

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

* * *

DOÃN DUY THIÊM

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ INTERNET TẠI
TRUNG TÂM ĐIỆN TOÁN TRUYỀN SỐ LIỆU
KHU VỰC 3**

Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh

Mã số : 60.34.05

**TÓM TẮT LUẬN VĂN
THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Đà Nẵng – Năm 2010

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học : PGS – TS Võ Xuân Tiến

Phản biện 1 : PGS. TS. Trương Bá Thanh

Phản biện 2 : PGS.TS. Nguyễn Thị Kim Anh

Luận văn sẽ được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ ngành Quản trị Kinh doanh họp tại Đà Nẵng vào ngày 01 tháng 10 năm 2010.

** Có thể tìm hiểu luận văn tại:*

- Trung tâm thông tin – Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, Internet đã hiện diện và là công cụ hỗ trợ đắc lực trong hầu hết các lĩnh vực trong cuộc sống. Ở các nước phát triển, Internet đã trở thành một trong những phương tiện cung cấp thông tin lớn nhất, vượt qua các phương tiện thông tin truyền thống như truyền hình, phát thanh, báo chí....

Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ phải chịu sức ép cạnh tranh rất lớn không chỉ giữa các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam mà cả với các tập đoàn viễn thông lớn trên thế giới. Nhận thức được vấn đề đó, trong thời gian qua VDC3 đã không ngừng phát triển dịch vụ, mở rộng thị trường và đã đạt được một số thành tích nhất định.

Từ thực tế đó, em chọn đề tài "***Phát triển dịch vụ Internet tại Trung tâm Điện toán Truyền số liệu khu vực 3***" cho luận văn tốt nghiệp của mình. Hy vọng kết quả nghiên cứu sẽ tìm ra được giải pháp phát triển dịch vụ, mở rộng thị trường nhằm mang lại doanh thu và lợi nhuận cao cho Trung tâm.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

- Hệ thống hóa về mặt lý luận những vấn đề liên quan đến phát triển dịch vụ Internet.

- Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ Internet tại Trung tâm Điện toán Truyền số liệu khu vực 3 (VDC3) thời gian qua.

- Đề xuất các giải pháp nhằm thực hiện mục tiêu phát triển dịch vụ Internet tại Trung tâm Điện toán Truyền số liệu khu vực 3 thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu

Luận văn tập trung nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực

tiền liên quan đến phát triển dịch vụ Internet.

Phạm vi nghiên cứu

- Nội dung : Luận văn chỉ tập trung nghiên cứu những vấn đề cơ bản của việc phát triển dịch vụ Internet.
- Không gian : Chỉ nghiên cứu vấn đề trên tại Trung tâm VDC3.
- Thời gian : Các giải pháp được đề xuất ở đây có chỉ ý nghĩa đến trong giai đoạn trước mắt.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp duy vật biện chứng, duy vật lịch sử.
- Các phương pháp thống kê.
- Các phương pháp nghiên cứu quản trị khác.

5. Bố cục của luận văn

Ngoài phần mở đầu, mục lục, tài liệu tham khảo, phụ lục và kết luận, đề tài được bố trí thành 3 chương:

- Chương 1.* Một số vấn đề lý luận cơ bản về phát triển dịch vụ và dịch vụ Internet
- Chương 2.* Thực trạng phát triển dịch vụ Internet tại VDC3
- Chương 3.* Một số giải pháp phát triển dịch vụ Internet tại Trung tâm Điện toán Truyền số liệu khu vực 3 thời gian tới

CHƯƠNG 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN

VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ VÀ DỊCH VỤ INTERNET

1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ INTERNET

1.1.1. Một số khái niệm

- *Khái niệm về dịch vụ*

Theo Philip Kotler : ”*Dịch vụ là mọi hoạt 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*” [3].

- Đặc điểm của dịch vụ

Nhìn chung dịch vụ đều hàm chứa các thuộc tính cơ bản sau:

- Thứ nhất, dịch vụ không tồn tại dưới dạng vật chất bằng những vật phẩm cụ thể, không nhìn thấy được.

- Thứ hai, quá trình sản xuất (cung ứng) dịch vụ và tiêu dùng dịch vụ xảy ra đồng thời. Hay nói cách khác, dịch vụ không thể lưu trữ được do quá trình sản xuất và tiêu dùng diễn ra đồng thời.

- Thứ ba, chất lượng dịch vụ mang tính không đồng nhất. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc chặt chẽ vào người thực hiện dịch vụ : trình độ, kỹ năng,...

1.1.2. Dịch vụ Viễn thông

- Khái niệm dịch vụ viễn thông

Dịch vụ viễn thông là dịch vụ truyền ký hiệu, tín hiệu, số liệu, chữ viết, âm thanh, hình ảnh hoặc các dạng khác của thông tin giữa các điểm kết nối của mạng viễn thông.

- Đặc điểm dịch vụ viễn thông

- Dịch vụ internet

Dịch vụ Internet là dịch vụ do mạng Internet cung cấp.

Các dịch vụ Internet được chia thành 3 loại chính là *dịch vụ truy nhập Internet, dịch vụ kết nối Internet* và *dịch vụ ứng dụng Internet.*

- Phát triển dịch vụ internet

+ Phát triển dịch vụ là quá trình biến đổi, hoặc làm cho biến

đổi từ ít đến nhiều, từ hẹp đến rộng, từ thấp đến cao cả về số lượng và chất lượng dịch vụ.

+ Phát triển dịch vụ internet là quá trình biến đổi, hoặc làm cho biến đổi từ ít đến nhiều, từ hẹp đến rộng, từ thấp đến cao cả về số lượng và chất lượng dịch vụ,... nhằm đáp ứng tối ưu các nhu cầu luôn thay đổi của khách hàng.

1.2. NỘI DUNG CỦA PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ

1.2.1. Mở rộng quy mô dịch vụ

Mở rộng quy mô dịch vụ internet là làm gia tăng lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, gia tăng lượng dịch vụ cung cấp, mở rộng phạm vi phục vụ,...

- *Gia tăng lượng khách hàng* : Bằng cách thực hiện các chương trình quảng cáo, khuyến mại,... để tìm kiếm và thu hút những khách hàng mới từ những người vốn yêu thích hoặc tin tưởng sản phẩm, dịch vụ hoặc thương hiệu của nhà cung cấp dịch vụ.

- *Gia tăng lượng sử dụng dịch vụ* : Là làm cho khách hàng sử dụng dịch vụ thường xuyên hơn, và mỗi lần sử dụng có nhu cầu về băng thông cao hơn nhằm tăng sản lượng dịch vụ. Có hai cách để thúc đẩy gia tăng mức độ sử dụng là nâng cao tần suất sử dụng hoặc nâng cao chất lượng sử dụng.

- *Mở rộng phạm vi phục vụ* : Nhà cung cấp dịch vụ có thể mở rộng phạm vi phục vụ bằng cách mở rộng, đa dạng hóa kênh phân phối làm cho khách hàng dễ dàng tiếp cận với dịch vụ.

1.2.2. Phát triển sản phẩm dịch vụ mới

Phát triển sản phẩm dịch vụ là việc tiến hành cải tiến dịch vụ hiện có hoặc đưa vào cung cấp các dịch vụ hoàn toàn mới.

- **Sản phẩm mang tính đột phá** : Một sản phẩm mang tính đột phá là sản phẩm có những thuộc tính sau:

+ Những đặc điểm hiệu suất hoàn toàn mới lạ.

+ Những cải tiến về đặc điểm hiệu suất lớn hơn nhiều so với những đặc điểm đã có trong thị trường.

+ Giảm chi phí đáng kể cho những đặc điểm tương tự mà các sản phẩm khác cung cấp.

- **Sản phẩm cải tiến** :

+ Những sản phẩm cải tiến thường khai thác các đặc điểm hay công nghệ hiện hữu để phục vụ một mục đích khác.

+ So với các sản phẩm đột phá, các sản phẩm cải tiến mất ít thời gian và chi phí để phát triển hơn.

- **Mở rộng dòng sản phẩm sang những phân khúc thị trường mới** : Các nhà cung cấp dịch vụ cũng có thể mở rộng sản phẩm của mình để đáp ứng một số nhu cầu hoặc thị hiếu của các phân khúc thị trường lân cận.

- **Loại bỏ các sản phẩm không sinh lời** : Là việc chấm dứt cung cấp một số dịch vụ mà khách hàng không còn nhu cầu sử dụng hoặc dịch vụ không còn khả năng sinh lời.

1.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ

Nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà cung cấp dịch vụ Internet là sự nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua mức độ hài lòng và thỏa mãn của khách hàng, cũng như sự trung thành của khách hàng với dịch vụ và sự tiến bộ về hành vi, thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên.

Để nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà cung cấp dịch vụ internet, có thể thực hiện các hình thức sau :

- Hỗ trợ khách hàng thường xuyên trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ.

- Thường xuyên liên lạc với khách hàng để nhận thông tin phản hồi từ khách hàng nhằm cải tiến chất lượng dịch vụ.

- Giảm thiểu thời gian gián đoạn dịch vụ bằng cách rút ngắn thời gian xử lý sự cố.

- Phát triển các dịch vụ mới hoàn toàn.

- Cải tiến, hoàn thiện dịch vụ, thay thế dịch vụ hiện có.

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ INTERNET

1.3.1. Môi trường Vĩ mô

- *Môi trường nền kinh tế*
- *Môi trường khoa học công nghệ*
- *Môi trường chính trị - pháp luật*
- *Môi trường văn hoá xã hội*

1.3.2. Môi trường ngành

- *Khách hàng (người mua)*
- *Cường độ cạnh tranh của các đối thủ cạnh tranh hiện có*
- *Các đối thủ mới xâm nhập (đối thủ tiềm tàng).*
- *Các dịch vụ thay thế*

1.3.4. Các nhân tố bên trong nhà cung cấp dịch vụ

- *Nguồn nhân lực.*
- *Khả năng tài chính.*
- *Cơ sở hạ tầng mạng.*
- *Hệ thống kênh phân phối.*
- *Uy tín của doanh nghiệp.*

1.4. Ý NGHĨA CỦA VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ INTERNET

- Giúp các nhà cung cấp dịch vụ có kế hoạch hoàn thiện về phát triển sản phẩm.

- Đòi hỏi các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phải phát triển toàn diện cả bề rộng và bề sâu.

- Đáp ứng yêu cầu của sự phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin và nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- Đòi hỏi các doanh nghiệp đổi mới quản lý, nâng cao trình độ.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN

DỊCH VỤ INTERNET TẠI VDC3

2.1. TÌNH HÌNH CƠ BẢN CỦA VDC3 ẢNH HƯỞNG TỚI VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ INTERNET

2.1.1. Đặc điểm công tác tổ chức của VDC3

- *Quá trình hình thành và phát triển*

- *Chức năng – Nhiệm vụ*

Cung cấp các dịch vụ Truyền số liệu, Internet và các dịch vụ dựa trên giao thức TCP/IP, dịch vụ trên Web và các dịch vụ gia tăng giá trị trên Internet.

- *Cơ cấu tổ chức*

Về bộ máy tổ chức VDC3 được tổ chức thành khối quản lý và khối sản xuất gồm 11 đơn vị.

2.1.2. Đặc điểm của các yếu tố nguồn lực

- *Nguồn nhân lực*

Hiện nay, tổng số CB-CNV của VDC3 khoảng gần 170 người, trình độ lao động của Trung tâm tương đối cao, tỷ lệ lao động

có trình độ đại học và trên đại học chiếm tới 58%, đây là đặc điểm của các doanh nghiệp hoạt động viễn thông và công nghệ thông tin.

Bảng 2.1 : Tình hình nhân sự của VDC3

Chỉ tiêu	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Trình độ sau đại học	1	0.67	1	0.64	3	1.8
Trình độ đại học	78	52.35	84	53.5	92	55.09
Trình độ cao đẳng	28	18.79	29	18.47	29	17.37
Trình độ trung cấp	15	10.07	15	9.55	15	8.98
Trình độ khác	27	18.12	28	17.83	28	16.77
Tổng số	149	100	157	100	167	100

(Nguồn báo cáo hàng năm của VDC3)

- Nguồn lực tài chính

Bảng 2.2: Vốn cố định và vốn lưu động tại VDC3

ĐVT : Triệu đồng

Năm	2006	2007	2008	2009
Vốn lưu động	87.651	116.885	98.513	106.475
Vốn cố định	120.143	132.058	117.602	123.367
Tổng vốn	207.794	248.943	216.115	229.842

(Nguồn báo cáo hàng năm của VDC3)

Vốn lưu động của VDC3 tương đối thấp nên đơn vị gặp nhiều khó khăn khi hầu hết các thiết bị, công nghệ mạng lưới đầu vào để sản xuất phải nhập từ nước ngoài. Những dự án đầu tư của VDC3 rất lớn nhưng phần lớn do Tập đoàn VNPT đầu tư nên đơn vị thiếu tính chủ động trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình.

- Nguồn lực hạ tầng mạng lưới và công nghệ

+ *Hệ thống Internet quốc tế:* Đến cuối năm 2010, VDC sẽ nâng cấp dung lượng băng thông quốc tế của mạng VNN lên hơn 100Gbps.

Bảng 2.3: Bảng tổng hợp tăng trưởng dung lượng kênh kết nối của VNPT(VDC) trong thời gian vừa qua

ĐVT : Mbps

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	So sánh	
				2008/2007 (%)	2009/2008 (%)
Kết nối quốc tế	9.094	26.830	48.160	179,5	295
Kết nối trong nước	19.975	49.507	89.652	182	247,8

(Nguồn: Trung tâm Internet Việt Nam – VNNIC)

+ *Hệ thống trung kế trong nước:* VDC là đơn vị có dung lượng kết nối trong nước lớn nhất trong các nhà cung cấp dịch vụ internet.

VDC3 áp dụng nhiều công nghệ tiên tiến để đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các loại hình dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

2.1.3. Một số kết quả kinh doanh của VDC3 trong thời gian vừa qua

Đến thời điểm hiện nay, VDC3 vẫn là nhà cung cấp dịch vụ internet chiếm thị phần lớn nhất với thị phần áp đảo là 54,79%.

Trong cơ cấu sản phẩm dịch vụ, dịch vụ Mega VNN có tỷ trọng doanh thu cao nhất (50,6%) tiếp đến là dịch vụ thoại IP.

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ INTERNET TẠI VDC3 THỜI GIAN QUA

2.2.1. Thực trạng mở rộng quy mô dịch vụ tại VDC3

- VDC3 thường xuyên thực hiện các đợt truyền thông quảng cáo để kích thích tiêu thụ và nâng cao hình ảnh của VDC3.

- Dịch vụ trực tiếp đang tăng trưởng tương đối khả quan. Tuy nhiên hiện tại dịch vụ này bị cạnh tranh mạnh mẽ từ các đối thủ như FPT, Viettel, EVN, ...

- Dịch vụ Mega VNN phát triển mạnh, VDC3 đã đầu tư cơ sở hạ tầng mạng kịp thời đáp ứng tốt nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- VDC3 cũng thường xuyên tổ chức các chương trình Marketing dịch vụ, đặc biệt trong năm 2008-2009 VDC3 đã tổ chức loạt sự kiện “ Lễ hội Mega VNN – kết nối đam mê “

Dịch vụ Internet của đơn vị có độ bao phủ thị trường lớn, được cung cấp tới cho khách hàng qua các kênh phân phối sau :

- Thông qua các Viễn thông.
- Thông qua đại lý Internet công cộng.
- Thông qua các điểm Bưu điện văn hóa xã.
- Thông qua các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin.

- Để tăng cường mở rộng quy mô dịch vụ VDC3 đưa ra mức chiết khấu thương mại để khuyến khích bán hàng.

Bảng 2.7. Chiết khấu thương mại áp dụng cho dịch vụ Mega VNN

Thời gian sử dụng	Doanh thu bán hàng			
	Từ 100 ngàn-dưới 200 ngàn	Từ 200 ngàn-dưới 1 triệu đ	Từ 1 triệu đ- dưới 2 triệu đ	Trên 2 triệu đồng
Trên 1 năm đến 3 năm	5%	7%	9%	12%
Trên 3 năm đến 5 năm	7%	9%	12%	15%
Trên 5 năm	9%	12%	15%	20%

(Nguồn số liệu VDC3)

- Nhằm phát triển khách hàng và có các chính sách ưu tiên đối với các khách hàng lớn. VDC3 đang phân ra các loại khách hàng khác nhau.

Một số vấn đề làm cho quá trình mở rộng quy mô dịch vụ của VDC3 phát triển chậm hơn so với các nhà cung cấp dịch vụ khác:

- Sản phẩm dịch vụ chưa được đa dạng.
- Hoạt động quảng cáo, tiếp thị còn rời rạc, chưa thông suốt và thống nhất.
- VDC3 chưa chủ động trong các chính sách điều chỉnh giá cước làm giảm lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp.
- Khách hàng là các doanh nghiệp chưa được quan tâm đúng mức.
- Chưa chủ động tìm kiếm khách hàng mới và duy trì ổn định được khách hàng truyền thống.
- Kênh phân phối chủ yếu phụ thuộc vào các viễn thông tỉnh, nên việc quản lý kênh phân phối còn phụ thuộc, chưa hiệu quả.
- Công tác chăm sóc khách hàng còn thiếu và yếu.

- Thủ tục đăng ký dịch vụ còn phiền hà chưa thuận tiện.
- Đội ngũ tư vấn dịch vụ cho khách hàng còn thiếu và yếu.
- Cơ chế phối hợp nội bộ chưa nhanh chóng dẫn đến triển khai dịch vụ còn chậm.

- Chất lượng đội ngũ bán hàng chưa cao.
- Chưa tận dụng hết năng lực thiết bị mạng lưới.

2.2.2. Thực trạng của việc phát triển sản phẩm dịch vụ

- Dịch vụ Internet – Truyền số liệu

+ Dịch vụ VNN/Internet trực tiếp – Leased line

Đối tượng khách hàng sử dụng dịch vụ Internet trực tiếp thường là các doanh nghiệp thường xuyên sử dụng Internet, có nhu cầu trao đổi thông tin lớn và có yêu cầu cao về tốc độ truy nhập.

Bảng 2.10. Phát triển dịch vụ VNN/Internet trực tiếp qua các năm

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	So sánh	
				2008/2007 (%)	2009/2008 (%)
Số thuê bao quy đổi (64Kbps)	2.368	2.450	2.578	104	105
Doanh thu (tr đồng)	24.000	26.000	29.000	108,3	111,5

(Nguồn số liệu VDC3)

VDC3 vẫn còn những tồn tại cần phải khắc phục để dịch vụ phát triển tốt hơn :

- Chưa tận dụng được các kênh phân phối để bán dịch vụ này.
- Dịch vụ triển khai đến khách hàng còn chậm, không đạt tiến độ làm nhiều khách hàng không hài lòng.
- Việc xử lý sự cố tốn nhiều thời gian làm giảm chất lượng dịch vụ.

- Sự phối hợp với nhân viên quản trị IT của khách hàng còn hạn chế.

- Hiện tại VDC3 có một số dịch vụ có thể thay thế nên làm giảm khả năng phát triển của dịch vụ.

- Chưa chủ động tìm kiếm khách hàng mới và duy trì ổn định khách hàng truyền thống.

- Chưa xây dựng được một quy trình cụ thể phối hợp với các đơn vị cung cấp dịch vụ khác như Viễn thông tỉnh.

- Chưa có các kế hoạch cụ thể đóng gói các dịch vụ giá trị gia tăng đi kèm với dịch vụ này để tăng tính hấp dẫn của dịch vụ.

- *Dịch vụ VNN/Internet gián tiếp*

Doanh thu dịch vụ liên tục giảm qua các năm do các nguyên nhân : Do sự phát triển của công nghệ viễn thông, dịch vụ Internet gián tiếp được thay thế bằng dịch vụ Internet băng rộng Mega VNN.

- *Dịch vụ Mega VNN*

Đây là dịch vụ có tốc độ phát triển nhanh, dựa trên nền công nghệ truyền thông bắt đầu xúng ADSL.

Đối tượng khách hàng chủ yếu của dịch vụ:

- Là khách hàng bình dân, chi phí thấp.

- Là khách hàng có nhu cầu cao về băng thông để phục vụ mục đích kinh doanh, giải trí,...

Bảng 2.11. Một số kết quả kinh doanh dịch vụ Mega VNN

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Doanh thu (tr đ)	92.000	95.000	109.000	138.000
Số thuê bao	248.430	297.586	320.160	336.910

(Nguồn báo cáo tổng kết hàng năm của VDC3)

VDC3 đưa ra nhiều gói cước phù hợp bao gồm: Mega Basic, Mega Easy, Mega Family, Mega Maxi, Mega Pro.

Trong năm 2010, VDC3 tập trung đẩy mạnh các dịch vụ giá trị gia tăng cho khách hàng MegaVNN như Mega E-learning (kênh đào tạo trực tuyến), Mega Share (chia sẻ dữ liệu trực tuyến), Mega Web (hỗ trợ để tạo website).

VDC3 vẫn còn một số tồn tại cần khắc phục và hoàn thiện :

- Chưa chuẩn bị các nguồn lực kịp thời để đáp ứng nhu cầu phát triển về dịch vụ, nhất là nguồn nhân lực. Hạ tầng mạng lưới đầu tư chưa kịp thời, đồng bộ giữa các vùng trên địa bàn.

- Chất lượng dịch vụ không đồng đều giữa các địa bàn.

- Có rất nhiều đối thủ cạnh tranh tham gia vào thị trường với các chính sách thu hút khách hàng linh hoạt, đa dạng.

- *Dịch vụ VPN/VNN (MPLS)* : Là giải pháp công nghệ cho phép thiết lập mạng dùng riêng trên nền mạng công cộng.

Bảng 2.12. Một số kết quả kinh doanh dịch vụ VPN/VNN (MPLS)

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Doanh thu (tr đ)	1.096	1.220	1.260	1.293
Số thuê bao (64K)	167	186	192	197

(Nguồn báo cáo tổng kết hàng năm của VDC3)

Thời gian qua VDC3 cũng đã đầu tư đáng kể hạ tầng mạng phục vụ cho dịch vụ này và thực hiện nhiều chương trình marketing để phát triển khách hàng.

- Dịch vụ Giá trị gia tăng

+ *Dịch vụ MegaE-Meeting*: Dịch vụ Hội nghị qua Web là một dịch vụ giá trị gia tăng hoạt động trên nền internet, sử dụng hạ tầng Internet hiện có.

+ *Dịch vụ Ifone*: IPhone VNN là dịch vụ điện thoại Internet thiết lập các cuộc gọi thoại giữa các máy điện thoại thông thường, các máy tính cá nhân (PC) và các thiết bị đầu cuối khác.

- Loại bỏ các dịch vụ không sinh lời

Song song với công tác phát triển dịch vụ, thời gian vừa qua VDC3 cũng chú trọng loại bỏ các dịch vụ không sinh lời và sử dụng các công nghệ đã lỗi thời như : Loại bỏ dịch vụ VietPac sử dụng công nghệ X25, ...

VDC3 cần khắc phục và hoàn thiện một số tồn tại như :

- Sản phẩm dịch vụ của VDC3 chưa đa dạng.
- Các dịch vụ chậm được cải tiến.
- Việc nghiên cứu thị trường, truyền thông dịch vụ còn nhiều hạn chế.
- Công tác xúc tiến bán hàng các dịch vụ mới triển khai còn hạn chế.
- Việc bố trí đào tạo nhân sự để phát triển, cung cấp dịch vụ mới chưa được quan tâm đúng mức.
- Chưa đẩy mạnh quan hệ và liên kết với các doanh nghiệp và các hãng viễn thông để phát triển dịch vụ mới.

2.2.3. Thực trạng về chất lượng dịch vụ

Hàng năm VDC3 tổ chức các đợt tập huấn về kỹ năng quản trị mạng, an ninh mạng lưới, bảo mật, xử lý sự cố,... cho các nhân viên IT của khách hàng.

- Tổ chức các đợt tập huấn, hội thảo với các Viễn thông, Bưu điện tỉnh.

- VDC3 đã chuẩn bị sẵn các thiết bị dự phòng cho khách hàng mượn.

- Hỗ trợ khách hàng xây dựng các dịch vụ giá trị gia tăng trên mạng như Web server, Mail server, các server tác nghiệp,....

- Để nâng cao chất lượng phục vụ của các dịch vụ Internet VDC3 đã ban hành hàng loạt Quy trình cung cấp dịch vụ, giải quyết khiếu nại và hỗ trợ của các dịch vụ cũng như xây dựng các chỉ tiêu chất lượng của từng dịch vụ.

- Đầu tư nâng cấp hạ tầng mạng lưới để tránh tình trạng nghẽn mạch. Đầu tư hệ thống giám sát lưu lượng và sự cố hệ thống.

- VDC3 đã đầu tư hệ thống hỗ trợ khách hàng Call Center với số điện thoại miễn phí thống nhất là 18001260, 18001261, 18001262.

- Ngoài ra VDC3 còn xây dựng một số hệ thống website, hệ thống email nhằm giải đáp các thắc mắc, khiếu nại của khách hàng.

VDC3 cũng áp dụng một số hình thức liên lạc với khách hàng:

- Tổ chức sự kiện, hội nghị, hội thảo.

- Tiến hành phân nhóm khách hàng, phân công các cán bộ kỹ thuật thường xuyên giám sát tình trạng khách hàng.

- Tổ chức các kênh thông tin để lắng nghe những ý kiến phản hồi của khách hàng.

Tuy rất chú trọng tới nâng cao chất lượng dịch vụ, nhưng công tác này tại VDC3 còn rất nhiều hạn chế:

- Chưa tận dụng được lợi thế về năng lực thiết bị.

- Việc đầu tư nâng cấp trang thiết bị, hạ tầng mạng lưới còn thụ động.

- Thời gian xử lý sự cố bị kéo dài làm khách hàng không hài lòng

- Trình độ đội ngũ hỗ trợ dịch vụ tại các Viễn thông, Bưu điện tỉnh còn hạn chế.

- Dịch vụ do VDC3 cung cấp qua nhiều công đoạn do nhiều đơn vị quản lý nên chất lượng dịch vụ khó kiểm soát.

- Việc đầu tư thiết bị dự phòng để thay thế tại chỗ còn yếu, chưa đồng bộ, năng suất hoạt động của các thiết bị còn kém, chưa khai thác tối đa.

2.3. NGUYÊN NHÂN CỦA THỰC TRẠNG TRÊN

2.3.1. Nguyên nhân khách quan

- Về giá cước.
- Về chất lượng dịch vụ.
- Về điều kiện kinh tế.
- Về thói quen tiêu dùng.
- Rào cản về ngôn ngữ và trình độ IT.
- Về nội dung thông tin trên mạng.

2.3.2. Nguyên nhân chủ quan

- Trình độ của nguồn nhân lực
- Mức độ, trình độ nhận thức của nhà quản trị
- Khả năng của các yếu tố nguồn lực không đảm bảo

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ INTERNET TẠI VDC3

3.1. CĂN CỨ ĐỂ THIẾT KẾ GIẢI PHÁP

3.1.1 Căn cứ sự biến đổi môi trường kinh doanh

- *Môi trường kinh doanh viễn thông trên thế giới*
 - + Xu hướng tự do hóa thị trường viễn thông
 - + Giá cả ngày càng giảm mạnh
 - + Tốc độ tăng trưởng cao của thị trường viễn thông quốc tế

- Môi trường kinh doanh viễn thông Việt nam

- + Chính sách của Đảng và Nhà nước ta
 - + Chiến lược phát triển Bưu chính Viễn thông của Việt Nam
 - + Xu hướng hội tụ giữa Tin học - Viễn thông - Truyền thông
 - + Xu hướng thương mại điện tử phát triển
 - + Nhu cầu của khách hàng thay đổi ngày càng cao
- Tác động từ đối thủ cạnh tranh**

3.1.2. Căn cứ chiến lược phát triển kinh doanh của VDC3 trong thời gian tới

- Phát triển dịch vụ Internet vừa là mục tiêu kinh doanh vừa là mục tiêu tạo cơ sở cho sự phát triển kinh tế, xã hội của đất nước.

- Khẳng định và giữ vững vai trò của VDC3 là doanh nghiệp chủ đạo trên thị trường công nghệ thông tin.

- Dẫn đầu thị trường, định hướng thị trường.

- Giữ vững và phát triển thị phần dịch vụ Internet.

- Bao phủ tối đa thị trường miền trung tây nguyên.

- Dẫn đầu trong việc tạo các phân đoạn thị trường công nghệ cao.

3.2. CÁC GIẢI PHÁP CỤ THỂ

3.2.1. Tìm cách mở rộng quy mô dịch vụ

- VDC3 cần phát triển nhiều loại hình dịch vụ giá trị gia tăng dựa vào các dịch vụ truyền thống nhằm đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, tạo tính hấp dẫn cho dịch vụ truyền thống, gia tăng lượng khách hàng sử dụng dịch vụ.

- Tổ chức các buổi hội thảo chuyên đề với các đơn vị nằm trong hệ thống phân phối và các khách hàng về các vấn đề như: Khai

thác hiệu quả các ứng dụng trên đường truyền tốc độ cao như Mega VNN, Internet trực tiếp, FTTH,...

- Tái cấu trúc các gói dịch vụ thích hợp với nhu cầu từng đối tượng. Xây dựng các chính sách giá phù hợp.

- Xây dựng kế hoạch tiếp cận, tìm kiếm khách hàng mới cho các dịch vụ mang lại doanh thu cao.

- Hoàn thiện cơ chế phối hợp giữa VDC và các Bưu điện tỉnh.

- Xây dựng một mạng lưới kênh phân phối thống nhất và hiệu quả. Tập trung các trung gian phân phối hiện. Tạo kênh bán hàng rộng, mở rộng phạm vi bán hàng.

- Hoàn thiện công tác truyền thông.

- Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về khách hàng, về thị trường và cập nhật các thông tin về diễn biến thị trường.

- Đóng gói một số dịch vụ giá trị gia tăng vào dịch vụ cơ bản để tăng tính hấp dẫn của dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm cung cấp.

- Tăng cường chính sách chăm sóc nhóm khách hàng mang lại doanh thu cao, khách hàng trung thành.

- Đơn giản hóa thủ tục đăng ký dịch vụ, phương pháp tiếp cận khách hàng.

- Quan tâm tới phân khúc thị trường là các doanh nghiệp.

3.2.2. Đẩy mạnh phát triển sản phẩm dịch vụ mới

- Xây dựng mạng trục với công nghệ IP (IP - backbone):

+ Phát triển dịch vụ truy nhập internet qua cáp truyền hình.

+ Triển khai dịch vụ truy nhập internet không dây Wimax.

- Tập trung vào việc đầu tư cho các dịch vụ gia tăng giá trị.
- Tăng cường đầu tư nghiên cứu các giải pháp trọn gói cho các đối tượng khách hàng lớn.
- VDC3 có thể tập trung vào sự phát triển các dịch vụ mới như:
 - + Phát triển dịch vụ Mega Emeeting.
 - + Ngoài ra VDC3 cần nghiên cứu phát triển mạnh các dịch vụ gia tăng giá trị như : Mega E-learning (kênh đào tạo trực tuyến), Mega Share (chia sẻ dữ liệu trực tuyến), Mega Web (hỗ trợ để tạo website), Mega TV (dịch vụ giải trí dành cho các thuê bao MegaVNN), Mega E-school (cho phép người dùng tra cứu điểm học tập-độ chuyên cần và thông báo của Nhà trường thông qua công cụ trên web),...
- Đầu tư tham gia cung cấp dịch vụ thương mại điện tử.
- Đa dạng hóa các dịch vụ nội dung trên Internet.

3.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ

VDC3 cần thực hiện tiến hành ngay việc cam kết chất lượng dịch vụ với khách hàng :

- Đối với khách hàng cũ cần thông báo đến khách hàng, ký kết các phụ lục hợp đồng bổ sung về cam kết chất lượng.
- Đối với khách hàng tiềm năng, những khách hàng đang có nhu cầu sử dụng dịch vụ, VDC3 cần thông báo rộng rãi về các chính sách cam kết về chất lượng dịch vụ.

- Hỗ trợ trang thiết bị đầu cuối cho các khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ.

Đưa ra một số biện pháp hỗ trợ, chăm sóc khách hàng đang sử dụng dịch vụ như sau :

- Lập kế hoạch định kỳ 6 tháng 1 lần, tiến hành bảo dưỡng miễn phí hệ thống mạng cho khách hàng sử dụng dịch vụ trực tiếp, tư vấn cho khách hàng về các giải pháp, các công nghệ mới.

- Thiết lập mạng lưới hỗ trợ dịch vụ có mặt tại tất cả các địa bàn mà VDC3 cung cấp dịch vụ trực tiếp.

Hỗ trợ về đào tạo cho khách hàng qua hai hình thức:

- Tổ chức các lớp đào tạo tập trung.

- Hỗ trợ kinh phí đào tạo.

Bảng 3.2. Dự kiến chi phí hỗ trợ đào tạo

Stt	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng
1	Tổ chức đào tạo tập trung	Triệu đồng	300
	Số đợt đào tạo	Đợt	6
	Dự kiến kinh phí cho 1 đợt	Tr đồng/đợt	40
2	Hỗ trợ kinh phí đào tạo	Triệu đồng	560
	Số khách hàng cần hỗ trợ	Khách hàng	70
	Dự kiến chi phí cho 1 khách hàng	Tr đồng/KH	8
	Tổng chi phí	Triệu đồng	860

- Đối với khách hàng sử dụng các dịch vụ gián tiếp, VDC3 cung cấp dịch vụ thông qua các Viễn thông tỉnh, trung gian phân phối là các công ty tin học,...

- Đơn giản hoá thủ tục hành chính đăng ký thuê bao, thanh toán, rút ngắn thời gian giải quyết khiếu nại, đảm bảo các hoạt động chăm sóc khách hàng.

3.2.4. Đầu tư hạ tầng mạng lưới và công nghệ

- Về công nghệ mạng lưới

Triển khai thử nghiệm công nghệ IPv6 và tiến tới chính thức phát triển cơ sở hạ tầng mạng đường trục dựa trên IPv6.

- Về công nghệ truy nhập

+ Phát triển công nghệ xDSL.

+ Công nghệ truy nhập Internet qua cáp truyền hình (CATV).

+ Công nghệ truy nhập không dây (Wi-Fi).

3.2.5. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

- Tuyển dụng nhân viên

Lãnh đạo Trung tâm cần đảm bảo có được những bản mô tả công việc rõ ràng và nhất quán cho các vị trí liên quan và phải tuyển chọn được những người đáp ứng tốt nhất những yêu cầu trong bản mô tả công việc vào các vị trí công việc tương ứng.

- Đào tạo nhân viên

Xây dựng các chương trình đào tạo tại chỗ, đào tạo ở nước ngoài về cả trình độ quản lí và trình độ kỹ thuật. Mở các lớp đào tạo từ xa dựa trên công nghệ mới.

Tất cả mọi nhân viên đều cần được đào tạo và phát triển các kỹ năng cơ bản trong giao dịch với khách hàng.

Đào tạo nhân viên, cả về chuyên môn nghiệp vụ và cả kỹ năng giao tiếp và tinh thần phục vụ khách hàng.

Điều chỉnh chính sách đào tạo phát triển, đầu tư thêm ngân sách cho công tác tuyển dụng, đào tạo để nâng cao năng lực đội ngũ.

- Tạo động lực lao động thúc đẩy người lao động

Xây dựng các chính sách thu hút nhân tài thông qua hình thức phân phối thu nhập theo hiệu quả công việc.

Một số biện pháp tạo động lực hữu hiệu:

- Gương mẫu.
- Thừa nhận và khen thưởng.
- Đặt ra các chỉ tiêu công việc có ý nghĩa và khả thi.
- Xây dựng tinh thần đồng đội.
- Tin tưởng.
- Trao quyền và ý thức làm chủ.
- Xây dựng cơ chế thăng tiến phù hợp.

3.2.6. Xây dựng văn hóa và thương hiệu VDC

VDC3 cần phải có một tầm nhìn rộng lớn, tham vọng lâu dài, xây dựng được một nề nếp văn hóa có bản sắc riêng, thể hiện sự khác biệt vượt trội của VDC3

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Đối với nhà nước

+ Hoàn thiện cơ sở pháp lý cho hoạt động kinh doanh trên Internet

+ Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng

+ Đổi mới cơ chế quản lý dịch vụ Internet

3.3.2. Đối với VNPT

- VNPT nên đẩy mạnh phát triển cơ sở hạ tầng viễn thông, công nghệ thông tin phục vụ Internet.

- Tiếp tục nghiên cứu hoàn thiện hệ thống kênh phân phối trực tiếp, gián tiếp một cách hệ thống.

- Chủ động nghiên cứu và đề xuất các biện pháp phổ cập Internet để tạo thị trường tiềm năng.
- Chủ động nghiên cứu chiến lược giá cước cụ thể để đối phó với sự cạnh tranh giá trong thời gian tới.
- Nghiên cứu tổ chức đội ngũ kinh doanh chuyên nghiệp.

KẾT LUẬN

Cuộc cách mạng công nghệ thông tin đã và đang bùng nổ trong bối cảnh toàn cầu hoá. Trong khi đó xu hướng hội tụ Điện tử-Viễn thông - Tin học đã và đang diễn ra nhanh chóng mà Internet trở thành điểm hội tụ công nghệ. Phát triển Internet đã thực sự trở thành một mục tiêu chiến lược của mỗi quốc gia - thành viên của nền kinh tế thế giới.

Trong thời gian tới, thị trường sẽ tiếp tục còn nhiều biến động không chỉ bởi các yếu tố trong nước mà còn có sự tham gia của các yếu tố nước ngoài. Vì vậy, cấu trúc thị trường sẽ càng có những sự thay đổi lớn. Chính vì vậy, VDC3 cần tiếp tục chuẩn bị những giải pháp để theo kịp xu hướng thị trường. Việc xây dựng các giải pháp hoàn thiện phát triển dịch vụ Internet, từ đó gia tăng doanh thu và lợi nhuận là một yêu cầu bức thiết đối với VDC3 hiện nay.