

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG TẠI VNPT THÁI NGUYÊN TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Nguyễn Tiến Long^{1*}, Phạm Đăng Tú²,
Đàm Phương Lan¹, Luân Thị Năm³

¹Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - ĐH Thái Nguyên

²Đại học Thái Nguyên, ³VNPT Thái Nguyên

TÓM TẮT

Nghiên cứu này phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ di động tại VNPT Thái Nguyên dựa trên nguồn số liệu sơ cấp (qua điều tra khách hàng) và số liệu thứ cấp, sử dụng phương pháp phân tích định tính và định lượng với thang đo Likert 5 mức độ để đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của VNPT Thái Nguyên; đánh giá tác động của các yếu tố ảnh hưởng tới nâng cao chất lượng dịch vụ di động tại VNPT Thái Nguyên. Từ đó, đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ di động, nâng cao khả năng cạnh tranh, duy trì và tăng thị phần; tạo động lực để VNPT Thái Nguyên tăng trưởng bền vững trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: *Chất lượng dịch vụ di động; VNPT Thái Nguyên; dịch vụ di động; khách hàng; giải pháp.*

Ngày nhận bài: 29/10/2019; Ngày hoàn thiện: 12/12/2019; Ngày đăng: 26/12/2019

IMPROVE THE QUALITY OF MOBILE SERVICES IN VNPT THAI NGUYEN IN THE CONTEXT OF INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0

Nguyen Tien Long^{1*}, Pham Dang Tu²,
Dam Phuong Lan¹, Luan Thi Nam³

¹TNU - University of Economics and Business Administration

²Thai Nguyen University, ³VNPT Thai Nguyen

ABSTRACT

The study analyzes the current situation of mobile service quality in VNPT Thai Nguyen based on primary data sources (through customer surveys) and secondary data, using qualitative and quantitative analysis methods with scales; measure Likert 5 levels to assess customer satisfaction with the service quality of VNPT Thai Nguyen; assess the impact of influencing factors to determine the impact level of the factors to improve the quality of mobile services in VNPT Thai Nguyen. Since then, proposed a number of solutions to improve the quality of mobile services in VNPT, improve competitiveness, maintain and increase market share; creating motivation for VNPT Thai Nguyen to grow sustainably in the context of industrial revolution 4.0.

Keywords: *Mobile service quality; VNPT Thai Nguyen; mobile services; customers; solutions.*

Received: 29/10/2019; Revised: 12/12/2019; Published: 26/12/2019

* Corresponding author. Email: nguyentienlong@tueba.edu.vn

1. Giới thiệu

Đã có nhiều quan niệm khác nhau về chất lượng dịch vụ, có thể hiểu chất lượng dịch vụ thể hiện ở khách hàng cảm nhận được trong quá trình tiêu dùng, khách hàng cảm nhận dịch vụ khác nhau do nhu cầu và nhận thức, tâm lý của cá nhân khách hàng.

Một là, dịch vụ là mọi hành động và kết quả mà một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một cái gì đó. Sản phẩm của nó có thể có hay không gắn liền với một sản phẩm vật chất [1].

Dịch vụ là một quá trình hoạt động bao gồm các nhân tố không hiện hữu, giải quyết các mối quan hệ giữa người cung cấp với khách hàng hoặc tài sản của khách hàng mà không có sự thay đổi quyền sở hữu. Sản phẩm của dịch vụ có thể nằm trong phạm vi hoặc vượt quá phạm vi của sản phẩm vật chất [2].

Năm đặc tính cơ bản của dịch vụ: (i) *Dịch vụ có tính không hiện hữu*; (ii) *Dịch vụ có tính không đồng nhất*; (iii) *Dịch vụ có đặc tính không tách rời*; (iv) *Sản phẩm dịch vụ mau hỏng*; (v) *Không thể hoàn trả*; khách hàng không thể tiến hành hoàn trả dịch vụ, khách hàng có thể được hoàn tiền nếu họ không hài lòng về dịch vụ được cung cấp [3].

Các dịch vụ cơ bản của viễn thông gồm dịch vụ thoại và dịch vụ truyền số liệu. Dịch vụ thoại gồm dịch vụ điện cố định, di động; (i) Dịch vụ truyền số liệu (gồm: Dịch vụ kênh thuê riêng và dịch vụ truyền dẫn tín hiệu truyền hình); (ii) Dịch vụ viễn thông là dịch vụ gửi, truyền, nhận và xử lý thông tin giữa hai hoặc một nhóm người sử dụng dịch vụ viễn thông, bao gồm các dịch vụ cơ bản và dịch vụ giá trị gia tăng [4].

Hai là, dịch vụ di động là một loại hình dịch vụ viễn thông, đó là dịch vụ gửi, truyền, nhận ký hiệu, tín hiệu, số liệu, chữ viết, âm thanh, hình ảnh hoặc các dạng khác của thông tin giữa các điểm kết cuối của mạng viễn thông. Dịch vụ di động có đầy đủ các đặc tính của một dịch vụ thông thường như: Tính vô hình; không tồn kho, lưu trữ; tính đồng thời, sản xuất gắn liền tiêu thụ; không đồng nhất [5]; [6].

Dịch vụ di động là quá trình truyền đưa tin tức dưới dạng dịch vụ, bắt đầu đăng ký đàm thoại là bắt đầu quá trình sản xuất, sau khi đàm thoại xong tức là sau khi tiêu dùng hiệu quả có ích của quá trình sản xuất thì quá trình sản xuất cũng kết thúc. Để sử dụng dịch vụ di động, người sử dụng phải có mặt ở những vị trí, địa điểm xác định của nhà cung cấp dịch vụ hoặc nơi có thiết bị của nhà cung cấp dịch vụ [7].

Ba là, chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của khách hàng về tính siêu việt và sự tuyệt vời nói chung của một thực thể: (i) Đó là, một dạng của thái độ và các hệ quả từ một sự so sánh giữa những gì được mong đợi và nhận thức về những thứ ta nhận được; (ii) Là một sự đo lường mức độ dịch vụ được đưa đến khách hàng tương xứng với mong đợi của khách hàng tốt đến đâu; (iii) Chất lượng dịch vụ được xem như khoảng cách giữa mong đợi về dịch vụ và nhận thức của khách hàng khi sử dụng dịch vụ chất lượng dịch vụ là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có của dịch vụ thỏa mãn các nhu cầu, mong đợi của khách hàng và các bên liên quan. Theo đó, chính những mong đợi của khách hàng là cơ sở để xây dựng một chiến lược chất lượng cho dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng [8].

Theo Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng dịch vụ điện thoại trên mạng viễn thông di động mặt đất, chất lượng cung ứng dịch vụ di động được đánh giá theo các tiêu chí: (i) *Chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật (Tỷ lệ cuộc gọi thiết lập thành công, tỷ lệ cuộc gọi bị rơi, chất lượng thoại, độ chính xác ghi cước, tỷ lệ cuộc gọi bị tính cước, lập hóa đơn sai)*; (ii) *Chỉ tiêu chất lượng phục vụ (độ khả dụng của dịch vụ, khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ, hồi âm khiếu nại khách hàng, dịch vụ hỗ trợ khách hàng)* [9].

Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, nâng cao chất lượng dịch vụ di động là mục tiêu quan trọng, góp phần phát triển dịch vụ di động bền vững. Theo đó, nâng cao chất lượng dịch vụ di động tại VNPT Thái Nguyên nhằm đáp ứng các mục tiêu sau:

- *Một là*, nâng cao chất lượng dịch vụ di động nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng;

- *Hai là*, nâng cao chất lượng dịch vụ di động nhằm cạnh tranh, mở rộng thị trường;

- *Ba là*, nâng cao chất lượng dịch vụ di động nhằm tạo dựng thương hiệu và uy tín.

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã giúp ngành viễn thông thể hiện sự tiện dụng và tính ưu việt với các ứng dụng rộng rãi của dịch vụ di động. Vì vậy, dịch vụ di động ngày càng đi sâu và không thể thiếu đối với người dân trong đời sống xã hội. Những tiện ích mà dịch vụ di động đem lại sẽ giúp doanh nghiệp khẳng định thương hiệu của mình trên thị trường, từ đó nâng cao uy tín của thương hiệu và doanh nghiệp.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Bài viết sử dụng 2 nguồn dữ liệu là dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp. Trong đó, dữ liệu thứ cấp được thu thập trong giai đoạn 2017 - 2019, từ các công bố chính thức như: Niên giám thống kê của Tổng cục Thống kê; Niên giám thống kê của Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên; các báo cáo tổng kết từng năm của VNPT Thái Nguyên. Ngoài ra, bài viết còn tham khảo số liệu từ các nguồn khác như các báo cáo, tài liệu, số liệu các cuộc điều tra, các sách báo, tạp chí, các văn bản pháp quy, các Website có liên quan. Dữ liệu sơ cấp được sử dụng cho bài viết được thu thập trong năm 2019, từ điều tra đối tượng là khách hàng đang sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên (với tổng số 400 phiếu điều tra) sử dụng thang đo Likert 5 mức.

Bảng 1. Thang đo Likert

Mức	Khoảng điểm	Ý nghĩa
5	4,21 - 5,0	Hoàn toàn đồng ý
4	3,41 - 4,2	Đồng ý
3	2,61 - 3,4	Bình thường
2	1,81 - 2,6	Không đồng ý
1	1,0 - 1,8	Hoàn toàn không đồng ý

Vận dụng công thức xác định cỡ mẫu Slovin, từ đó xác định được cỡ mẫu điều tra là 400 phiếu/389.400 tổ chức, cá nhân đang sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên. Cụ thể:

Xác định kích thước mẫu dựa trên công thức Slovin:

Với n là cỡ mẫu, N là số lượng tổng thể, e là sai số tiêu chuẩn.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Tính cỡ mẫu điều tra với tổng thể là $N=389.400$ khách hàng đang sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên, độ tin cậy là 95%, tương ứng sai số tiêu chuẩn e là 0,05. Cỡ mẫu sẽ được tính là:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{389.400}{1 + 389.400 \times (0,05)^2} = 400 \text{ phiếu}$$

Phương pháp tiến hành điều tra đối tượng trên là bằng bảng câu hỏi.

2.2. Phương pháp tổng hợp và phân tích số liệu

Số liệu sau khi thu thập, được tổng hợp theo các chỉ tiêu nghiên cứu về chất lượng dịch vụ di động. Để phân tích số liệu, tác giả sử dụng phương pháp phân tích thống kê mô tả, đồ thị và phương pháp so sánh; ứng dụng phần mềm tin học Microsoft Excel 2013, dựa trên các số tuyệt đối, số tương đối và số bình quân để phân tích, mô tả số liệu.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Đánh giá khái quát hoạt động kinh doanh dịch vụ di động tại VNPT Thái Nguyên

Giai đoạn 2017-2019, VNPT Thái Nguyên kinh doanh các dịch vụ viễn thông công nghệ thông tin, cụ thể: Dịch vụ cố định, dịch vụ Gphone, dịch vụ băng rộng (MegaVNN, FiberVNN), dịch vụ thuê kênh riêng và các dịch vụ số; các dịch vụ công nghệ thông tin, MyTV.

Bảng 2. Kết quả kinh doanh của VNPT Thái Nguyên (2017-2019)

Đơn vị tính: tỷ VND

Năm	Các chỉ tiêu kinh doanh			Thu nhập bình quân/người/năm (triệu VND)
	Doanh thu	Lợi nhuận sau thuế	Năng suất lao động	
2017	598	32,9	2.354	183
2018	613,8	34,8	2.455	196
6 tháng 2019	398	23,3	1.589	-
Tổng cộng	1.609,8	91	6.398	-

Nguồn: Tổng hợp số liệu từ Báo cáo kết quả kinh doanh của VNPT Thái Nguyên [10]

Như vậy, doanh thu từ hoạt động kinh doanh của VNPT Thái Nguyên tăng trưởng qua các năm. Trong đó, đối với các dịch vụ điện thoại truyền thống (cố định, Gphone) có sự suy

giảm năm 2018 chỉ bằng 90,3% năm 2017 do hướng thay đổi người tiêu dùng.

Tuy nhiên, đối dịch vụ băng thông rộng, công nghệ thông tin và đặc biệt dịch vụ di động tăng trưởng tương đối cao; cụ thể: Dịch vụ băng thông rộng tăng trưởng 17,38%, dịch vụ di động tăng trưởng 23,9%, dịch vụ công nghệ thông tin tăng trên 20% [10].

Lợi nhuận sau thuế năm 2017 đạt 32,9 tỷ VND; năm 2018 đạt 34,8 tỷ VND, 6 tháng đầu năm 2019 đạt 23,3 tỷ VND (Bảng 2). Lợi nhuận sau thuế tăng ổn định cho thấy kết quả kinh doanh của VNPT Thái Nguyên giai đoạn 2017 - 2019 có hiệu quả.

Kết quả thu nhập bình quân đầu người tăng lên qua các năm trong cả giai đoạn 2017 – 2019 (năm 2017 là 183 triệu VND/người và năm 2018 là 196 triệu VND/người).

Với vùng phủ sóng rộng, nên dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên thu hút được đông đảo khách hàng sử dụng. Thị phần của VNPT Thái Nguyên tăng nhanh qua các năm trong giai đoạn 2017 - 2019. Hiện nay, VNPT Thái Nguyên cung cấp dịch vụ di động dưới 2 hình thức di động trả sau và di động trả trước với nhiều gói cước ưu đãi cho khách hàng như: Gói gia đình, văn phòng data, gói cước thương gia, gói Eco...

Bảng 3. Doanh thu dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên

Đơn vị tính: tỷ VND

Năm	Doanh thu theo các loại dịch vụ di động			Tổng cộng
	Di động trả sau	Di động trả trước	Gói data văn phòng, gia đình	
2017	64,24	159,17	1,32	224,73
2018	74,20	196,59	7,70	278,49
6 tháng 2019	32,23	86,13	3,52	121,88
Tổng cộng	170,67	441,89	12,54	625,1

Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu từ Báo cáo kết quả kinh doanh của VNPT Thái Nguyên [10]

Dịch vụ di động trả trước đạt doanh thu ổn định và tăng nhanh qua các năm. Đối với gói dịch vụ data văn phòng, gia đình; doanh thu năm 2017 đạt 1,32 tỷ VND, đến năm 2018 tăng lên 7,70 tỷ VND, 6 tháng đầu năm 2019

đạt 3,52 tỷ VND, tỷ lệ 2018 so với năm 2017 đạt 583,9%. Tổng doanh thu các loại dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên năm 2017 đạt 224,73 tỷ VND, đến năm 2018 tăng lên 278,49 tỷ VND, 6 tháng đầu năm 2019 đạt 121,88 tỷ VND, tỷ lệ 2018 so với năm 2017 đạt 123,9% (Bảng 3). Kết quả doanh thu cho thấy, VNPT đã có chiến lược kinh doanh về dịch vụ di động và đạt doanh thu tăng cao trong giai đoạn 2017 - 2019.

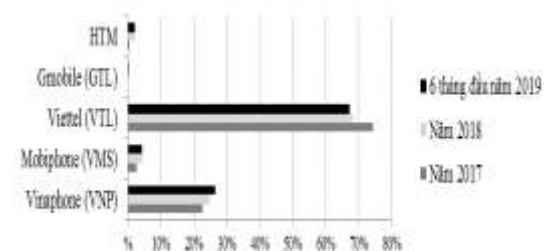
Bảng 4. Thị phần dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên và các đối thủ cạnh tranh

Đơn vị tính: %

Năm	Thị phần theo các nhà cung cấp dịch vụ di động (%)				
	Vinaphone (VNP)	Mobiphone (VMS)	Viettel (VTL)	Gmobile (GTL)	Hanoi Mobile (HTM)
2017	22,6	2,6	74,4	0,0	0,4
2018	24,9	4,5	68,4	0,1	2,0
6 tháng 2019	26,5	4,2	67,2	0,1	2,0

Nguồn: Tác giả tính toán và dự báo dựa trên số liệu năm 2019 [10]

Thị phần dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên, so với các đối thủ cạnh tranh trên địa bàn, như Mobiphone (VMS); Viettel (VTL); Gmobile (GTL) cho thấy, VNPT Thái Nguyên có thị phần đứng thứ 2 thị trường (chỉ sau Viettel - VTL), cụ thể: Năm 2017, thị phần của VNPT Thái Nguyên chiếm 22,6%, đến năm 2018 chiếm 24,9%, 6 tháng đầu năm 2019 chiếm 26,5% (Bảng 4 và Hình 1).

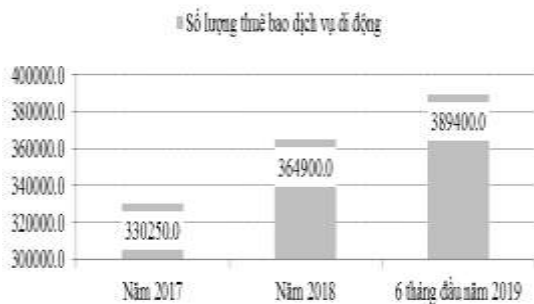


Hình 1. Thị phần dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên và các đối thủ cạnh tranh (%)

(Nguồn: Tính toán của tác giả dựa trên số liệu khảo sát)

Mặc dù thị phần của VNPT Thái Nguyên đứng thứ 2 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, song sản lượng thuê bao dịch vụ di động còn

thấp, thể hiện số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ mạng Vinaphone chưa nhiều, cụ thể: Năm 2017, là 330,25 nghìn thuê bao, đến năm 2018 số lượng tăng lên 364,9 nghìn thuê bao, đến tháng 6/2019 là 389,4 nghìn thuê bao (Hình 2). Như vậy, khoảng cách sản lượng thuê bao so với đối thủ cạnh tranh lớn nhất của VNPT Thái Nguyên là Viettel còn khá lớn; thị phần dịch vụ có tăng trưởng qua các năm. Tuy nhiên, tỷ lệ tăng chưa cao, đây cũng là cơ hội để VNPT Thái Nguyên phát triển dịch vụ di động trong thời gian tới.

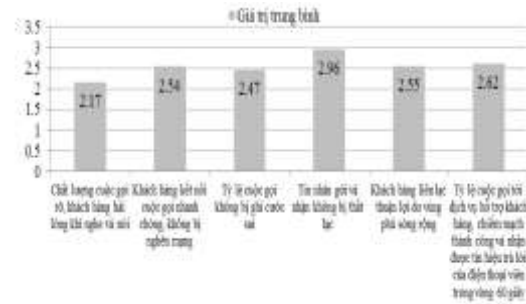


Hình 2. Sản lượng thuê bao dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên (2017-2019)

(Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu từ Báo cáo kết quả kinh doanh của VNPT Thái Nguyên) [10]

3.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên

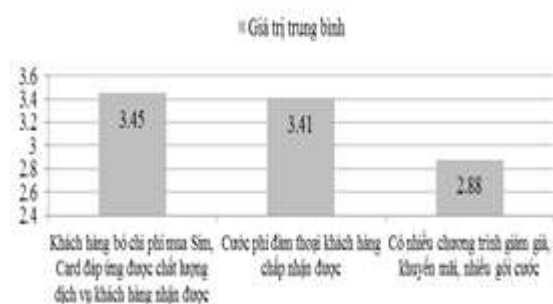
Một là, về chất lượng cuộc gọi. Kết quả khảo sát theo đánh giá của khách hàng sử dụng dịch vụ điện thoại di động của VNPT Thái Nguyên về chất lượng cuộc gọi, với 6 tiêu chí khảo sát có 2.400 ý kiến, cho thấy: Hoàn toàn đồng ý (18%), đồng ý (9%), bình thường (20%), không đồng ý (18%), hoàn toàn không đồng ý (36%); cho thấy tỷ lệ khách hàng hoàn toàn không đồng ý về chất lượng dịch vụ chiếm tỷ lệ cao 36%, trong khi hoàn toàn đồng ý chiếm tỷ lệ 18% bằng 50% của hoàn toàn không đồng ý. Mặt khác, điểm đánh giá trung bình đối với các chỉ tiêu phản ánh chất lượng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên đều dưới 3,4 điểm; điểm trung bình là 2,55 (Hình 3). Như vậy, chất lượng cuộc gọi di động của VNPT Thái Nguyên chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu của khách hàng.



Hình 3. Đánh giá của khách hàng về chất lượng cuộc gọi di động của VNPT Thái Nguyên

(Nguồn: Dựa trên số liệu khảo sát của tác giả, năm 2019)

Hai là, về giá cước dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên. Với 3 tiêu chí khảo sát, có 1.200 ý kiến, mức độ đánh giá như sau: Hoàn toàn đồng ý (20%), đồng ý (21%), bình thường (35%), không đồng ý (10%), hoàn toàn không đồng ý (13%). Điều này cho thấy, phần lớn khách hàng cho rằng giá cước dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên là chấp nhận được. Mặt khác, điểm đánh giá trung bình đối với 2/3 chỉ tiêu phản ánh giá cước dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên đều trên 3,4 điểm; điểm trung bình là 3,25 (Hình 4). Điều này cho thấy giá cước dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên cơ bản đáp ứng được yêu cầu và khả năng thanh toán của khách hàng. Đây là một trong các lợi thế để VNPT Thái Nguyên mở rộng thị phần dịch vụ di động.



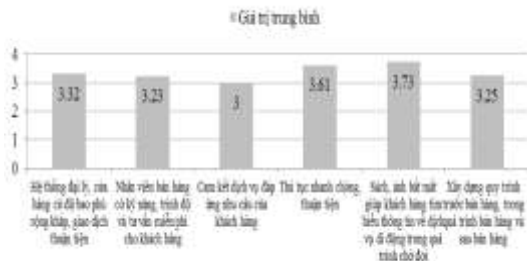
Hình 4. Đánh giá của khách hàng về giá cước dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên

(Nguồn: Dựa trên số liệu khảo sát của tác giả, năm 2019)

Ba là, về chất lượng phục vụ của VNPT Thái Nguyên. Với 6 tiêu chí khảo sát, có 2.400 ý kiến, mức độ đánh giá như sau: Hoàn toàn đồng ý (19%), đồng ý (34%), bình thường (22%), không đồng ý (15%), hoàn toàn không đồng ý (10%). Đa số khách hàng hài lòng với

chất lượng phục vụ của VNPT Thái Nguyên. Mặt khác, điểm đánh giá trung bình đối với tất cả các chỉ tiêu đều trên 3,0 điểm; có 2/6 chỉ tiêu phản ánh chất lượng phục vụ của VNPT Thái Nguyên trên 3,4 điểm; điểm trung bình là 3,35 (Hình 5). Điều này cho thấy, chất lượng phục vụ của VNPT Thái Nguyên đáp ứng khá tốt yêu cầu của khách hàng.

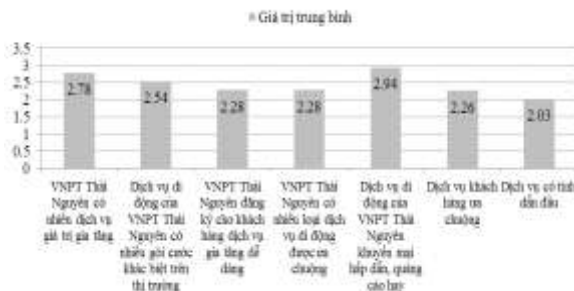
Bốn là, về sự khác biệt hóa dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên. Với 7 tiêu chí khảo sát, có 2.800 ý kiến, mức độ đánh giá như sau: Hoàn toàn đồng ý (12%), đồng ý (18%), bình thường (19%), không đồng ý (10%), hoàn toàn không đồng ý (41%). Như vậy, đa số khách hàng cho rằng chưa có sự khác biệt hóa về dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên.



Hình 5. Đánh giá của khách hàng về chất lượng phục vụ của VNPT Thái Nguyên

(Nguồn: Dựa trên số liệu khảo sát của tác giả, năm 2019)

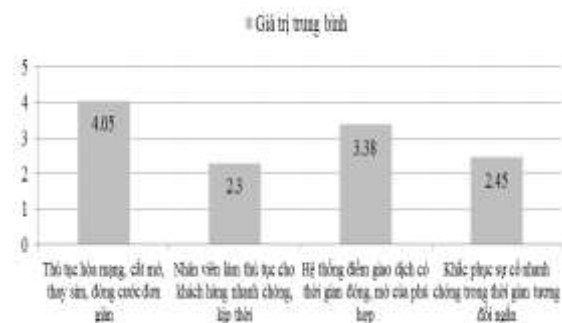
Mặt khác, điểm đánh giá trung bình đối với 5/7 chỉ tiêu đều dưới 2,6 điểm; có 2/7 chỉ tiêu phản ánh sự khác biệt hóa dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên trên 2,6 điểm; điểm trung bình là 2,44 (Hình 6). Đây là sự khác biệt hóa dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên chưa đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, khách hàng chưa cảm nhận được sự khác biệt hóa so với các dịch vụ của các nhà cung cấp khác.



Hình 6. Đánh giá của khách hàng về sự khác biệt hóa dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên

(Nguồn: Dựa trên số liệu khảo sát của tác giả, năm 2019)

Năm là, về sự thuận tiện trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên. Với 4 tiêu chí khảo sát, có 1.600 ý kiến, mức độ đánh giá như sau: Hoàn toàn đồng ý (24%), đồng ý (24%), bình thường (10%), không đồng ý (18%), hoàn toàn không đồng ý (25%). Điều này cho thấy, còn tỷ lệ lớn khách hàng chưa hài lòng với những tiện ích trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên. Mặt khác, điểm đánh giá trung bình đối với 3/4 chỉ tiêu đều dưới 3,4 điểm; có 1/4 chỉ tiêu phản ánh sự thuận tiện trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên trên 3,4 điểm; điểm trung bình là 3,05 (Hình 7). Như vậy, mức độ thuận tiện trung bình trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên, chưa đáp ứng được yêu cầu cao của khách hàng, khách hàng chưa cảm nhận được những tiện ích vượt trội trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên.



Hình 7. Đánh giá của khách hàng về sự thuận tiện trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên

(Nguồn: Dựa trên số liệu khảo sát của tác giả, năm 2019)

Sáu là, về dịch vụ hỗ trợ khách hàng sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên. Với 4 tiêu chí khảo sát, có 1.600 ý kiến, mức độ đánh giá như sau: Hoàn toàn đồng ý (39%), đồng ý (19%), bình thường (15%), không đồng ý (16%), hoàn toàn không đồng ý (39%). Điều này cho thấy, còn tỷ lệ lớn khách hàng không hài lòng với dịch vụ hỗ trợ trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên. Mặt khác, điểm đánh giá trung bình đối với 3/4 chỉ tiêu đều dưới 3,4 điểm; có 1/4 chỉ tiêu phản ánh mức độ hài lòng về dịch vụ hỗ trợ trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên là trên 3,4 điểm; điểm trung bình là 2,48 (Hình 8). Như vậy, dịch vụ

hỗ trợ khách hàng trong sử dụng dịch vụ di động của của VNPT Thái Nguyên chưa đáp ứng được đầy đủ các yêu cầu của khách hàng, nhiều khách hàng chưa cảm nhận được dịch vụ hỗ trợ vượt trội trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên.



Hình 8. Đánh giá của khách hàng về dịch vụ hỗ trợ của VNPT Thái Nguyên

(Nguồn: Dựa trên số liệu khảo sát của tác giả, năm 2019)

3.3. Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên

3.3.1. Một số kết quả và ưu điểm

- Thế mạnh của thương hiệu và uy tín của VNPT đã tạo nên sự khác biệt về dịch vụ di động trên thị trường. VNPT Thái Nguyên có đội ngũ cán bộ, công nhân viên luôn tận tâm, trách nhiệm và thể hiện sự chuyên nghiệp trong công việc.

- Chất lượng mạng lưới, chất lượng các dịch vụ luôn được đầu tư, mạng di động đã đảm bảo thông tin thông suốt phục vụ an ninh chính trị và phát triển kinh tế - xã hội, nhu cầu thông tin liên lạc của khách hàng. Các dịch vụ mới được quảng cáo rộng khắp đến mọi tầng lớp nhân dân, triển khai các dịch vụ đa dạng và giá cước dịch vụ di động được điều chỉnh linh hoạt, theo nhu cầu thị trường với nhiều gói cước hấp dẫn.

- Thị phần ngày càng tăng, số lượng thuê bao đến tháng 6 năm 2019 tăng lên 387,2 nghìn thuê bao, VNPT Thái Nguyên biết tận dụng khách hàng truyền thống và mạng lưới sẵn có, khẳng định vị thế về thương hiệu và thị phần trên thị trường viễn thông.

- Tích cực đầu tư; đổi mới và nâng cao trình độ công nghệ, đầu tư xây dựng mạng lưới; thêm trạm phát sóng và vùng phủ sóng để không ngừng cạnh tranh, tăng thuê bao.

- Dịch vụ hỗ trợ khách hàng ngày càng được chú trọng; đào tạo tốt, tăng tính chuyên nghiệp cho đội ngũ nhân viên hỗ trợ khách

hàng nhằm giải đáp kịp thời yêu cầu của khách hàng.

3.3.2. Những khó khăn, hạn chế và nguyên nhân

- Chất lượng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên chưa ổn định do việc đầu vào mạng lưới chưa hiệu quả, chất lượng cuộc gọi chưa ổn định. Nguyên nhân do kiến trúc xây dựng, nhiều tòa nhà cao tầng mọc lên đã gây ảnh hưởng đến chất lượng sóng di động, khu vực sóng yếu do nằm xen kẽ trong các khu dân cư đông đúc với mật độ nhà cao tầng lớn. Độ phủ sóng tại khu vực vùng sâu, vùng xa thấp.

- Năng lực đầu tư vào công nghệ, đổi mới công nghệ còn e dè chờ đợi các cơ chế chính sách cho phép của Nhà nước; kế hoạch về mở rộng và xây dựng trạm phát sóng, mạng lưới còn chậm, không theo kịp tiến độ dự kiến. Xu thế hội nhập và cách mạng công nghiệp 4.0 đã tác động lớn tới khả năng đáp ứng về công nghệ của VNPT Thái Nguyên.

- 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. Việc quản lý, khai thác và vận hành mạng lưới còn thiếu các công cụ quản lý, tồn tại các bất cập và vấn đề nảy sinh. Nhiều trường hợp phải chấp nhận nhượng bộ do yêu cầu phát triển, chưa tuân thủ được đầy đủ các yêu cầu, quy định về quản lý mạng viễn thông.

- VNPT Thái Nguyên chưa đi sâu vào đổi mới mạnh mẽ cơ chế quản trị nội bộ để tạo thể chủ động, kích thích tính năng động, nâng cao trách nhiệm, làm rõ hiệu quả đầu tư, kinh doanh từng đơn vị, từng dịch vụ.

- Nguồn nhân lực có trình độ, kỹ năng cao còn thiếu, chưa xây dựng được đội ngũ chuyên gia về kỹ thuật và kinh tế cho VNPT; chất lượng đội ngũ cán bộ, nhân viên vẫn chưa đáp ứng và theo kịp với đòi hỏi của thị trường. Một bộ phận người lao động chưa có động lực làm việc, làm việc chưa có tinh thần trách nhiệm tích cực.

3.4. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên

Một là, nâng cao chất lượng cuộc gọi nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ di động tại VNPT Thái Nguyên: Mở rộng vùng phủ sóng; đổi mới công nghệ, trang thiết bị mạng di động.

Hai là, đa dạng và linh hoạt chính sách về giá cước: Quảng bá cho khách hàng biết đến những gói cước đa dạng, thực hiện nhiều mức cước và gói cước cùng với phương thức thanh toán linh hoạt, khách hàng sẽ có được nhiều lựa chọn. Kết hợp chiến dịch quảng cáo và truyền thông trên các phương tiện thông tin để thu hút khách hàng. Giảm chi phí đối với các khoản đầu tư về kết cấu hạ tầng, xây dựng lộ trình điều chỉnh giá cước tương ứng với giá thành của sản phẩm.

Ba là, tạo sự khác biệt nhằm nâng cao giá trị thương hiệu, hình ảnh và uy tín của VNPT Thái Nguyên và các dịch vụ di động cung cấp: Nâng cao nhận thức cho cán bộ, công nhân viên trong VNPT Thái Nguyên về ý nghĩa của thương hiệu trên thị trường nhằm xây dựng hình ảnh về một dịch vụ di động chất lượng tốt, có nhiều dịch vụ giá trị gia tăng đem lại nhiều tiện ích cho khách hàng; cung ứng những dịch vụ đa dạng, đáp ứng yêu cầu về các dịch vụ trực tuyến; tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh về phát triển các dịch vụ truy cập Internet băng thông rộng, dịch vụ truyền hình tương tác. Tăng cường điều tra, nghiên cứu thị trường nhằm tìm kiếm thị trường có tiềm năng, phát triển thuê bao mới, tiềm năng.

Bốn là, tạo những thuận tiện trong sử dụng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên: Kịp thời triển khai dịch vụ mới, cung cấp dịch vụ mới cho khách hàng. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ nhân viên giao dịch về kỹ năng, trình độ bán hàng, nắm bắt thông tin về giá cước, thủ tục cắt, mở mạng cho khách hàng nhanh chóng.

Năm là, nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ khách hàng: VNPT Thái Nguyên cần tích cực đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường trong đó cần đặc biệt chú trọng nghiên cứu nhu cầu khách hàng, đối thủ cạnh tranh là một công cụ góp phần đảm bảo khả năng kinh doanh có hiệu quả đáp ứng nhu cầu khách hàng, chiếm lĩnh thị trường. Đào tạo cho đội ngũ nhân viên thường xuyên tiếp xúc với khách hàng về chuẩn mực phục vụ khách hàng.

Sáu là, nâng cao năng lực quản lý, điều hành: Cần áp dụng mô hình quản lý điều hành hiện tại VNPT Thái Nguyên, đó là lấy khách hàng làm trung tâm và điều hành theo cơ chế thị trường, đáp ứng nhu cầu của khách hàng về

một chất lượng dịch vụ đảm bảo đúng cam kết và tạo sự khác biệt.

4. Kết luận

VNPT Thái Nguyên là một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông, đang có tốc độ tăng trưởng nhanh về số lượng thuê bao di động, nhưng đang phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt từ các nhà cung cấp dịch vụ di động khác trên thị trường. Để giữ chân khách hàng trung thành, thu hút khách hàng tiềm năng, nhằm chiếm lĩnh thị trường, tăng doanh thu, doanh số và lợi nhuận; đòi hỏi VNPT Thái Nguyên phải nâng cao chất lượng dịch vụ di động đáp ứng yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Mặt khác, chất lượng dịch vụ phải đáp ứng được những nhu cầu có khả năng thanh toán của khách hàng. Như vậy, nghiên cứu, khảo sát, đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ di động của VNPT Thái Nguyên, cùng với những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ di động đáp ứng yêu cầu của khách hàng là rất cần thiết; là tiền đề phát triển bền vững VNPT Thái Nguyên, tạo ưu thế so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1]. P. Kotler, *Marketing Essentials*, Statistical Publishing House, Hanoi, 2017.
- [2]. T. K. A. Ta, *Quality Control Textbook*, Statistics Publishing House, Hanoi, 2018.
- [3]. J. S. Oakland, *Total Quality Management*, Statistical Publishing House, Hanoi, 2016.
- [4]. The Government of the Socialist Republic of Vietnam, Decree No. 25/2011/ND-CP of April 6, 2011, *Detailing and guiding the implementation of a number of articles of the Telecommunications Law 2009*, Vietnam, 2011.
- [5]. X. P. Bui, *Business Administration of Posts and Telecommunications*, Post Publishing House, 2015.
- [6]. V. B. Dinh, et al., *Forecasting the demand for telecommunications services in Vietnam to 2020*, Project of scientific research at the sector level 2013, Vietnam Post and Telecommunications Institute, 2014.
- [7]. Ministry of Information and Communications, *Circular 05/2012/TT-BTTTT on Classification of telecommunication services*, Hanoi, 2012.
- [8]. K. D. Nguyen, *Quality Management in Enterprise ISO 9000*, Statistics Publishing House, Hanoi, 2008.
- [9]. Ministry of Information and Communications, *QCVN36: 2011/BTTTT on National Technical Regulations*.
- [10]. VNPT Thai Nguyen, *Summary report on production and business activities in 2016, 2017, 2018, the first 6 months of 2019*, Thai Nguyen, 2016, 2017, 2018, 2019.