

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Đỗ Thanh Quang

**PHÁT TRIỂN CÁC DỊCH VỤ VIỄN THÔNG CƠ BẢN CỦA
VNPT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 8.34.01.01

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

Hà Nội – 2021

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. VŨ TRỌNG PHONG

Phản biện 1: PGS.TS. Đỗ Hoài Linh

Phản biện 2: TS. Hồ Hồng Hải

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

Vào lúc: Ngày 15 tháng 01 năm 2022

Có thể tìm hiểu luận văn này tại:

Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm vừa qua, thị trường Viễn thông Việt Nam đã có những bước chuyển biến mạnh mẽ góp phần to lớn trong sự phát triển của xã hội. Cùng với việc phát triển mạng lưới Viễn thông, mở rộng phạm vi phục vụ, với nhiều loại hình dịch vụ phong phú, thì chất lượng thông tin cũng ngày càng được nâng cao, nhanh chóng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội.

Viễn thông Ninh Bình là đơn vị hạch toán phụ thuộc trực thuộc Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT). Viễn thông Ninh Bình được Tập đoàn VNPT giao quyền xây dựng cơ sở hạ tầng và tổ chức hoạt động kinh doanh các dịch vụ Viễn thông – Công nghệ thông tin trên địa bàn tỉnh Ninh Bình theo định hướng chiến lược của Tập đoàn VNPT. Hiện nay, Viễn thông Ninh Bình luôn là nhà cung cấp hàng đầu và cung cấp đa dạng các loại hình dịch vụ viễn thông – Công nghệ thông tin trên địa bàn tỉnh. Tuy nhiên những thành công đó chủ yếu được thừa hưởng từ thành quả nhiều năm trước với vị thế độc quyền trong kinh doanh và mang nặng dấu ấn bảo hộ của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam với cơ chế hạch toán, điều tiết toàn ngành. Trong khoảng 10 năm trở lại đây việc xuất hiện hàng loạt đối thủ cạnh tranh đã khiến thị trường cung cấp dịch vụ viễn thông công nghệ thông tin luôn nóng bỏng, việc tranh giành thị phần luôn diễn ra gay gắt và vô cùng quyết liệt. Chính vì vậy, ngay sau khi Tập đoàn VNPT định hướng lại việc phát triển và cung cấp các dịch vụ Viễn thông – Công nghệ thông tin, Viễn thông Ninh Bình đã ngay lập tức bắt tay vào thực hiện một cách quyết liệt nhằm phát triển các dịch vụ cơ bản để thu hút khách hàng. Để có thể đứng vững, phát triển và chiến thắng trong cạnh tranh thì Viễn thông Ninh Bình cần phải giải quyết nhiều vấn đề. Một trong những vấn đề quan trọng là phải phát triển nhanh, bền vững các dịch vụ cơ bản. Với các lý do trên, mà học viên đã chọn đề tài ***“Phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình”*** làm luận văn tốt nghiệp thạc sĩ.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu đề tài.

Ngành Viễn thông hàng năm đều có nhiều đề tài nghiên cứu về các giải pháp kỹ thuật, nâng cao năng lực cạnh tranh, quản trị nhân sự, hiệu quả đầu tư, cải tổ mô hình tổ chức, chiến lược kinh doanh, phát triển kênh bán hàng ... nhằm đề xuất các giải pháp cho doanh nghiệp để ngày một hoàn thiện hơn, lớn mạnh hơn và đạt được các mục tiêu đã đề ra. Kể từ khi chuyển sang cơ chế thị trường định hướng XHCN thì việc phát triển để cạnh tranh đã diễn ra

manh mẽ đối với từng doanh nghiệp, từng sản phẩm, đồng thời nó diễn ra ở mọi mặt trong xã hội. Những kết quả nghiên cứu trước đã có những đóng góp nhất định, cụ thể như:

- Một số giải pháp phát triển thị trường dịch vụ điện thoại di động của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt nam đến 2015, của Đặng Văn Công, luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2007.
- Phát triển ngành Viễn thông đến năm 2020, của Trần Đăng Khoa, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại Học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2007.
- Hoàn thiện cơ chế quản lý vốn của Tập đoàn Bưu chính- Viễn thông Việt Nam, của Lê Đình Quang, luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân, 2010.
- Phân tích môi trường phục vụ xây dựng chiến lược kinh doanh dịch vụ Internet băng thông rộng của tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam đến năm 2020, của Lê Thanh Hà, luận văn thạc sĩ, Học viện công nghệ Bưu chính viễn thông, 2012.

Đề tài “Phát triển các dịch vụ Viễn thông cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình” sẽ tập trung nghiên cứu thông qua các kết quả đã đạt được của giai đoạn (2018 – 2020) tại Viễn thông Ninh Bình, căn cứ theo biến động của thị trường Viễn thông, theo động thái từ các đối thủ cạnh tranh, từ đó phát triển các dịch vụ cơ bản cho từng sản phẩm dịch vụ, tại từng giai đoạn khác nhau nhằm đạt được mục tiêu thắng lợi trong kinh doanh. Luận văn là một nghiên cứu mới không trùng lặp với các nghiên cứu trước đây, tập trung đề xuất cho một doanh nghiệp cụ thể trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ Viễn thông đó là Viễn thông Ninh Bình. Luận văn đã thể hiện được các điểm mới đó là:

Thứ nhất, đã tập trung nghiên cứu vấn đề phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản cho một doanh nghiệp cụ thể đó là Viễn thông Ninh Bình.

Thứ hai, đã đề xuất các giải pháp phát triển các dịch vụ cơ bản tại viễn thông Ninh Bình với mô hình tổ chức mới phù hợp với bối cảnh Việt Nam đã là thành viên WTO.

3. Mục đích nghiên cứu của đề tài

Từ các lý luận chung về dịch vụ cơ bản trong ngành Viễn thông, luận văn phân tích bối cảnh và thực trạng quá trình phát triển của các dịch vụ viễn thông cơ bản trên địa bàn tỉnh Ninh Bình, rút ra được các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội phát triển, và đề xuất các biện pháp phát triển giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2025.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu:

Các dịch vụ viễn thông cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

4.2. Phạm vi nghiên cứu:

- Địa điểm: Trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.
- Thời gian nghiên cứu của đề tài: Nghiên cứu trong giai đoạn 2018-2020 và giải pháp phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản đến năm 2025.
- Về nội dung: Nghiên cứu phát triển các dịch vụ cơ bản trong ngành viễn thông.

5. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu tình hình thực tế, hiện trạng trong kinh doanh các dịch vụ do Viễn thông Ninh Bình cung cấp tại tỉnh Ninh Bình; Các yếu tố tác động từ môi trường bên ngoài và điểm mạnh, điểm yếu của dịch vụ.

Điều tra, thu thập số liệu, tổng hợp kết quả kinh doanh các dịch vụ của Viễn thông Ninh Bình và các đối thủ cạnh tranh trong thời gian từ ngày 01/01/2018 đến ngày 31/12/2020, trên toàn tỉnh Ninh Bình, bao gồm: Thành phố Ninh Bình, thành phố Tam Điệp, huyện Yên Mô, huyện Kim Sơn, huyện Yên Khánh, huyện Hoa Lư, huyện Gia Viễn, huyện Nho Quan. Số lượng phiếu điều tra là 1600 phiếu trên toàn tỉnh, bao gồm khách hàng đang sử dụng dịch vụ và đã từng sử dụng dịch vụ của Viễn thông Ninh Bình.

Phỏng vấn ý kiến các chuyên gia có kinh nghiệm, những người hiện đang làm công tác quản lý Nhà nước trong lĩnh vực Viễn thông; những người hiện đang đảm nhận những chức vụ điều hành hoạt động kinh doanh của Viễn thông Ninh Bình.... để phân tích đánh giá vị thế cho từng dịch vụ, từ đó đề xuất phát triển dịch vụ phù hợp trong giai đoạn mới 2021-2025.

Phân tích, so sánh và tổng hợp các số liệu, báo cáo, ý kiến để đề xuất các ý tưởng của luận văn nhằm đóng góp thiết thực cho việc phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản tại Viễn thông Ninh Bình.

6. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục sơ đồ và bảng biểu, danh mục từ viết tắt, danh mục tài liệu tham khảo, luận văn gồm 3 chương, cụ thể như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản của doanh nghiệp.

Chương 2: Thực trạng phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

Chương 3: Giải pháp phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN CÁC DỊCH VỤ VIỄN THÔNG CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP

1.1. Tổng quan về dịch vụ, dịch vụ Viễn thông

1.1.1. Khái niệm về dịch vụ

Định nghĩa 1 : Dịch vụ là một hoạt động hay lợi ích được một bên cung cấp cho bên kia. Mặc dù quá trình cung dịch vụ có thể liên quan đến những yếu tố hữu hình nhất định, nhưng về bản chất thì dịch vụ thường là vô hình và không được tạo ra từ sự sở hữu của bất kỳ yếu tố sản xuất nào.[10]

Định nghĩa 2 : Dịch vụ là một hoạt động kinh tế tạo ra giá trị và những lợi ích cho người tiêu dùng tại một thời điểm và địa điểm nhất định nhằm mang lại những sự thay đổi mong muốn có lợi cho người tiêu dùng.

1.1.1.1. Đặc điểm cơ bản của dịch vụ[10]

- a. Dịch vụ có tính vô hình
- b. Dịch vụ có tính không đồng nhất
- c. Dịch vụ có tính không dự trữ được
- d. Dịch vụ có tính mau hỏng
- e. Tính không chuyển quyền sở hữu được

1.1.1.2. Các mức độ của dịch vụ

Dịch vụ cơ bản: là hoạt động dịch vụ tạo ra giá trị thỏa mãn lợi ích cốt lõi của người tiêu dùng. Đó chính là mục tiêu tìm kiếm của người mua.

Dịch vụ bao quanh: là những dịch vụ phụ hoặc các khâu độc lập của dịch vụ được hình thành nhằm mang lại giá trị phụ thêm cho khách hàng.

Dịch vụ sơ đẳng: bao gồm dịch vụ cơ bản và dịch vụ bao quanh của doanh nghiệp phải đạt tới một mức độ nào đó và tương ứng người tiêu dùng nhận được một chuỗi giá trị xác định nào đó phù hợp với chi phí mà khách hàng đã thanh toán.

1.1.2. Dịch vụ Viễn thông

1.1.2.1. Khái niệm dịch vụ viễn thông cơ bản

Dịch vụ viễn thông cơ bản bao gồm: dịch vụ điện thoại (thoại, fax, truyền số liệu trong băng thoại); dịch vụ truyền số liệu; dịch vụ nhắn tin; dịch vụ truyền hình ảnh; dịch vụ hội nghị truyền hình; dịch vụ kênh thuê riêng; dịch vụ kết nối Internet; dịch vụ mạng riêng ảo và các dịch vụ viễn thông cơ bản khác theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông.[18]

1.1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ Viễn thông

- Đặc điểm của tin tức và nhu cầu truyền đưa tin tức: Nhu cầu về truyền đưa tin tức quyết định sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp Viễn thông bao gồm:

- + Tính đa dạng của tin tức và nhu cầu truyền đưa tin tức;
- + Tin tức đòi hỏi được truyền đưa kịp thời, nguyên vẹn nội dung, đến đúng người nhận tin;
- + Nhu cầu truyền đưa tin tức xuất hiện không đồng đều trong không gian và thời gian;
- + Mỗi bộ phận hợp thành hệ thống Viễn thông đều thực hiện những quá trình sản xuất khép kín hoặc những công đoạn của quá trình truyền đưa tin tức vượt ra khỏi phạm vi địa lý của mình.

1.2. Phát triển dịch vụ cơ bản trong doanh nghiệp Viễn thông

1.2.1. Khái niệm về phát triển

Phát triển là một quá trình tiến hóa của mọi xã hội, mọi cộng đồng dân tộc trong đó các chủ thể lãnh đạo và quản lý, bằng các chiến lược và chính sách thích hợp với những đặc điểm về lịch sử, chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội của xã hội và cộng đồng dân tộc mình, tạo ra, huy động và quản lý các nguồn lực tự nhiên và con người nhằm đạt được những thành quả bền vững và được phân phối công bằng cho các thành viên trong xã hội vì mục đích không ngừng nâng cao chất lượng cuộc sống.

1.2.2. Khái niệm về phát triển dịch vụ

Phát triển dịch vụ là quá trình làm đa dạng hóa dịch vụ về cả chủng loại cũng như chất lượng của dịch vụ; làm tăng tính hữu hình và vô hình của dịch vụ trên cơ sở phát triển những lợi ích cơ bản thuần túy mà dịch vụ cơ bản mang lại cho người sử dụng.

Phát triển dịch vụ (hay hàng hóa/sản phẩm) nào đó là các hoạt động của chủ thể tác động đến chính dịch vụ cũng như thị trường dịch vụ (bao gồm cả bên cung và bên cầu) nhằm làm cho thị trường của dịch vụ đó được mở rộng, tăng trưởng.

1.2.3. Nội dung phát triển các dịch vụ cơ bản

1.2.3.1. Quy trình phát triển dịch vụ cơ bản của doanh nghiệp viễn thông

1.2.3.2. Mở rộng quy mô dịch vụ

1.2.3.3. Phát triển sản phẩm dịch vụ mới

1.2.4. Tiêu chí phát triển các dịch vụ Viễn thông cơ bản

1.2.4.1. Các chỉ tiêu về định lượng

✚ Mức độ gia tăng doanh số và thu nhập cho ngành Viễn thông

✚ Sự gia tăng số lượng khách hàng và thị phần

- ✚ Số lượng dịch vụ
- ✚ Tỷ trọng sử dụng dịch vụ
- ✚ Hệ thống kênh phân phối

1.2.4.2. Các chỉ tiêu về định tính

- ✚ Chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- ✚ Độ hài lòng của khách hàng
- ✚ Chăm sóc khách hàng

1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển các dịch vụ cơ bản của ngành viễn thông

1.3.1. Các yếu tố môi trường bên ngoài

1.3.1.1. Môi trường pháp lý

1.3.1.2. Điều kiện tự nhiên và Cơ sở hạ tầng Kỹ thuật

1.3.1.3. Sự cạnh tranh của các doanh nghiệp Viễn thông

1.3.2. Các yếu tố môi trường bên trong

1.3.2.1. Sức mạnh của ngành và của doanh nghiệp

1.3.2.2. Mục tiêu của nhà quản trị

1.3.2.3. Khả năng tài chính, văn hóa của doanh nghiệp, hạ tầng, nhân lực.

Kết luận chương 1

Chương 1 tìm hiểu tổng quan về dịch vụ, dịch vụ viễn thông, phát triển dịch vụ cơ bản trong doanh nghiệp viễn thông, Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển các dịch vụ cơ bản của ngành viễn thông. Đây cơ sở tiền đề thấy được thực trạng phát triển dịch vụ viễn thông cơ bản tại VNPT Ninh Bình được trình bày ở chương 2.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÁC DỊCH VỤ VIỄN THÔNG CƠ BẢN CỦA VNPT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH

2.1. Giới thiệu chung về điều kiện KT-XH tại tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình là một tỉnh nằm ở cực Nam đồng bằng Bắc bộ, 190 50' đến 200 27' độ Vĩ Bắc, 105032' đến 106027' độ Kinh Đông. Dãy núi Tam Điệp chạy theo hướng Tây Bắc – Đông Nam, làm ranh giới tự nhiên giữa hai tỉnh Ninh Bình và Thanh Hoá. Phía Đông và Đông Bắc có sông Đáy bao quanh, giáp với hai tỉnh Hà Nam và Nam Định, phía Bắc giáp tỉnh Hoà Bình, phía Nam là biển Đông. Quốc lộ 1A, Quốc lộ 10 và đường sắt Bắc Nam chạy xuyên qua tỉnh.

Ninh Bình là một điểm nút giao thông quan trọng từ miền Bắc vào miền Trung và miền Nam. Đường bộ: Trên địa bàn tỉnh có quốc lộ 1A, quốc lộ 10, quốc lộ 12A, 12B, 59A. Đường sắt: Tuyến đường sắt Bắc- Nam chạy qua tỉnh Ninh Bình có chiều dài 19 km với 4 ga (Ninh Bình, Cầu Yên, Ghềnh và Đồng Giao) thuận tiện trong vận chuyển hành khách, hàng hoá và vật liệu xây dựng. Đường thủy: Tỉnh Ninh Bình có hệ thống giao thông thủy rất thuận lợi do có nhiều con sông lớn như: Sông Đáy, sông Hoàng Long, sông Càn, sông Vạc, sông Vân, sông Lạng. Ngoài ra còn có các cảng lớn như: Cảng Ninh Phúc, cảng Ninh Bình, Kim Sơn, góp phần không nhỏ vào phát triển kinh tế-xã hội của tỉnh.

2.2. Tổng quan về Viễn thông Ninh Bình

2.2.1. Quá trình hình thành và phát triển

Viễn thông Ninh Bình hay viết tắt là VNPT Ninh Bình có tên giao dịch quốc tế là VNPT NINHBINH, tiền thân là Bưu điện tỉnh Ninh Bình (cũ), được thành lập từ ngày 23/09/1992 theo quyết định số 1700 - QĐ/TCCB và chính thức đi vào hoạt động ngày 01/10/1993 của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) trên cơ sở đổi mới phương thức sản xuất kinh doanh của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

VNPT Ninh Bình là đơn vị kinh tế trực thuộc, hạch toán phụ thuộc VNPT. VNPT Ninh Bình được kế thừa quyền, nghĩa vụ pháp lý và lợi ích hợp pháp về dịch vụ viễn thông và công nghệ thông tin của Bưu điện tỉnh Ninh Bình (cũ) theo qui định của pháp luật.

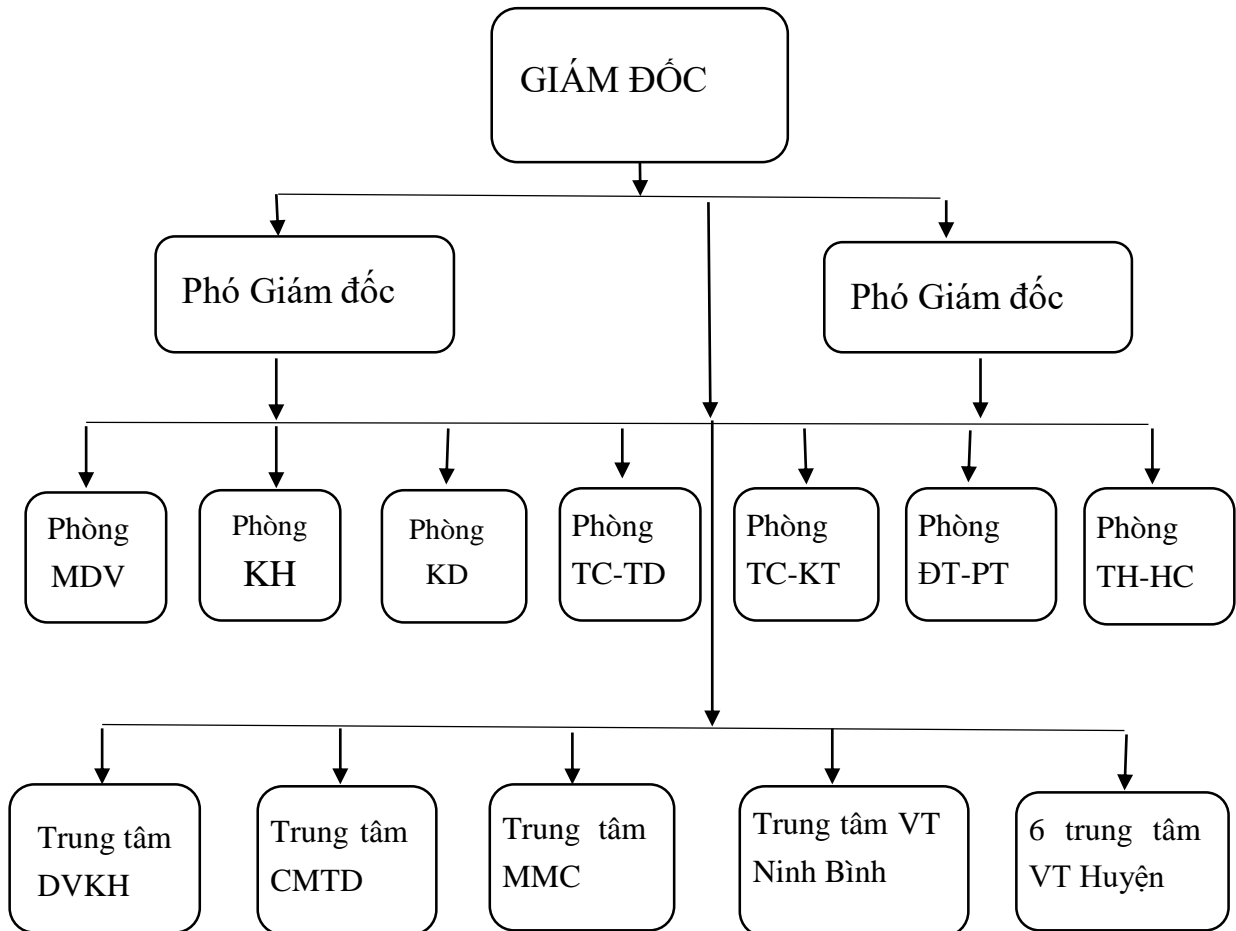
Phạm vi hoạt động của VNPT Ninh Bình bao gồm toàn bộ địa bàn tỉnh Ninh Bình.

Năng lực hạ tầng viễn thông của VNPT Ninh Bình hiện đại và đồng bộ với việc số hóa mạng viễn thông từ năm 1992 đến nay có 3 tổng đài HOST điện thoại kỹ thuật số, trên 112 trạm chuyển mạch vệ tinh với hơn 400.000 line thoại; hệ thống truyền dẫn được cáp quang hóa trên toàn tỉnh với gần 1000 km cáp quang, trên 6000km cáp đồng các loại; hệ

thống trạm thông tin di động BTS có trên 255 trạm. Hệ thống kết nối dịch vụ MegaVNN đã phủ đều tới tất cả các xã trong toàn tỉnh với gần 40.000 thuê bao.

2.2.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy, nguồn nhân lực

2.2.2.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy



Hình 2.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy của VNPT Ninh Bình

Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý của VNPT Ninh Bình gồm có :

- Khối phòng chức năng: bao gồm 7 phòng, có nhiệm vụ tổ chức, quản lý, điều hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị; chịu trách nhiệm về mọi mặt đối với Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt nam;

- Khối đơn vị sản xuất gồm 12 trung tâm (Trung tâm Viễn thông Ninh Bình, Trung tâm Chuyển mạch Truyền dẫn, Trung tâm dịch vụ Bưu chính Viễn thông đa phương tiện Ninh Bình, Trung tâm dịch vụ khách hàng và 8 Trung tâm viễn thông các huyện, thị trên địa bàn tỉnh);

Các đơn vị kinh tế trực thuộc VNPT Ninh Bình có con dấu riêng theo tên gọi, được đăng ký kinh doanh, được mở tài khoản tại ngân hàng, hoạt động theo Điều lệ tổ chức, hoạt động và phân cấp quản lý của Giám đốc VNPT Ninh Bình qui định.

2.2.2.2. Nguồn nhân lực Lao động

Bảng 2.1: Thị phần lao động của VNPT Ninh Bình giai đoạn 2018-2020

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		So sánh (%)	
	Số	Cơ cấu	Số	Cơ cấu	Số	Cơ cấu	2019/	2020/
	lượng	(%)	lượng	(%)	lượng	(%)	2018	2019
Tổng số	480	100,00	497	100,00	519	100,00	103,45	104,43
1. Theo trình độ chuyên môn, nghiệp vụ								
- Trên Đại học 8	1,67	12	2,41	19	3,66	150,00	158,33	
- Đại học 199	41,46	208	41,85	213	41,04	104,52	102,40	
- Cao đẳng 69	14,38	68	13,68	75	14,45	98,55	110,29	
- Trung Cấp 204	42,50	209	42,05	212	40,85	102,51	101,44	
2. Theo giới tính								
- Nam 363	75,63	373	75,05	387	74,77	102,75	103,75	
- Nữ 117	24,38	124	24,95	132	25,23	105,98	106,45	
3. Theo độ tuổi								
- Dưới 30 96	20,00	107	21,53	115	22,16	111,46	107,48	
- Từ 30 đến dưới 40 220	45,83	224	45,07	237	45,66	101,82	105,80	
- Từ 40 đến dưới 50 92	19,17	94	18,91	86	16,57	102,17	91,49	
- Từ 50 đến 60 67	13,96	72	14,49	81	15,61	107,46	112,50	
4. Theo tính chất công việc								
- Gián tiếp 99	20,63	101	20,32	108	20,81	102,02	106,93	
- Trực tiếp 381	79,38	396	79,68	411	79,19	103,93	103,79	

(Nguồn: Phòng Tổ chức- lao động, VNPT Ninh Bình)

2.2.2.3 Tài sản và nguồn vốn

Giai đoạn 2018-2020 là giai đoạn khó khăn đối với nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, khủng hoảng kinh tế toàn cầu, những bất ổn về chính trị, những biến động trên thị trường đã làm tình hình sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn, làm ảnh hưởng trực tiếp đến tình hình phát triển thuê bao, kinh doanh các dịch vụ của VNPT Ninh Bình. Ngoài ra xu hướng cắt giảm chi tiêu đối với dịch vụ viễn thông cũng là một trong những nguyên nhân bên cạnh sự cạnh tranh khốc liệt của các nhà mạng tham gia vào thị trường dẫn đến tình hình kinh doanh của VNPT Ninh Bình gặp nhiều khó khăn.

Bảng 2.2: Một số chỉ tiêu tài chính của VNPT Ninh Bình giai đoạn 2018-2020

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	So sánh (%)	
				2019/2018	2020/2018
1. Tổng tài sản	674	678	510	100,59	75,22
<i>Trong đó:</i>					
- Tài sản dài hạn					
- Tài sản ngắn hạn	472	518	448.1	109,74	86,51
2. Tổng nguồn vốn	674	678	510	100,59	75,22
<i>Trong đó:</i>					
- Nợ phải trả					
- Nguồn vốn CSH	317	307	147	96,85	47,88
3. Tổng doanh thu	357	371	363	103,92	97,84
4. Tổng lợi nhuận trước thuế	260.202	411.669	355.8	158,21	86,43
5. Tổng lợi nhuận sau thuế	8.5	12	13	141,18	108,33
	2.8	3.5	2.2	125,00	62,86

(Nguồn: Phòng Tài chính kế toán, VNPT Ninh Bình)

2.2.3. Chức năng nhiệm vụ và các lĩnh vực kinh doanh của VNPT Ninh Bình

*** Chức năng**

- Tổ chức xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng, sửa chữa mạng viễn thông trên địa bàn tỉnh;
- Tổ chức, quản lý và cung cấp các dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin;

*** Nhiệm vụ**

- Quản lý, sử dụng vốn, đất đai, tài nguyên và các nguồn lực khác được Tập đoàn giao để thực hiện chức năng, nhiệm vụ của VNPT Ninh Bình như quy định;
- Phân cấp lại cho các đơn vị trực thuộc quản lý, sử dụng các nguồn lực đã được Tập đoàn giao;
- Được quyền đề xuất hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước, xây dựng phương án hợp tác kinh doanh trình Tập đoàn xem xét;

2.2.4. Năng lực hạ tầng mạng lưới viễn thông

Với bề dày truyền thống 70 năm hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực viễn thông, công nghệ thông tin thường xuyên có được sự đầu tư lớn cho công tác xây dựng cơ sở hạ tầng mạng

lưới viễn thông. Được sự quan tâm của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Viễn thông Ninh Bình không ngừng đầu tư cơ sở vật chất, nâng cao năng lực mạng lưới, hình thành được mạng lưới viễn thông hiện đại, đồng bộ, trải đều và rộng khắp trên toàn tỉnh Ninh Bình.

2.2.5. Về văn hoá doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp là một yếu tố tạo lên bản sắc, là sức mạnh tinh thần to lớn, là niềm tự hào của cán bộ công nhân viên các thế hệ, đồng thời góp phần tăng cường sức mạnh cho doanh nghiệp, củng cố vị thế của doanh nghiệp trên thị trường và trong đời sống xã hội.

2.2.6. Tình hình sản xuất kinh doanh từ năm 2018 đến năm 2020

Trong những năm qua Viễn thông Ninh Bình luôn đạt được kết quả kinh doanh khá tốt. Thị trường viễn thông phát triển ở tốc độ cao liên tục không ngừng nghỉ với hàng loạt những công nghệ mới ra mắt liên tục khiến cho nhiều dịch vụ truyền thống bị suy giảm mạnh, thị trường cạnh tranh quyết liệt đã khiến cho tỷ lệ tăng trưởng doanh thu qua các năm là rất khó khăn, việc giữ vững được lợi nhuận hàng năm trong một số thời điểm đã là một thành công lớn.

2.3. Tình hình phát triển các dịch vụ cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

2.3.1. Các dịch vụ cơ bản của viễn thông Ninh Bình

Viễn thông Ninh Bình hiện là doanh nghiệp duy nhất trên địa bàn tỉnh Ninh Bình cung cấp đầy đủ các sản phẩm, dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông với các sản phẩm dịch vụ chính sau:

- Dịch vụ điện thoại cố định;
- Dịch vụ fax;
- Dịch vụ truyền số liệu, kênh thuê riêng;
- Dịch vụ truyền hình theo yêu cầu (MyTV);
- Dịch vụ nhắn tin;
- Dịch vụ hội nghị truyền hình;
- Dịch vụ Internet (MegaVNN và FiberVNN);
- Dịch vụ điện thoại di động (Vinaphone);

Như vậy, các dịch vụ cơ bản của viễn thông theo quy định của nhà nước đã được Viễn thông Ninh Bình thực hiện đầy đủ, tạo nên khả năng phát triển mạnh mẽ các dịch vụ này so với các đối thủ khác trên địa bàn.

2.3.2. *Thực trạng phát triển các dịch vụ cơ bản*

2.3.2.1. Dịch vụ điện thoại cố định

Dịch vụ điện thoại cố định là dịch vụ truyền thống của Viễn thông Ninh Bình (trước đây là Bưu điện Ninh Bình). Dịch vụ điện thoại cố định được thiết lập thông qua mạng điện thoại công cộng giữa các thiết bị đầu cuối hoặc giữa thiết bị đầu cuối với thiết bị nhập mạng dịch vụ.

2.3.2.2. Dịch vụ fax

Dịch vụ fax là dịch vụ truyền thống được cung cấp trên nền công nghệ PSTN; Dịch vụ fax cho phép truyền nguyên bản các thông tin có sẵn trên giấy như chữ viết, hình vẽ, bảng biểu, sơ đồ . . . gọi chung là bản fax từ nơi này đến nơi khác thông qua hệ thống viễn thông.

2.3.2.3. Dịch vụ truyền số liệu

Dịch vụ truyền số liệu là dịch vụ truyền tải hoặc các ứng dụng để truyền tải thông tin dưới dạng số liệu trong mạng viễn thông (có thể là cáp đồng hoặc cáp quang). Dịch vụ truyền số liệu thích hợp với các kho thông tin dữ liệu lớn như ngân hàng, thư viện, thống kê, điều khiển từ xa thông qua thiết bị đầu cuối . . .

2.3.2.4. Dịch vụ kênh thuê riêng

Dịch vụ kênh thuê riêng: Là dịch vụ cho thuê kênh truyền dẫn vật lý dùng riêng để kết nối và truyền thông tin giữa các thiết bị đầu cuối, mạng nội bộ, mạng viễn thông dùng riêng của khách hàng tại hai địa điểm cố định khác nhau để trao đổi thông tin, dữ liệu.

2.3.2.5. Dịch vụ truyền hình theo yêu cầu (MyTV)

Dịch vụ truyền hình tương tác MyTV là dịch vụ truyền hình qua giao thức Internet của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) cung cấp tới khách hàng dựa trên công nghệ IPTV (Internet Protocol Television), tín hiệu truyền hình được chuyển hóa thành tín hiệu IP, truyền qua hạ tầng mạng băng thông rộng của VNPT đến thiết bị đầu cuối STB (Set – top – box : bộ giải mã tín hiệu truyền hình) và tới Ti vi của khách hàng.

2.3.2.6. Dịch vụ kết nối Internet

Viễn thông Ninh Bình hiện đang cung cấp dịch vụ truy cập internet cho khách hàng với 2 dịch vụ đó là MegaVNN (ADSL) dịch vụ truy cập Internet trên đường dây cáp đồng với nhiều gói cước hấp dẫn phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng và dịch vụ FiberVNN (FTTH) truy cập Internet trên đường dây cáp quang với tốc độ cao.

2.3.2.8. Dịch vụ điện thoại di động Vinaphone

Trước đây, Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) quản lý 2 mạng di động lớn là Mobifone và Vinaphone tuy nhiên theo đề án tái cơ cấu Tập đoàn VNPT đã được Chính phủ phê duyệt và chỉ đạo thực hiện, kể từ ngày 1/7/2020 mạng di động Mobifone sẽ tách thành 1 đơn vị độc lập ra khỏi VNPT và VNPT sẽ chỉ còn một mạng di động duy nhất là Vinaphone. Việc nghiên cứu để phát triển dịch vụ điện thoại di động Vinaphone và trong thời gian tới Mobifone cũng sẽ là một đối thủ cạnh tranh như các nhà cung cấp dịch vụ khác.

2.3.3. Các hoạt động hỗ trợ để phát triển dịch vụ

2.3.3.1. Chất lượng dịch vụ.

2.3.3.2. Hệ thống kênh bán hàng.

2.3.3.3. Về công tác quảng cáo và khuyến mại

2.3.3.4. Công tác chăm sóc khách hàng

2.3.4. Đánh giá của khách hàng về dịch vụ của Viễn thông Ninh Bình

- Đánh giá của khách hàng về thương hiệu dịch vụ, giá cả dịch vụ, chất lượng dịch vụ, khuyến mại cho dịch vụ.
- Đánh giá của khách hàng về các điểm giao dịch và các kênh bán hàng/điểm cung cấp dịch vụ.
- Công tác chăm sóc khách hàng, xử lý xự cố giải đáp khiếu nại.

2.4. Đánh giá chung về phát triển các dịch vụ cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

2.4.1. Ưu điểm

- Thế mạnh và sự khác biệt về các dịch vụ cơ bản của VNPT Ninh Bình so với các đối thủ cạnh tranh đó là việc phát huy lợi thế về qui mô doanh nghiệp (qui mô mạng lưới và các điểm cung cấp dịch vụ), biết tận dụng thế mạnh về mạng lưới viễn thông hiện đại, đồng bộ và rộng khắp với công nghệ hiện đại ngang tầm các nước tiên tiến trên thế giới và trong khu vực đã đáp ứng, cung cấp nhiều loại hình dịch vụ đáp ứng nhu cầu của các tầng lớp dân cư; phục vụ tốt sự lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng và chính quyền các cấp, công tác an ninh quốc phòng, bảo vệ chủ quyền đất nước, toàn vẹn lãnh thổ và phòng chống thiên tai; khách hàng truyền thống lớn trên khắp địa bàn tỉnh, tiếp tục khẳng định như thương hiệu VNPT trong con mắt

khách hàng và các đối tác kinh doanh đồng thời duy trì được sự tận tụy và cố gắng của các CBCNV trong sự nghiệp phát triển để phát huy lợi thế của mình.

2.4.2. Các hạn chế

Ngoài những yếu tố thuận lợi nêu trên việc thực hiện chiến lược phát triển dịch vụ trong thời gian qua tại Viễn thông Ninh Bình cũng bộc lộ nhiều điểm yếu cần phải khắc phục trong thời gian tới:

- Năng lực triển khai đầu tư, đổi mới công nghệ còn chậm, e dè chờ đợi các cơ chế chính sách cho phép của Nhà nước nên việc triển khai các kế hoạch nâng cấp, mở rộng năng lực mạng lưới chưa đáp ứng được như tiến độ đã dự kiến.
- Cấu trúc mạng, cơ cấu điều hành và cách thức tổ chức mạng lưới còn chưa theo kịp với qui mô phát triển và trình độ công nghệ hiện đại.
- Cơ chế quản lý và điều hành vẫn chậm sửa đổi đặc biệt là cơ chế tài chính giữa VNPT và VNPT Ninh Bình còn hạn chế.

2.4.3. Nguyên nhân

Trong những năm trở lại đây, cơ chế quản lý của Nhà nước mở cửa cho phép nhiều doanh nghiệp được tham gia cung cấp dịch vụ, đã xuất hiện nhiều nhà cung cấp dịch vụ viễn thông công nghệ thông tin làm sôi động thị trường, tạo nhiều thuận lợi cho khách hàng khi được sử dụng dịch vụ có chất lượng ngày càng cao, chi phí phải trả ngày một thấp và luôn được chăm sóc khách hàng rất tốt. Viễn thông Ninh Bình hiện không còn ở thế chủ động của một doanh nghiệp độc quyền mà phải tham gia vào thị trường cạnh tranh khốc liệt. Ngoài Viễn thông Ninh Bình đại diện cho Tập đoàn VNPT trong thời gian qua còn có nhiều doanh nghiệp khác đã và đang kinh doanh trên thị trường là Viettel, FPT, EVN-Telecom, HT-Telecom, Vietnammobile, Beeline cùng tham gia cung cấp các dịch vụ viễn thông trên địa bàn. Do vậy, việc cạnh tranh quyết liệt giữa các nhà cung cấp dịch vụ để chiếm lĩnh thị phần luôn diễn ra nóng bỏng và vô cùng khốc liệt.

Về phát triển các dịch vụ cơ bản tại Viễn thông Ninh Bình trong thời gian qua cũng đã luôn được đơn vị thực hiện và cố gắng hoàn thành các mục tiêu đề ra qua từng giai đoạn. Với đặc điểm của loại hình dịch vụ viễn thông là sản xuất ra sản phẩm có tính dây truyền, rất nhiều đơn vị tham gia để tạo nên một sản phẩm, dịch vụ viễn thông hoàn chỉnh và được hưởng thành quả qua hình thức phân chia doanh thu theo mức độ đóng góp cho từng đơn vị tham gia vào quy trình sản xuất ra sản phẩm.

Kết luận chương 2

Chương 2, luận văn đã giới thiệu tổng quan về VNPT Ninh Bình bao gồm quá trình hình thành và phát triển, mô hình tổ chức hiện tại cũng như kết quả SXKD mà VNPT Ninh Bình đã đạt được trong giai đoạn 2016-2020, Những kết quả này đã phản ánh phần nào mức độ phát triển của VNPT Ninh Bình trong giai đoạn vừa qua. Chương này, tác giả đã phân tích thực trạng phát triển các dịch vụ cơ bản, phân tích các áp lực cạnh tranh cũng như phân tích các cơ hội, thách thức, điểm mạnh, điểm yếu tác động đến năng lực phát triển của VNPT Ninh Bình trong giai đoạn 2016-2020 thông qua phân tích báo cáo từ các doanh nghiệp. Đây là căn cứ quan trọng để đề xuất các giải pháp phát triển các dịch vụ cơ bản của VNPT Ninh Bình trong bối cảnh mới, VNPT Ninh Bình cần phải có định hướng xa hơn, phù hợp hơn với bối cảnh hiện tại, đảm bảo mục tiêu phát triển nhanh và bền vững trong tương lai.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÁC DỊCH VỤ VIỄN THÔNG CƠ BẢN CỦA VNPT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NINH BÌNH

3.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của Viễn thông Ninh Bình đến năm 2026

3.1.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam

Một là, xây dựng VNPT hiện đại, rộng khắp về mạng lưới, tiên tiến về công nghệ, đa dạng về dịch vụ, linh hoạt trong quản lý, ấn tượng trong tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận, nộp NSNN, đóng góp tích cực vào chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế, thúc đẩy phát triển KT-XH, góp phần đưa Việt Nam trở thành quốc gia mạnh về viễn thông và CNTT vào năm 2026.

Hai là, tiếp tục khẳng định VNPT là Tập đoàn kinh tế chủ lực quốc gia trong lĩnh vực viễn thông – công nghệ thông tin; bảo đảm thông tin thông suốt phục vụ sự chỉ đạo, điều hành của Nhà nước; góp phần giữ vững an ninh, quốc phòng, phòng chống thiên tai, thực hiện tốt nhiệm vụ công ích Nhà nước giao.

Ba là, xây dựng và củng cố cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển các dịch vụ bưu chính, viễn thông có chất lượng cao, hoạt động hiệu quả ngang tầm với các nước trong khu vực. Trong đó, đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, đặc biệt là các dịch vụ di động, Internet, các dịch vụ băng rộng, đa phương tiện, thương mại điện tử, các dịch vụ lai ghép Bưu chính - Viễn thông - Internet; phát triển các dịch vụ gia tăng, các dịch vụ nội dung trên nền mạng NGN, di động và Internet.

Bốn là, tiếp tục dẫn đầu trong thực hiện phổ cập các dịch vụ BCVT và Internet tại tất cả các vùng miền trong cả nước.

Các mục tiêu kinh tế, tài chính, thị phần : Giữ vị trí là nhà cung cấp dịch vụ lớn nhất trong việc cung cấp các dịch vụ cố định, di động, băng rộng; đẩy mạnh việc cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng, dịch vụ liên mạng, giải pháp công nghệ cho khách hàng doanh nghiệp, các sản phẩm công nghiệp viễn thông – công nghệ thông tin, mở rộng kinh doanh quốc tế và lĩnh vực tiềm năng khác (tài chính, ngân hàng, thương mại...), cụ thể như sau:

- Doanh thu hàng năm tăng bình quân 10-15%
- Lợi nhuận tăng bình quân 7-10%/ năm
- Nộp ngân sách tăng bình quân 10%/ năm
- Doanh thu năm 2021 phấn đấu đạt 28 – 30 tỷ USD

3.1.2. Mục tiêu phát triển của Viễn thông Ninh Bình đến năm 2026

3.1.2.1. Mục tiêu tổng quát

- Tăng cường công tác quản lý trong xây dựng, phát triển hạ tầng viễn thông trên địa bàn.

- Đến năm 2026, tỉnh Ninh Bình nằm trong nhóm các tỉnh, thành phố có hạ tầng kỹ thuật viễn thông phát triển tiên tiến, hiện đại của cả nước.

3.1.2.2. Mục tiêu cụ thể.

Để đạt được các mục tiêu phát triển tổng thể, trong mỗi giai đoạn kế hoạch 05 năm, mục tiêu phát triển Viễn thông Ninh Bình được lượng hoá thành các chỉ tiêu cụ thể như sau:

Bảng 3.1: Các chỉ tiêu phát triển giai đoạn 2021 - 2026

STT	Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2026
1.	Doanh thu viễn thông (tỷ đồng)	384,07	422,48	464,72	511,19	562,31	618,55
2.	Tổng số thuê bao viễn (TB) Trong đó:	86.989	94.256	107.318	123.825	144.752	171.357
	- Dịch vụ Điện thoại cố định	25.934	26.712	27.513	28.338	29.188	30.064
	- Dịch vụ Điện thoại di động	22.450	29.184	37.940	49.322	64.118	83.354
	- Dịch vụ MegaVNN	25.415	22.343	22.343	22.343	22.343	22.343
	- Dịch vụ FiberVNN	2.324	3.022	3.928	5.107	6.639	8.630
	- Dịch vụ truyền hình theo yêu cầu (MyTV)	10.416	12.499	14.999	17.999	21.598	25.918
	- Dịch vụ kênh thuê riêng	299	329	411	514	643	804
	- Dịch vụ truyền số liệu	152	167	184	202	223	245
3.	Dịch vụ cộng thêm, GTGT, Dịch vụ thời vụ (Triệu đồng)	619,99	805,99	1.047,79	1.362,12	1.770,76	2.301,99
4.	Doanh thu/nhân viên/năm (tỷ đồng)	1,282	1,411	1,553	1,709	1,880	2,070

(Nguồn: Chiến lược phát triển của Viễn thông Ninh Bình đến năm 2026) Theo

bảng 3.1, dịch vụ điện thoại cố định phát triển chậm do nhu cầu sử dụng dịch chuyển sang di

động, các dịch vụ khác đều tăng, điều này cũng là hợp lý với thực tế vì với nhiều loại thiết bị đầu cuối khác nhau, mỗi người dân có thể sử dụng nhiều thuê bao khác nhau.

3.1.3. Định hướng phát triển của Viễn thông Ninh Bình đến năm 2026

3.1.3.1. Định hướng phát triển thị trường

Bảo đảm thị trường viễn thông phát triển bền vững theo hướng chất lượng, hiệu quả trên cơ sở tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh.

3.1.3.2. Định hướng phát triển mạng lưới

Đẩy mạnh việc phát triển mạng truy nhập băng rộng đến hộ gia đình trên cơ sở ưu tiên phát triển mạng truy nhập hữu tuyến (cáp đồng, cáp quang). Mở rộng vùng phủ sóng và nâng cao hiệu quả sử dụng hệ thống thông tin di động thế hệ thứ ba (3G), thế hệ thứ tư (4G), nhằm cung cấp khả năng truy nhập băng rộng vô tuyến cho tập thể, cá nhân ở mọi nơi, mọi lúc.

3.1.3.3. Định hướng phát triển dịch vụ

Phát triển các dịch vụ viễn thông mới phù hợp với xu hướng hội tụ công nghệ và dịch vụ, đồng thời thúc đẩy phát triển các dịch vụ ứng dụng viễn thông nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng mạng viễn thông đã được đầu tư.

3.1.3.4. Định hướng phát triển công nghệ

Việc phát triển, ứng dụng công nghệ viễn thông phải phù hợp với xu hướng chung trên thế giới và phù hợp với điều kiện cụ thể của Việt Nam. Thời điểm triển khai đối với một công nghệ mới cần phải được xem xét trên cơ sở hiệu quả đầu tư, nhu cầu của thị trường, lợi ích của xã hội và mức độ hoàn thiện của công nghệ.

3.2. Giải pháp phát triển các dịch vụ viễn thông cơ bản của VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

3.2.1. Giải pháp chung

3.2.1.1. Giải pháp cơ chế chính sách

**** Cơ sở của giải pháp***

Trong những năm vừa qua, thị trường Viễn thông Việt Nam đã có những bước chuyển biến mạnh mẽ góp phần to lớn trong sự phát triển của xã hội. Cùng với việc phát triển các dịch vụ, mạng lưới Viễn thông với nhiều loại hình dịch vụ phong phú, thì cơ chế chính sách luật pháp, chính trị, thể chế xã hội... tác động đến doanh nghiệp theo các hướng khác nhau.

**** Nội dung của giải pháp***

Song song với việc kiện toàn hành lang pháp lý, công tác phổ biến kiến thức pháp luật về ngành viễn thông trong đơn vị cũng quan trọng không kém. Để thực hiện tốt cần:

- Tổ chức lớp tập huấn các quy định, văn bản pháp luật mới cho các đơn vị trực thuộc.
- Giải đáp các thắc mắc phát sinh trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh.
- 3.2.1.2. Giải pháp Thị trường

** Cơ sở của giải pháp*

Nghiên cứu thị trường là công việc đầu tiên của bất kỳ nhà kinh doanh nào trong cơ chế thị trường. Kết quả của việc nghiên cứu thị trường sẽ là những cơ sở khoa học, khách quan để đề ra những giải pháp, chính sách hợp lý, hiệu quả cho doanh nghiệp.

** Nội dung của giải pháp*

Để nâng cao hơn nữa hiệu quả công tác nghiên cứu thị trường cần:

1. Thành lập tổ nghiên cứu thị trường chuyên biệt được xác định rõ ràng chức năng, nhiệm vụ.
2. Đẩy mạnh hơn nữa công tác nghiên cứu thị trường.
3. Tiếp tục tạo cạnh tranh mạnh mẽ trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng.
4. chú trọng công tác phát triển thuê bao viễn thông, đẩy mạnh phát triển dịch vụ giá trị gia tăng thông qua cơ chế bán lưu lượng
5. Song song với việc giữ thế chủ đạo của VNPT Ninh Bình ở lĩnh vực dịch vụ viễn thông cơ bản, VNPT Ninh Bình thông qua sự chi phối đối với cơ cấu vốn đầu tư sẽ định hướng tập trung phát triển hạ tầng viễn thông ở các vùng sâu, vùng xa.
6. Khuyến khích tư nhân tham gia phát triển dịch vụ: kênh phân phối, cộng tác viên . .
7. Tập trung khuyến khích phát triển số lượng thuê bao sử dụng điện thoại và internet.
8. Phát triển hình thức bán lưu lượng để phát triển dịch vụ

3.2.1.3. Giải pháp sản phẩm và dịch vụ

** Cơ sở của giải pháp*

Giải pháp này nhằm nâng cao doanh thu và giảm thiểu rủi ro. Một doanh nghiệp có sản phẩm đa dạng sẽ có được lượng khách hàng đa dạng.

** Nội dung của giải pháp*

Một số giải pháp chủ yếu đó là:

- Tăng cường việc ứng dụng tiên tiến vào việc khai thác và cung cấp dịch vụ viễn thông.
- Phát triển các dịch vụ giá tăng.
- Hợp tác chia sẻ lợi nhuận với các nhà cung cấp nội dung trong ngành viễn thông.

a. Hoàn thiện cấu trúc kênh phân phối

b. Xây dựng cơ chế tạo động lực cho các kênh bán hàng

- Trả hoa hồng bán hàng theo doanh số bán, mức hoa hồng đảm bảo đủ hấp dẫn, khuyến khích cho các kênh bán hàng phát triển dịch vụ của Viễn thông Ninh Bình.

3.2.1.4. Giải pháp về nâng cao nội lực và hiệu quả hoạt động tài chính

** Cơ sở của giải pháp*

Nguồn vốn của Viễn thông Ninh Bình chủ yếu từ nguồn vốn tái đầu tư của Tập đoàn và được huy động từ nguồn vốn tín dụng.

** Nội dung của giải pháp*

-Triệt để sử dụng hiệu quả nguồn vốn của VNPT như: cân đối sử dụng vốn cho hoạt động SXKD và đầu tư XDCB đảm bảo chủ động hiệu quả; rà soát lại toàn bộ các dự án đầu tư trong giai đoạn trước, đánh giá hiệu quả và tính khả thi các dự án để có các biện pháp thúc đẩy nhanh việc hoàn thành các dự án quan trọng và thu hồi vốn đầu tư ở các dự án kém hiệu quả hoặc công nghệ lạc hậu trên qui mô tổng thể; chuyển vốn vay sang nguồn vốn tái đầu tư hiệu quả nhất; tăng vòng quay của vốn; lựa chọn lĩnh vực cần đầu tư ưu tiên hợp lý.

3.2.1.5. Giải pháp về phát triển nhân lực cho viễn thông

** Cơ sở của giải pháp*

Trong thời đại chuyển giao công nghệ nhanh chóng, nhiều doanh nghiệp cạnh tranh với nhau cùng sử dụng một loại công nghệ, máy móc thì lợi thế cạnh tranh phụ thuộc lớn vào nhân tố con người và kỹ năng quản lý.

** Nội dung của giải pháp*

- Kiện toàn đội ngũ và đổi mới tổ chức hoạt động, tăng cường liên kết, hợp tác với các cơ sở đào tạo uy tín trong nước và quốc tế, đảm bảo đáp ứng yêu cầu đào tạo nhân lực có chất lượng cao.

3.2.1.6. Giải pháp về phát triển hạ tầng mạng lưới

** Cơ sở của giải pháp*

Kết hợp với các ngành kinh tế xã hội khác, nắm bắt chính xác định hướng phát triển về không gian đô thị, dân cư, thu nhập, công nghiệp, hạ tầng và các vấn đề kinh tế xã hội khác trên địa bàn.

** Nội dung của giải pháp*

Nghiên cứu đánh giá xu hướng phát triển công nghệ, dịch vụ viễn thông trên thế giới cũng như xu hướng nhu cầu dịch vụ viễn thông trong nước; Tổ chức khảo sát trên địa bàn,

thu thập số liệu nắm bắt nhu cầu...; Ứng dụng các phương pháp, phần mềm dự báo đưa ra kết quả từng thời kỳ; Tổ chức theo dõi, đánh giá, điều chỉnh dự báo từng thời kỳ.

Định hướng phát triển mạng lưới viễn thông phải phủ khắp địa bàn tỉnh, quang hoá tất cả các đường truyền dẫn trên địa bàn tỉnh.

3.2.1.7. Giải pháp về nâng cao chất lượng dịch vụ

** Cơ sở của giải pháp*

Chất lượng dịch vụ luôn là yếu tố hàng đầu cho mọi sản phẩm, đối với sản phẩm dịch vụ viễn thông, chất lượng luôn được coi trọng hơn cả do đặc thù của dịch vụ viễn thông là không có hình thức nội dung mà khách hàng cảm nhận dịch vụ qua chất lượng sản phẩm vì vậy công tác nâng cao chất lượng dịch vụ là vô cùng quan trọng.

** Nội dung của giải pháp*

- Hoàn thiện cơ sở hạ tầng động bộ hiện đại, bảo đảm các yêu cầu về kỹ thuật nhằm đem đến cho khách hàng chất lượng dịch vụ tốt nhất có thể.

- Thường xuyên duy tu bảo dưỡng mạng lưới, bảo dưỡng, thay thế các thiết bị tránh để xảy ra sự cố. Gắn quy chế thu nhập với Công nhân kỹ thuật theo chất lượng mạng lưới để đảm bảo mạng lưới luôn ở trong tình trạng sẵn sàng đảm bảo yêu cầu kỹ thuật. Chủ động ứng phó các phương án sẵn sàng đối phó với các tác động của thiên nhiên đối với mạng lưới viễn thông, công nghệ thông tin làm ảnh hưởng đến dịch vụ.

3.2.1.8. Các giải pháp hỗ trợ khác

- Tăng cường công tác đào tạo và tái đào tạo đội ngũ hiện có; tổ chức nhiều loại hình bồi dưỡng, đào tạo tại các trường, các trung tâm đào tạo trong nước và ngoài nước, đào tạo từ xa kết hợp với các khoá đào tạo tại chỗ,... phấn đấu 100% lao động tại doanh nghiệp được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ phù hợp với vị trí công tác và yêu cầu của thời kỳ mới. Cần chú trọng đào tạo kiến thức kinh doanh, các nghiệp vụ chăm sóc khách hàng, kỹ năng giao tiếp khách hàng.

3.3.2. Giải pháp cụ thể

3.3.2.1. Phát triển dịch vụ cố định

Trên cơ sở đánh giá các yếu tố bên ngoài đã được nêu tại Chương 1 của luận văn, kết hợp với việc thảo luận, xin ý kiến của các cán bộ quản lý, các chuyên gia trong và ngoài ngành (Phụ lục 1, 2 kèm theo), từ đó xây dựng bảng đánh giá các yếu tố môi trường bên ngoài cho dịch vụ cố định của Viễn thông Ninh Bình theo ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài, bên trong (tại phụ lục 4), luận văn đề xuất giải pháp phát triển dịch vụ cố định như sau:

Ưu thế của điện thoại cố định là đường truyền luôn ổn định, độ thông thoại và chất lượng đàm thoại cao hơn rất nhiều so với điện thoại di động. Với những ưu điểm vượt trội về chất lượng đường truyền, giải pháp đồng bộ và tiết kiệm chi phí, điện thoại cố định vẫn luôn là phương tiện thông tin liên lạc không thể thiếu với bất kỳ doanh nghiệp, tổ chức nào.

3.3.2.2. Phát triển dịch vụ di động

Giải pháp thứ nhất là công nghệ. Mở rộng vùng phủ sóng và nâng cao hiệu quả sử dụng hệ thống thông tin di động thế hệ thứ ba (3G), thế hệ thứ tư (4G), nhằm cung cấp khả năng truy nhập băng rộng. Ngoài ra, tập trung phát triển dịch vụ nội dung, đa dạng hóa, đồng thời mời các doanh nghiệp nội dung phát triển dịch vụ.

Giải pháp thứ hai là đa dạng hóa và phát triển các dịch vụ:

Giải pháp thứ ba là giảm giá cước sử dụng dịch vụ băng rộng (3G, 4G) đồng thời giảm giá thiết bị.

Giải pháp thứ tư là phát triển nâng cao chất lượng công tác chăm sóc khách hàng.

Giải pháp thứ năm là đẩy mạnh phát triển kênh phân phối

Giải pháp thứ sáu là đẩy mạnh việc quảng bá dịch vụ. Việc thông tin đầy đủ và tạo được ấn tượng, gây sức hấp dẫn tới khách hàng về dịch vụ là yếu tố tiên quyết tạo nên những bước đầu thành công nhằm thu hút đông đảo khách hàng sử dụng dịch vụ.

3.3.2.3. Phát triển dịch vụ Internet

Từ cơ sở nói trên kết hợp với việc phân tích ma trận SWOT rút gọn (tại phụ lục 6), đồng thời lựa chọn giải pháp qua việc sử dụng ma trận định lượng QSPM đối với dịch vụ Internet. Từ đó luận văn đề xuất phát triển dịch vụ Internet như sau:

Giải pháp về công nghệ: Nâng cấp hạ tầng mạng theo cấu trúc NGN sử dụng công nghệ chuyên mạch gói có khả năng cung cấp đa dịch vụ: các dịch vụ viễn thông – Internet, truyền thông đa phương tiện, có băng thông rộng và có cơ chế bảo đảm chất lượng (QoS) đối với từng dịch vụ của băng rộng.

3.3.2.4. Phát triển dịch vụ truyền số liệu, kênh thuê riêng

Từ cơ sở nói trên kết hợp với việc phân tích ma trận SWOT rút gọn (tại phụ lục 7), đồng thời lựa chọn giải pháp qua việc sử dụng ma trận định lượng QSPM đối với dịch vụ truyền số liệu, kênh thuê riêng. Từ đó luận văn đề xuất phát triển dịch vụ số liệu, kênh thuê riêng như sau:

Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ: Đối với dịch vụ truyền số liệu, kênh thuê riêng thì giải pháp chất lượng là hàng đầu, việc giữ và khách hàng phần nhiều là chất lượng dịch.

3.3.2.5. Phát triển dịch vụ truyền hình theo yêu cầu (MyTV)

Từ cơ sở nói trên kết hợp với việc phân tích ma trận SWOT rút gọn (tại phụ lục 8), đồng thời lựa chọn giải pháp qua việc sử dụng ma trận định lượng QSPM đối với dịch vụ MyTV. Từ đó luận văn đề xuất phát triển dịch vụ MyTV như sau:

Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ: Trong thị trường cạnh tranh của dịch vụ truyền hình, việc giành và giữ khách hàng ngày càng quyết liệt như hiện nay thì việc đảm bảo chất lượng dịch vụ MyTV là rất cần thiết, nó tác động trực tiếp tới khách hàng.

3.3.2.6. Phát triển dịch vụ hội nghị truyền hình

Từ cơ sở nói trên kết hợp với việc phân tích ma trận SWOT rút gọn (tại phụ lục 9), đồng thời lựa chọn giải pháp qua việc sử dụng ma trận định lượng QSPM đối với dịch vụ hội nghị truyền hình. Từ đó luận văn đề xuất phát triển dịch vụ hội nghị truyền hình như sau:

Giải pháp marketing và chăm sóc khách hàng: Công tác marketing và chăm sóc khách hàng tại Viễn thông Ninh Bình cần có sự thay đổi toàn diện trong marketing công tác chăm sóc khách hàng, xây dựng kế hoạch chương trình cụ thể để đẩy mạnh công tác marketing và chăm sóc khách hàng.

3.4. Một số kiến nghị

3.4.1. Với Bộ Thông tin và Truyền thông

Căn cứ vào định hướng chiến lược phát triển của ngành, đề ra các chương trình mục tiêu để tập trung nguồn lực thực hiện trong từng giai đoạn. Các chương trình sẽ đóng vai trò chủ đạo, giúp ngành viễn thông hoàn thành mục tiêu phát triển tổng thể của mình.

Giao nhiệm vụ cho Viện Chiến lược Phát triển phổ biến nội dung định hướng chiến lược phát triển của ngành cho các doanh nghiệp, thường xuyên cập nhật thông tin và số liệu hoạt động của ngành, công bố trên website của Bộ.

3.4.2. Kiến nghị đối với Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam

Tổ chức các lớp tập huấn về việc phát triển các dịch vụ cơ bản theo định hướng của Việt Nam, cũng như sự chuyên biệt, khác biệt đối với Tập đoàn BCVT Việt Nam theo định hướng ở từng giai đoạn nhất định, hướng dẫn việc đánh giá, xác định tính hiệu quả theo quy định riêng của ngành.

3.4.3. Kiến nghị với địa phương

UBND tỉnh cần xây dựng quy hoạch hạ tầng giao thông, đô thị, các khu vực dân cư trên địa bàn tỉnh.

3.4.4. Với các cơ quan bộ khác

Bộ Giáo dục và Đào tạo chủ trì, phối hợp hỗ trợ Bộ Thông tin và Truyền thông và lập chương trình đào tạo, tái đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực kỹ thuật để đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành viễn thông trong tương lai.

Bộ Lao động Thương binh Xã hội chủ trì, phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông và Bộ Tài chính lập ra các cơ chế chính sách đãi ngộ của Nhà nước đối với các nhà khoa học, các chuyên gia quản lý kinh tế, chuyên gia kỹ thuật giỏi làm việc trong ngành viễn thông để thu hút và giữ người tài.

Kết luận chương 3

Giải pháp nhằm phát triển các dịch vụ cơ bản tại Viễn thông Ninh Bình tháo gỡ bài toán về cơ chế và chất lượng chăm sóc khách hàng nội bộ, nhằm nâng cao được hiệu quả công việc của nhân viên đặc biệt tăng tính phân cấp để cấp dưới chủ động thực hiện theo chủ trương thay vì hoạt động cứng nhắc như hiện nay. Đây là bài toán để thay đổi nhận thức của cả một tập thể cần có thời gian để đảm bảo vừa làm vừa đào tạo ngắn hạn dài hạn kết hợp với sức ép cạnh tranh sẽ chứng minh hiệu quả của các giải pháp.

KẾT LUẬN

Thị trường viễn thông là một thị trường kinh doanh đầy sôi động với sự cạnh tranh quyết liệt của các nhà cung cấp dịch vụ. Sau vài năm phát triển nóng thị trường cung cấp dịch vụ viễn thông công nghệ thông tin đang trở về với đúng giá trị thực, qua sự ra đi của các nhà cung cấp dịch vụ nhỏ lẻ và sự khẳng định vị thế của các nhà cung cấp dịch vụ có tiềm lực. Trong môi trường kinh doanh đầy biến động và cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay, để tồn tại và phát triển bền vững, mỗi doanh nghiệp phải hết sức năng động và sáng tạo để mang đến cho khách hàng những sản phẩm, dịch vụ với chất lượng cao xây dựng cho mình các chiến lược kinh doanh phù hợp.