của từng sản phẩm, quản lý, phát triển và điều hành các kênh bán hàng.

-Điều phối kênh bán hàng, triển khai, chính sách bán hàng,...

-Quản lý marketing, truyền thông,...

-Thực hiện các công việc tác nghiệp về tính cước, thu cước, quản lý cước phí, nợ đọng.

- **Phòng khách hàng tổ chức doanh nghiệp**

-Điều hành các kênh bán hàng, chăm sóc, hỗ trợ,...

-Kinh doanh, sản phẩm, dịch vụ viễn thông,...

- **Đài hỗ trợ khách hàng**

-Có nhiệm vụ triển khai, tổ chức các hoạt động kinh doanh bán hàng và hỗ trợ bán hàng từ xa dựa trên các phương tiện và thiết bị như: tin nhắn, điện thoại, nền tảng Internet.

-Tổ chức và triển khai các hoạt động nhằm trình bày, giải đáp thắc mắc từ phía khách hàng thông qua các phương tiện trực tuyến.

- **Phòng Bán hàng tại Thành phố và khu vực huyện**

-Kinh doanh, bán các sản phẩm cho khách hàng là cá nhân trên địa bàn.

-Tiến hành triển khai, thực hiện các chính sách tiếp thị, quảng cáo trong hoạt động của kênh bán hàng và chăm sóc khách hàng trên địa bàn.

2.1.3 Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh những năm gần đây

Vài năm trở lại đây, tốc độ gia tăng chóng mặt của các dịch vụ Điện thoại di động đã tác động không nhỏ đến các dịch vụ kinh doanh truyền thống của Viễn thông Ninh Bình như các dịch vụ sau: MegaVNN và điện thoại cố định. Nên càng

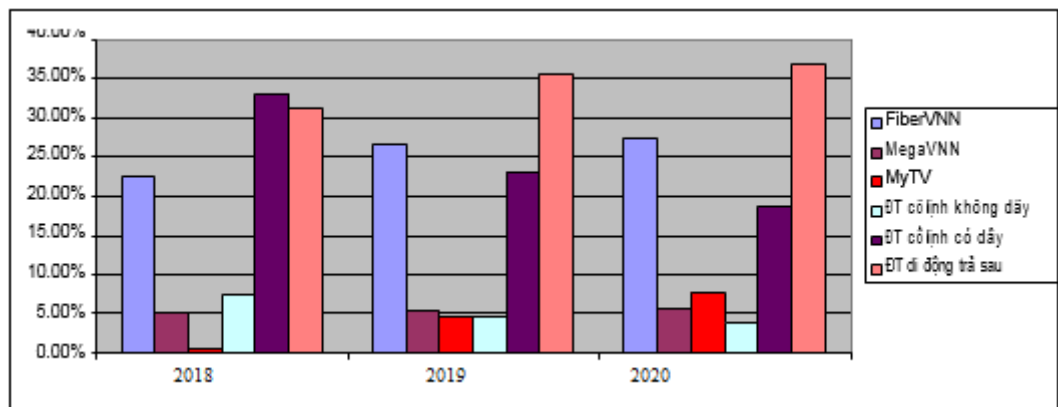
gây thêm khó khăn hơn trong việc phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ tại đơn vị.

Công ty đã triển khai các chương trình khuyến mại, điều chỉnh giá cước. Để phát triển các dịch vụ đem lại lợi ích cho khách hàng, giúp Doanh nghiệp phát triển, tăng lợi nhuận và thu hút thêm khách hàng sử dụng sản phẩm và dịch vụ thì phải chủ động khuyến mại. Doanh nghiệp nên đẩy mạnh công tác bán hàng và nâng cao chất lượng một số dịch vụ. Số lượng khách hàng rời mạng của công ty ngày càng tăng qua các năm. Đây là một thách thức lớn đối cần Doanh nghiệp tìm giải pháp.

Bảng 2.1. Doanh thu và tỷ trọng doanh thu

TT	Loại dịch vụ	2018		2019		2020	
		Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
1	Mega VNN	38,507	24,4 %	45,007	26,6 %	47,733	27,4%
2	Fiber VNN	8,645	5,03 %	8,974	5,3 %	9,798	5,6 %
3	MyTV	1,056	0,6 %	7,927	4,7 %	13,222	7,6 %
4	Điện thoại cố định không dây	12,970	7,5 %	7,482	4,4 %	6,766	3,9 %
5	Điện thoại cố định có dây	56,902	33,09%	39,070	23,1%	32,449	18,6%
6	Di động	53,856	31,32%	60,419	35,8%	64,023	36,8 %

(Nguồn: VNPT tại Ninh Bình)



Biểu 2.1. Tỷ trọng doanh thu các năm 2018 – 2020
(Nguồn: VNPT tại Ninh Bình)

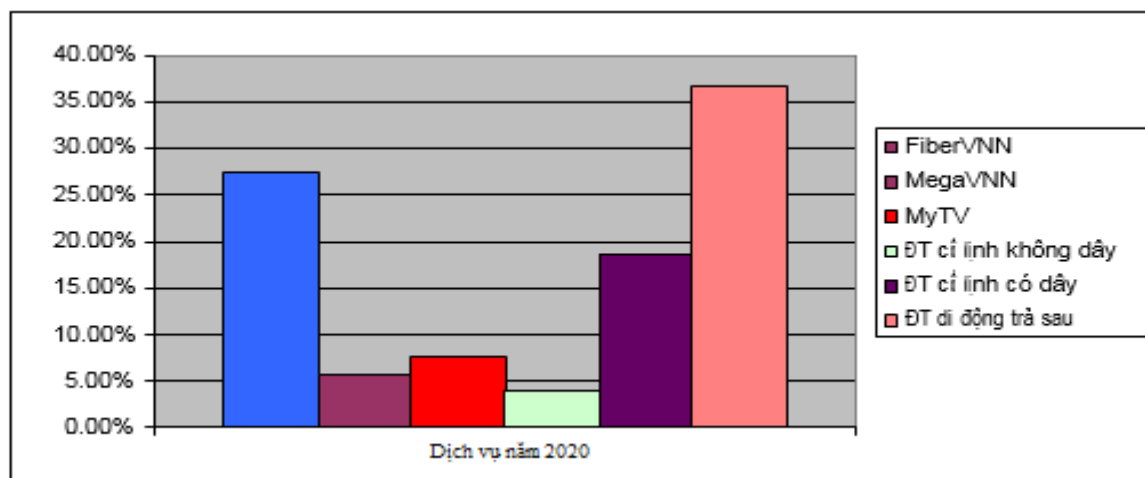
Dựa vào bảng số liệu trên về sản lượng cũng như doanh thu của các dịch vụ Viễn thông tại VNPT Ninh Bình năm 2020 so với năm 2019 và 2019 so với 2018. Tỷ trọng doanh thu của dịch vụ Điện thoại cố định có xu hướng giảm nhanh. Ngược lại dịch vụ di động, truy nhập Internet (MegaVNN và FiberVNN) và dịch vụ MyTV có sự phát triển mạnh và trở thành nguồn thu nhập đáng kể. Các dịch vụ trên tại VNPT Ninh Bình chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu doanh thu. Các năm gần đây, VNPT Ninh Bình đã duy trì và phát triển dịch vụ truyền thống như Điện thoại cố định. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng chú trọng việc tăng cường đầu tư công nghệ và phát triển các dịch vụ, MegaVNN, MyTV và di động. Doanh nghiệp đã quan tâm, chú trọng và đưa dịch vụ này trở thành các dịch vụ trọng tâm trong chiến lược phát triển lâu dài. Song song đó, doanh thu một số các dịch vụ khác có xu hướng gia tăng như: Megawon, thuê bao truyền số liệu,

Năm 2020, điện thoại có dây và cố định không dây có doanh thu cao. Nó chiếm tỷ trọng tương đối cao nhưng giảm nhanh. Đã sụt giảm 3.1% so với năm 2019 và 16,2% so với năm 2018. Lý do là sự cạnh tranh gay gắt của dịch vụ di động giá rẻ và giá cước các dịch vụ chính giảm mạnh.

Kết quả sản xuất kinh doanh của VNPT tại Ninh Bình trong năm 2020

Dựa vào báo cáo của công ty. Năm 2020, các dịch vụ truyền thống Gphone và ĐTCD đang trên đà suy giảm do sự phát triển mạnh mẽ của dịch vụ di động. Với tốc độ tăng trưởng chậm nên khó có thể bù đắp sự suy giảm của các dịch vụ truyền

thống trước tại công ty, vì FiberVNN, MegaVNN bị cạnh tranh khốc liệt.



Biểu 2.2. Tỷ trọng sản lượng doanh thu các dịch vụ năm 2020

(Nguồn: VNPT tại Ninh Bình)

Trong năm 2020, là năm thứ ba dịch vụ MyTV được đưa vào khai thác tại Doanh nghiệp, doanh thu đạt 13,222 tỷ đồng, chiếm 7,6% tỷ trọng doanh thu, bằng 167% so với cùng kỳ. Đây là một dịch vụ mới nhưng đòi hỏi doanh nghiệp phải có cơ sở hạ tầng có mạng lưới tốt và các thiết bị mạng đầu cuối để có thể đem đến nhiều tiện ích cho người cho khách hàng. Vì phải nhập khẩu từ nước ngoài, nên giá thành cao. Doanh nghiệp chưa thể khai thác tối đa lợi nhuận từ dịch vụ trên. Từ năm thứ 4 theo tính toán mới có thể đem lại lợi nhuận. Vì vậy trong tương lai, Doanh nghiệp sẽ mở rộng thị trường đầy hứa hẹn này và có thêm các kinh nghiệm để duy trì dịch vụ này.

2.1.4 Tình hình phát triển thuê bao MyTV trong thời gian qua tại Ninh Bình

Tính tới thời điểm hiện tại, MyTV đang chiếm lĩnh 75% thị trường IPTV tại Ninh Bình. 12 kênh tín hiệu HD, 84 kênh truyền hình tín hiệu SD và các kênh radio đều được MyTV cung cấp. Ngoài ra, MyTV còn cung cấp dịch vụ khác như: các dịch vụ tiếp thị,...

2.1.5 So sánh giữa MyTV và các đối thủ cạnh tranh

2.1.5.1 Dịch vụ MyTV của VNPT tại Ninh Bình

Dịch vụ MyTV cạnh tranh vì lao động lớn có kiến thức, thiết bị cung cấp được nhập từ nhà cung cấp ZTE. Có chính sách giảm giá cho khách hàng lâu năm. Sử

dụng internet và MyTV được giảm còn 220.000 đồng. Đây là điểm mạnh của VNPT tại Ninh Bình. Hiện nay, VNPT Ninh Bình cung cấp 72% thị trường internet và 94% thị trường điện thoại cố định tại Ninh Bình. Thế nhưng, MyTV của Viễn thông Ninh Bình còn nhiều điểm hạn chế so với các đối thủ cạnh tranh khác. Một trong những hạn chế chính là giá cước hiện nay còn cao, chưa có thể điều chỉnh giảm. Vì vậy giá cước cao hơn so với các đối thủ khác. Đặc biệt giá của Viễn thông quân đội Viet-tel (NetTV) rẻ hơn so MyTV của VNPT Ninh Bình.

BẢNG CƯỚC DỊCH VỤ MYTV

Áp dụng từ ngày 01/03/2013

****Các gói cước thuê bao tháng***

Gói dịch vụ	Nội dung dịch vụ
MyTV Silver	<ul style="list-style-type: none"> • 84 kênh truyền hình tín hiệu SD, các kênh Radio • Dịch vụ tạm dừng, lưu trữ,... • Dịch vụ chia sẻ, hình ảnh, tin tức,... • Gói nội dung tín hiệu HD, SD: karaoke, phim, âm nhạc,... (các nội dung trên sẽ không hiện giá tiền trên TV)
MyTV Silver HD	<ul style="list-style-type: none"> • 84 kênh truyền hình tín hiệu SD, 12 kênh tín hiệu HD và các kênh Radio • Dịch vụ tạm dừng, lưu trữ • Dịch vụ chia sẻ, hình ảnh, tin tức,... • Gói tín hiệu HD, SD: karaoke, phim, âm nhạc,...
MyTV Gold	<ul style="list-style-type: none"> • Nội dung dịch vụ thuộc gói MyTV Silver • Toàn bộ các dịch vụ theo yêu cầu có tín hiệu SD (như mục 2.1 dưới đây)
MyTV Gold HD	<ul style="list-style-type: none"> • Nội dung dịch vụ thuộc gói MyTV Silver HD • Toàn bộ các dịch vụ theo yêu cầu có tín hiệu SD và HD (như mục 2.1 dưới đây)

(Nguồn: VNPT tại Ninh Bình)

*** Mức cước dịch vụ theo yêu cầu (PayTV)**

+ Mức cước dịch vụ theo yêu cầu được miễn phí với gói cước MyTV Gold HD và MyTV Gold

*Đơn vị: đồng/bộ giải
mã/tháng*

Các gói nội dung theo yêu cầu	Mức cước tối thiểu theo lần sử dụng	Mức cước trần trong tháng
Gói Phim truyện	1.000 đồng/phim/48 giờ 1.000 đồng/tập phim/48 giờ	100.000 đồng
Gói Nhịp cầu MyTV	1.000 đồng/nội dung/24 giờ	100.000 đồng
Gói Âm nhạc	1.000 đồng/1 nội dung	70.000 đồng cho mỗi gói nội dung
Gói Karaoke		
Gói Trò chơi	1.000 đồng/game/1 lần chơi	
Gói Đọc truyện	1.000 đồng/1 nội dung/24 giờ	
Gói Sức khỏe & làm đẹp		
Gói Thể thao	1.000 đồng/1 nội dung/48 giờ	Không có mức cước trần
Gói Phong cách sống	1.000 đồng/1 nội dung/24 giờ	100.000 đồng

(Nguồn: VNPT tại Ninh Bình)

(Mức cước từng nội dung sẽ được hiện trên màn hình TV (EPG))

+ Mức cước cho các dịch vụ theo yêu cầu áp dụng cho toàn bộ các gói cước sau:

Đơn vị: đồng/bộ giải mã/tháng

Các gói nội dung theo yêu cầu	Mức cước tối thiểu theo lần sử dụng	Mức cước trần trong tháng
Gói Thiếu nhi	1.000 đồng/nội dung/12 giờ	70.000 đồng
Gói Giáo dục đào tạo	1.000 đồng/nội dung/24 giờ	Không có mức cước trần
Gói Đào tạo từ xa	1.000 đồng/nội dung/24 giờ	Không có mức cước trần
Gói Kết quả xổ số	1.000 đồng/nội dung/24 giờ	70.000 đồng

Gói Đầu giá ngược	Mức cước hiện trên màn hình TV (EPG)	Không áp dụng
Gói Bình chọn	Mức cước hiện trên màn hình TV (EPG)	Không áp dụng

(Nguồn: VNPT tại Ninh Bình)

2.1.5.2 Viễn thông Quân đội Viettel với dịch vụ NetTV

Hiện nay, nhiều dịch vụ tương tự như Mytv tại Ninh Bình đang gặp nhiều bất cập trong lĩnh vực truyền hình, cụ thể là truyền hình NetTV của Viettel đang cung cấp. Viettel chưa có nhiều kinh nghiệm để triển khai đa dạng các loại hình dịch vụ. Thị phần NetTV của Viettel tại Ninh Bình là 14.2 %. Vì mạng cáp ngoại vi cung cấp còn thừa thớt. Cung cấp dịch vụ truyền hình cáp kỹ thuật số được Viettel triển khai.

Đến thời điểm hiện tại NetTV có 6 kênh chuẩn HD và 75 kênh truyền hình. Điểm khác biệt lớn nhất về nội dung của MyTV của VNPT và NetTV là NetTV có thêm một số kênh K+, một số kênh VTC, thể thao.

Các khuyến mại giảm sâu, chính sách giảm giá, giá thiết bị mức cước thấp được triển khai và do NetTV áp dụng. Một trong các khó khăn và thử thách mà MyTV đối mặt trong tương lai là sự cạnh tranh với Viettel. Họ có nhân sự trẻ trung, năng động, năng lực quản lý tốt. MyTV cần quan tâm về chính sách cước rẻ của Viettel. Đầu thu HD của MyTV là 1.500.000 đồng/ bộ. NetTV là 300.000 đến 1.150.000 đồng. Nên giá của NetTV được khách hàng thích hơn.

BẢNG GIÁ CƯỚC VÀ ĐẦU THU HD CỦA NETTV + Giảm tới hơn 70% chi phí mua đầu thu HDÁp dụng cho:

Khách hàng mới đăng ký dịch vụ hoặc đang sử dụng ADSL/FTTB/ FTTH. Hoặc khách hàng là cán bộ nhân viên Viettel.

- Khách hàng đóng trước cước hoặc đã được thu cước ADSL, FTTB,

FTTH từ 03 tháng trở lên. Áp dụng cho khi muốn sang FTTH để dùng NextTV

- Khách hàng FTTH cũ dưới 3 tháng hoặc mới đăng ký từ 2 tivi trở lên áp dụng từ tivi thứ hai.

Gói cước **Basickplus**: Basic (65.000 đồng/tháng) và Vas K+(150.000 đồng/tháng

- Phí lắp đặt: 30.000 đồng.
 - Phí mua đầu thu HD: 300.000 đồng.
 - Phí đăng ký Vas K+ 150.000 đồng
 - Phí thuê bao hàng tháng: 180.000 đồng
- Gói cước Basic, Full HD100**

- Phí lắp đặt: 30.000 đồng.
- Phí mua đầu thu HD: 300.000 đồng
- Gói Basic: 65.000 đồng/tháng
- Gói FullHD100: 110.000 đồng/tháng

+ Giảm tới 60% chi phí mua đầu thu HD Áp dụng cho:

- Khách hàng FTTH TV mới hoặc đã đóng cước dưới 3 tháng
- Khách hàng FTTH Eco mới và cũ đã thu được cước dưới 3 tháng
- Phí lắp đặt: 50.000 đồng.
- Phí thuê bao hàng tháng & Giá đầu thu HD:
- Gói Basic: 65.000 đồng/ tháng , Giá đầu thu HD: 600.000 đồng.
- Gói Full HD100: 110.000 đồng/tháng (Gói Basic+Gói phim tổng hợp 40.000 đồng). Giá đầu thu HD: 500.000 đồng.

Lưu ý:

- Tivi Full HD 100 mới dùng FTTH TV.

+ Giảm hơn 40% chi phí mua đầu thu HD Áp dụng cho:

- Áp dụng cho Khách hàng ADSL/FTTH mới đã đóng cước dưới 3 tháng,

- Gói cước: Basic. Phí thuê bao hàng tháng: 65.000 đồng.
- Phí lắp đặt: 50.000 đồng.
- Phí mua đầu thu HD: 750.000 đồng.

+ Gói giá NextTV tích hợp K+, chỉ 180.000 đồng/tháng Áp dụng cho:

- ADSL/FTTH/FTTB cho các khách hàng mới hoặc đang dùng dưới 03 tháng.
- Gói cước: Basicplus.
- Phí lắp đặt: 50.000 đồng.
- Phí mua đầu thu HD: 1.150.000 đồng.

Lưu ý:

- Giá trên đã bao gồm VAT 10%.

2.1.5.3 Công ty Cổ phần đầu tư công nghệ FPT với dịch vụ OneTV

Thành lập từ năm 1988, FPT liên tục phát triển. Hiện tại, FPT là một trong những tập đoàn dẫn đầu về công nghệ và kinh tế tại nước ta. Các nhân viên của FPT có kiến thức bền vững về công nghệ mới, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Nguồn nhân lực được đào tạo bài bản, học thức cao, luôn học hỏi và cập nhật các kiến thức trong ngành. Trong lĩnh vực truyền hình IPTV, FPT và đội ngũ chưa tập trung phát triển và đầu tư. Hiện nay, thị phần IPTV của FPT chiếm 10.8% tại Ninh Bình.

ONETV của FPT có 30 kênh miễn phí, 73 kênh truyền hình và đang triển khai Youtube trên TV và Nhacso.net. OneTV là đơn vị hợp tác duy nhất với K+ phát sóng hai kênh K+Nhịp sống và K+1. Dịch vụ Giáo dục đào tạo cũng được OneTV cũng được triển khai. Thế nhưng mặt bằng về giá thì OneTV cao hơn NetTV.

BẢNG GIÁ DỊCH VỤ ONETV(Phụ lục)

Bảng giá niêm yết và khuyến mãi các gói dịch vụ(Phụ lục)

Gói dịch vụ Giáo dục Đào tạo(Phụ lục)

Chính sách giảm giá riêng cho các Khách hàng sử dụng trên 2 Bộ giải mã,chi tiết:

- Phát sinh cho Bộ giải mã thứ 2 giảm 30% cước trọn gói.
- Phát sinh cho Bộ giải mã thứ 3-4 giảm 40% cước trọn gói.

- Phát sinh cho Bộ giải mã thứ 5 trở lên giảm 50% cước trọn gói.

Ví dụ: Ông B dùng Bộ giải mã thứ nhất là 120.000 VND cho mạng, Bộ giải mã thứ 2 cho dịch vụ TV giá 60.000 VND. Ông B chỉ trả 84.000 VND vì được giảm 30% khi dùng 2 bộ mã.

Lưu ý: Chỉ áp dụng dùng trọn gói. Cước phát sinh sẽ được tính dựa trên từng Bộ giải mã.

BẢNG GIÁ DỊCH VỤ THEO YÊU CẦU (MUA LẺ)

Các dịch vụ thu phí theo yêu cầu (Mua lẻ)			
Các gói nội dung theo yêu cầu		Mức cước tối thiểu theo lần sử dụng	Mức cước trần trong tháng
01	Phim lẻ	5.000 đồng/1 phim/48 giờ	100.000 đồng
02	Phim bộ	2.000 đồng/1 tập/48 giờ	20.000 đồng/bộ/10 ngày hoặc 30.000 đồng/bộ trên 20 tập/20 ngày. Tối đa 100.000 đồng
03	Các vở hài- cải lương, vọng cổ dài (Chương trình dài)	5.000 đồng/1 vở/48 giờ	80.000 đồng
04	Các vở hài- cải lương, vọng cổ dài (Chập ngắn)	2.000-3.000 đồng/1 chập/48 giờ	40.000 đồng
05	HBO On Demand	-	40.000 đồng
06	Giáo dục Đào tạo - Ôn thi Đại học	Vui lòng xem bảng phí dịch vụ phía trên.	Vui lòng xem bảng phí dịch vụ phía trên.

Giá cước trên chưa bao gồm thuế giá trị gia tăng (VAT)

(Nguồn: Công ty Cổ phần đầu tư công nghệ FPT)

2.2 Các chỉ tiêu đối với dịch vụ truyền hình MyTV tại Viễn thông Ninh Bình

2.2.1 Chỉ tiêu và thực tế về thiết lập dịch vụ truyền hình MyTV

❖ Chỉ tiêu:

✓ *Chất lượng tín hiệu video*

Định nghĩa: Thang điểm MOS từ 1 đến 5 là chỉ số tích hợp chất lượng truyền video

Chỉ tiêu: $MOS \geq 3,0$ là trung bình. Phương pháp xác định: Phương pháp mô phỏng. Dùng phương pháp đo và tính trung bình chỉ số MOS.

✓ *Các tham số lớp truyền dẫn*

Định nghĩa: tham số giá trị về chất lượng dịch vụ video đạt yêu cầu của IPTV.

Chỉ tiêu: tuân theo giá trị từ 1 đến 4 nhằm đảm bảo chất lượng

Phương pháp xác định: Phương pháp giám sát tại nhà khách hàng dùng thiết bị đo giám sát. Không có khả năng bù lỗi là điều kiện cần. Các luồng IP truyền tải nội dung video được áp dụng. Theo khuyến nghị IETF RFC 335 gồm (4), (5), (6).

Bảng 2.2. Các chỉ tiêu truyền dẫn đối với dịch vụ SDTV, VoD mã MPEG-2

Tốc độ luồng (Mbps)	Trễ, ms	Rung pha, ms	Thời gian lỗi cực đại, ms	Chu kỳ tổn thất gói IP, gói IP	Khoảng tổn thất gói, sự kiện lỗi/giờ	Tỷ lệ lỗi gói luồng IP video
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
3,0	< 200	< 50	≤ 16	< 6	≤ 1	$\leq 5,46 \text{ E-}06$
3,75	< 200	< 50	≤ 16	< 7	≤ 1	$\leq 5,46 \text{ E-}06$
5,0	< 200	< 50	≤ 16	< 9	≤ 1	$\leq 5,46 \text{ E-}06$

(Nguồn: Viễn thông Ninh Bình)

Bảng 2.3. Các chỉ tiêu truyền dẫn đối với dịch vụ SDTV, VoD mã MPEG-4AVC hay VC-1

Tốc độ luồng (Mbps)	Trễ, ms	Rung pha, ms	Thời gian lỗi cực đại, ms	Chu kỳ tổn thất gói IP, gói IP	Khoảng tổn thất gói, sự kiện lỗi/giờ	Tỉ lệ lỗi gói luồng IP video
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1,75	< 200	< 50	≤ 16	< 4	≤ 1	≤ 6,68 E-06
2,0	< 200	< 50	≤ 16	< 5	≤ 1	≤ 7,31 E-06
2,5	< 200	< 50	≤ 16	< 5	≤ 1	≤ 5,85 E-06
3,0	< 200	< 50	≤ 16	< 6	≤ 1	≤ 5,85 E-06

(Nguồn: Viễn thông Ninh Bình)

Bảng 2.4. Các chỉ tiêu truyền dẫn đối với dịch vụ HDTV mã MPEG-2

Tốc độ luồng (Mbps)	Trễ, ms	Rung pha, ms	Thời gian lỗi cực đại, ms	Chu kỳ tổn thất gói IP, gói IP	Khoảng tổn thất gói, sự kiện lỗi/giờ	Tỉ lệ lỗi gói luồng IP video
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
15,0	< 200	< 50	≤ 16	< 24	≤ 1	≤ 1,17 E-06
17,0	< 200	< 50	≤ 16	< 27	≤ 1	≤ 1,16 E-06
18,1	< 200	< 50	≤ 16	< 29	≤ 1	≤ 1,17 E-06

(Nguồn: Viễn thông Ninh Bình)

Bảng 2.5. Các chỉ tiêu truyền dẫn đối với dịch vụ HDTV mã MPEG-4 AVChay VC-1

Tốc độ luồng (Mbps)	Trễ, ms	Rung pha, ms	Thời gian lỗi cực đại, ms	Chu kỳ tổn thất gói IP, gói IP	Khoảng tổn thất gói, sự kiện lỗi/giờ	Tỉ lệ lỗi gói luồng IP video
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
8	< 200	< 50	≤ 16	< 14	≤ 1	≤ 1,28 E-06

10,0	< 200	< 50	≤ 16	< 17	≤ 1	$\leq 2,24 \text{ E-06}$
12	< 200	< 50	≤ 16	< 20	≤ 1	$\leq 5,22 \text{ E-06}$

❖ (Nguồn: Viễn thông Ninh Bình)

Thực tế:

Bảng 2.6. Các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật của MyTV tại VNPT Ninh Bình

STT	Tên chỉ tiêu	Phương pháp xác định	Chỉ tiêu	Thực tế đạt được
1	Chỉ tiêu chất lượng tín hiệu video	Phương pháp mô phỏng	$MOS \geq 3,0$	$MOS = 3,3$
		Phương pháp giám sát	Theo bảng 2.3, 2.4, 2.5, 2.6	Đạt chỉ tiêu
2	Thời gian tương tác	Phương pháp giám sát	Theo bảng 2.7	Đạt chỉ tiêu
3	Chỉ tiêu đồng bộ giữa tín hiệu hình và tiếng	Phương pháp giám sát	Theo bảng 2.8	Đạt chỉ tiêu

(Nguồn: Viễn thông Ninh Bình)

2.2.2 Chỉ tiêu và thực tế về thời gian xử lý dịch vụ truyền hình MyTV

❖ **Chỉ tiêu:**

✓ Thời gian thiết lập dịch vụ

Định nghĩa: thời gian khách hàng và nhân viên ký hợp đồng. Đến khi khách hàng có thể sử dụng dịch vụ.

3 ngày là thời gian mà khách hàng nhờ hỗ trợ. Nếu khách hàng không ký hợp đồng, nhân viên phải viết báo cáo. Khách hàng phải nêu lý do từ chối ký hợp đồng trong báo cáo.

Chỉ tiêu: Thời gian thiết lập dịch vụ chiếm ít nhất 90% số hợp đồng nên rất quan trọng, thời gian được công ty quy định:

Trường hợp không lắp đặt đường thuê bao, $E \leq 5$ ngày.

Trường hợp có lắp đặt đường thuê bao, E được cộng thêm thời gian lắp đặt đường thuê bao E_i :

- Nội thành, thị xã: $E_i \leq 7$ ngày.

- Thị trấn, làng, xã: $E_i \leq 15$ ngày.

Phương pháp xác định: Phương pháp thống kê. Ít nhất là 3 tháng để thống kê dịch vụ IPTV.

✓ *Thời gian khắc phục dịch vụ*

Định nghĩa: là thời gian DNCCDV nhận thông báo đến lúc dịch vụ được hỗ trợ xong.

Chỉ tiêu: thời gian quy định chiếm ít nhất 90% số lần mất dịch vụ được xử lý:

- Nội thành, thị xã: $R \leq 36$ giờ.
- Thị trấn, làng, xã: $R \leq 72$ giờ.

Phương pháp xác định: Phương pháp thống kê. Trong khoảng thời gian ít nhất là 3 tháng phải thống kê đầy đủ số liệu khắc phục dịch vụ.

Bảng 2.7. Các chỉ tiêu chất lượng phục vụ của MyTV tại Viễn Thông Ninh Bình

STT	Tên chỉ tiêu	Phương pháp xác định	Chỉ tiêu	Thực tế đạt được
1	Độ khả dụng của dịch vụ	Phương pháp thống kê	$\geq 99,5\%$	99,8%
2	Thời gian thiết lập dịch vụ	Phương pháp thống kê	≤ 7 ngày (15 ngày)	8 ngày
3	Thời gian khắc phục dịch vụ	Phương pháp thống kê	≤ 36 giờ (72 giờ)	24 giờ (72 giờ)
4	Hội âm khiếu nại khách hàng	Phương pháp thống kê	48h/ 3 tháng	24h
5	Khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ	Phương pháp thống kê	$\leq 0,25/ 100$ khách hàng	0,18/100 khách hàng
6	Dịch vụ hỗ trợ khách hàng	Phương pháp thống kê	24h/ 24	24h/24

(Nguồn: Viễn Thông Ninh Bình)

2.3 Đánh giá chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV dựa trên cảm nhận của khách hàng

2.3.1 Khách hàng mục tiêu

Các hộ gia đình là khách hàng sử dụng MyTV. Ngoài ra còn có sự tham gia của nhà hàng, khách sạn, công ty. Tùy đối tượng khách hàng mà MyTV có chính sách phù hợp

Chất lượng cảm nhận (QoE) được các hộ gia đình yêu cầu. (QoS) chất lượng phục vụ cũng được quan tâm. Quá trình khảo sát đối với khách hàng thì yêu cầu các nội dung như: nâng cấp, clip, công nghệ,... Nên công ty phải đổi mới nhiều khó khăn để đáp ứng khách hàng.

Cơ sở hạ tầng đường trục sẵn là một trong thuận lợi mà Viễn thông Ninh Bình có thể tận dụng. Chính vì thế có thể dễ dàng cung cấp các dịch vụ MyTV cho tất cả các khách hàng. Đồng thời, Viễn thông Ninh Bình còn có nhiều khó khăn và thách thức như các hộ dân ở vùng xa trung tâm có mức thu nhập của thấp nên không thể sử dụng dịch vụ MyTV. Còn nhiều khách hàng không quan tâm đến gói MyTV, do chưa đủ hấp dẫn. Và do tính chất đặc thù của dịch vụ MyTV, mỗi STB chỉ sử dụng cho một TV. Nên các hộ gia đình thường dùng một hợp đồng dịch vụ MyTV.

Khách hàng lớn như khách sạn, nhà hàng, công ty cần đáp ứng về (QoS). Họ cũng đòi hỏi về chất lượng cảm nhận (QoE). Vấn đề chính sự hiểu biết về thiết bị khác nhau nên khách hàng yêu cầu về chất lượng dịch vụ sẽ khác nhau. Trong quá trình cung cấp dịch vụ, các trục trặc hay sự cố của nhóm đối tượng khách hàng này cần nhanh chóng khắc phục sớm hơn so với các hộ gia đình. Ngoài ra, họ sẽ đòi hỏi mức giá mềm hơn. Đây là một trong những thách thức và khó khăn mà Viễn thông Ninh Bình đối mặt. Vì giá thiết bị phụ thuộc lớn vào các nhà cung cấp nên khó có thể đáp ứng đầy đủ các yêu cầu của nhóm khách hàng này.

2.3.2 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

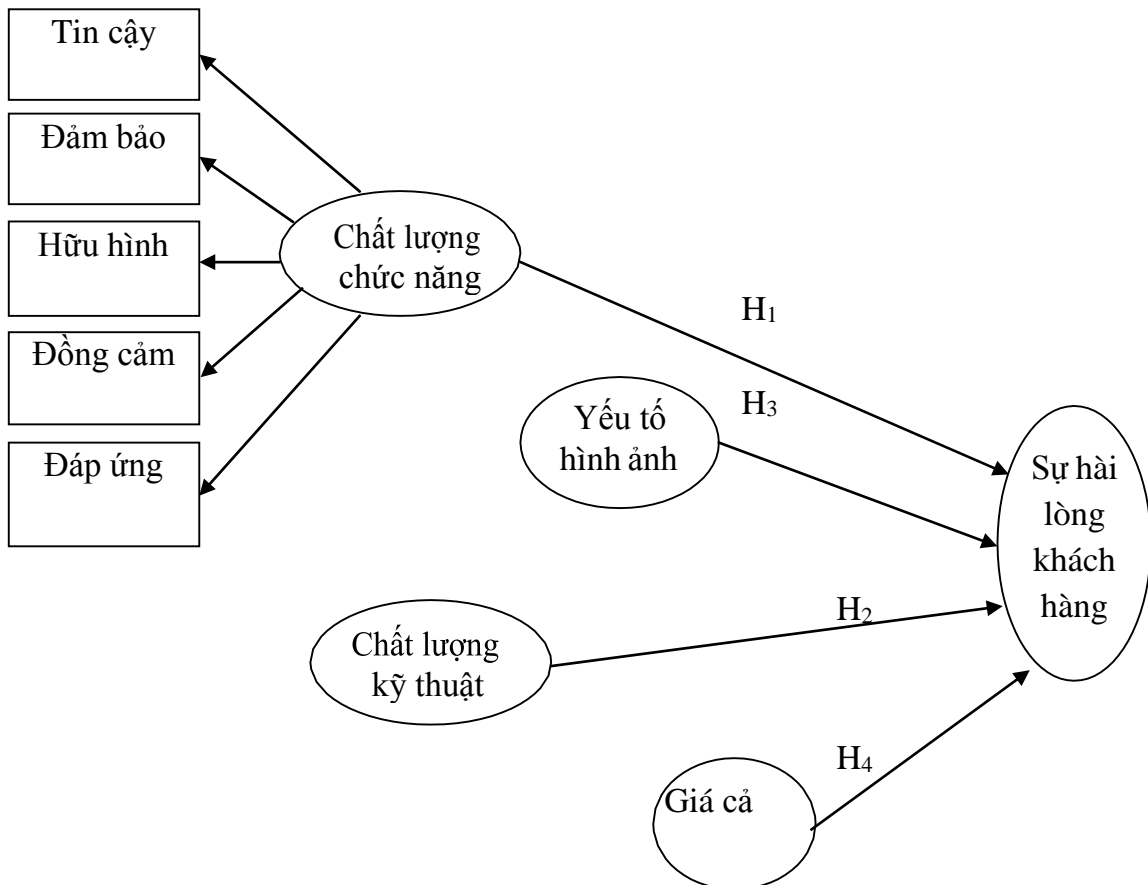
Mô hình Servqual là mô hình phổ biến được sử dụng trong các nghiên cứu

marketing trong việc khái quát hóa các tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ: bán lẻ vỏ xe (Carman, 1990), khách sạn (Saleh và Ryan, 1992), du lịch và lữ hành (Fick và Ritchie, 1991), car servicing (Bouman và van der Wiele, 1992), business schools (Rigotti và Pitt, 1992), dịch vụ thông tin (Pitt và cộng sự, 1995), giáo dục chất lượng cao (Ford và cộng sự, 1993; McElwee và Redman, 1993), Mehta và Durvasula 1998), ngân hàng (Newman, 2001; Kwon và Lee, 1994; Wong và Perry), bán lẻ đồ trang sức (Gagliano và Hathcote, 1994), những siêu thị như Kmart, Walmart, and Target (Teas, 1993), chính quyền địa phương (Bryslan và Curry, 2001; Wisniewski 2001; Scott và Shieff, 1993), chăm sóc sức khỏe (Babakus và Mangold, 1992; Bebeko và Garg, 1995; Bowers và cộng sự, 1994; Reidenbach và Sandifer-Smallwood, 1990; Woodside và cộng sự, 1989), các trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp (Carman, 1999). Tuy nhiên, mô hình Servqual vẫn có nhược điểm nhất định. Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman cho thấy 5 yếu tố tác động trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng, đó là tin cậy, khả năng đáp ứng, phương tiện hữu hình, năng lực phục vụ và sự đồng cảm. Mô hình đã bỏ qua các tác động đến yếu tố hình ảnh. Trong khi đó, đối với nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực truyền hình trả tiền, mô hình chất lượng dịch vụ của Gi-Du Kang và Jeffrey James có ưu điểm hơn. Tác giả đã tập trung vào mô hình chất lượng dịch vụ. Chất lượng chức năng và chất lượng kỹ thuật là hai yếu tố quan trọng. Theo tác giả, bộ phận chất lượng chức năng dựa trên yếu tố sau: cảm thông, tin cậy, đảm bảo, đáp ứng và hữu hình. Chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật và hình ảnh là 3 yếu tố trong mô hình giả định. “Nhận thức chất lượng dịch vụ”, rất quan trọng. Nó là yếu tố trung gian ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng.

Mặt khác, nghiên cứu “Sự hài lòng của khách hàng TP.HCM đối với chất lượng dịch vụ truyền hình trả tiền” (Hà Nam Khánh Giao và Lê Quốc Dũng, Tạp chí Phát triển kinh tế, 274 (08/2013), 36-50) cho rằng sự cạnh tranh gay gắt của thị trường và các thay đổi của khách hàng về việc nhận diện sản phẩm dịch vụ. Giá cả và sự hài lòng được khách hàng quan tâm. Đó là các nhận định của các nhà nghiên cứu. Trong nghiên cứu của Varki và Colgate (2001) đã chứng minh mối

quan hệ trên. Thêm vào đó, còn phụ thuộc vào độ nhạy cảm của khách hàng với giá dịch vụ hay sản phẩm.

Từ mô hình chất lượng dịch vụ của Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004), nghiên cứu “Sự hài lòng của khách hàng tại TP.HCM đối với chất lượng dịch vụ truyền hình trả tiền” (Hà Nam Khánh Giao và Lê Quốc Dũng, Tạp chí Phát triển kinh tế, 274 (08/2013), 36-50) tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 2.1. Mô hình nghiên cứu sự hài lòng khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV trên địa bàn thành phố Ninh Bình

(Nguồn: VNPT Ninh Bình)

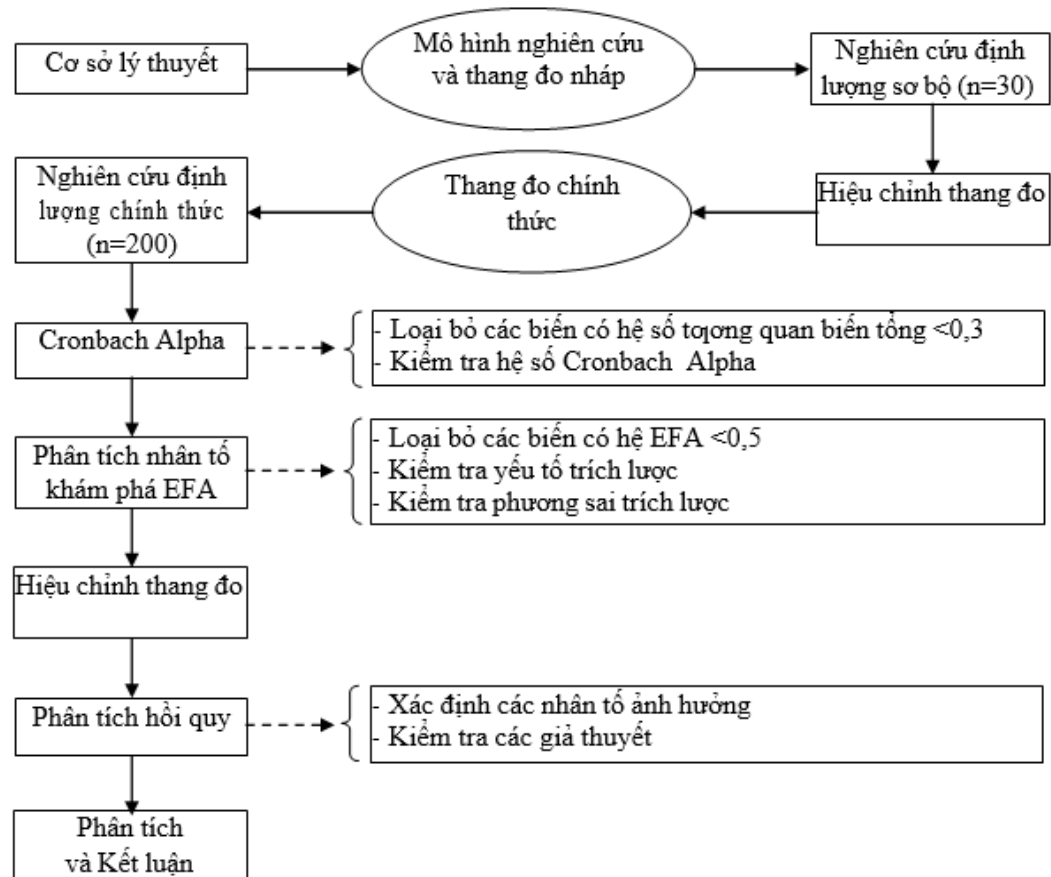
2.3.3 Thiết kế nghiên cứu

2.3.3.1 Quy trình nghiên cứu

Nghiên cứu này bao gồm hai bước chính: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Cả hai nghiên cứu này đều sử dụng phương pháp định lượng.

Dựa trên phương pháp phỏng vấn trực tiếp với các khách hàng để nghiên cứu sơ bộ. Nghiên cứu thực hiện với mẫu 30 khách hàng. Mục đích chính là đánh giá sơ bộ trước khi tiến hành thực hiện nghiên cứu chính thức. Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha thang đo được đánh giá sơ bộ và phân tích nhân tố khám phá EFA.

Nghiên cứu chính thức dùng phỏng vấn trực tiếp. Kích thước mẫu của nghiên cứu này là 200 khách hàng. Nghiên cứu chính thức được thực hiện từ tháng 5 đến tháng 6 năm 2016. Để kiểm định lại mô hình đo lường cũng như các giả thuyết trong mô hình. Thang đo được kiểm định bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA, cuối cùng là kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính bội.



Hình 2.3. Quy trình nghiên cứu

2.3.3.2. Phương pháp thu thập thông tin và cỡ mẫu

Theo số liệu của Cục thống kê Tỉnh Ninh Bình, năm 2021 dân số trên địa bàn Tỉnh Ninh Bình khoảng hơn 140.011 người. Vì vậy, việc xác định quy mô tổng thể khách hàng đang sử dụng dịch vụ truyền hình MyTV trên địa bàn Tỉnh Ninh Bình là vô cùng khó khăn. Thêm vào đó là sự hạn chế về nguồn lực để thực hiện nghiên cứu. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện, phi xác suất được dùng cho nghiên cứu này.

Phương pháp phổ biến nhất trong nghiên cứu thị trường là chọn mẫu. Đây là phương pháp chọn mẫu phi xác suất. Các nhà nghiên cứu tiếp cận với phần tử mẫu bằng phương pháp thuận tiện. Đồng nghĩa với việc, nhà nghiên cứu có khả năng tiếp cận thì có thể chọn những phần tử bất kỳ nào (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2009).

Phương pháp lấy mẫu thuận tiện được tác giả sử dụng thông qua việc phát phiếu hỏi trực tiếp hoặc online bằng thư điện tử, facebook, công cụ Google Docs đến những người ở trên địa bàn Tỉnh Ninh Bình có thể tiếp cận được đang sử dụng dịch vụ truyền hình MyTV để phỏng vấn. Sau khi phỏng vấn các đối tượng này, tác giả tiến hành nhờ những người đã trả lời phiếu khảo sát giới thiệu và nhân rộng đến bạn bè, người thân, đồng nghiệp... để đảm bảo đạt được số mẫu mong muốn.

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA để rút trích nhân tố. Phân tích nhân tố cần ít nhất 200 quan sát (Gorsuch, 1983). Cần tối thiểu là 5 mẫu cho một tham số để ước lượng (Bollen, 1989). Số lượng là 37, đây là tham số tối đa cần ước lượng trong nghiên cứu này. Như vậy, kích thước mẫu tối thiểu là 185 (5×37).

Xác định cỡ mẫu dùng phân tích nhân tố EFA thường thì số quan sát (kích thước mẫu) ít nhất phải bằng 4 hay 5 lần số biến trong phân tích nhân tố (Chu Nguyễn Mộng Ngọc và Hoàng Trọng, 2008). Để phân tích hồi quy đạt được kết quả tốt nhất, kích thước mẫu phải thỏa mãn công thức $n \geq 8k + 50$ để phân tích hồi quy đạt được kết quả tốt nhất (k là số biến độc lập của mô hình, n là kích thước mẫu). Nên $n = 200$, là kích thước mẫu được chọn cho nghiên cứu chính thức.

Bảng câu hỏi được hiệu chỉnh hai lần để đảm bảo, đầy đủ thông tin. Hiệu chỉnh lần đầu, đối tượng thực hiện Bảng câu hỏi xong, thì sẽ tiến hành ngay. Mục

đích, để tra lại cho hoàn chỉnh và phát hiện các câu hỏi bị bỏ sót, hay các vấn đề khác liên quan đến Bảng câu hỏi. Hiệu chỉnh lần sau, để kiểm tra và loại bỏ Bảng hỏi nào chưa hợp lệ.

2.3.3.3 Phương pháp phân tích dữ liệu

❖ *Phân tích hệ số Cronbach's Alpha*

Để loại các biến không phù hợp, cần dùng phương pháp trên trước khi phân tích nhân tố EFA. Bởi vì các yếu tố giả sẽ gây ra bởi các biến rác này (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2009).

Khi hệ số Cronbach's Alpha từ 0.8 trở lên đến gần 1 thì thang đo lường là tốt, từ 0.7 đến gần 0.8 là dùng được. Hệ số Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên cũng có khả năng chấp nhận được, theo các nhà nghiên cứu đã đề nghị (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995) nhưng nếu hệ số Cronbach's Alpha quá cao (>0.95) thì thang đo cũng không tốt vì các biến đo lường gần như là một (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2007).

Việc biết những đo lường có liên kết với nhau hay không cần có hệ số tin cậy Cronbach's Alpha; nhưng không cụ thể để biết nên bỏ hoặc giữ biến nào. Để giúp loại ra những biến quan sát cần tính toán hệ số tương quan giữa biến – tổng (item – total correlation). Hệ số tương quan biến - tổng phải lớn hơn 0,3. Chính vì thế, sẽ loại nếu các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3. Tiêu chuẩn chọn thang đo khi hệ số Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên vì trước đây chưa từng có nghiên cứu nào dịch vụ truyền hình trả tiền thực hiện trên địa Tỉnh Ninh Bình nên đây là một khái niệm mới đối với người trả lời.

Việc đánh giá thang đo dựa theo tiêu chí sau, khi đã nghiên cứu:

- Hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 cần loại bỏ.
- Cần chọn Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6; thang đo có độ tin cậy.

❖ *Phân tích nhân tố khám phá EFA*

Sau khi phân tích hệ số tin cậy Cronbach's Alpha. Bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA mà loại đi những biến không đủ độ tin cậy, các thang đo được đánh giá tiếp theo Để thu nhỏ và gom các biến lại, xem xét mức độ hội tụ của

các biến quan sát theo từng thành phần và giá trị phân biệt giữa các nhân tố. Để rút gọn nhiều biến quan sát với nhau thành một tập hợp các biến (nhân tố) để chúng có ý nghĩa hơn nhưng đầy đủ thông tin của tập biến ban đầu cần phân tích nhân tố khám phá EFA (Hair và cộng sự, 1998).

Để phân tích nhân tố phải có điều kiện. Chính là sự tương quan các biến phải với nhau. Để kiểm định giả thuyết H_0 là các biến không có tương quan với nhau trong tổng thể dùng kiểm định Bartlett (Bartlett's test of sphericity). Một ma trận đơn vị hay ma trận tương quan tổng thể trong đó tất cả các giá trị trên đường chéo đều bằng 1 và các giá trị nằm ngoài đường chéo đều bằng 0. Sự biến đổi thành đại lượng chi bình phương (chi-square) từ định thức của ma trận tương quan dựa vào đại lượng kiểm định. Để càng có thêm khả năng bác bỏ giả thuyết thì đại lượng này phải có giá trị càng lớn. Phân tích nhân tố có thể không thích hợp, nếu giả thuyết H_0 không thể bị bác bỏ (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp phân tích nhân tố là chỉ số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) trong phân tích nhân tố. Điều kiện đủ để phân tích nhân tố thích hợp là trị số của KMO lớn (giữa 0.5 và 1). Nhân tố có khả năng không thích hợp với các dữ liệu khi trị số này nhỏ hơn 0.5 (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Phép xoay Varimax đi cùng với phương pháp trích Principal Components Analysis được dùng .

Để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của phân tích nhân tố EFA cần có trọng số nhân tố (factor loading) phải > 0.3 . Trọng số nhân tố lớn hơn 0.4 được xem là quan trọng, lớn hơn 0.3 được xem là đạt mức tối thiểu, lớn hơn 0.5 được xem là có ý nghĩa thiết thực. Cần khác biệt trọng số nhân tố của một biến quan sát giữa các nhân tố lớn hơn hay bằng 0.3 để đảm bảo giá trị phân biệt giữa các nhân tố (Jabnoun Al Tamimi, 2003). Phương sai trích phải đạt từ 50% trở lên (Hair và cộng sự, 1998). Ngoài ra, trị số eigenvalue phải lớn hơn 1. Giữ lại trong mô hình phân tích với những nhân tố nào có eigenvalue lớn hơn 1. Không có tác dụng tóm tắt

thông tin tốt hơn một biến gốc với các nhân tố có eigenvalue nhỏ hơn 1 (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Tóm lại, các điều kiện sau cần đáp ứng:

- Kiểm định Bartlett có $\text{Sig} < 0.05$
- $0.5 < \text{KMO} < 1$
- Factor Loading > 0.5
- Eigenvalue > 1

Sau khi phân tích nhân tố xong sẽ hiệu chỉnh mô hình lý thuyết theo kết quả phân tích nhân tố và tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính bội.

❖ *Phân tích hồi quy tuyến tính bội và tương quan*

Khi bắt đầu phân tích, phải xem xét mối tương quan tuyến tính giữa các biến độc lập và các biến độc lập với biến phụ thuộc. Chính là hệ số tương quan Pearson trong ma trận hệ số tương quan để xem xét có phù hợp mối tương quan này.

Nếu kết luận được là các biến độc lập và biến phụ thuộc có tương quan tuyến tính với nhau qua hệ số tương quan Pearson, Chúng ta có thể mô hình hóa mối quan hệ nhân quả của chúng bằng mô hình hồi quy tuyến tính bội bằng cách giả định rằng chúng ta đã cân nhắc kỹ bản chất của mối liên hệ tiềm ẩn giữa các biến và xem như đã xác định đúng hướng của một mối quan hệ nhân quả giữa chúng. Trong đó các biến còn lại gọi là các biến độc lập, một biến được gọi là biến phụ thuộc.

Tác giả sử dụng kiểm định F để kiểm định độ phù hợp của mô hình trong bảng phân tích phương sai là một phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể.

Kiểm định ý nghĩa của các hệ số hồi quy. Để kiểm định ý nghĩa của các hệ số hồi quy dùng các thông số thống kê của từng biến độc lập.

Xử lý tất cả các biến đưa vào một lần qua sử dụng phương pháp Enter, SPSS và đưa ra các thông số thống kê liên quan đến các biến.

Sau đó, cần dò tìm các vi phạm giả định cần thiết

-Đối với giả định về tính độc lập của sai số. Để kiểm định tương quan của các sai số kề nhau dùng đại lượng thống kê Durbin-Watson. Tương ứng với giả thuyết H_0 là hệ số tương quan tổng thể của các phần dư bằng 0

-Đối với giả định không có mối tương quan giữa các biến độc lập (đo lường hiện tượng đa cộng tuyến), sử dụng hệ số phóng đại phương sai (VIF - Variance inflation factor), nếu VIF vượt quá 10 đó là dấu hiệu của hiện tượng đa cộng tuyến.

Tiếp theo là đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội bằng hệ số R^2 và hệ số R^2 điều chỉnh. Hệ số R^2 không giảm theo số biến độc lập được đưa vào mô hình. Hệ số R^2 càng tăng khi càng đưa thêm nhiều biến độc lập. Nhưng không phải phương trình có nhiều biến sẽ càng phù hợp với tập dữ liệu. Để phản ánh tốt hơn mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội thì cần hệ số R^2 hiệu chỉnh. Hệ số R^2 hiệu chỉnh không nhất thiết phải tăng lên khi nhiều biến độc lập được đưa thêm vào mô hình. Thước đo sự phù hợp là Hệ số R^2 hiệu chỉnh. Nó được dùng cho tình huống hồi quy tuyến tính bội. Bởi vì nó không bị ảnh hưởng vào độ lệch phóng đại của hệ số R^2 .

Sau đó sẽ hiệu chỉnh mô hình lý thuyết và mô hình xong. Để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến giá trị cảm nhận của khách hàng cần viết phương trình hồi quy tuyến tính bội, dựa vào các hệ số hồi quy chuẩn hóa. Mức độ ảnh hưởng của nhân tố đó đến giá trị cảm nhận của khách hàng càng cao khi hệ số hồi quy chuẩn hóa của nhân tố nào càng lớn. Vì vậy, nếu cùng dấu thì mức độ ảnh hưởng theo chiều thuận và ngược lại.

Cuối cùng thực hiện kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV theo các biến giới tính, độ tuổi, thu nhập bằng phân tích ANOVA, T – test và kiểm định phi tham số, với mức ý nghĩa 5%.

2.3.4 Phân tích thang đo

Việc phân tích các thang đo sẽ đảm bảo đánh giá bao quát được toàn bộ những khái niệm cũng như đảm bảo được độ tin cậy trong tất cả các thang đo, tức quá trình xây dựng các biến nghiên cứu thì tác giả sẽ tập trung lựa chọn những khái niệm đã được thừa nhận ở nghiên cứu trước đây. Những thang đo đã được xây dựng

từ cơ sở kế thừa các thang đo khác của nghiên cứu đồng thời cũng đã được rất nhiều những tác giả kiểm chứng và ứng dụng vào trong nghiên cứu của chính mình về những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng trong các lĩnh vực khác nhau. Các thang đo chủ yếu được xây dựng dựa trên thang đo được rút ra từ nghiên cứu của Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004). Bên cạnh đó tác giả sử dụng thêm thang đo “Giá cả” từ nghiên cứu của Hà Nam Khánh Giao và cộng sự (2013). Bảng 2.9 thể hiện các biến nghiên cứu cho nghiên cứu định lượng. Tất cả các thang đo được đo lường dưới dạng Likert 5 điểm, với 1 điểm là hoàn toàn không đồng ý, 2 điểm là không đồng ý, 3 điểm là trung hòa, 4 điểm là đồng ý và 5 điểm là hoàn toàn đồng ý.

Bảng 2.8. Các biến nghiên cứu và nguồn gốc thang đo

STT	Khái niệm	Nguồn
1	Chất lượng chức năng	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
1.1	Tin cậy	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
1.2	Đảm bảo	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
1.3	Hữu hình	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
1.4	Đồng cảm	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
1.5	Đáp ứng	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
2	Chất lượng kỹ thuật	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
3	Hình ảnh	Gi-Du Kang và Jeffrey James (2004)
4	Giá cả	Hà Nam Khánh Giao và cộng sự (2013)

2.3.4.1 Thang đo Thành phần Chất lượng chức năng

❖ *Thang đo Thành phần Tin cậy*

Thang đo Thành phần Tin cậy được thiết kế bao gồm bốn biến quan sát, thang đo này dùng để đo lường khả năng cung ứng dịch vụ chính xác và uy tín như những gì doanh nghiệp đã cam kết với khách hàng.

Bảng 2.9. Thang đo Thành phần Tin cậy

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	TC1	Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ như cam kết
2	TC2	Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn
3	TC3	Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng.
4	TC4	Hóa đơn tính cước chính xác, dễ hiểu

❖ *Thang đo Thành phần Đảm bảo*

Thang đo Thành phần Đảm bảo được thiết kế bao gồm bốn biến quan sát, thang đo này dùng để đo lường trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ của nhân viên đối với khách hàng.

Bảng 2.10. Thang đo Thành phần Đảm bảo

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	ĐB1	Nhân viên ở các quầy giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện
2	ĐB2	Nhân viên có đủ các kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng
3	ĐB3	Nhân viên bảo trì có nhanh nhẹn
4	ĐB4	Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình

❖ *Thang đo Thành phần Hữu hình*

Thang đo thành phần hữu hình sẽ thiết kế với bốn biến quan sát, ở thang đo này thì chúng ta sẽ sử dụng để đo lường những yếu tố về ngoại hình, phục vụ của nhân viên cũng như các trang thiết bị để họ sử dụng trong việc phục vụ cho dịch vụ

Bảng 2.11. Thang đo Thành phần Hữu hình

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	HH1	Tại các điểm giao dịch của MyTv có phòng trưng bày các trang thiết bị hiện đại giúp khách hàng trải nghiệm tất cả các dịch vụ mới nhất.
2	HH2	Nhân viên Mytv có đồng phục phù hợp
3	HH3	Nhân viên có tác phong tốt
4	HH4	Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng

❖ *Thang đo Thành phần Đồng cảm*

Ở thang đo thành phần đồng cảm sẽ được thiết kế với năm biến quan sát, thang đo này sử dụng để đo lường sự quan tâm, chăm sóc của nhân viên dịch vụ doanh nghiệp tới khách hàng

Bảng 2.12. Thang đo Thành phần Đồng cảm

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	ĐC1	Nhân viên quan tâm đến nhu cầu của khách hàng
2	ĐC2	Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng
3	ĐC3	Thời gian hoạt động tại Mytv thuận tiện
4	ĐC4	Thắc mắc, khiếu nại được Mytv giải quyết tốt
5	ĐC5	Dễ dàng gọi vào tổng đài chăm sóc khách hàng 24/24

❖ *Thang đo Thành phần Đáp ứng*

Chúng ta thiết kế thang đo thành phẩm đặt ứng với năm biến quan sát, thang đo này sẽ được sử dụng để đo lường sự mong muốn cũng như sẵn sàng của tất cả các nhân viên phục vụ trong vấn đề cung cấp dịch vụ nhanh chóng kịp thời cho khách

hàng, khả năng giải quyết những vấn đề một cách nhanh chóng, có hiệu quả tới những khiếu nại của khách hàng, Luôn luôn trong trạng thái sẵn sàng để hỗ trợ cũng như giúp đỡ đáp ứng bất kỳ yêu cầu nào của khách hàng

Bảng 2.13. Thang đo Thành phần Đáp ứng

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	ĐU1	Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng
2	ĐU2	Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng
3	ĐU3	Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng
4	ĐU4	Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay
5	ĐU5	Truyền hình MyTV có nhiều dịch vụ gia tăng

2.3.4.2 Thang đo Thành phần Chất lượng kỹ thuật

Thang đo Thành phần Chất lượng kỹ thuật được thiết kế bao gồm năm biến quan sát, thang đo này dùng để đo lường các yếu tố chất lượng của truyền hình MyTV: âm thanh, hình ảnh, chất lượng đường truyền...

Bảng 2.14. Thang đo Thành phần Chất lượng kỹ thuật

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	CLKT1	Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn
2	CLKT2	Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét
3	CLKT3	Dịch vụ truyền hình MyTV có chất lượng âm thanh sống động
4	CLKT4	Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh
5	CLKT5	Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa hình ảnh và âm thanh

2.3.4.3 Thang đo Thành phần Hình ảnh

Thang đo Thành phần Hình ảnh được thiết kế bao gồm ba biến quan sát, thang đo này dùng để đo lường các yếu tố về cảm nhận, đánh giá của khách hàng về hình ảnh của VNPT.

Bảng 2.15. Thang đo Thành phần Hình ảnh

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	HA1	MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi giới thiệu cho người thân
2	HA2	VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy
3	HA3	VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV

2.3.4.4 Thang đo Thành phần Giá cả

Về thang đo thành phần giá cả ở đây chúng ta sẽ thiết kế với gồm bốn biến quan sát, thang đo này sẽ được dùng để đo lường những yếu tố cảm nhận của các khách hàng về sự tương quan đối với số tiền mình bỏ ra và chất lượng dịch vụ mình được nhận lại

Bảng 2.16. Thang đo Thành phần Giá cả

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	GC1	Giá cước hòa mạng chấp nhận được
2	GC2	Giá cước thuê bao chấp nhận được
3	GC3	Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá
4	GC4	Giá cước dịch vụ cạnh tranh so với đối thủ

2.3.4.5 Thang đo Sự hài lòng

Đối với sự hài lòng của khách hàng thì chúng ta sẽ thiết kế thang đo gồm ba biến quan sát, ở đây thang đo này sẽ được sử dụng để đo lường mức độ hài lòng của tất cả khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV của VNPT.

Bảng 2.17. Thang đo Sự hài lòng

STT	Mã hóa	Câu hỏi
1	HL1	Anh / chị hài lòng chất lượng dịch vụ tại MyTV
2	HL2	Anh / chị hoàn toàn hài lòng với giá cả dịch vụ MyTV của VNPT Tỉnh Ninh Bình
3	HL3	Anh / chị hoàn toàn hài lòng khi làm việc với VNPT Tỉnh Ninh Bình

2.3.4.6 Đánh giá sơ bộ thang đo

Theo như những vấn đề đã trình bày ở trên thì có thang đo ở đây được sử dụng trong việc nghiên cứu dựa theo rất nhiều các thang đo của các nghiên cứu khác nhau, chúng đều được áp dụng trong vấn đề nghiên cứu sơ bộ để tiếp tục đánh giá hệ số tin cậy thông qua Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA cho từng khái niệm. Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha được sử dụng trước để loại các biến không phù hợp. Các biến có hệ số tương quan biến - tổng (item – total correlation) nhỏ hơn 0.3 sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo khi nó có độ tin cậy Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên. Các biến có trọng số nhân tố (factor loading) nhỏ hơn 0.5 trong EFA sẽ tiếp tục bị loại. Dùng Principal components với phép quay Varimax cho phương pháp trích hệ số và điểm dừng khi trích các yếu tố có eigenvalue = 1. Thang đo được chấp nhận khi trọng số nhân tố từ 0.05 trở lên, tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50%.

Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện trong tháng 5 năm 2021. Tác giả tiến hành phát phiếu hỏi trực tiếp đến những người ở địa Tỉnh Ninh Bình có thể tiếp cận được, đang sử dụng dịch vụ truyền hình MyTV. Mẫu nghiên cứu sơ bộ là $n = 30$. Số lượng bảng câu hỏi phát ra là 37 bảng. Kết quả thu về được 30 bảng hợp lệ. Người trả lời phiếu khảo sát không cung cấp đầy đủ thông tin sẽ bị loại các phiếu.

❖ Bộ thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Bảng 2.19 trình bày kết quả phân tích Cronbach's Alpha của các thang đo.

Các thang đo đều có hệ số tương quan biến - tổng trên 0.3 và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên. Thang đo Tin cậy (TC) có hệ số Cronbach's Alpha là 0.879. Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Đảm bảo (ĐB) là 0.820. Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Hữu hình (HH) là 0.811, trong thang đo Hữu hình nếu loại bỏ biến HH2 thì hệ số Cronbach's Alpha sẽ tăng lên 0.822. Tuy nhiên, biến HH2 có hệ số tương quan biến – tổng đạt yêu cầu ($0.489 > 0.3$) nên vẫn được đưa vào sử dụng cho phân tích nhân tố EFA. Thang đo Đồng cảm (ĐC) có hệ số Cronbach's Alpha là 0.881. Nếu loại bỏ biến ĐC2 trong thang đo này thì hệ số Cronbach's Alpha sẽ tăng từ 0.881 lên 0.887. Tuy nhiên, tương tự biến HH2 biến này có hệ số tương quan biến – tổng đạt yêu cầu ($0.566 > 0.3$) nên vẫn được đưa vào sử dụng cho phân tích nhân tố (EFA). Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Đáp ứng (ĐU) là 0.825, thang đo Chất lượng kỹ thuật (CLKT) là 0.833, thang đo Hình ảnh (HA) là 0.816, thang đo Giá cả là 0.878 và thang đo Sự hài lòng (HL) là 0.802. Nếu loại bỏ biến CLKT2 trong thang đo Chất lượng kỹ thuật thì hệ số Cronbach's Alpha của thang đo này tăng lên 0.843. Nếu loại biến HA1 trong thang đo Hình ảnh thì hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Hình ảnh tăng lên 0.844. Tuy nhiên, cũng tương tự như biến HH2, ĐC2 thì biến CLKT2 và HA1 đều có hệ số tương quan biến – tổng lớn hơn 0.3. Vì vậy, tác giả vẫn đưa 2 biến này vào sử dụng để phân tích nhân tố EFA ở bước tiếp theo.

Bảng 2.18. Tổng hợp Kết quả Cronbach's Alpha nghiên cứu sơ bộ(Phụ lục)

❖ Bộ thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá EFA cho từng khái niệm

Phương pháp phân tích yếu tố EFA được dùng để đánh giá. Để phân tích EFA cần dùng phương pháp trích Principal Components với phép quay vuông góc Varimax . Kết quả EFA, thang đo đều đạt yêu cầu về nhân tố trích, trọng số nhân tố (>0.50), phương sai trích ($>50\%$). Bảng 2.19 trình bày kết quả này.

Bảng 2.19. Tổng hợp Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho từng khái niệm trong nghiên cứu sơ bộ(Phụ lục)

Qua phân tích nhân tố khám phá EFA và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha , các thang đo trên đều đạt yêu cầu.

Như vậy thang đo các nhân tố được sử dụng trong nghiên cứu chính thức như

sau:

- Nhân tố Tin cậy (TC) được đo lường bởi 4 biến quan sát: TC1, TC2, TC3, TC4.
- Nhân tố Đảm bảo (ĐB) được đo lường bởi 4 biến quan sát: ĐB1, ĐB2, ĐB3, ĐB4.
- Nhân tố Hữu hình (HH) được đo lường bởi 4 biến quan sát: HH1, HH2, HH3, HH4.
- Nhân tố Đồng cảm (ĐC) được đo lường bởi 5 biến quan sát: ĐC1, ĐC2, ĐC3, ĐC4, ĐC5
- Nhân tố Đáp ứng (ĐU) được đo lường bởi 5 biến quan sát: ĐU'1, ĐU'2, ĐU'3, ĐU'4, ĐU'5
- Nhân tố Chất lượng kỹ thuật (CLKT) được đo lường bởi 5 biến quan sát: CLKT1, CLKT2, CLKT3, CLKT4, CLKT5.
- Nhân tố Hình ảnh (HA) được đo lường bởi 3 biến quan sát: HA1, HA2, HA3.
- Nhân tố Giá cả (GC) được đo lường bởi 4 biến quan sát: GC1, GC2, GC3, GC4
- Nhân tố Sự hài lòng (HL) được đo lường bởi 3 biến quan sát: HL1, HL2, HL3.

2.3.5 Kiểm định mô hình lý thuyết

Để có thể kiểm tra được sự quan trọng vai trò của các nhân tố trong khi đánh giá mối quan hệ của sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng của chức năng, kỹ thuật và hình ảnh cũng như giá cả của truyền hình MyTV; phân tích hồi quy tuyến tính sẽ hỗ trợ ta nhìn nhận được mức độ ảnh hưởng của những biến độc lập sang biến phụ thuộc.

Chúng ta có dạng mô hình hóa những nhân tố có sự ảnh hưởng đến việc hài lòng thỏa mãn của khách hàng cho dịch vụ truyền hình mai tivi dưới dạng như sau:

$$F = \beta_0 + \beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 + \beta_3 F_3 + \beta_4 F_4 + \varepsilon$$

Trong đó:

- F: biến phụ thuộc (Y) thể hiện sự hài lòng đối với dịch vụ truyền hình MyTV.
- Các biến độc lập (Xi): Chất lượng chức năng (F1), Chất lượng kỹ thuật (F2), Hình ảnh (F3), Giá cả (F4).
- β_0 : hệ số tự do, thể hiện giá trị của F khi các biến độc lập trong mô hình

bảng 0.

- β_i ($i=1, n$): Hệ số hồi quy riêng phần của các biến độc lập tương ứng $F1, F2, F3, F4$.

- ε : biến độc lập ngẫu nhiên có phân phối chuẩn với trung bình là 0 và phương sai không đổi.

❖ *Phân tích tương quan*

Mối quan hệ giữa các tuyến tính của các biến cần phải được xem xét trước khi bước vào việc tiến hành phân tích quy hồi tuyến tính bội. Nhận xét của các tương quan giữa những biến độc lập và biến phụ thuộc thông qua các hệ số tương quan. Bên cạnh đó, tương quan giữa các biến độc lập để thận trọng trong trường hợp đa cộng tuyến cũng cần xem xét có thể xảy ra khi phân tích hồi quy. Độ chính xác của kết quả nghiên cứu có thể bị ảnh hưởng bởi hiện tượng đa cộng tuyến.

Kết quả phân tích tương quan cho thấy, tất cả các biến độc lập (CLCN, CLKT, HA, GC) đều có tương quan với biến phụ thuộc (HL) ở mức ý nghĩa 5%. Đây là điều kiện cần để thực hiện phân tích hồi quy.

Biến phụ thuộc “Sự hài lòng” có tương quan mạnh nhất với biến độc lập “Chất lượng kỹ thuật” (Hệ số Pearson = 0.594), tiếp theo lần lượt là các biến “Hình ảnh” (Hệ số Pearson = 0.545), “Chất lượng kỹ thuật” (Hệ số Pearson = 0.515), “Giá cả hợp lý” (Hệ số Pearson = 0.412).

Sự tương quan ở đây vô cùng được kỳ vọng tại những nghiên cứu bởi vì những mối quan hệ chặt chẽ, tuyến tính giữa các bên với nhau sẽ giải thích được sự liên kết của các nhân tố tại một môi trường nghiên cứu. Chính vì vậy mà tất cả những biến độc lập này đều có thể được đưa vào phân tích quy hồi. Mặt khác giữa các biến độc lập với nhau cũng có sự tương quan với mức ý nghĩa 5%. Chính vì điều này mà trong phân tích quy hồi sẽ vô cùng thận trọng với tất cả những trường hợp đa cộng tuyến có thể diễn ra để giảm đi mức độ chính xác trong kết quả nghiên cứu.

Bảng 2.20. Kết quả phân tích tương quan(Phụ lục)❖ *Phân tích hồi quy đa biến*

Để kiểm định sự ảnh hưởng và vai trò quan trọng của các nhân tố lên sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV thì mô hình hồi quy được sử dụng. “Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV” và biến độc lập là các nhân tố “Chất lượng chức năng”, “Chất lượng kỹ thuật”, “Hình ảnh” và “Giá cả” là mô hình hồi quy có biến phụ thuộc các nhân tố kể trên. Để đưa tất cả các biến vào phân tích cùng một lúc dùng phương pháp Enter .

➤ *Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình***Bảng 2.21. Đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy**

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số của ước lượng	Durbin - Watson
1	.770 ^a	.592	.584	.59897	1.921
a. Predictors: (Constant), F4, F1, F2, F3					
b. Dependent Variable: F					

Kết quả ở Bảng 2.21. Mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu ở mức 58.4% với R² hiệu chỉnh là 0.584. Các biến độc lập trong mô hình này có khả năng giải thích được 58.4% sự biến thiên của “Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV”. Những nhân tố khác chưa được đề cập trong mô hình.

Kiểm định Durbin-Watson được thực hiện và kết luận các biến độc lập không có sự tự tương quan với nhau với hệ số bằng 1.921 (gần bằng 2)

Dùng kiểm định F để kiểm định giả thuyết về độ phù hợp mô hình hồi quy tuyến tính. Biến độc lập được thực hiện với giả thuyết H₀ là $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$. Kiểm định này dựa vào việc xem xét mối quan hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc

Kết quả của Bảng 2.22 bên dưới thể hiện kết quả của kiểm định này.

Bảng 2.22. Kết quả kiểm định độ phù hợp của mô hình

Mô hình		Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
1	Regression	101.662	4	25.416	70.841	.000b
	Residual	69.959	195	.359		
	Total	171.622	199			
a. Dependent Variable: F						
b. Predictors: (Constant), F4, F1, F2, F3						

Trị thống kê $F = 70.481$ với giá trị Sig. nhỏ hơn rất nhiều so với 0.05 cho phép bác bỏ giả thuyết H_0 cho rằng tất cả các hệ số hồi quy bằng 0 (ngoại trừ hằng số), mô hình hồi quy tuyến tính bội của nghiên cứu phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

➤ *Kết quả phân tích hồi quy đa biến*

Bảng 2.23. Các thông số thống kê của từng nhân tố trong mô hình

Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai
1	(Constant)	-1.960	.362		-5.414	.000		
	F1	.718	.123	.290	5.854	.000	.851	1.175
	F2	.401	.054	.376	7.454	.000	.821	1.218
	F3	.280	.053	.270	5.255	.000	.794	1.259
	F4	.187	.052	.176	3.625	.000	.883	1.133
a. Dependent Variable: F								

Nhìn vào kết quả của Bảng 2.23 ta thấy rằng tất cả các nhân tố đều có ý

nghĩa thống kê trong mô hình ($\text{sig} < 0.05$), bao gồm “Chất lượng chức năng”, “Chất lượng kỹ thuật”, “Hình ảnh” và “Giá cả”. Hệ số phóng đại phương sai thấp (từ 1.733 đến 1.259, nhỏ hơn 10) và độ chấp nhận (Tolerance) đạt từ 0.794 đến 0.883 và chấp nhận được. Nên hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình hồi qui này nhỏ, chấp nhận được. Do đó kết quả giải thích của mô hình hồi qui không ảnh hưởng nhiều bởi mối quan hệ giữa các biến độc lập.

Kết quả, (1) Chất lượng chức năng; (2) Chất lượng kỹ thuật; (3) Hình ảnh; (4) Giá cả là 4 nhân tố tác động đến sự hài lòng khách hàng. Trong 4 nhân tố trên, nhân tố “Chất lượng kỹ thuật” với hệ số hồi qui là 0.376 có tác động lớn nhất đến “Sự hài lòng”, nhân tố có tác động nhỏ nhất với hệ số hồi qui là 0.176 là “Giá cả”. Kết quả hồi qui được biểu diễn dưới dạng toán học như sau:

Phương trình hồi qui chưa chuẩn hóa có dạng:

$$F = -1.960 + 0.718 \times F1 + 0.401 \times F2 + 0.280 \times F3 + 0.187 \times F4$$

Phương trình hồi qui chuẩn hóa có dạng:

$$F = 0.290 \times F1 + 0.376 \times F2 + 0.270 \times F3 + 0.176 \times F4$$

❖ *Kiểm định các giả thuyết*

Hệ số hồi qui đã chuẩn hóa cho thấy 4 nhân tố đều tác động đến sự hài lòng của khách hàng với công ty.

Giả thuyết H1: Đánh giá của khách hàng về chất lượng chức năng của công ty càng cao khách hàng hài lòng càng cao và ngược lại.

Kết quả phân tích hồi qui, hệ số hồi qui là 0,290 cho thấy có mối quan hệ cùng chiều giữa Sự hài lòng và Chất lượng chức năng. Tức là giả thuyết H1 được chấp nhận ở mức ý nghĩa 5% của mẫu dữ liệu khảo sát. Nếu chất lượng tốt khách hàng sẽ cải thiện sự hài lòng với công ty và ngược lại.

Giả thuyết H2: Đánh giá về chất lượng kỹ thuật của công ty càng cao thì khách hàng sẽ càng hài lòng và ngược lại.

Kết quả phân tích hồi qui cho thấy mối quan hệ giữa Chất lượng kỹ thuật và sự hài lòng là 0,376 nên giả thuyết H2 của mẫu dữ liệu đã khảo sát được chấp nhận với mức ý nghĩa 5%. Nên nhân tố có ảnh hưởng quan trọng nhất đến sự hài lòng đối

với công ty là chất lượng kỹ thuật. Khi dịch vụ MyTV có chất lượng đường truyền, tín hiệu, chất lượng hình ảnh, âm thanh tốt, có nhiều kênh truyền hình chất lượng thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại.

Giả thuyết H3: Đánh giá của khách hàng về công ty cao thì khách hàng càng sự hài lòng và ngược lại.

Kết quả phân tích hồi qui, cho thấy mối quan hệ giữa hình ảnh công ty và sự hài lòng là 0,270 . Vì vậy giả thuyết H3 của mẫu dữ liệu đã khảo sát được chấp nhận với mức ý nghĩa 5%. Nên nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng với công ty là Hình ảnh doanh nghiệp. Khi cảm nhận của khách hàng về hình ảnh chung của doanh nghiệp (sự tin cậy của doanh nghiệp, vị thế của doanh nghiệp trong lĩnh vực truyền hình trả tiền) càng tốt thì sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV càng cao và ngược lại.

Giả thuyết H4: Đánh giá của khách hàng về sự phù hợp của giá cả dịch vụ MyTV càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại.

Từ kết quả phân tích hồi qui cho thấy hệ số hồi qui là 0,176 nên Giá cả hợp lý tương quan dương với Sự hài lòng. Có nghĩa là giả thuyết H4 của mẫu dữ liệu khảo sát được chấp nhận ở mức ý nghĩa 5%. Giá cả có ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng khách hàng. Sự hài lòng của khách hàng với công ty ngày càng tăng.

Từ kết quả, tác động nhiều nhất đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV là nhân tố “Chất lượng kỹ thuật”, tiếp đến là nhân tố “Chất lượng chức năng”, nhân tố “Hình ảnh” và ảnh hưởng ít nhất là nhân tố “Giá cả”.

2.3.6 Đánh giá chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV

2.3.6.1 Mô tả mẫu nghiên cứu

Dữ liệu thu thập được trình bày tóm tắt thông qua Bảng 2.24

Bảng 2.24. Tổng hợp kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

	Đặc điểm	Tần số	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	80	40.0%
	Nữ	120	60.0%

Độ tuổi	< 23 tuổi	23	11.5%
	23 – 29 tuổi	137	68.5%
	30 – 40 tuổi	25	12.5%
	> 40 tuổi	15	7.5%
Thu nhập	< 3 triệu	24	12.0%
	3 – 6 triệu	134	67.0%
	6 – 10 triệu	27	13.5%
	> 10 triệu	15	7.5%

- Giới tính: Trong số 200 mẫu khảo sát, có 80 người là nam (chiếm tỷ lệ (40%), 120 người là nữ (chiếm tỷ lệ 60%).

- Độ tuổi: Mẫu khảo sát được chia thành 4 nhóm tuổi, nhóm tuổi dưới 23 tuổi chiếm tỷ lệ 11.5% (23 người), nhóm tuổi từ 23 – 29 tuổi chiếm tỷ lệ 68.5% (137 người), nhóm tuổi từ 30 – 40 tuổi chiếm tỷ lệ 12.5% (25 người), nhóm tuổi trên 40 tuổi chiếm tỷ lệ 7.5% (15 người).

- Thu nhập: Mẫu khảo sát chia thành 4 nhóm thu nhập. Nhóm có thu nhập dưới 3 triệu đồng/tháng chiếm 12% (24 người), nhóm có thu nhập từ 3 – 6 triệu đồng/tháng chiếm tỷ lệ cao nhất là 67% (134 người), nhóm có thu nhập từ 6 – 10 triệu đồng/tháng chiếm tỷ lệ là 13.5% (27 người) và nhóm có thu nhập trên 10 triệu đồng/tháng chiếm tỷ lệ thấp nhất là 7.5% (15 người).

2.3.6.2 Đánh giá theo thang đo

❖ *Đánh giá thang đo cao nhất là 67% (134 người), n*

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha của các thang đo được trình bày trong Bảng 2.25. (Phụ lục)

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Giá trị đóng góp nhiều hay ít được phản ánh thông qua hệ số tương quan biến – tổng corrected item – total correlation. Qua đó, cho phép loại bỏ những biến không phù hợp trong mô hình

ngiên cứu.

Quan sát tại bảng trên, ta thấy các thang đo đều đạt mức độ tin cậy, tất cả đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6 và hệ số tương quan biến – tổng lớn hơn 0.3.

Tuy nhiên, có một số trường hợp cần lưu ý như sau:

- Nếu loại bỏ biến TC4 thì hệ số Cronbach's Alpha tăng lên là 0.878 và thang đo “Tin cậy” có hệ số Cronbach's Alpha là 0.828. Nhưng hệ số tương quan biến – tổng của biến TC4 là 0.461 (lớn hơn 0.3). Vì vậy, để sử dụng cho phân tích nhân tố khám phá EFA ở bước tiếp theo biến TC4 vẫn được tiếp tục.

- Thang đo “Hình ảnh” có hệ số tin cậy Cronbach's Alpha là 0.825, nếu loại bỏ biến HA2 thì hệ số Cronbach's Alpha tăng lên là 0.834. Tuy nhiên, cũng tương tự như biến TC4, biến HA2 có hệ số tương quan biến – tổng là 0.603 (lớn hơn 0.3) nên biến này vẫn tiếp tục được sử dụng cho phân tích nhân tố khám phá EFA.

- Thang đo “Đồng cảm” có hệ số Cronbach's Alpha là 0.820, nếu loại bỏ biến ĐC5 thì hệ số Cronbach's Alpha tăng lên là 0.855. Mặt khác, biến ĐC5 có hệ số tương quan biến – tổng là 0.330 (lớn hơn 0.3) nhưng giá trị không cao. Do đó, biến ĐC5 sẽ bị loại.

- Thang đo “Đáp ứng” có hệ số Cronbach's Alpha là 0.820, biến ĐU5 có hệ số tương quan biến – tổng là 0.166 (nhỏ hơn 0.3). Vì vậy, biến ĐU5 sẽ bị loại.

Như vậy, sau quá trình thực hiện kiểm định Cronbach's Alpha, có 32 biến quan sát phù hợp, các biến này sẽ được sử dụng cho phân tích nhân tố khám phá EFA tiếp theo.

❖ *Phân tích nhân tố khám phá EFA*

Để có thể áp dụng được phân tích nhân tố thì dùng Bartlett's Test of Sphericity. Từ đó để kiểm định giả thuyết H_0 là các biến không có tương quan. Đại lượng này giá trị càng lớn thì có thể bác bỏ giả thuyết H_0 . Bên cạnh đó, để phân tích nhân tố, người ta còn dựa vào chỉ số KMO là một chỉ số chung để xem sự thích hợp của phân tích nhân tố. Trị số KMO lớn (giữa 0.5 và 1) là điều kiện đủ để phân tích nhân tố là thích hợp².

Trong phân tích EFA, tiêu chuẩn để chọn các biến là các biến phải có hệ số tải nhân tố trên 0.4, đối với kích thước mẫu $n = 200$, (Hair và cộng sự, 1998) . Khi tổng phương sai trích thấp nhất là 50% thì thang đo đạt yêu cầu (Gerbing và Anderson, 1988). Khi eigenvalue lớn hơn 1 thì các nhân tố được giữ lại trong mô hình phân tích.

Kết quả phân tích nhân tố thang đo tại MyTV

Phân tích nhân tố với phép trích Principle Component, dùng phép xoay Varimax, dùng phương pháp kiểm định KMO và Bartlett để đo lường sự tương thích.

- Phân tích nhân tố lần 1

Sử dụng phần mềm SPSS rút trích được 8 nhân tố.

Kiểm định Bartlett's: Sig. = 0.000 < 0.05: Các biến quan sát trong phân tích nhân tố trên có tương quan với nhau trong tổng thể.

Hệ số KMO = 0.758 > 0.5: Phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Hệ số Cumulative % = 68.161% cho biết 8 nhân tố trên giải thích được 68.161% biến thiên của dữ liệu.

Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều lớn hơn 1: Đạt yêu cầu Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0.5:

Đạt yêu cầu

Với phép xoay Varimax lần thứ nhất sau khi sử dụng phương pháp trích Principle Component, kết quả như sau: 32 biến quan sát của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng được gom thành 8 khái niệm. Sự phù hợp của các biến quan sát thông qua bảng Rotated Component Matrixa được xem xét lần lượt. Để đảm bảo giá trị phân biệt giữa các nhân tố thì một biến quan sát giữa các nhân tố lớn hơn hay bằng 0.3 (Theo Jabnoun Al Tamimi 2003). Tuy nhiên, các biến không đạt yêu cầu gồm quan sát ĐC3, TC4. Vì giải thích cùng lúc cho 2 nhân tố nhưng có độ lệch bé hơn 0,3. Để tiếp tục phân tích nhân tố lần thứ hai các biến này sẽ bị loại (Kết quả phân tích nhân tố lần 1 xem Phụ lục 5a).

- Phân tích nhân tố lần 2

Còn lại 30 biến tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố lần 2, sau khi loại các biến không phù hợp. Kết quả cụ thể như sau:

Kiểm định Bartlett's: Sig. = 0.000 < 0.05: Các biến quan sát trong phân tích nhân tố trên có tương quan với nhau trong tổng thể.

Hệ số KMO = 0.752 > 0.5: Phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Hệ số Cumulative % = 69.288% cho biết 8 nhân tố trên giải thích được 69.288% biến thiên của dữ liệu.

Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều lớn hơn 1: Đạt yêu cầu Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0.5:

Đạt yêu cầu

Dùng phương pháp trích Principle Component kết quả đạt với phép xoay Varimax như sau: 30 biến quan sát của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng được gom thành 8 khái niệm. Lần lượt xem xét sự phù hợp của các biến quan sát thông qua bảng Rotated Component Matrix, tương tự như các biến ĐC3, TC4 biến quan sát ĐC2 không đạt yêu cầu vì giải thích cùng lúc cho 2 nhân tố nhưng có độ lệch bằng 0.283 (bé hơn 0,3). Để tiếp tục phân tích nhân tố lần thứ ba biến này sẽ bị loại (Kết quả phân tích nhân tố lần 2 xem Phụ lục 5b).

- Phân tích nhân tố lần 3

Sau khi loại biến ĐC2 không phù hợp, còn lại 29 biến tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố lần 3. Kết quả cụ thể như sau:

Kiểm định Bartlett's: Sig. = 0.000 < 0.05: Các biến quan sát trong phân tích nhân tố trên có tương quan với nhau trong tổng thể.

Hệ số KMO = 0.758 > 0.5: Phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Hệ số Cumulative % = 69.930% cho biết 8 nhân tố trên giải thích được 69.930% biến thiên của dữ liệu.

Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều lớn hơn 1: Đạt yêu cầu Tất cả

các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0.5 :

Đạt yêu cầu 29 biến quan sát, gom thành 8 khái niệm về của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại MyTV. Lần lượt xem xét sự phù hợp của các biến quan sát thông qua bảng Rotated Component Matrix, ta thấy rằng có 8 nhân tố được rút ra với các biến quan sát đều có hệ số tải lớn hơn 0.5. Riêng biến TC1 giải thích cùng một lúc cho 2 nhân tố nhưng độ lệch là 0.387 (lớn hơn 0.3) nên biến TC1 vẫn được giữ lại. (Kết quả phân tích nhân tố lần 3 xem Phụ lục 5c)

Như vậy, sau 3 lần phân tích nhân tố, ta đạt được kết quả như sau:

- Năm biến quan sát từ CLK1 đến CLK5 có hệ số tải cao lên nhân tố 1 (dao động từ 0.695 đến 0.840).
- Bốn biến quan sát từ GC1 đến GC4 có hệ số tải cao lên nhân tố 2 (dao động từ 0.783 đến 0.848).
- Bốn biến quan sát từ HH1 đến HH4 có hệ số tải cao lên nhân tố 3 (dao động từ 0.716 đến 0.824).
- Bốn biến quan sát từ ĐU1 đến ĐU4 có hệ số tải cao lên nhân tố 4 (dao động từ 0.664 đến 0.869).
- Ba biến quan sát từ TC1 đến TC3 có hệ số tải cao lên nhân tố 5 (dao động từ 0.770 đến 0.904). Riêng biến quan sát TC1 có hệ số tải lên nhân tố 5 là 0.770, hệ số tải lên nhân tố 8 là 0.383 (chênh lệch là $0.387 > 0.3$. Đạt yêu cầu).
- Ba biến quan sát từ HA1 đến HA3 có hệ số tải cao lên nhân tố 6 (dao động từ 0.760 đến 0.833).
- Bốn biến quan sát từ ĐU1 đến ĐU4 có hệ số tải cao lên nhân tố 7 (dao động từ 0.720 đến 0.770).
- Hai biến quan sát từ ĐC1 đến ĐC4 có hệ số tải cao lên nhân tố 8 (dao động từ 0.807 đến 0.812).

Các biến quan sát đều có hệ số tải cao lên nhân tố đại diện và thấp hơn đáng kể lên các nhân tố còn lại, vì vậy tám thành phần của thang đo đạt được giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Cụ thể tại Bảng 2.26 (Phụ lục).

Như vậy, sau khi sử dụng phương pháp trích Principle Component với phép

xoay Varimax, kết quả đạt được như sau: 29 biến quan sát của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV được gom thành 8 khái niệm. Cụ thể tại Bảng 2.27 (Phụ lục).

Tên của những nhân tố sau khi đã trích dẫn vẫn được giữ nguyên và không thể thay đổi. Việc giải thích cũng như đặt tên cho các nhân tố được thực hiện theo cơ sở nhận ra những biến có ở trong số nhân tố lớn tại cùng một nhân tố (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

➤ *Kết quả phân tích nhân tố thang đo sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV*

Để đánh giá thang đo về sự hài lòng của khách hàng sẽ gồm ba biến quan sát. Để đưa ra việc phân tích cũng như khám phá sử dụng qua kiểm tra độ tin cậy bằng nhằm đánh giá mức độ hội tụ tại các biến quan sát. Bởi các nhân tố khác nhau sẽ có các nhân tố giá trị phân biệt. Kết quả phân tích nhân tố bằng thang đo dưới sự hài lòng của khách hàng được đánh giá như sau:

Bảng 2.28. Thang đo sự hài lòng của khách hàng gồm 3 biến quan sát

Biến	Nhân tố
	1
HL1	.828
HL3	.806
HL2	.795
KMO (Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy) = 0.684	
Chi – Square = 127.975; df = 3; Sig = 0.000	
Eigenvalues	1.967
Phương sai trích (%)	65.559

Kiểm định Bartlett's: Sig. = 0.000 < 0.05: Các biến quan sát trong phân tích nhân tố trên có tương quan với nhau trong tổng thể.

Hệ số KMO = 0.684 > 0.5: Phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu nghiên

cứu.

Hệ số Cumulative % = 65.559% cho biết 8 nhân tố trên giải thích được 65.559% biến thiên của dữ liệu.

Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều lớn hơn 1: Đạt yêu cầu Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0.5 :

Đạt yêu cầu

Như vậy, thang đo “Sự hài lòng” đạt giá trị hội tụ. Tóm tắt kết quả phân tích nhân tố (EFA):

Kết quả, những biến độc lập cũng như những biến phụ thuộc đến từ việc phân tích những nhân tố cho thấy ở mô hình nghiên cứu đều mang giá trị hội tụ cùng giá trị phân biệt có thể chấp nhận được. Phân tích EFA là thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. 8 nhân tố được trích và 34 biến quan sát, 29 biến quan sát đạt yêu cầu từ kết quả phân tích và được dùng trong các bước phân tích tiếp theo.

Các biến bị loại khỏi thang đo là biến quan sát ĐC5 và ĐƯ5 theo kết quả phân tích Cronbach's Alpha. Để đưa vào phân tích nhân tố (EFA), các biến quan sát còn lại đều đạt yêu cầu. Kết quả phân tích EFA loại bỏ các biến quan sát ĐC3, TC4 và ĐC2. Các biến còn lại được hồi qui đa biến và đưa vào phân tích tương quan. Các thang đo các khái niệm đều đạt độ tin cậy và độ giá trị khái niệm từ kết quả phân tích hồi qui đa biến; mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với tập dữ liệu khảo sát; có 4 nhân tố có tác động chính đến sự hài lòng dịch vụ truyền hình MyTV là : (1) Chất lượng chức năng; (2) Chất lượng kỹ thuật; (3) Hình ảnh; (4) Giá cả. Trong đó, nhân tố có tác động lớn nhất là chất lượng kỹ thuật, thấp nhất là giá cả hợp lý. Sự ảnh hưởng khác nhau giữa các biến định tính như: thu nhập, độ tuổi đến các nhân tố định lượng trong mô hình từ kết quả phân tích ANOVA.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

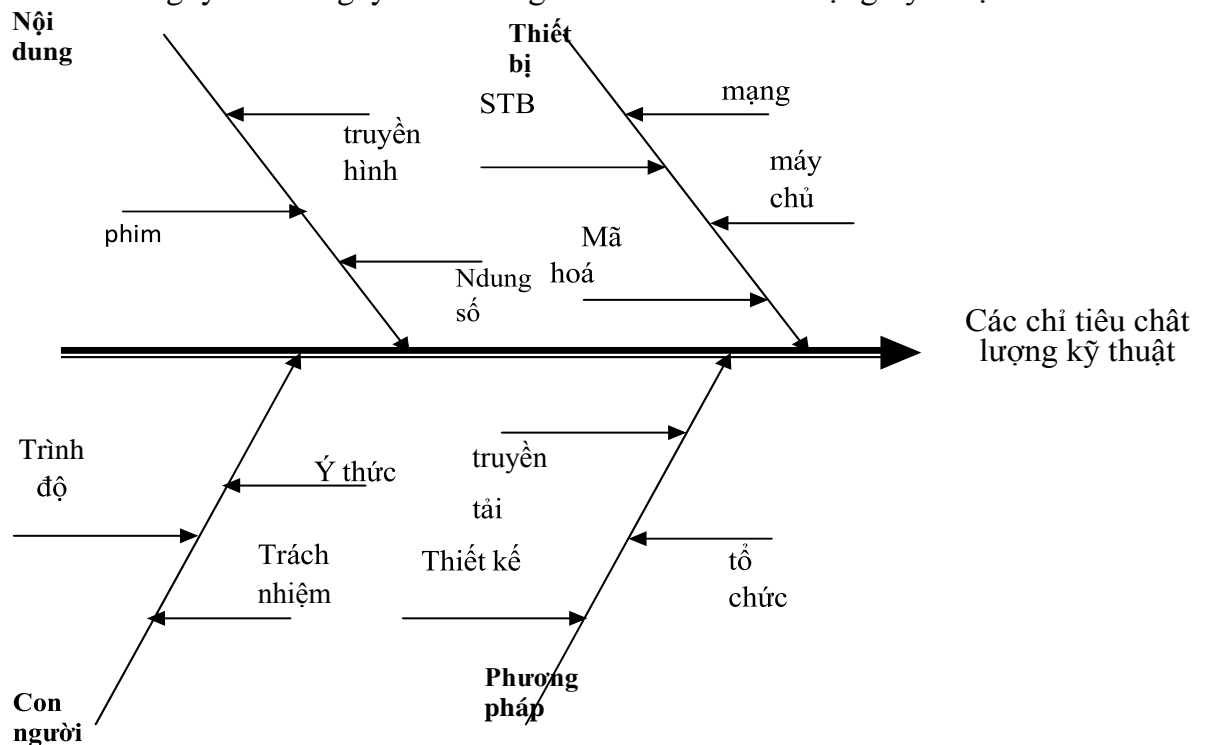
Những nấc thang đo trong mô hình theo như những kết quả nghiên cứu ở trên đã cho thấy được đều đạt độ tin cậy cũng như độ giá trị riêng. Xác định của riêng về mô hình những nhân tố có ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của khách hàng đối với truyền hình MyTV tại Ninh Bình. Nghiên cứu trên đã đưa ra các nhân tố. Các nhân

tổ ảnh hưởng đến sự hài lòng có 4 nhân tố như sau: (1) Chất lượng kỹ thuật có ảnh hưởng lớn nhất (có $\beta = 0,376$), kế đến là (2) Chất lượng chức năng (có $\beta = 0,290$), tiếp theo là (3) Hình ảnh (có $\beta = 0,270$) và cuối cùng là (4) Giá cả hợp lý (có $\beta = 0,176$) có tác động nhỏ nhất đến sự hài lòng khách hàng. Nghiên cứu trên cũng đã đưa ra những đánh giá và nhận định sự ảnh hưởng của từng nhóm khách hàng. Để có cơ sở đánh giá mức độ ảnh hưởng của mỗi nhân tố đến sự thỏa mãn của nhóm khách hàng khác nhau cần có đánh giá dựa trên độ tuổi, thu nhập,...

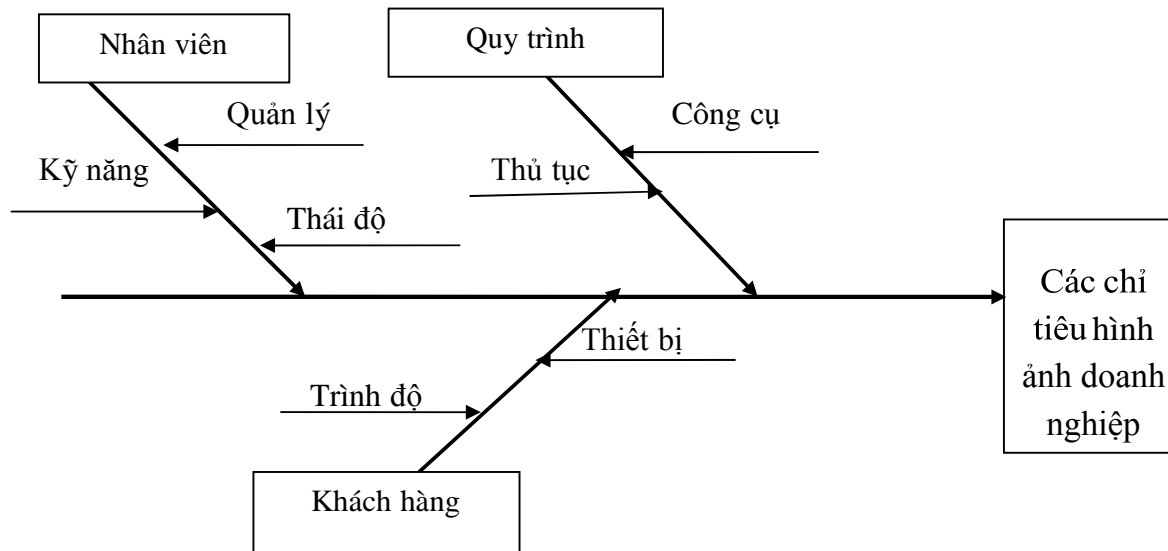
2.3.7 Các nguyên nhân về hạn chế của các thành phần chất lượng dịch vụ MyTV

Để phân tích nguyên nhân ảnh hưởng các chỉ tiêu chất lượng MyTV dùng biểu đồ xương cá.

- Các nguyên nhân gây ảnh hưởng đến chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật:



Hình 2.5. Các nguyên nhân ảnh hưởng đến các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật của MyTV



- Các nguyên nhân ảnh hưởng đến chỉ tiêu chất lượng phục vụ/ hình ảnh doanh nghiệp

Hình 2.6 Các nguyên nhân ảnh hưởng đến hình ảnh doanh nghiệp

Để khách hàng hài lòng dịch vụ MyTV, cần đảm bảo chất lượng dịch vụ khi đến khách hàng. Viễn thông Ninh Bình đưa ra những phương án để cải thiện chất lượng dịch vụ một cách tốt hơn. Cụ thể là em sẽ đưa ra những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của MyTV như sau:

Ảnh hưởng của công nghệ mạng Viễn thông

Ảnh hưởng của hệ thống thiết bị: là yếu tố quan trọng cho chất lượng kỹ thuật, các chỉ tiêu:

- ✓ Chất lượng tín hiệu video
- ✓ Thời gian tương tác
- ✓ Sự đồng bộ giữa tín hiệu hình và tiếng

Hiện tại, công ty đang sử dụng và khai thác các thiết bị về chuyển mạch, truyền dẫn cùng với những thiết bị. Công ty cũng thường xuyên ứng dụng nhiều công nghệ mới. Để có thể phục vụ và đáp ứng tốt nhất các nhu cầu khách hàng.

- Từ việc những thiết bị đầu tư không được đồng bộ đến từ cùng một nhà

cung cấp nên việc khai thác cũng như cung cấp dịch vụ trong các hệ thống thiết bị còn phải đối diện với rất nhiều những khó khăn đồng thời chất lượng cũng không được đồng đều.

- Đối với công nghệ cũng như thiết bị cao cấp tiên tiến thì hệ thống sẽ có khả năng cung cấp cho khách hàng dịch vụ đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng theo đúng như quy định.

Ảnh hưởng của mạng ngoại vi:

Các dịch vụ dựa vào mạng ngoại vi như: Internet, Điện thoại cố định, ... Để đến với khách hàng cần truyền đưa các tín hiệu, data... từ hệ thống thiết bị của công ty. Gồm nhiều phần tử cấu thành nên y là mạng lưới phức tạp. Chất lượng mạng ngoại vi sẽ bị ảnh hưởng từ nhiều yếu tố như thời tiết. Mạng ngoại vi có chỉ tiêu chất lượng như sau:

- ✓ Sự cố đường truyền
- ✓ Thời gian sửa chữa sự cố
- ✓ Khiếu nại của khách hàng

- Có thể nhận định được rằng mạng viễn ngoại chính là khu xung yếu nhất trong toàn bộ hệ thống cung cấp dịch vụ của công ty viễn thông và trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ bởi vì những phần tử mạng rất nhiều về chất lượng lại không được đồng đều với nhau, việc sửa chữa lại nó vô cùng tốn kém về cả mặt thời gian lẫn chi phí, đặc biệt ở thời điểm hiện nay thì công tác cải tạo lại hệ thống cơ sở hạ tầng cùng với tốc độ đô thị hóa nhanh thì lại càng trở nên khó khăn

- Đối với việc nâng cấp và sửa chữa lại mạng lưới luôn luôn được viễn thông Ninh Bình chú trọng đầu tư không chỉ vậy tinh khí mà cả nguồn lực thế nhưng vấn đề đảm bảo chất lượng dịch vụ vẫn còn gặp phải nhiều những khó khăn, xảy ra nhiều sự cố việc khắc phục chậm trễ đem đến nhiều khiếu kiện từ khách hàng.

- Ngoài ra thì những thiết bị đầu cuối mà khách hàng nhận được cũng không được đến từ cùng một nguồn hay cùng một công nghệ cũng không được tiêu

chuẩn . Chính vì thế nên đem tới ảnh hưởng rất lớn trò chất lượng dịch vụ.

Ảnh hưởng của quy trình điều hành cung cấp dịch vụ và sửa chữa

Công ty có tốc độ phát triển nhanh, mở rộng quy mô phát triển tốt. Chính vì điều này mà doanh nghiệp cần phải được tổ chức thành nhiều những đơn vị trực thuộc để quản lý cũng như vận hành kinh doanh theo từng một khu vực khác nhau, từng địa bàn nhỏ để có thể quản lý dễ dàng và tốt hơn đồng thời cung cấp dịch vụ cho khách hàng nhanh chóng kịp thời khi họ yêu cầu.

Cần phải đưa ra được một quy trình chặt chẽ, có sự tham gia của rất nhiều đơn vị khác nhau. Các đơn vị này cần sự phối hợp nhịp nhàng và khoa học. Thủ tục tiếp nhận sửa chữa dịch vụ cần phải linh hoạt và liên tục thay đổi để có thể kịp thời và nhanh chóng thích nghi với yêu cầu của khách hàng.

Để mô tả nhiệm vụ những đơn vị cùng tham gia cung cấp dịch vụ là gồm hai quy trình trên đã sử dụng nguyên lý dòng chảy của công ty. Để quyết định tới những tiêu chí chất lượng này cần là sự phối hợp của các đơn vị đối với nhau:

- ✓ Thời gian thiết lập dịch vụ
- ✓ Thời gian chờ sửa chữa

Hai tiêu chí trên rất quan trọng. Để khách hàng nhìn nhận và đánh giá. Khách hàng so sánh các công ty khác trên khu vực. Các yếu tố để khách hàng có thể kiểm chứng chất lượng dịch vụ tại công ty.

Việc quản lý và giám sát thực hiện quy trình cũng vô cùng quan trọng để có thể đảm bảo được việc thúc đẩy quá trình cung cấp dịch vụ sinh hoạt và chất lượng.

Công ty đã chú ý các yếu tố sau để đảm bảo chất lượng: tỷ lệ hư hỏng, thời gian, tiếp thị,.

Ảnh hưởng của chất lượng nhân lực

Viễn thông Ninh Bình là một doanh nghiệp của nhà nước. Nên công tác quản lý còn hạn chế, rườm rà. Chính vì vậy, chính sách tiền lương thưởng chưa triển khai. Công ty gặp rất nhiều những hạn chế như cập nhật công nghệ, ứng dụng thực tiễn.

Ngành chính của công ty là ngành kinh doanh dịch vụ. Nên CBCND phải kiến thức chuyên môn. Như phục hồi sự cố, hỗ trợ khách hàng,... Đây chính là thách thức

mà công ty phải đổi diện để cải thiện.

Thực tế hiện nay đang xuất hiện rất nhiều những phản ánh không tốt từ phía khách hàng về việc họ cảm thấy không hài lòng đối với thái độ phục vụ của những nhân viên làm nhiệm vụ chăm sóc khách hàng và nhân viên hỗ trợ khắc phục sự cố. Điều này chính là yếu tố đầu tiên tác động tới những cảm nhận của khách hàng về dịch vụ và cũng chính là yếu tố quan trọng nhất trong việc làm thỏa mãn nhu cầu cũng như hài lòng các khách hàng.

Trình độ của các quản lý kinh doanh: đội ngũ quản lý yếu, nhiều CBCNV chưa có nhiều kinh nghiệm, chưa có chiến lược phát triển,...

Kết luận chương 2:

Chương 2 giới thiệu về thực trạng phát triển dịch vụ truyền hình MyTV ở Ninh Bình, phân tích đánh giá chi tiết mặt mạnh mặt yếu về chất lượng dịch vụ từ đó làm tiền đề nghiên cứu các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ở chương 3.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH MYTV TẠI NINH BÌNH

3.1 Định hướng phát triển của VNPT địa bàn Ninh Bình

Hiện tại, trên thị trường có VNPT (MyTV), Viettel (NETTV), FPT (ONETV). Đó là 3 doanh nghiệp lớn đang được cấp phép cung cấp dịch vụ IPTV cho khách hàng. Ngoài ra truyền hình cáp Việt Nam, truyền hình vệ tinh K+,... là các thủ cạnh tranh của Mytv. Các nhà cung cấp sẽ mang đến cho khách hàng nhiều sự lựa chọn hơn về các gói dịch vụ. Tại địa bàn tỉnh Ninh Bình, cụ thể là thành phố Ninh Bình, MyTV đang chiếm ưu thế cạnh tranh hơn so với hai nhà cung cấp FPT Viettel. MyTV có , hệ thống mạng lưới cáp quang tốt, công nghệ mới và khách hàng thân thiết.

Dự báo về số lượng

Phụ thuộc nhiều yếu tố để có thể dự báo về số lượng. Tại thành phố Ninh Bình hoặc các vùng thị xã, trung tâm huyện chưa có nhu cầu. Phụ thuộc sự phát triển nền kinh tế tại Ninh Bình. Tôi dự báo nhu cầu sử dụng như sau:

Bảng 2.29. Dự báo nhu cầu dịch vụ MyTV đến năm 2025

Thời gian	2022	2023	2024	2025
Số lượng MyTV	18438	22543	27830	29830

Những nhu cầu này đều đa số đều được bắt đầu từ những nguồn chủ yếu sau :

- Thứ nhất là các cá nhân, hộ gia đình hay các tổ chức: Trong những năm gần đây thuê bao MegaVNN có mức tăng trưởng thấp. Do khách hàng có nhiều xu hướng lựa chọn. Như các gói tích hợp nhiều dịch vụ được khách hàng yêu thích.
- Thứ hai, dịch vụ mới của công ty chưa có nhiều hộ gia đình dùng. Như gia đình sinh sống ở các vùng trung tâm huyện, các khu đô thị mới,...
- Thứ ba là đối với các nhà nghỉ, khách sạn, doanh nghiệp lớn... có dùng đồng thời từ 5 đường MyTV trở lên. Công ty có chính sách về giá hợp lý cho các nhóm đối tượng khách hàng và có giải pháp kỹ thuật để đáp ứng. Tùy theo nhu cầu của khách

hàng mà VNPT thực hiện việc quản lý cước sử dụng các dịch vụ trên hệ thống và quảng bá hình ảnh trên hệ thống MyTV.

Thực tế hiện nay số liệu có thể thay đổi khi những tác động ở trên có thể áp dụng được nhiều. Mặt khác một sự chiều chình quá nhiều việc tăng hoặc giảm cũng sẽ dẫn tới những tác động ảnh hưởng nhiều đến thị trường, đặc biệt là hiệu ứng đến từ chuyện giảm giá và khuyến mại cho những cá nhân hoặc hộ gia đình hay kể những tổ chức có nhu cầu sử dụng thêm thuê bao mai tivi đều sẽ nhận được sự tác động đáng kể tới nhu cầu của dịch vụ. Đặc biệt là những hiệu ứng này sẽ luôn cộng hưởng lẫn nhau nên rất có thể sẽ đem đến một dung lượng thuê bao tăng gấp nhiều lần so với mức đã được đề cập ở bên trên.

Thị phần

Chúng ta sẽ nhìn nhận sự phát triển của dịch vụ MyTV tại viễn thông Ninh Bình theo hai khía cạnh: cung và cầu. Ở phía cung thì có thể nhận thấy từ những số liệu về năng lực tại hệ thống thì hiện nay viễn thông ninh Bình vẫn đang bỏ trống tới hơn khoảng 40 % dung lượng số. Công ty cần một thời gian đủ lâu để chiếm ưu thế trên thị trường. Nên công ty chú trọng số liệu dự báo về nhu cầu để lập kế hoạch đầu tư thu hút khách hàng.

Về khách quan và chủ quan, Viễn Thông Ninh Bình cũng có nhiều ưu thế. Năng lực về tài chính là lợi thế của công ty. Thêm vào đó, công ty có cơ sở hạ tầng lớn, công nghệ mới,... Viễn thông Ninh Bình có thể nói rằng họ đang sở hữu một hệ thống khách hàng lớn sử dụng dịch vụ điện thoại cố định, di động, internet đây cũng chính là một sự thuận lợi và bất kỳ một nhà cung cấp dịch vụ nào cũng phải mơ ước.

Khi đối mặt đứng trước những số liệu dự đoán về sự phát triển của dịch vụ mai tivi thì viễn thông Ninh Bình đã có thể nhận thấy được rất nhiều cơ hội trong vấn đề tìm kiếm thêm khách hàng mới hoặc tìm kiếm thêm cơ hội mới của mình từ nguồn khách hàng hiện tại. Không có số liệu đúng hay có một viễn cảnh cụ thể cho công ty. Công ty phát triển đến từ sự nỗ lực và phát triển của chính công ty. Chính vì vậy viễn thông Ninh Bình sẽ phấn đấu để hoàn thành được những tiêu chí như sau:

❖ *Doanh thu:*

Doanh thu của công ty chủ yếu từ dịch vụ di động trả sau (hơn 35%), Mega VNN và MyTV (hơn 32%). Để tăng doanh thu cần: quản lý hiệu quả, cải tiến sản xuất và công nghệ, tăng sản lượng lưu lượng thoại,... Đưa ra những mục tiêu mới để phấn đấu về chỉ tiêu cho doanh thu năm sau lớn hơn năm trước

❖ *Lợi nhuận*

Công ty quan tâm công tác quản lý về tài chính. Công ty nên kiểm toán thường xuyên và khắc phục sai sót nếu có. Đưa ra chỉ đạo quyết liệt nhằm tăng hiệu quả và năng suất lao động. Các biện pháp giúp tiết kiệm chi phí cần áp dụng. Chú trọng với các sản phẩm giúp công ty tăng doanh thu.

❖ *Chất lượng dịch vụ*

Cố gắng để đạt được những chỉ tiêu về chất lượng dịch vụ cao hơn so với mức quy định đã được đề cập ở trên

- Hẹn chế tối đa tỷ lệ sự cố thuê bao, tăng tốc độ sửa chữa sự cố thuê bao cho có thêm khách hàng đặc biệt, những khách hàng lớn sẽ được xử lý sự cố ngay lập tức trong vòng 4 giờ kể từ ngày nghỉ hay ngày lễ. Hạn chế sự cố lặp lại nhiều lần trong tháng.

- Đối soát cước và công tác tính cước đúng.

- Tỷ lệ khiếu nại của khách hàng với chất lượng dịch vụ đã giảm thiểu

- Chất lượng giải quyết những khiếu nại đã được nâng cao

❖ *Mục tiêu*

Cạnh tranh giữa các nhà cung cấp dịch vụ là điều không thể tránh. Nên công ty cần nâng cao chất lượng dịch vụ. Sau khi phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ MyTV tại viễn thông Ninh Bình , tôi xin đề xuất các biện pháp sau :

- Băng thông truyền tải phải đảm bảo đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Lắp thêm các thiết bị truy cập cho khu dân cư. Bởi vì chung cư có lượng khách hàng sử dụng đông nên sẽ dễ gặp sự cố trong đường thuê bao. Công ty nên cải thiện chất lượng trong dịch vụ. Nên tính toán giá thành hợp lý. Và công ty nên khảo sát để ghi nhận ý kiến của khách hàng.

- Cải thiện những quy trình cung cấp dịch vụ, bổ sung thêm công tác phục vụ và chăm sóc khách hàng, tăng cao chất lượng phục vụ một cách tốt hơn. Cũng như chất lượng hơn để có thể thu hút thêm nhiều lượng khách hàng mới và giữ chân lại những khách hàng đã có sẵn

3.2 Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV

3.2.1 Về Chất lượng kỹ thuật

Chất lượng kỹ thuật tác động lớn đến sự hài lòng của khách hàng. Chất lượng tín hiệu, hình ảnh và âm thanh của dịch vụ truyền hình tăng sẽ tỷ lệ thuận với sự hài lòng khách hàng. Chính vì điều này mà truyền hình mai tivi luôn luôn cố gắng mang lại chất lượng hình ảnh đẹp nhất, rõ nét nhất; chất lượng âm thanh sống động trung thực để có thể đáp ứng được những điều này thì doanh nghiệp cần có mạng lưới cơ sở hạ tầng cũng như công nghệ bao gồm:

- Tìm hiểu và lựa chọn những kỹ thuật ném và cấu hình phù hợp với các yêu cầu khó của dịch vụ cũng như khả năng truyền dẫn của mạng để có thể vừa đảm bảo được chất lượng của video lại vừa đảm bảo được lưu lượng luôn video audio không quá tải

- Nâng cao tốc độ đường truyền về băng thông để giúp hỗ trợ giảm thiểu thời gian trễ tuần tự do khôi tin, không phải chờ để được dẫn vào đường truyền.

- tăng thêm tần suất cũng như thời gian bảo trì, bảo dưỡng một cách định kỳ và kiểm tra giám sát kỹ càng việc lắp đặt những DSLAM với mục đích hạn chế đến mức tối đa sự cố tại các đường truyền

- Liên tục nâng cấp, tạo dựng và triển khai thêm những cơ sở hạ tầng mang tới những khu có nhu cầu hoặc những chỗ có lượng khách hàng dùng quá lớn dẫn đến việc mạng bị quá tải.

3.2.2 Về Chất lượng chức năng

Cùng với những chất lượng và kỹ thuật thì chất lượng chức năng cũng là một trong những nhân tố có ảnh hưởng vô cùng lớn đến sự hài lòng trong nhu cầu của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV. Đặc biệt trong điều kiện cạnh tranh gay gắt khi mà sự khác biệt về yếu tố kỹ thuật giữa các doanh nghiệp là tương đối

thấp thì chất lượng chức năng là yếu tố tạo nên sự khác biệt của doanh nghiệp so với đối thủ.

- Những kiến thức nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp tốt.
- Lực lượng lao động được tổ chức và phân loại và đào tạo một cách có kế hoạch theo xu hướng chuyên sâu về các lĩnh vực còn nhiều yếu kém, chưa được thành thạo như: tin học, công nghệ, kỹ năng thương lượng, kỹ năng giao tiếp, thuyết phục, công nghệ và các dịch vụ mới...
- Những nhân viên thuộc bộ chăm sóc khách hàng, kinh doanh, thu cước hay nhân viên bảo vệ thậm chí cả nhân viên kỹ thuật và bảo trì sửa chữa đều phải được nâng cao tinh thần trách nhiệm cũng như cách thức phục vụ cho khách hàng
- Đào tạo nâng cao chuyên môn nghiệp vụ cho tất cả những cán bộ làm công tác giải quyết khiếu nại để họ có thể nhanh chóng xử lý cho tất cả những nhu cầu khách hàng một cách nhanh chóng nhất và thích đáng nhất tránh gây ra tình trạng khách hàng khó chịu hay bức xúc.
- Tổng đài tiếp nhận thông tin đảm bảo hỗ trợ khách hàng 24/24, khắc phục sự cố trong thời gian ngắn nhất có thể.
- Đề Ý đến từng thị hiếu cũng như nhu cầu của mỗi khách hàng trong từng giai đoạn để hiểu được người dùng hiện nay đang thích vợ vừa chuộng kênh truyền hình như thế nào rồi đưa ra những dịch vụ phù hợp để tăng thêm lượng khách hàng mới đồng thời giữ được những khách hàng đang sở hữu.
- Đưa ra nhiều những kênh truyền hình có độ phân giải cao(truyền hình theo chuẩn HD).
- Đưa ra nhiều những kênh truyền hình riêng chỉ có Tại MyTV.

3.2.3 Về Hình ảnh doanh nghiệp

Về cơ bản thì sự nhìn nhận của cả một cộng đồng và doanh nghiệp chính là hình ảnh của doanh nghiệp đó. Những hình ảnh này cũng giúp cho doanh nghiệp có thể duy trì được lượng khách hàng truyền thống và thu hút thêm những khách hàng mới hứng thú với dịch vụ của mình. Để tăng khách hàng sử dụng, VPNT cần thực hiện một số giải pháp như:

-Hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu VNPT, dịch vụ truyền hình MyTV, áp dụng đồng loạt và nhất quán trong toàn bộ giao diện tiếp xúc với khách hàng: bảng hiệu, ấn phẩm, tờ rơi, trang phục nhân viên kinh doanh, trang phục nhân viên bảo trì...

- Sử dụng những phương tiện thông tin đại chúng, những hoạt động hỗ trợ, hoạt động xã hội để nâng thêm hiệu quả trong quảng cáo thương hiệu VNPT, đưa thương hiệu tới gần người tiêu dùng..

- Xây dựng mối quan hệ khách hàng và doanh nghiệp. Xây dựng chính sách chăm sóc phù hợp với Mỗi một nhu cầu của một khách hàng khác nhau để thỏa mãn tối đa họ, tạo thêm những gắn bó gần gũi hơn nữa về mặt tình cảm với khách hàng bằng những việc như: lắng nghe trực tiếp những phản hồi từ họ, đưa ra những chính sách hậu mãi..

3.2.4 Về Giá cả

- Để có thể gia tăng sự hài lòng của khách hàng, VNPT cần xây dựng chất lượng, dịch vụ tiện ích với mức giá cả tương ứng. Đồng thời giới thiệu rõ với khách hàng giúp khách hàng nhận biết được những lợi ích mà họ sẽ nhận được khi sử dụng dịch vụ để khách hàng có thể đánh giá được chi phí mà họ bỏ ra xứng đáng với chất lượng, tiện ích mà họ được cung cấp.

- Đưa nhiều gói cước đa dạng. Xây dựng chính sách ưu đãi về giá đối với khách hàng: ưu đãi về giá đầu thu, chi phí lắp đặt ban đầu...

3.3 Một vài kiến nghị

3.3.1 Kiến nghị đối với Viễn thông Ninh Bình

Phát triển chất lượng dịch vụ, nâng cao thương hiệu để khách hàng tin dùng.

Tạo dựng những quy định về việc quản lý chất lượng dịch vụ ở trong doanh nghiệp một cách bài bản để có thể áp dụng tại tất cả những đơn vị thành viên, thực hiện việc kiểm tra chất lượng định kỳ của từng đơn vị một cách dễ dàng hơn.

Nhanh chóng đổi diện với những chính sách về giá cũng như khuyến mãi để có thể giảm cước so với những đơn vị cạnh tranh cung cấp dịch vụ IPTV khác ở

trên thị trường

Hỗ trợ cho từng CBCNV sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp .

3.3.2 Kiến nghị đối với đơn vị chủ dịch vụ

- Hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu VNPT, dịch vụ truyền hình MyTV, áp dụng đồng loạt và nhất quán trong toàn bộ giao diện tiếp xúc với khách hàng: băng hiệu, ấn phẩm, tờ rơi, trang phục nhân viên kinh doanh, trang phục nhân viên bảo trì...

- Giải quyết đưa cao phần hiệu quả của việc quảng bá thương hiệu VNPT bằng những phương tiện truyền thông đại chúng, những hoạt động tài trợ cũng như hoạt động xã hội để đưa thương hiệu ngày càng trở nên gần hơn với người dùng.

- Cố gắng gìn giữ các mối quan hệ thân thiết với khách hàng, xây dựng chính sách tốt. Đồng thời tạo nên sự gắn bó lâu dài trong mối quan hệ giữa khách hàng và thương hiệu. Tạo ra những gói hỗ trợ phù hợp nhóm khách hàng. Vì mỗi khách hàng sẽ có nhu cầu khác nhau. Để có thể thỏa mãn tối đa các nhu cầu của khách hàng, tạo thêm sự gắn bó về mặt tình cảm của tất cả khách hàng: lắng nghe tất cả những phản hồi từ người dùng, đưa ra những chính sách hậu mãi...

Kết luận chương 3

Tổng kết lại nội dung chương ba đã tập trung đi sâu vào nhiều cứu vấn đề cũng như các giải pháp. Với mục đích là nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại viễn thông Ninh Bình trên cơ sở phân tích, đánh giá, nhận dạng những vấn đề mạnh và yếu tại nội dung chương hai và đã đề xuất ra những giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV tại viễn thông Ninh Bình. Triển khai tốt các phần này sẽ phát triển dịch vụ trở thành dịch vụ truyền hình MyTV đi đầu trên địa bàn tỉnh

KẾT LUẬN

Hiện nay ngành cung cấp dịch vụ viễn thông có nhiều sự thay đổi mạnh mẽ trên thị trường. Bởi vì sự cạnh tranh mãnh liệt giữa những doanh nghiệp đang cung cấp dịch vụ viễn thông nói chung và lĩnh vực IP tivi nói riêng tại Việt Nam. Người mua và sử dụng ngày càng được tiếp cận những dịch vụ tiên tiến hơn với chi phí càng ngày càng trở nên hợp lý hơn đồng thời có nhiều lựa chọn các nhà cung cấp hơn. Cùng với sự trải nghiệm của người dùng chỉ là sự cạnh tranh để đạt được nhiều cơ hội tốt hơn cho những doanh nghiệp dịch vụ, có những thay đổi năng động hơn. Doanh nghiệp nào trong thời gian hoạt động càng thu hút nhiều khách hàng và khẳng định được uy tín của mình hơn thì doanh nghiệp đó càng trở nên phát triển và tồn tại được lâu dài hơn. Chính vì điều này mà tất cả mọi quyết định kinh doanh của mỗi một doanh nghiệp đều phải lấy khách hàng ra làm trọng điểm để xem xét cũng như xuất phát theo mục đích và yêu cầu khách hàng toàn tâm toàn ý hướng tới khách hàng.

Thị trường IPTV của Việt Nam trong khoảng thời gian gần đây đã có rất nhiều những bước tiến đáng kể với rất nhiều các dịch vụ đa dạng cùng với sự tham gia của đông đảo những nhà cung cấp ở trong nước. Vì đã nhận thức được tiềm năng khai thác to lớn của thị trường và sự sống còn trong tương lai của doanh nghiệp mình nên viễn thông Ninh Bình đã xây dựng và thiết lập các mục tiêu. Mục đích, thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ IPTV (MyTV).

Tại đây bản thân tôi đã đưa ra và làm rõ một số vấn đề như: hệ thống hóa về cơ sở lý luận cũng như chất lượng dịch vụ nói chung và còn dịch vụ IPTV nói riêng. Từ đó, phân tích thực trạng việc cung cấp dịch vụ từ các nhà cung cấp. Đồng thời đưa ra các đánh giá và phân tích chất lượng các dịch vụ với mục đích phát hiện ra những chỉ tiêu còn chưa đạt được yêu cầu cũng như những nguyên nhân ảnh hưởng. Từ những điều đã nêu rõ ở trên đưa ra những giải pháp tốt nhất để nâng cao thêm chất lượng dịch vụ của truyền hình MyTV cũng như của VNPT tại địa bàn Ninh Bình. Ở trong giai đoạn hiện nay thì những việc trong bài luận trên có ý nghĩa mang tính thời sự đối với VNPT tại địa bàn Ninh Bình, những vấn đề còn tồn đọng.

Luận văn được nghiên cứu với mục đích là đưa ra được những giải pháp mang tính khả thi để vận dụng vào hoạt động phát triển dịch vụ truyền hình MyTV tại Viễn Thông Ninh Bình nhằm tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận và nâng cao vị thế của doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

DANH MỤC THAM KHẢO

1. Nguyễn Đình Phan (2012), “Giáo trình quản trị chất lượng”, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân.
2. Huỳnh Bảo Thiên An (2014) Giải pháp phát triển dịch vụ viễn thông tại VNPT Trà Vinh”
3. Vũ Trí Dũng (2008), Bài giảng Marketing dịch vụ viễn thông và dịch vụ khách hàng tại VNPT, Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- 4.NCS.MBA.Trần Việt Dũng (2009), Marketing dịch vụ viễn thông và quản lý bán hàng, Đại học kinh tế - Đại học quốc gia Hà Nội.
5. Nguyễn Thị Thuý Hằng (2008) “Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại Bưu điện TP Hà Nội”.
6. Lý Hiểu (2005) Bí quyết để có khách hàng trung thành, NXB Từ điển Bách khoa,Hà Nội.
7. Đinh Phi Hổ (2011), Phương pháp nghiên cứu định lượng, Nhà xuất bản Phương Đông.
8. John E.G Bateson (2002) Chăm sóc khách hàng và vai trò của nó trong kinh doanh hiện nay, NXB Thống kê.
9. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2016), “Bộ quy định chỉ tiêu chất lượng mạng-dịch vụ của VNPT”.
10. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2015), “ Quy định tự quản lý kiểm tra chất lượng dịch vụ viễn thông”.
11. Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (2017), “ Bản công bố chất lượng dịch vụ phát thanh, truyền hình ”.
12. Viễn Thông Ninh Bình (2017), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2017, Ninh Bình
13. Viễn Thông Ninh Bình (2018), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2018, Ninh Bình
14. Viễn Thông Ninh Bình (2019), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2019, Ninh Bình

15. Viễn Thông Ninh Bình (2020), Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2020, Ninh Bình
16. Phòng Nhân sự Tổng hợp Viễn Thông Ninh Bình, “Mô hình tổ chức và chức năng nhiệm vụ của Viễn Thông Ninh Bình”.
17. Website tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam: <http://vnpt.vn>
18. Website về dịch vụ truyền hình MyTV: <http://mytv.com.vn>
19. Website Viễn Thông Ninh Bình: <http://ninhbinh.vnpt.vn>
20. Website Cổng thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam: <http://chinhphu.vn>

PHỤ LỤC
BẢNG GIÁ DỊCH VỤ ONETV
Bảng giá có hiệu lực từ ngày 15/09/2011.
Áp dụng cho Bộ giải mã Comtrend và Bộ giải mã Zyxel.

Phân loại dịch vụ OneTV

<i>CÁC DỊCH VỤ TÍNH PHÍ</i>		
01	Truyền hình	Tính phí
02	Phim truyện	Tính phí
03	Hài - cải lương	Tính phí
04	HBO On Demand	Tính phí
05	Giáo dục Đào tạo - Ôn thi Đại học	Tính phí
<i>CÁC DỊCH VỤ MIỄN PHÍ CƠ BẢN</i>		
01	Tiếng anh cho bé	Miễn phí
02	Ca nhạc	Miễn phí
03	Văn hóa - Thể thao	Miễn phí
04	Thư giãn	Miễn phí
05	Độc báo	Miễn phí
06	Địa chỉ cần biết	Miễn phí
07	Truyền hình xem lại	Miễn phí
08	Thông tin	Miễn phí
09	Chứng khoán	Miễn phí
10	Youtube	Miễn phí
11	Thiếu nhi	Miễn phí
12	Nhạc số	Miễn phí

(Nguồn: Công ty Cổ phần đầu tư công nghệ FPT)

Bảng giá niêm yết và khuyến mãi các gói dịch vụ

Gói dịch vụ	Nội dung dịch vụ	Mức cước thuê bao niêm yết (đồng/tháng)	Mức cước thuê bao khuyến mãi 1 năm kể từ 15/09/2011 (đồng/tháng)	Ghi chú
OneTV FREE (Gói dịch vụ cơ bản miễn phí)	Gồm 30 kênh truyền hình Việt Nam và kênh nước ngoài miễn phí (chi tiết). Các dịch vụ theo yêu cầu sẽ tính phí.	Miễn phí (khách hàng mua bộ giải mã TV là FPT Telecom)	Miễn phí (khách hàng mua bộ giải mã TV là FPT Telecom)	
OneTV Basic (Gói các kênh truyền hình)	80 kênh truyền SD. (Ngoại trừ gói kênh K+) (<i>chi tiết</i>) - Dịch vụ truyền hình xem lại - Dịch vụ Hải, phim truyện –Cải lương, Ca nhạc, Văn hoá - Thể thao, Thư giãn, Thiếu nhi, Tiếng Anh cho bé	80.000	60.000	Giảm giá 25% thuê bao, cam kết thực hiện trong 01 năm
OneTV VOD (Gói các dịch vụ Theo Yêu Cầu có thu phí)	Dịch vụ có thu phí (Cải lương,...)	100.000	80.000	Giảm giá 20% thuê bao, cam kết thực hiện trong 01 năm
OneTV Pre- mium	□ Tất cả nội dung của gói Basic • Toàn bộ dịch vụ theo yêu cầu có thu phí	180.000	120.000	Giảm giá 35% thuê bao, cam kết thực hiện trong 01 năm

OneTV Plus	<input type="checkbox"/> Gói kênh truyền hình K+ (K+1, K+Nhịp sống)	136.400	136.400	
OneTV HBO OD	<input type="checkbox"/> Gói phim HBO On-Demand	50.000	40.000	Giảm giá 20% cước thuê bao trong 03 tháng kể từ ngày 21/02/2012
OneTV Giáo dục Đào tạo	<input type="checkbox"/> Gói dịch vụ Giáo dục Đào tạo - Ôn thi Đại học			

(Nguồn: Công ty Cổ phần đầu tư công nghệ FPT)

Bảng Gói dịch vụ Giáo dục Đào tạo

Mục	TT	Môn	Phí dịch vụ	Số lượng	Thời hạn sử dụng
BÀI GIẢNG + ÔN THI	I	Phí trả lẻ (theo tiết giảng)			
	1	Toán	5.000 đồng	01 tiết giảng (1 video)	48 giờ
	2	Hoá			
	3	Vật lý	4.000 đồng		
	4	Ngữ văn			
	5	Sinh học			
	6	Tiếng Anh			
	7	Sử	3.000 đồng		
	8	Địa			
	II	Trả phí trọn gói (theo môn học)			
	1	Toán	200.000 đồng	1 môn học	1 tháng
	2	Hoá			
	3	Vật lý	180.000 đồng		
	4	Ngữ văn			
	5	Sinh học			
	6	Tiếng Anh			
	7	Sử	150.000 đồng		
	8	Địa			
THI THỬ	1	Sinh	MIỄN PHÍ	Trắc nghiệm	Không giới hạn
	2	Hoá			
	3	Tiếng Anh			

(Nguồn: Công ty Cổ phần đầu tư công nghệ FPT)

Bảng 2.18. Tổng hợp Kết quả Cronbach's Alpha nghiên cứu sơ bộ

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Tin cậy (TC): Cronbach's Alpha = .879				
TC1	9.1333	4.740	.705	.858
TC2	9.1667	4.282	.838	.804
TC3	9.3667	4.723	.733	.847
TC4	9.1333	4.809	.681	.867
Đảm bảo (ĐB): Cronbach's Alpha = .820				
ĐB1	9.7667	3.564	.676	.757
ĐB2	10.2667	3.789	.659	.766
ĐB3	10.1000	3.128	.712	.741
ĐB4	9.7667	4.185	.538	.817
Hữu hình (HH): Cronbach's Alpha = .811				
HH1	9.4333	3.151	.752	.698
HH2	9.5667	4.323	.489	.822
HH3	9.7000	3.666	.672	.743
HH4	9.6000	3.490	.620	.769
Đồng cảm (ĐC): Cronbach's Alpha = .881				
ĐC1	11.8333	12.213	.762	.844
ĐC2	11.9333	14.409	.566	.887
ĐC3	11.9000	12.714	.721	.854
ĐC4	11.7000	11.459	.739	.853
ĐC5	11.5667	12.599	.710	.835
Đáp ứng (ĐU): Cronbach's Alpha = .825				
ĐU'1	12.8667	12.878	.595	.797
ĐU'2	12.6667	12.575	.584	.800
ĐU'3	12.8000	11.545	.613	.795
ĐU'4	12.9000	12.714	.601	.795
ĐU'5	13.0333	12.240	.725	.762

Chất lượng kỹ thuật (CLKT): Cronbach's Alpha = .833				
CLKT1	12.0333	11.068	.693	.785
CLKT2	11.8667	14.120	.465	.843
CLKT3	11.8000	12.648	.624	.802
CLKT4	11.6333	11.620	.713	.776
CLKT5	11.4667	13.568	.728	.786
Hình ảnh (HA): Cronbach's Alpha = .816				
HA1	6.3667	3.757	.565	.844
HA2	6.7667	3.082	.715	.698
HA3	6.4000	2.869	.737	.673
Giá cả (GC): Cronbach's Alpha = .878				
GC1	8.9000	9.128	.684	.864
GC2	9.0000	7.517	.761	.841
GC3	8.9000	8.576	.729	.847
GC4	8.8000	9.131	.814	.824
Sự hài lòng (HL): Cronbach's Alpha = .802				
HL1	5.5000	5.017	.667	.715
HL2	5.6667	4.230	.642	.750
HL3	5.1667	5.109	.653	.729

Bảng 2.19. Tổng hợp Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho từng khái niệm trong nghiên cứu sơ bộ

	<i>Biến quan sát</i>	<i>Trọng số nhân tố</i>
Tin cậy (TC): <i>Eigenvalue</i> = 2.938; Phương sai trích = 73.441%	TC1	.919
	TC2	.854
	TC3	.834
	TC4	.817
Đảm bảo (ĐB): <i>Eigenvalue</i> = 2.604;	ĐB1	.853
	ĐB2	.827
	ĐB3	.820

Phương sai trích = 65.101%	ĐB4	.720
Hữu hình (HH): <i>Eigenvalue</i> = 2.560; Phương sai trích = 64.005%	HH1	.884
	HH2	.835
	HH3	.789
	HH4	.677
Đồng cảm (ĐC): <i>Eigenvalue</i> = 3.414; <i>Phương sai trích</i> = 68.282%	ĐC1	.891
	ĐC2	.860
	ĐC3	.841
	ĐC4	.826
	ĐC5	.700
Đáp ứng (ĐU): <i>Eigenvalue</i> = 2.969; <i>Phương sai trích</i> = 59.370%	ĐU1	.846
	ĐU2	.763
	ĐU3	.750
	ĐU4	.747
	ĐU5	.741
Chất lượng kỹ thuật (CLKT): <i>Eigenvalue</i> = 3.071; Phương sai trích = 61.423%	CLKT1	.843
	CLKT2	.836
	CLKT3	.818
	CLKT4	.770
	CLKT5	.631
Hình ảnh (HA): <i>Eigenvalue</i> = 2.194; Phương sai trích= 73.121%	HA1	.896
	HA2	.883
	HA3	.783
Giá cả (GC): <i>Eigenvalue</i> = 2.973 Phương sai trích = 74.337%	GC1	.903
	GC2	.874
	GC3	.843
	GC4	.827
Sự hài lòng (HL):	HL1	.858
	HL2	.850

<i>Eigenvalue</i> = 2.166; Phương sai trích= 72.204%	HL3	.841
---	-----	------

Bảng 2.20. Kết quả phân tích tương quan

		F1	F2	F3	F4	F
F1	Pearson Correlation	1	.251**	.345**	.212**	.515**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000
	N	200	200	200	200	200
F2	Pearson Correlation	.251**	1	.351**	.288**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
F3	Pearson Correlation	.345**	.351**	1	.244**	.545**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
F4	Pearson Correlation	.212**	.288**	.244**	1	.412**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
F	Pearson Correlation	.515**	.594**	.545**	.412**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Bảng 2.25. Phân tích Cronbach's Alpha của các thang đo được

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Tin cậy (TC): Cronbach's Alpha = .828				
TC1	9.2200	4.866	.688	.767
TC2	9.5150	4.864	.712	.756
TC3	9.5700	4.749	.799	.721

TC4	9.0150	5.241	.461	.878
Đảm bảo (ĐB): Cronbach's Alpha = .739				
ĐB1	9.1400	4.433	.493	.701
ĐB2	9.3850	4.399	.534	.679
ĐB3	9.3250	4.251	.499	.699
ĐB4	9.0500	3.977	.602	.637
Hữu hình (HH): Cronbach's Alpha = .807				

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
HH1	9.0100	4.110	.664	.738
HH2	9.0750	4.622	.541	.795
HH3	9.2500	4.148	.641	.749
HH4	9.0700	4.055	.647	.746
Đồng cảm (ĐC): Cronbach's Alpha = .820				
ĐC1	11.8500	7.626	.705	.755
ĐC2	12.0400	8.230	.652	.773
ĐC3	12.0350	8.124	.690	.762
ĐC4	11.9050	7.674	.696	.758
ĐC5	11.7300	10.047	.330	.855
Đáp ứng (ĐU): Cronbach's Alpha = .725				
ĐU1	13.1650	8.631	.550	.653
ĐU2	13.0300	7.889	.574	.639
ĐU3	13.2300	6.942	.712	.571
ĐU4	12.4650	9.456	.453	.690
ĐU5	13.0700	10.849	.166	.784
Chất lượng kỹ thuật (CLKT): Cronbach's Alpha = .862				
CLKT1	12.0400	11.687	.697	.831
CLKT2	12.0350	13.511	.575	.859

CLKT3	12.0900	11.942	.710	.827
CLKT4	12.0850	12.953	.665	.838
CLKT5	11.6700	12.815	.792	.812
Hình ảnh (HA): Cronbach's Alpha = .825				

Biến quan sát	Trung bìnhthang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tươngquan biến tổng	Cronbach'sAlpha nếu loại biến
HA1	6.4500	3.209	.708	.733
HA2	6.6750	4.019	.603	.834
HA3	6.3100	3.190	.747	.690
Giá cả (GC): Cronbach's Alpha = .863				
GC1	9.2750	7.457	.656	.847
GC2	9.3250	6.844	.698	.833
GC3	9.1750	7.220	.721	.821
GC4	9.1250	7.447	.786	.800
Sự hài lòng (HL): Cronbach's Alpha = .737				
HL1	5.8900	3.646	.587	.621
HL2	5.8850	4.102	.542	.674
HL3	5.8150	3.961	.557	.656

Bảng 2.26. Bảng ma trận xoay các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sau khi phân tích EFA lần cuối

Biến	Nhân tố							
	1	2	3	4	5	6	7	8
CLKT3	.840							
CLKT5	.831							
CLKT1	.800							
CLKT4	.741							
CLKT2	.695							
GC3		.848						

GC4		.843						
GC2		.821						
GC1		.783						
HH1			.824					
HH4			.813					
HH3			.809					
HH2			.716					
ĐU'3				.869				
ĐU'2				.791				
ĐU'1				.749				
ĐU'4				.664				
TC3					.904			
TC2					.887			
TC1					.770			.383
HA3						.833		
HA1						.793		
HA2						.760		
ĐB4							.770	
ĐB2							.754	
ĐB1							.721	
ĐB3							.720	
ĐC4								.812
ĐC1								.807
KMO (Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy) = 0.758								
Chi – Square = 2761.906; df = 406; Sig = 0.000								
Eigenvalues	5.718	2.901	2.594	2.412	2.319	2.003	1.304	1.029
Phương sai trích (%)	19.717	29.721	38.664	46.981	54.977	61.884	66.382	69.930

Bảng 2.27. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV sau khi rút trích

Biến		Tên nhóm
TC1	Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng trong hợp đồng	Tin cậy
TC2	Doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ nhanh chóng và thực hiện đầy đủ như đã cam kết trong hợp đồng	
TC3	Khi có thay đổi (phí dịch vụ,...) Mytv thông báo rõ ràng	
ĐB1	Nhân viên ở các quầy giao dịch phục vụ rất niềm nở, nhiệt tình, thân thiện và lịch sự	Đảm bảo
ĐB2	Nhân viên có đủ các kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng	
ĐB3	Nhân viên bảo trì có nhanh nhẹn	
ĐB4	Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình	
HH1	Phòng trưng bày đầy đủ trang thiết bị	Hữu hình
HH2	Nhân viên tại các quầy giao dịch tại MyTv ăn mặc gọn gàng, lịch sự	
HH3	Nhân viên có tác phong tốt	
HH4	Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng	
ĐC1	Nhân viên quan tâm đến nhu cầu của khách hàng	Đồng cảm
ĐC4	Thắc mắc được công ty giải quyết thỏa đáng	Đáp ứng
ĐƯ1	Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng	Đáp ứng
ĐƯ2	Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng	
ĐƯ3	Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng	

ĐU4	Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay	
CLKT1	Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn	Chất lượng kỹ thuật
CLKT2	Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét	
CLKT3	Dịch vụ truyền hình MyTV luôn đi đầu trong việc nâng cao chất lượng âm thanh sống động	
CLKT4	Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh	
CLKT5	Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa hình ảnh và âm thanh	
HA1	MyTV là thương hiệu khách hàng định giới thiệu cho người thân	Hình ảnh
HA2	VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy	
HA3	VNPT là một trong những doanh nghiệp lớn trong ngành truyền hình IPTV	
GC1	Giá cước hòa mạng chấp nhận được	Giá cả
GC2	Giá cước thuê bao chấp nhận được	
GC3	Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá	
GC4	Giá cước dịch vụ có tính cạnh tranh với các đối thủ	

BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT

Xin chào Quý Anh/Chị!

Tôi là Đào Thành Phương, học viên lớp Cao học Quản trị kinh doanh – Học viện Công nghệ Bưu Chính Viễn Thông. Hiện tại, tôi đang thực hiện đề tài: **“Chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV trên địa bàn thành phố Ninh Bình”**. Tất cả các thông tin mà quý vị cung cấp chúng tôi chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu của đề tài, chúng tôi hoàn toàn không sử dụng cho mục đích khác. Rất mong anh/chị dành chút thời gian trao đổi một số suy nghĩ của anh/chị và xin lưu ý là không có quan điểm nào đúng hay sai cả, tất cả quan điểm của các anh/chị đều giúp ích cho nghiên cứu của chúng tôi. Chúng tôi xin cam đoan những thông tin từ anh/chị hoàn toàn được giữ bí mật. Chân thành cảm ơn sự hợp tác của anh/chị. Quý khách có đang sử dụng dịch vụ truyền hình MyTV của Viễn Thông Ninh Bình hay không?

☐ Có

☐ Không

Nếu câu trả lời là có thì tiếp tục phỏng vấn, nếu không thì dừng phỏng vấn.

PHẦN I: ĐÁNH GIÁ CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH MYTV

Xin anh/chị vui lòng cho biết mức độ đồng ý của các anh/chị về các phát biểu dưới đây, đánh dấu vào số thích hợp với qui ước sau:

1 Hoàn toàn không đồng ý

2 Không đồng ý

3 Trung hòa

4 Đồng ý

5 Hoàn toàn đồng ý

I. Thành phần Tin cậy						
1	Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như cam kết trong hợp đồng/hứa hẹn	1	2	3	4	5
2	Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn	1	2	3	4	5
3	Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng	1	2	3	4	5
4	Hóa đơn tính cước chính xác, dễ hiểu	1	2	3	4	5

II. Thành phần Đảm bảo						
5	Nhân viên tại các điểm giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện, lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng	1	2	3	4	5
6	Nhân viên có đầy đủ kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng	1	2	3	4	5
7	Nhân viên kinh doanh và bảo trì có tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp	1	2	3	4	5
8	Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình	1	2	3	4	5
III. Thành phần Hữu hình						
9	Phòng trưng bày tại điểm giao dịch có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại để trải nghiệm dịch vụ	1	2	3	4	5
10	Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự	1	2	3	4	5
11	Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự	1	2	3	4	5
12	Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng	1	2	3	4	5
IV. Thành phần Đồng cảm						
13	Nhân viên quan tâm đến nhu cầu của khách hàng	1	2	3	4	5
14	Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng	1	2	3	4	5
15	Điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng có thời gian hoạt động thuận tiện cho khách hàng	1	2	3	4	5
16	Thắc mắc, khiếu nại của khách hàng được doanh nghiệp giải quyết nhiệt tình, thỏa đáng	1	2	3	4	5
17	Dễ dàng gọi vào tổng đài chăm sóc khách hàng 24/24	1	2	3	4	5
V. Thành phần Đáp ứng						
18	Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng	1	2	3	4	5
18	Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng	1	2	3	4	5
19	Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng	1	2	3	4	5
20	Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng	1	2	3	4	5
21	Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay	1	2	3	4	5
22	Truyền hình MyTV có nhiều dịch vụ gia tăng	1	2	3	4	5

VI. Thành phần Chất lượng kỹ thuật						
23	Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn	1	2	3	4	5
24	Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét	1	2	3	4	5
25	Dịch vụ truyền hình MyTV có chất lượng âm thanh sống động	1	2	3	4	5
26	Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh	1	2	3	4	5
27	Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa hình ảnh và âm thanh	1	2	3	4	5
VII. Thành phần Hình ảnh						
28	Truyền hình MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi khách hàng định sử dụng /giới thiệu cho người thân	1	2	3	4	5
29	VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy	1	2	3	4	5
30	VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV	1	2	3	4	5
VIII. Thành phần Giá cả						
31	Giá cước hòa mạng chấp nhận được	1	2	3	4	5
32	Giá cước thuê bao chấp nhận được	1	2	3	4	5
33	Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá	1	2	3	4	5
34	Giá cước dịch vụ cạnh tranh hơn so với những doanh nghiệp THTT khác.	1	2	3	4	5
IX. Thành phần Sự hài lòng						
35	Anh / chị hoàn toàn hài lòng với chất lượng dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	1	2	3	4	5
36	Anh / chị hoàn toàn hài lòng với giá cả dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	1	2	3	4	5
37	Anh / chị hoàn toàn hài lòng khi làm việc với VNPT Ninh Bình	1	2	3	4	5

PHẦN II: THÔNG TIN VỀ ĐÁP VIÊN

38. Giới tính:

1. ☐ Nam

2. ☐ Nữ

39. Xin vui lòng cho biết anh/ chị thuộc nhóm tuổi nào:

1. ☐ < 23 tuổi

2. ☐ 23 - 29 tuổi

3. ☐ 30 - 40 tuổi

4. ☐ > 40 tuổi

40. Thu nhập hiện tại hàng tháng của anh/ chị

2. ☐ < 3 triệu

2. ☐ 3 - 6 triệu

3. ☐ 6 - 10 triệu

4. ☐ > 10 triệu

Xin chân thành cảm ơn Anh/Chị.

Chúc Anh/Chị sức khỏe và thành đạt!

Phụ lục 2. Đánh giá sơ bộ thang đo

Phụ lục 2a. Kết quả Cronbach's Alpha nghiên cứu sơ bộ

1. Thang đo “Tin cậy”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item –Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như cam kết trong hợp đồng/hứa hẹn	9,1333	4,740	,705	,858
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn	9,1667	4,282	,838	,804
Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng	9,3667	4,723	,733	,847
Hóa đơn tính cước chính xác, dễ hiểu	9,1333	4,809	,681	,867

2.Thang đo “Đảm bảo

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item –Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Nhân viên tại các điểm giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện, lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng	9,7667	3,564	,676	,757
Nhân viên có đầy đủ kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng	10,2667	3,789	,659	,766
Nhân viên kinh doanh và bảo trì có tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp	10,1000	3,128	,712	,741
Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình	9,7667	4,185	,538	,817

3.Thang đo “Hữu hình”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item –Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Phòng trưng bày tại điểm giao dịch có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại để trải nghiệm dịch vụ	9,4333	3,151	,752	,698
Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự	9,5667	4,323	,489	,822
Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự	9,7000	3,666	,672	,743
Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng	9,6000	3,490	,620	,769

4.Thang đo “Đồng cảm”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item –Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu khách hàng	11,8333	12,213	,762	,844
Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng	11,9333	14,409	,566	,887
Điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng có thời gian hoạt động thuận tiện cho khách hàng	11,9000	12,714	,721	,854
Thắc mắc, khiếu nại của khách hàng được doanh nghiệp giải quyết nhiệt tình, thỏa đáng	11,7000	11,459	,739	,853
Dễ dàng gọi vào tổng đài chăm sóc khách hàng 24/24	11,5667	12,599	,810	,835

5.Thang đo “Đáp ứng”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng	12,8667	12,878	,595	,797
Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng	12,6667	12,575	,584	,800
Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng	12,8000	11,545	,613	,795
Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay	12,9000	12,714	,601	,795
Truyền hình MyTV có nhiều dịch vụ gia tăng	13,0333	12,240	,725	,762

6.Thang đo “Chất lượng kỹ thuật”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn	12,03333	11,068	,693	,785
Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét	11,86667	14,120	,465	,843
Dịch vụ truyền hình MyTV có chất lượng âm thanh sống động	11,80000	12,648	,624	,802
Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh	11,63333	11,620	,713	,776
Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa video và audio	11,46667	13,568	,728	,786

7.Thang đo “Hình ảnh”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item - Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Truyền hình MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi khách hàng định sử dụng /giới thiệu cho người thân	6,3667	3,757	,565	,844
VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy	6,7667	3,082	,715	,698
VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV	6,4000	2,869	,737	,673

8.Thang đo “Giá cả”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,878	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Chi phí hòa mạng chấp nhận được	8,9000	9,128	,684	,864
Giá cước thuê bao chấp nhận được	9,0000	7,517	,761	,841
Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá	8,9000	8,576	,729	,847
Giá cước dịch vụ cạnh tranh hơn so với những doanh nghiệp THTT khác	8,8000	9,131	,814	,824

9. Thang đo “Sự hài lòng”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,802	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với chất lượng dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	5,5000	5,017	,667	,715
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với giá cả dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	5,6667	4,230	,642	,750
Anh/chị hoàn toàn hài lòng khi làm việc với Viễn Thông Ninh Bình	5,1667	5,109	,653	,729

Phụ lục 2b. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA nghiên cứu sơ bộ

1. Thang đo “Tin cậy

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,795
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	59,807
	df	6
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,938	73,441	73,441	2,938	73,441	73,441
2	,502	12,549	85,990			
3	,354	8,859	94,850			
4	,206	5,150	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn	,919
Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng.	,854
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như cam kết trong hợp đồng/hứa hẹn	,834
Hóa đơn tính cước chính xác, dễ hiểu	,817

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

2. Thang đo “Đảm bảo”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,709
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	41,818
	df	6
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Total	% of Variance	% of Variance	Cumulative %
1	2,604	65,101	65,101	2,604	65,101	65,101
2	,674	16,845	81,946			
3	,463	11,580	93,526			
4	,259	6,474	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
Nhân viên kinh doanh và bảo trì có tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp	,853
Nhân viên tại các điểm giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện, lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng	,827
Nhân viên có đầy đủ kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng	,820
Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình	,720
Extraction Method: Principal Component Analysis	
a. 1 components extracted.	

3. Thang đo “Hữu hình”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,616
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	45,693
	df	6
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,560	64,005	64,005	2,560	64,005	64,005
2	,683	17,086	81,091			
3	,575	14,386	95,477			
4	,181	4,523	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Phòng trưng bày tại điểm giao dịch có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại để trải nghiệm dịch vụ	,884
Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự	,835
Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng	,789
Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự	,677

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

4. Thang đo “Đồng cảm”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,809
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	77,273
	df	10
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %

1	3,414	68,282	68,282	3,414	68,282	68,282
2	,681	13,619	81,902			
3	,392	7,832	89,734			
4	,337	6,732	96,466			
5	,177	3,534	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
Dễ dàng gọi vào tổng đài chăm sóc khách hàng 24/24	,891
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu khách hàng	,860
Thắc mắc, khiếu nại của khách hàng được doanh nghiệp giải quyết nhiệt tình, thỏa đáng	,841
Điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng có thời gian hoạt động thuận tiện cho khách hàng	,826
Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng	,700

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

5. Thang đo “Đáp ứng”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,777
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	51,596
	df	10
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,969	59,370	59,370	2,969	59,370	59,370
2	,870	17,399	76,769			
3	,484	9,683	86,453			
4	,363	7,254	93,707			
5	,315	6,293	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
Truyền hình MyTV có nhiều dịch vụ gia tăng	,846
Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng	,763
Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay	,750
Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng	,747
Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng	,741

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

6. Thang đo “Chất lượng kỹ thuật”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,818
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	54,087
	df	10
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,071	61,423	61,423	3,071	61,423	61,423
2	,783	15,664	77,087			
3	,446	8,912	85,999			
4	,386	7,727	93,727			
5	,314	6,273	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa video và audio	,843
Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh	,836
Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn	,818
Dịch vụ truyền hình MyTV có chất lượng âm thanh sống động	,770
Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét	,631

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

7. Thang đo “Hình ảnh”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,677
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	31,295
	df	3
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,194	73,121	73,121	2,194	73,121	73,121
2	,539	17,972	91,093			
3	,267	8,907	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV	,896
VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy	,883
Truyền hình MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi khách hàng định sử dụng /giới thiệu cho người thân	,783

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

8. Thang đo “Giá cả”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		724
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	65,005
	df	6
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,973	74,337	74,337	2,973	74,337	74,337
2	,484	12,104	86,440			
3	,380	9,511	95,951			
4	,162	4,049	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Giá cước dịch vụ cạnh tranh hơn so với những doanh nghiệp THTT khác	,903
Giá cước thuê bao chấp nhận được	,874
Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá	,843
Chi phí hòa mạng chấp nhận được	,827

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

a. 1 components extracted.

9. Thang đo “Sự hài lòng”

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,714
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	26,593
	df	3
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,166	72,204	72,204	2,166	72,204	72,204
2	,436	14,550	86,754			
3	,397	13,246	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với chất lượng dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	,858
Anh/chị hoàn toàn hài lòng khi làm việc với Viễn Thông Ninh Bình	,850
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với giá cả dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	,841

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

a. 1 components extracted.

Phụ lục 3. Kết quả Cronbach's Alpha nghiên cứu chính thức

1. Thang đo “Tin cậy”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,828	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ MyTV đúng như cam kết trong hợp đồng/hứa hẹn	9,2200	4,866	,688	,767
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn	9,5150	4,864	,712	,756
Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng.	9,5700	4,749	,799	,721
Hóa đơn tính cước chính xác, dễ hiểu	9,0150	5,241	,461	,878

2. Thang đo “Đảm bảo”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,739	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Nhân viên tại các điểm giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện, lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng	9,1400	4,433	,493	,701
Nhân viên có đầy đủ kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng	9,3850	4,399	,534	,679
Nhân viên kinh doanh và bảo trì có tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp	9,3250	4,251	,499	,699

Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình	9,0500	3,977	,602	,637
---	--------	-------	------	------

3. Thang đo “Hữu hình”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Phòng trưng bày tại điểm giao dịch có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại để trải nghiệm dịch vụ	9,0100	4,110	,664	,738
Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự	9,0750	4,622	,541	,795
Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự	9,2500	4,148	,641	,749
Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng	9,0700	4,055	,647	,746

4. Thang đo “Đồng cảm”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu khách hàng	11,8500	7,626	,705	,755
Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng	12,0400	8,230	,652	,773
Điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng có thời gian hoạt động thuận tiện cho khách hàng.	12,0350	8,124	,690	,762
Thắc mắc, khiếu nại của khách hàng được doanh nghiệp giải quyết nhiệt tình, thỏa đáng.	11,9050	7,674	,696	,758
Dễ dàng gọi vào tổng đài chăm sóc khách hàng 24/24	11,7300	10,047	,330	,855

5. Thang đo “Đáp ứng”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng	13,1650	8,631	,550	,653
Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng	13,0300	7,889	,574	,639
Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng	13,2300	6,942	,712	,571
Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay	12,4650	9,456	,453	,690
Truyền hình MyTV có nhiều dịch vụ gia tăng	13,0700	10,849	,166	,784

6. Thang đo “Hình ảnh”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Truyền hình MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi khách hàng định sử dụng/giới thiệu cho người thân	6,4150	3,209	,708	,733
VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy	6,6750	4,019	,603	,834
VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV	6,3100	3,190	,747	,690

7. Thang đo “Giá cả”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Chi phí hòa mạng chấp nhận được	9,2750	7,457	,656	,847
Giá cước thuê bao chấp nhận được	9,3250	6,844	,698	,833
Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá	9,1750	7,220	,721	,821
Giá cước dịch vụ cạnh tranh hơn so với những doanh nghiệp THTT khác	9,1250	7,447	,786	,800

8. Thang đo “ Sự hài lòng”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,737	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với chất lượng dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	5,8900	3,646	,587	,621
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với giá cả dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	5,8850	4,102	,542	,674
Anh/chị hoàn toàn hài lòng khi làm việc với Viễn Thông Ninh Bình	5,8150	3,961	,557	,656

Phụ lục 5. Kết quả phân tích EFA cho các khái niệm của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV

Phụ lục 5a. Phân tích nhân tố lần 1

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3329,800
	df	496
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,773	21,165	21,165	6,773	21,165	21,165	3,420	10,687	10,687
2	2,971	9,285	30,449	2,971	9,285	30,449	2,940	9,187	19,874
3	2,723	8,509	38,958	2,723	8,509	38,958	2,783	8,697	28,571
4	2,500	7,813	46,771	2,500	7,813	46,771	2,730	8,530	37,102
5	2,334	7,294	54,065	2,334	7,294	54,065	2,585	8,079	45,180
6	2,024	6,325	60,390	2,024	6,325	60,390	2,536	7,924	53,104
7	1,343	4,195	64,585	1,343	4,195	64,585	2,527	7,897	61,001
8	1,144	3,575	68,161	1,144	3,575	68,161	2,291	7,160	68,161
9	,912	2,850	71,011						
10	,794	2,481	73,492						
11	,772	2,412	75,905						
12	,746	2,330	78,234						
13	,648	2,024	80,258						
14	,623	1,946	82,204						
15	,591	1,848	84,052						
16	,558	1,743	85,795						
17	,495	1,545	87,341						
18	,441	1,379	88,719						
19	,423	1,323	90,042						
20	,381	1,190	91,232						
21	,364	1,137	92,369						
22	,346	1,080	93,450						
23	,326	1,018	94,468						
24	,289	,905	95,373						
25	,267	,834	96,207						
26	,251	,784	96,991						
27	,236	,737	97,728						
28	,200	,624	98,352						
29	,176	,550	98,902						
30	,148	,462	99,364						
31	,111	,348	99,712						
32	,092	,288	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Dịch vụ truyền hình MyTV có chất lượng âm thanh sống động	,841							
Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa video và audio	,828							
Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn	,793							
Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh	,738							
Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét	,697							
Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá		,842						
Giá cước dịch vụ cạnh tranh hơn so với những doanh nghiệp THTT khác.		,841						
Giá cước thuê bao chấp nhận được		,817						
Chi phí hòa mạng chấp nhận được		,780						
Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng.			,895					
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn			,866					
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ MyTV đúng như cam kết trong hợp đồng/hứa hẹn			,745					
Thắc mắc, khiếu nại của khách hàng được doanh nghiệp giải quyết nhiệt tình, thỏa đáng.				,795				
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu khách hàng				,773				
Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng			,337	,725				
Điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng có thời gian hoạt động thuận tiện cho khách hàng.			,374	,682				
Phòng trưng bày tại điểm giao dịch có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại để trải nghiệm dịch vụ					,826			
Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng					,815			

Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự					,806			
Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự					,712			
Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng						,866		
Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng						,797		
Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng						,757		
Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay						,646		
VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV							,809	
Truyền hình MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi khách hàng định sử dụng /giới thiệu cho người thân							,762	
VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy							,728	
Hóa đơn tính cước chính xác, dễ hiểu			,419				,477	
Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình								,772
Nhân viên có đầy đủ kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng								,753
Nhân viên tại các điểm giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện, lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng								,723
Nhân viên kinh doanh và bảo trì có tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp								,717

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Phụ lục 5b. Phân tích nhân tố lần 2

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,752
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2957,891
	df	435
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,028	20,095	20,095	6,028	20,095	20,095	3,408	11,359	11,359
2	2,931	9,769	29,863	2,931	9,769	29,863	2,937	9,791	21,150
3	2,611	8,702	38,565	2,611	8,702	38,565	2,592	8,641	29,791
4	2,469	8,231	46,797	2,469	8,231	46,797	2,577	8,591	38,383
5	2,325	7,750	54,547	2,325	7,750	54,547	2,523	8,409	46,792
6	2,019	6,730	61,277	2,019	6,730	61,277	2,301	7,669	54,461
7	1,311	4,371	65,648	1,311	4,371	65,648	2,289	7,628	62,089
8	1,092	3,639	69,288	1,092	3,639	69,288	2,160	7,199	69,288
9	,869	2,896	72,184						
10	,774	2,581	74,765						
11	,710	2,368	77,133						
12	,671	2,236	79,369						
13	,625	2,084	81,453						
14	,587	1,955	83,408						
15	,558	1,859	85,268						
16	,500	1,668	86,936						
17	,463	1,544	88,480						
18	,438	1,459	89,939						
19	,384	1,279	91,218						
20	,367	1,223	92,441						
21	,345	1,149	93,591						
22	,316	1,052	94,643						
23	,277	,923	95,566						
24	,260	,867	96,433						
25	,248	,828	97,261						
26	,205	,685	97,945						
27	,197	,657	98,602						
28	,165	,551	99,154						
29	,141	,469	99,622						
30	,113	,378	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Dịch vụ truyền hình MyTV có chất lượng âm thanh sống động	,842							
Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa video và audio	,830							
Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn	,800							
Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh	,738							
Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét	,695							
Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá		,845						
Giá cước dịch vụ cạnh tranh hơn so với những doanh nghiệp THTT khác.		,843						
Giá cước thuê bao chấp nhận được		,821						
Chi phí hòa mạng chấp nhận được		,783						
Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng.			,901					
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn			,888					
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ MyTV đúng như cam kết trong hợp đồng/hứa hẹn			,754					
Phòng trưng bày tại điểm giao dịch có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại để trải nghiệm dịch vụ				,823				
Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng				,814				
Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự				,809				
Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự				,717				
Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng				,814				
Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự				,809				
Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự				,717				
Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng				,389		,869		
Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng						,797		

Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng						,753		
Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay						,654		
VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV						,832		
Truyền hình MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi khách hàng định sử dụng/giới thiệu cho người thân						,784		
VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy						,740		
Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình							,771	
Nhân viên có đầy đủ kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng							,754	
Nhân viên tại các điểm giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện, lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng							,722	
Nhân viên kinh doanh và bảo trì có tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp							,718	
Thì lên nghiệp vụ tại điểm khách hàng được doanh nghiệp ghi quy định, thành đáng.								,833
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu khách hàng								,782
Nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng								,672

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Phụ lục 5c. Phân tích nhân tố lần 3

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2761,906
	df	406
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,718	19,717	19,717	5,718	19,717	19,717	3,419	11,791	11,791
2	2,901	10,004	29,721	2,901	10,004	29,721	2,940	10,140	21,931
3	2,594	8,943	38,664	2,594	8,943	38,664	2,577	8,887	30,818
4	2,412	8,317	46,981	2,412	8,317	46,981	2,521	8,692	39,510
5	2,319	7,995	54,977	2,319	7,995	54,977	2,492	8,594	48,104
6	2,003	6,907	61,884	2,003	6,907	61,884	2,320	7,999	56,103
7	1,304	4,498	66,382	1,304	4,498	66,382	2,286	7,883	63,987
8	1,029	3,548	69,930	1,029	3,548	69,930	1,724	5,944	69,930
9	,848	2,923	72,854						
10	,729	2,514	75,368						
11	,679	2,340	77,708						
12	,640	2,207	79,915						
13	,590	2,035	81,950						
14	,561	1,935	83,885						
15	,557	1,921	85,806						
16	,500	1,726	87,531						
17	,438	1,510	89,041						
18	,388	1,338	90,379						
19	,374	1,288	91,668						
20	,364	1,254	92,922						
21	,330	1,137	94,059						
22	,303	1,046	95,106						
23	,261	,900	96,006						
24	,258	,890	96,896						
25	,229	,790	97,686						
26	,197	,681	98,367						
27	,184	,634	99,000						
28	,157	,540	99,540						
29	,133	,460	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Dịch vụ truyền hình MyTV có chất lượng âm thanh sống động	,840							
Không (hoặc ít) mất sự đồng bộ giữa video và audio	,831							
Tín hiệu không (hoặc ít) bị gián đoạn	,800							
Thời gian khởi động hệ thống, thời gian chuyển kênh nhanh	,741							
Dịch vụ truyền hình MyTV có hình ảnh rõ nét	,695							
Chất lượng đường truyền tương ứng với mức giá		,848						
Giá cước dịch vụ cạnh tranh hơn so với những doanh nghiệp THPT khác.		,843						
Giá cước thuê bao chấp nhận được		,821						
Chi phí hòa mạng chấp nhận được		,783						
Phòng trưng bày tại điểm giao dịch có trang thiết bị đầy đủ, hiện đại để trải nghiệm dịch vụ			,824					
Có nhiều điểm giao dịch hỗ trợ khách hàng			,813					
Nhân viên kinh doanh và nhân viên bảo trì có ngoại hình dễ nhìn và lịch sự			,809					
Nhân viên tại điểm giao dịch có trang phục đẹp và lịch sự			,716					
Thời gian giải quyết khiếu nại nhanh chóng				,869				
Thời gian khắc phục sự cố nhanh chóng				,791				
Thủ tục hòa mạng, lắp đặt dịch vụ nhanh chóng				,749				
Truyền hình MyTV có nhiều kênh truyền hình hay				,664				
Khi có bất kì thay đổi gì (về tín hiệu, kênh, phí dịch vụ...) doanh nghiệp luôn thông báo rõ ràng với khách hàng					,904			
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đúng như thời gian hứa hẹn					,887			
Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ MyTV đúng như cam kết trong hợp đồng/hứa hẹn					,770			,383

VNPT là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực truyền hình IPTV						,833		
Truyền hình MyTV là thương hiệu nghĩ đến đầu tiên khi khách hàng định sử dụng /giới thiệu cho người thân						,793		
VNPT là một doanh nghiệp đáng tin cậy						,760		
Nhân viên thu cước tại nhà trung thực và nhiệt tình							,770	
Nhân viên có đầy đủ kiến thức để giải quyết vấn đề của khách hàng							,754	
Nhân viên tại các điểm giao dịch phục vụ nhiệt tình, thân thiện, lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng							,721	
Nhân viên kinh doanh và bảo trì có tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp							,720	
Thắc mắc, khiếu nại của khách hàng được doanh nghiệp giải quyết nhiệt tình, thỏa đáng.								,812
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu khách hàng								,807

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method:

Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Phụ lục 6. Kết quả phân tích EFA cho khái niệm Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình MyTV

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,684
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	127,975
	df	406
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,967	65,559	65,559	1,967	65,559	65,559
2	,551	18,380	83,939			
3	,482	16,061	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với chất lượng dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	,828
Anh/chị hoàn toàn hài lòng khi làm việc với Viễn Thông Ninh Bình	,806
Anh/chị hoàn toàn hài lòng với giá cả dịch vụ MyTV của Viễn Thông Ninh Bình	,795

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Phụ lục 7. Bảng ma trận tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc

Correlations

		F1	F2	F3	F4	F
F1	Pearson Correlation	1	,251**	,345**	,212**	,515**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,003	,000
	N	200	200	200	200	200
F2	Pearson Correlation	,251**	1	,351**	,288**	,594**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	200	200	200	200	200
F3	Pearson Correlation	,345**	,351**	1	,244**	,545**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	200	200	200	200	200
F4	Pearson Correlation	,212**	,288**	,244**	1	,412**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,000
	N	200	200	200	200	200
F	Pearson Correlation	,515**	,594**	,545**	,412**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	200	200	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Phụ lục 8. Kết quả phân tích hồi quy

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	F4, F1, F2, F3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: F

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.770 ^a	.592	.584	.59897	1.921

a. Predictors: (Constant), F4, F1, F2, F3

b. Dependent Variable: F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	101.662	4	25.416	70.841	.000 ^b
Residual	69.959	195	.359		
Total	171.622	199			

a. Dependent Variable: F

b. Predictors: (Constant), F4, F1, F2, F3

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.960	.362		-5.414	.000		
1 F1	.718	.123	.290	5.854	.000	.851	1.175
F2	.401	.054	.376	7.454	.000	.821	1.218
F3	.280	.053	.270	5.255	.000	.794	1.259
F4	.187	.052	.176	3.625	.000	.883	1.133

a. Dependent Variable: F

Phụ lục 9. Khảo sát yếu tố “Giới tính”

Group Statistics

	Giới tính	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
r	Nam	80	2,9625	,86174	,09635
	Nữ	120	2,9111	,91313	,08889

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper

Equal variances assumed	3,789	,053	,383	198	,702	,05139	,13433	-,21351	,31629
Equal variances not assumed			,392	182,801	,695	,05139	,13109	-,20725	,31003

Phụ lục 10. Khảo sát yếu tố “Độ tuổi”

ANOVA

F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10,301	3	3,434	4,172	,007
Within Groups	161,320	196	,823		
Total	171,622	199			

Multiple Comparisons

Dependent

(I) Tuổi	(J) Tuổi	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
< 23 tuổi	23 - 29 tuổi	-,40262	,24943	,530	-1,1106	,3054
	30 - 40 tuổi	-,80058*	,24263	,018	-1,4956	-,1055
	> 40 tuổi	-,84058	,37946	,190	-1,9095	,2283
23 - 29 tuổi	< 23 tuổi	,40262	,24943	,530	-,3054	1,1106
	30 - 40 tuổi	-,39796*	,09363	,000	-,6480	-,1479
	> 40 tuổi	-,43796	,30641	,678	-1,3567	,4808
30 - 40 tuổi	< 23 tuổi	,80058*	,24263	,018	,1055	1,4956
	23 - 29 tuổi	,39796*	,09363	,000	,1479	,6480
	> 40 tuổi	-,04000	,30090	1,000	-,9517	,8717
> 40 tuổi	< 23 tuổi	,84058	,37946	,190	-,2283	1,9095
	23 - 29 tuổi	,43796	,30641	,678	-,4808	1,3567
	30 - 40 tuổi	,04000	,30090	1,000	-,8717	,9517

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Phụ lục 11. Khảo sát yếu tố “Thu nhập”

ANOVA

F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	21,690	3	7,230	9,452	,000
Within Groups	149,932	196	,765		
Total	171,622	199			

Multiple Comparisons

Dependent

(I) Thu nhập	(J) Thu nhập	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
< 3 triệu	3 - 5 triệu	-,35365	,24032	,628	-1,0330	,3257
	6 - 10 triệu	-1,05864*	,24279	,001	-1,7437	-,3736
	> 10 triệu	-1,06111*	,32989	,017	-1,9826	-,1397
3 - 5 triệu	< 3 triệu	,35365	,24032	,628	-,3257	1,0330
	6 - 10 triệu	-,70499*	,11359	,000	-1,0118	-,3982
	> 10 triệu	-,70746	,25058	,068	-1,4526	,0377
6 - 10 triệu	< 3 triệu	1,05864*	,24279	,001	,3736	1,7437
	3 - 5 triệu	,70499*	,11359	,000	,3982	1,0118
	> 10 triệu	-,00247	,25294	1,000	-,7518	,7468
> 10 triệu	< 3 triệu	1,06111*	,32989	,017	,1397	1,9826
	3 - 5 triệu	,70746	,25058	,068	-,0377	1,4526
	6 - 10 triệu	,00247	,25294	1,000	-,7468	,7518

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.