

## LỜI MỞ ĐẦU



### 1. Lý do chọn đề tài:

– Hiện nay, công nghệ viễn thông đã phát triển không ngừng và góp phần to lớn trong sự phát triển của xã hội. Trong thời gian gần đây, mạng lưới cơ sở hạ tầng viễn thông của nước ta liên tục được cải thiện, nâng cấp để phục vụ tốt hơn đông đảo người dùng. Chính vì thế khả năng đòi hỏi nhu cầu của khách hàng từ đó ngày một tăng. Giới doanh nghiệp nói chung và ngành Viễn thông nói riêng đang đứng trên một bình diện cạnh tranh chưa từng thấy. Mỗi doanh nghiệp cần phải nhạy bén phát hiện được phương hướng kinh doanh và khéo léo hòa nhập vào thị trường. Xu hướng hiện nay là phải nắm bắt được cầu thì mới có thể xác định được cung.

– Thông tin rất cần thiết, mọi hoạt động của con người đều có nhu cầu về thông tin trong cuộc sống. Viễn thông là một trong những ngành sử dụng thông tin làm nên sản phẩm - dịch vụ của mình đáp ứng nhu cầu của xã hội. Người sử dụng dịch vụ viễn thông không chỉ đơn thuần là liên lạc, trao đổi thông tin qua điện thoại truyền thống mà với các dịch vụ viễn thông mới đặc biệt là Internet.

– Internet ngày nay cũng đóng vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông tin và trong sự phát triển của đất nước. Người sử dụng có thể tìm thấy thông tin cần thiết ngay trên mạng hoặc có thể truyền tải những thông điệp đến mọi người trong thời gian ngắn nhất. Nhu cầu về sử dụng Internet ngày càng cao nhất là đối với một đất nước đang phát triển như Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Trung tâm Internet Việt Nam tính đến tháng 7/2006

- Số lượng thuê bao Internet quy đổi là :3.688.000 triệu thuê bao
- Số lượng người sử dụng khoảng 13,4 triệu
- Tỷ lệ thuê bao/100 dân là:16 (thuê bao/100 dân). Tỷ lệ này ngang với

tỷ lệ sử dụng Internet bình quân của cả thế giới

– Trước một thị trường đầy tiềm năng như thế, viễn thông muốn tự khẳng định mình thì không thể nào lơ là đối với Marketing, vì chính nó sẽ giúp cho các doanh nghiệp viễn thông đứng vững trên thị trường.

– Viễn thông Đồng Nai - sau khi hoàn tất việc chia tách Viễn thông ra khỏi Bưu Điện Tỉnh Đồng Nai cũ - đã gặp nhiều khó khăn trong công tác Marketing, quảng cáo thương hiệu trong hoạt động của mình nhất là những hoạt động cho dịch vụ Internet nhằm đảm bảo được sự tồn tại và phát triển. Việc **phân tích các yếu tố Marketing-mix trong dịch vụ Internet** sẽ phần nào giúp cho chúng ta hiểu rõ hơn về những ưu và nhược điểm trong đơn vị

**Phạm vi nghiên cứu** : Do hạn chế về mặt không gian và thời gian, vấn đề trình bày được thể hiện qua 4 phần như sau :

- **Phần 1** : Trình bày về các cơ sở lý luận về Marketing
- **Phần 2** : Phân tích hiện trạng kinh doanh tại Viễn Thông Đồng Nai
- **Phần 3** : Nhận xét về tình hình Marketing và đề xuất ý kiến.

## **PHẦN I : CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ MARKETING**

### ***I. Khái niệm về Marketing***

#### **1. Khái niệm về Marketing**

– Theo hiệp hội Marketing Hoa Kỳ: “Marketing là 1 quá trình hoạch định, quản lý, thực hiện việc hoạch định giá, chiêu thị, phân phối các hàng hóa nhằm tạo các giao dịch để thỏa mãn mục tiêu của cá nhân, tổ chức, xã hội.”

– Theo Groncross: “Marketing là thiết lập duy trì củng cố các mối quan hệ với khách hàng hàng, đối tác để làm thỏa mãn mục tiêu của các thành viên này “. Khái niệm này đáp ứng được sự thỏa mãn của người tiêu dùng và thể hiện được mục đích tìm kiếm lợi nhuận của doanh nghiệp.

**Tóm lại:** Marketing là các giải pháp của doanh nghiệp để : Nghiên cứu, phát hiện nhu cầu của khách hàng; đưa ra các giải pháp để khai thác và thỏa mãn các nhu cầu đó. Mục đích của Marketing là: Chọn đúng khách hàng và thị trường mục tiêu; hướng các công tác Marketing vào nhóm khách hàng đó; chiếm thị phần, tiêu thụ sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh.

#### **2. Marketing dịch vụ:**

##### **2.1 Dịch vụ là gì?**

– 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. dịch vụ có 4 đặc điểm quan trọng ảnh hưởng rất lớn đến việc thiết kế các chương trình marketing:

- Tính vô hình
- Tính đồng thời
- Tính không thể lưu trữ
- Tính không ổn định

##### **2.2 Marketing dịch vụ:**

– Marketing dịch vụ được phát triển trên cơ sở thừa kế những kết quả của Marketing hàng hóa. Tuy nhiên, do những đặc điểm riêng của dịch vụ, hệ thống Marketing Mix cho hàng hóa không hoàn toàn phù hợp với các tổ chức cung ứng dịch vụ. “Tiếp thị trong thế kỷ 21 không còn bó hẹp trong công thức 4P truyền thống nữa mà đã và đang mở rộng ra thêm 3P thành Công thức 7P. Những nỗ lực tiếp thị sẽ được tiếp thêm nhiều năng lực và đánh bại các đối thủ cạnh tranh với công thức mới này. Một khi doanh nghiệp đã xây dựng xong chiến lược tiếp thị, công thức 7P nên được sử dụng để liên tục đánh giá và tái đánh giá các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp”.

- **Product ( Sản phẩm )** Sản phẩm là những cái gì có thể đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng. Hàng hoá là sản phẩm có thể đưa vào thị trường để tạo ra sự mua bán. Doanh nghiệp chỉ có thể đạt được lợi nhuận thỏa đáng nếu đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng. Sản phẩm là yếu tố đầu tiên và quan trọng nhất của hệ thống Marketing – mix. Chất lượng của sản phẩm được đo lường giữa chất lượng khách hàng kì vọng và chất lượng khách hàng mong đợi. Nếu chất lượng thực tế của sản phẩm không như mong đợi thì khách hàng sẽ cảm thấy thất vọng. Ngược lại, khi chất lượng thực tế của sản phẩm đáp ứng như mong đợi hoặc vượt quá sự mong đợi thì khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng và hoan hỉ, vui vẻ. Chất lượng thật sự của hàng hoá do nhà sản xuất cung cấp thường khác với chất lượng khách hàng cảm nhận được. Chất lượng mà khách hàng cảm nhận mới là quan trọng. Chính vì thế doanh nghiệp cần phải có một chính sách sản phẩm hợp lý. Chính sách sản phẩm này đòi hỏi phải thông qua những quyết định phù hợp với nhau về từng đơn vị hàng hoá, chủng loại hàng hoá và danh mục hàng hoá

- **Price ( Giá )** Giá cả là những gì mang lại doanh thu, lợi nhuận cho doanh nghiệp. Đồng thời, giá tạo ra chi phí cho khách hàng, là những gì họ “trả” để có được sản phẩm với tính năng và nhãn hiệu cụ thể. Doanh nghiệp phát triển thói quen thường xuyên xem xét và xem xét lại các mức giá của các sản phẩm và dịch vụ mà doanh nghiệp đang cung cấp để đảm bảo rằng nó luôn phù hợp với thực tế của thị trường hiện tại. Bằng việc nâng giá, các doanh nghiệp có thể đánh mất một số lượng khách hàng, nhưng tỷ lệ phần trăm (%) khách hàng còn lại có thể sẽ phát sinh lợi nhuận trên từng giao dịch bán hàng. Do đó để xây dựng chính sách giá cả các doanh nghiệp cần phải lưu ý: Chi phí nào doanh nghiệp phải chịu với mức giá mà thị trường chấp nhận có lãi; sản phẩm mang nhãn hiệu của doanh nghiệp mình đáng giá bao nhiêu và làm sao truyền được giá trị này cho khách hàng; mức doanh thu hay thị phần nào, sản phẩm có thể đạt được, để thu lợi nhuận tối đa.

- **Promotion ( Xúc tiến )** Xúc tiến bao gồm tất cả các cách thức mà doanh nghiệp có thể nói với khách hàng về sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp và làm thế nào doanh nghiệp có thể tiếp thị và bán chúng. Những thay đổi nhỏ trong cách thức mà doanh nghiệp xúc tiến và bán sản phẩm, dịch vụ có thể dẫn tới những thay đổi lớn trong kết quả kinh doanh. Thậm chí cả những thay đổi nhỏ trong quảng cáo cũng có thể dẫn ngay tới doanh số bán hàng cao hơn. Doanh nghiệp cần phải linh hoạt hơn trong công tác xúc tiến của mình. Ngay khi phương pháp bán hàng và tiếp thị hiện tại không còn phù hợp nữa doanh nghiệp cần phải xây dựng những chiến lược, chào mời và phương pháp tiếp thị, bán hàng và quảng cáo mới.

- **Place ( Kênh phân phối )** Chữ P thứ tư trong Công thức tiếp thị 7P đó là địa điểm nơi doanh nghiệp thực tế bán các sản phẩm hay dịch vụ. Việc lựa chọn địa điểm hoặc kênh phân phối phù hợp sẽ ảnh hưởng tới kết quả tăng trưởng doanh số bán hàng mạnh mẽ. Bên cạnh đó việc lựa chọn địa điểm bán hàng tốt sẽ giúp cho khách hàng nắm rõ những thông tin thiết yếu về sản phẩm hoặc dịch vụ cần thiết cho những quyết định sử dụng của khách hàng.

- **Process ( Cung ứng dịch vụ )** Do tính đồng thời trong quá trình cung ứng dịch vụ, chất lượng của sản phẩm dịch vụ được đảm bảo chủ yếu thông qua một quy trình cung ứng rõ ràng, chuẩn xác. Loại trừ được những sai sót từ cả hai

phía. Một quy trình hiệu quả cũng hạn chế được đặc điểm không đồng nhất trong quá trình cung ứng dịch vụ.

- **Physical evidence ( Điều kiện vật chất )** Môi trường vật chất của công ty cung ứng dịch vụ là nơi dịch vụ được tạo ra, nơi khách hàng và người cung ứng dịch vụ giao tiếp, thêm vào đó là những phần tử hữu hình được sử dụng để hỗ trợ vai trò của dịch vụ. Do đặc trưng của dịch vụ là vô hình cho nên trong kinh doanh dịch vụ các nhà Marketing phải cố gắng cung cấp các đầu mối vật chất để hỗ trợ vị trí và tăng cường cho dịch vụ bao quanh nhằm làm giảm bớt tính vô hình của dịch vụ. Do vậy có thể khẳng định bằng chứng vật chất của công ty cung ứng dịch vụ là hết sức quan trọng. Nó giúp cho việc tạo ra vị thế của công ty và trợ giúp hữu hình cho dịch vụ. Chính vì vậy mà các ngân hàng đã phải chi ra những khoản tiền lớn để tạo ra kiểu dáng kiến trúc các trang trí nội thất, trang bị đồng phục cho nhân viên...nhằm gây ấn tượng về tiếng tăm, uy tín vị thế của mình.

- **People ( Con người )** Con người là nhân tố giữ vị trí quan trọng trong Marketing dịch vụ và nó là nhân tố chính tạo ra dịch vụ và quyết định tới chất lượng dịch vụ cung ứng. Bởi vì con người là nhân tố không thể thiếu tham gia vào quy trình cung ứng dịch vụ của công ty. Do vậy chất lượng dịch vụ cũng như sự thành công của một công ty, Marketing dịch vụ phụ thuộc rất nhiều vào việc tuyển chọn đào tạo con người. Chính vì thế khả năng lựa chọn, tuyển dụng và giữ chân những con người thích hợp với những năng lực và kỹ năng tốt để hoàn thành công việc được giao phó là rất quan trọng.

## **2. Sự cần thiết của việc ứng dụng Marketing trong hoạt động kinh doanh của mỗi công ty**

– Các doanh nghiệp Việt Nam luôn phải đối diện với nhiều cơ hội thị trường hấp dẫn. Chính vì thế việc doanh nghiệp phải đương đầu với nhiều nguy cơ trước mắt và tiềm ẩn là điều không thể tránh khỏi. Marketing giữ vai trò quan trọng thông qua việc nghiên cứu thị trường doanh nghiệp có thể hoạch định đưa ra các chiến lược kinh doanh phù hợp nhằm giúp cho doanh nghiệp phát triển và cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường. Bên cạnh đó, Marketing sẽ giúp cho doanh nghiệp nắm bắt được đúng nhu cầu của xã hội và đáp ứng nhu cầu đó ngày một tốt hơn.

## **3. Tổng quan về Internet**

– Internet là một hệ thống thông tin được kết nối với nhau bởi giao thức truyền thông Internet (IP) và sử dụng một hệ thống địa chỉ thống nhất trên phạm vi toàn cầu để cung cấp các dịch vụ và ứng dụng khác nhau cho người sử dụng.. Internet không phải là một mạng máy tính đơn lẻ mà là một mạng máy tính rất rộng lớn của các mạng máy tính khác nhau nằm trải rộng khắp toàn cầu. không có một cá nhân, một nhóm hay một tổ chức nào đứng ra vận hành Internet. Thay vào đó, các mạng thành phần của Internet được điều hành bởi nhiều tổ chức và nhiều cá nhân ở những vùng khác nhau trên toàn thế giới, các mạng liên kết với nhau dựa vào giao thức như “giao thức điều khiển truyền dẫn” (TCP-Transmission Control Protocol) và “giao thức liên mạng (IP-Interenet Protocol). Giao thức TCP/IP (giao thức điều khiển truyền dẫn/giao thức liên mạng) là tập hợp các giao thức dùng để truyền tải

và sửa lỗi các dữ liệu, cho phép chuyển dữ liệu giữa các máy tính trong mạng Internet, TCP/IP được sử dụng như một giao thức chuẩn trong Internet

– Ở Việt Nam, Internet là một bộ phận quan trọng thuộc cơ sở hạ tầng thông tin quốc gia, được bảo vệ theo pháp luật Việt Nam, không ai được xâm phạm. Bảo đảm an toàn, an ninh cho các hệ thống thiết bị và thông tin trên Internet là trách nhiệm của các cơ quan Nhà nước, mọi tổ chức và cá nhân.

## **PHẦN II : KHẢO SÁT HIỆN TRẠNG KINH DOANH TẠI VIỆN THÔNG ĐỒNG NAI VÀ ỨNG DỤNG MARKETING TẠI ĐƠN VỊ**

### ***CHƯƠNG I: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ VIỆN THÔNG ĐỒNG NAI***

#### **I. Khái quát về Viện Thông Đồng Nai:**

##### **1. Quá trình hình thành :**

– Viện thông Đồng Nai được thành lập trên cơ sở tách ra từ Bưu điện tỉnh Đồng Nai cũ và chính thức đi vào hoạt động vào ngày 01/01/2008. Viện thông Đồng Nai là đơn vị trực thuộc, hạch toán phụ thuộc VNPT, có chức năng: Tổ chức xây dựng, quản lý, vận hành, lắp đặt, khai thác, bảo dưỡng sửa chữa mạng viễn thông, cung cấp các dịch vụ viễn thông trên địa bàn tỉnh... Các dịch vụ mà Viện thông Đồng Nai cung cấp là: điện thoại cố định, dịch vụ Internet, điện thoại di động, dịch vụ 1080 và 1088, dịch vụ điện thoại VoIP.

**Tên chi nhánh : VIỄN THÔNG ĐỒNG NAI**

- Địa chỉ chi nhánh : *61 Nguyễn Văn Trị, Phường Hoà Bình, TP.Biên Hoà, tỉnh Đồng Nai.*

- Điện thoại : 061 – 3842916.

- Fax : 061 – 3824840.

- Email : ttth@dnitc.vn

- Website : **www.dnitc.vn**

##### **❖ Ngành nghề kinh doanh :**

- 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, kinh doanh và cung cấp các dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin

- Sản xuất kinh doanh, cung ứng, đại lý vật tư, thiết bị viễn thông – công nghệ thông tin theo yêu cầu sản xuất kinh doanh của đơn vị và nhu cầu của khách hàng

- Khảo sát, tư vấn, thiết kế, lắp đặt, bảo dưỡng các công trình viễn thông – công nghệ thông tin

- Kinh doanh dịch vụ quảng cáo; dịch vụ truyền thông, kinh doanh bất động sản, cho thuê văn phòng

- Tổ chức phục vụ thông tin đột xuất theo yêu cầu của cấp uỷ Đảng, Chính quyền địa phương và cấp trên

- Kinh doanh các ngành nghề khác khi được Tập đoàn cho phép.

– **Viễn thông Đồng Nai bao gồm:**

- Trung tâm Dịch vụ khách hàng

- Trung tâm Viễn thông 1



- Trung tâm Viễn thông 2
  - Trung tâm Viễn thông 3
  - Trung tâm Viễn thông 4
  - Trung tâm Viễn thông 5
  - Trung tâm Tin học.
- Các trung tâm này được quản lý chung bởi Ban Giám đốc Viễn thông Đồng Nai. Ở mỗi trung tâm sẽ vận hành theo một mô hình cơ cấu tổ chức thống nhất của Viễn thông Đồng Nai.

## **CHƯƠNG II: KHẢO SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG KINH DOANH TẠI VIỄN THÔNG ĐỒNG NAI**

### **1. Công tác tổ chức hoạt động tại Viễn Thông Đồng Nai:**

#### **1.1 Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Viễn Thông Đồng Nai**

##### **1.1.1 Tình hình phát triển số lượng thuê bao viễn thông tại Viễn Thông Đồng Nai**

Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm			Tỷ lệ so sánh thực hiện 2007/2006	Tỷ lệ so sánh thực hiện 2008/2007
		2006	2007	2008		
<b>Kế hoạch phát triển</b>	Máy		44000	43800	<b>1.4</b>	<b>1.0</b>
<b>Thực hiện chủ yếu</b>	Máy	57807	78156	78428		
<b>So với kế hoạch tăng</b>	%	<b>37.6</b>	<b>79.9</b>	<b>76.1</b>		
<b>Tổng số máy điện thoại</b>	Máy	<b>366462</b>	<b>445634</b>	<b>522764</b>	<b>1.2</b>	<b>1.17</b>
<b>Số thuê bao Internet phát triển</b>	1000 máy	<b>15.5</b>	<b>17.3</b>	<b>22.4</b>	<b>1.12</b>	<b>1.29</b>

**Bảng 2.1:** Bảng tình hình kế hoạch - thực hiện của Viễn Thông Đồng Nai qua các năm\_Nguồn :P.KT-TK-TC

**Nhận xét:** Số lượng thuê bao của Viễn thông Đồng Nai qua các năm tăng, số lượng trong thực hiện so với số lượng trong kế hoạch đều hoàn thành vượt kế hoạch. Năm 2006 tăng 37.6 %, năm 2007 tăng 79.9%, năm 2008 tăng 76.1%. Số máy thực hiện trong năm 2007 tăng 1.4 lần so với năm 2006. Số máy thực hiện trong năm 2008 tăng 100% so với năm 2007. Tổng số máy điện thoại qua các năm tăng nhanh. Tổng số máy điện thoại trong năm 2007 tăng 1.2 lần so với năm 2006; tổng số máy điện thoại trong năm 2008 tăng 1.17 lần so với năm 2007. Số thuê bao Internet trong năm 2007 tăng 1.12 lần so với năm 2006. Số thuê bao Internet trong năm 2008 tăng 1.29 lần so với năm 2007

##### **1.1.2 Tình hình phát triển doanh thu dịch vụ viễn thông tại Viễn thông Đồng Nai**

Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm			Tỷ lệ so sánh thực hiện 2007/2006	Tỷ lệ so sánh thực hiện 2008/2007
		2006	2007	2008		
<b>Kế hoạch doanh thu phát triển</b>	Tỷ đồng	732	753.9	729.3	<b>1.05</b>	<b>0.95</b>
<b>Doanh thu thực hiện</b>	Tỷ	741.1	775.1	736.4		

	đồng				
So với kế hoạch tăng	%	1.2	2.8	0.97	

**Bảng 2.2:** Bảng tình hình thực hiện doanh thu qua các năm tại Viễn Thông Đồng Nai\_Nguồn: P.KT-TK-TC

**Nhận xét:** Doanh thu qua các năm đều tăng, so với kế hoạch thì doanh thu thực hiện các năm đều hoàn thành vượt mức: Năm 2006 tăng 1.2%, năm 2007 tăng 2.8%, năm 2008 tăng 0.97%. Doanh thu năm 2007 tăng 1.05lần so với năm 2006. Doanh thu năm 2008 tăng 0.95 lần so với năm 2007.

## 2. Tình hình kinh doanh dịch vụ Internet tại Viễn Thông Đồng Nai

– Thị trường dịch vụ Internet là một thị trường hấp dẫn. Trước đây dịch vụ này chủ yếu tập trung vào thành phố Biên Hòa, nhưng từ khi được mở rộng trong toàn tỉnh thì dịch vụ này đã có ảnh hưởng đến sự phát triển chung của Viễn thông Đồng Nai, đặc biệt là đối với các trung tâm Viễn thông. Dưới đây là tình hình khảo sát kinh doanh tại Trung tâm Viễn Thông 4 về dịch vụ Internet, để minh chứng rõ sự phát triển của dịch vụ này khi được mở rộng trong từng khu vực một tại Tỉnh Đồng Nai, và qua đó cũng cho ta thấy rõ sự ảnh hưởng của nó tới sản lượng và doanh thu tại Viễn Thông Đồng Nai như đã nêu ở mục trên.

### 2.1 Tình hình doanh thu của dịch vụ Internet qua các năm tại Trung Tâm Viễn Thông 4 - Viễn Thông Đồng Nai

Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm			Tỷ lệ so sánh 2007/2006	Tỷ lệ so sánh 2008/2007
		2006	2007	2008		
Doanh thu từ dịch vụ Internet	Triệu đồng	1.4	72.1	168.5	51.5	2.34

**Bảng 2.3:** Thống kê doanh thu của dịch vụ Internet qua các năm tại Trung Tâm Viễn Thông 4 - Viễn Thông Đồng Nai\_Nguồn: P.KT-TK-TC

**Nhận xét:** Doanh thu qua năm tại trung tâm Viễn Thông 4 tăng mạnh qua các năm. Năm 2006 doanh thu chỉ đạt 1.4 triệu đồng. Doanh thu năm 2007 tăng 70.7 triệu đồng so với năm 2006. Tỷ lệ so sánh giữa năm 2007 với năm 2006 là: 51.5 lần. Doanh thu năm 2008 tăng 96.4 triệu đồng so với năm 2007. Tỷ lệ so sánh giữa năm 2008 với năm 2007 là 2.34 lần.

### 2.2 Tình hình số lượng thuê bao qua các năm

Các chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm			Tỷ lệ so sánh 2007/2006	Tỷ lệ so sánh 2008/2007
		2006	2007	2008		
Số lượng thuê bao Internet	Máy	5	212	1236	42.4	5.83

**Bảng 2.4:** Thống kê số lượng thuê bao dịch vụ Internet qua các năm tại Trung Tâm Viễn Thông 4 - Viễn Thông Đồng Nai\_Nguồn: P.KT-TK-TC

**Nhận xét :** Dựa vào bảng trên cho thấy số lượng thuê bao Internet qua các năm tại trung tâm này có sự tăng trưởng mạnh. Số lượng thuê bao năm 2007 tăng 207 máy so với năm 2006. Đặc biệt số thuê bao trong năm 2008 tăng nhanh so với năm 2007 tăng 1024 máy - do nhu cầu sử dụng Internet và đời sống người dân trên địa bàn

ngày càng tăng cao. Chính vì thế đã làm cho số lượng thuê bao trong năm 2008 tăng 5.83 lần so với năm 2007. Số lượng máy năm 2007 tăng 42.4 lần so với năm 2006. Do dịch vụ Internet mới được triển khai trong những năm gần đây nên dẫn đến sự phát triển mạnh tại các trung tâm cả về số lượng lẫn doanh thu. Số lượng thuê bao Internet và doanh thu của dịch vụ Internet trong năm 2006 của Trung tâm Viễn thông 4 tập trung chủ yếu tại Đài Viễn thông 4 trước đây.

### 3. Tình hình thực hiện chất lượng dịch vụ Internet tại Viễn Thông Đồng Nai.

– Để đảm bảo chất lượng phục vụ dịch vụ Internet được tốt hơn, Viễn thông Đồng Nai đã cố gắng thực hiện đúng chỉ tiêu chất lượng của dịch vụ Internet được đính kèm theo bản công bố chất lượng dịch vụ bưu chính, viễn thông số 3449/VT-DV ngày 23 tháng 10 năm 2006 của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam .

STT	Tên chỉ tiêu	Mức theo tiêu chuẩn TCN68-218:2006	Mức công bố	Ghi chú
1	Lưu lượng sử dụng trung bình	Lưu lượng sử dụng trung bình của mỗi hướng kết nối IXP trong thời gian 7 ngày liên tiếp $\leq 70\%$	Lưu lượng sử dụng trung bình của mỗi hướng kết nối IXP trong thời gian 7 ngày liên tiếp $\leq 70\%$	
2	Độ khả dụng của dịch vụ	$\geq 99,5\%$	$\geq 99,5\%$	
3	Khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ	Tỷ lệ khiếu của khách hàng về chất lượng dịch vụ $\leq 0,25$ khiếu nại/100 khách hàng/3 tháng	Tỷ lệ khiếu của khách hàng về chất lượng dịch vụ $\leq 0,25$ khiếu nại/100 khách hàng/3 tháng	
4	Hỏi âm khiếu nại của khách hàng	DNCCDV có văn bản hỏi âm cho 100% khách hàng khiếu nại trong thời hạn 48 giờ kể từ thời điểm tiếp nhận khiếu nại	DNCCDV có văn bản hỏi âm cho 100% khách hàng khiếu nại trong thời hạn 48 giờ kể từ thời điểm tiếp nhận khiếu nại	
5	Dịch vụ hỗ trợ khách hàng	- Thời gian cung cấp dịch vụ hỗ trợ bằng nhân công qua điện thoại là 24h trong ngày. - Tỷ lệ cuộc gọi tới dịch vụ hỗ trợ khách hàng chiếm mạch thành công và nhận được tín hiệu trả lời của điện thoại viên trong vòng 60 giây $\geq 80\%$ .	- Thời gian cung cấp dịch vụ hỗ trợ bằng nhân công qua điện thoại là 24h trong ngày. - Tỷ lệ cuộc gọi tới dịch vụ hỗ trợ khách hàng chiếm mạch thành công và nhận được tín hiệu trả lời của điện thoại viên trong vòng 60 giây $\geq 80\%$ .	

– Bên cạnh đó nhằm tăng lưu lượng sử dụng thì việc lắp đặt các tổng đài cung cấp cũng là yếu tố quan trọng. Lấy Trung Tâm Viễn Thông 4 làm ví dụ điển hình, trên địa bàn Trung tâm Viễn Thông 4 quản lý hiện nay, hệ thống mạng DSLAM được phân bố như sau :

STT	Tên trạm DSLAM	DL lắp đặt	DL sử dụng	Hiệu suất
1	Tân Phú	72	70	97,22%



2	Định Quán	96	91	94,79%
3	La Ngà	48	40	85,3%
4	T.xã Long Khánh	1200	1164	97%
5	Xuân Lộc	120	115	95.8%
	<b>Tổng cộng</b>	1536	1480	96.4%

**Bảng 2.6: Hệ thống mạng DSLAM tại Trung Tâm Viễn Thông 4- Viễn Thông Đồng Nai\_ Nguồn: P. Đầu tư và Quản lý mạng**

**Nhận xét:** Theo bảng hệ thống mạng cho ta thấy hiệu suất hoạt động tại các trạm DSLAM đạt trên 94%. Tuy nhiên trạm DSLAM La Ngà có hiệu suất thấp nhất so với các trạm khác, đạt 85,3%. Hiệu suất sử dụng trung bình tại các trạm DSLAM của Trung tâm Viễn thông 4 đạt 96,4%. Qua đó cần phải có dự phòng để đảm bảo thông tin khi có sự cố xảy ra. Trung tâm Viễn thông 4 cần yêu cầu nâng dung lượng.

- Để nâng cao chất lượng dịch vụ Viễn thông nói chung và dịch vụ Internet nói riêng, Viễn thông Đồng Nai đã chú ý hơn trong công tác quản lý mạng của Trung Tâm . Nhận thấy công tác quản lý mạng là công tác chính yếu để quản lý và khai thác hiệu quả năng lực mạng lưới, đơn vị đã tiến hành tổ chức thường xuyên kiểm tra sự đấu nối trên mạng của công nhân dây máy; những công trình cáp mạng ngoại vi được thi công ngoài việc giám sát chặt chẽ còn được cập nhật kịp thời của các trạm và chịu trách nhiệm quản lý kiểm tra độ chính xác của số liệu là cán bộ kỹ thuật mạng, cập nhật kịp thời mọi sự thay đổi mạng ngoại vi. Hiện nay VTĐN đã hoàn chỉnh việc viết số hiệu cột, số hiệu tủ hộp cáp; và vẽ đầy đủ các bản vẽ kỹ thuật quản lý mạng cáp đồng : bản vẽ tổng thể hiện trạng mạng cáp, bản vẽ chi tiết các tuyến cột treo cáp, các tuyến công bề của từng trạm để tiện quản lý, từ đó xử lý nhanh được những hư hỏng trên mạng. Thực hiện tương đối tốt theo quy định 119, tận dụng năng lực mạng lưới và có hướng đầu tư mới để đáp ứng việc phát triển thuê bao.

- Đối với tình hình an toàn mạng lưới : Tuy trong năm xảy ra nhiều vụ trộm cắp cáp, điển hình có 12 vụ trộm cắp cáp chủ yếu thuộc khu vực huyện Định Quán có chiều hướng gia tăng do giá kim loại đồng tăng, kẻ gian trộm cắp lấy lõi đồng bán phế liệu. Các vụ việc xảy ra nằm trên địa bàn đường vắng, đường rẫy, trong khu vực khu công nghiệp vắng người chưa khai thác. VTĐN đã tăng cường các biện pháp ngăn chặn, lắp đặt các thiết bị giám sát và phối hợp với lực lượng công an để truy tìm xử lý. Nhìn chung, trong năm qua VTĐN đã đảm bảo được thông tin liên lạc phục vụ cấp ủy, chính quyền địa phương các cấp và khách hàng trên địa bàn. Đối với công tác đầu tư - xây dựng cơ bản, các công trình phân cấp đã được nghiệm thu đưa vào sử dụng . Tất cả các công trình thi công đều được giám sát chặt chẽ chất lượng, tạo điều kiện đẩy nhanh tiến độ, nhanh chóng đưa công trình vào sử dụng và khai thác có hiệu quả.

- Ngoài ra công tác an toàn lao động, phòng cháy chữa cháy và vệ sinh công nghiệp cũng được VTĐN thực hiện tốt nhằm đảm bảo hiệu quả làm việc và chất lượng của dịch vụ. Công tác ATLĐ, PCCN, Vệ sinh công nghiệp đã được tổ chức triển khai đến CBCNV trong đơn vị về công tác an toàn lao động, phòng chống

cháy nổ, về an toàn khi tham gia giao thông. Phối hợp với Công đoàn bộ phận tập huấn, hướng dẫn thực hiện các tiêu chuẩn, quy định, biện pháp an toàn lao động, nhất là đối với bộ phận kỹ thuật, công nhân dây máy. VTĐN đã phối hợp với các trung tâm trực thuộc tổ chức huấn luyện bảo hộ lao động cho cán bộ công nhân viên. VTĐN cũng đã thực hiện xây dựng phương án PCCC, quy chế hoạt động an toàn vệ sinh viên, phương án phòng chống bảo lụt; xây dựng kế hoạch bảo hộ lao động và trang cấp hai đợt về phương tiện bảo vệ cá nhân bao gồm : Nón cứng, giày vải, dép xốp, túi đựng dụng cụ, găng tay, dây an toàn, nón bảo hộ mô tô, áo đi mưa, xà bông. Mạng lưới ATVSV tại các tổ, trạm phối hợp với tổ trưởng chuyên môn, Công đoàn hoạt động có hiệu quả, tổ chức triển khai phổ biến kịp thời các văn bản về ATVSLĐ đến CBCNV cùng thực hiện; Hàng tháng, hàng quý thực hiện tự kiểm tra, chấm điểm theo quy định, có biên bản kiểm tra, mở sổ theo dõi đầy đủ, xử lý tồn tại tại các trạm. Nhìn chung công tác ATLD – PCCN được đảm bảo, công tác vệ sinh công nghiệp được chú trọng, các tổ trạm tổ chức vệ sinh xung quanh cơ quan sạch sẽ, tạo cảnh quan môi trường sạch đẹp.

### ***CHƯƠNG III: KHẢO SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG MARKETING TẠI VIỆN THÔNG ĐỒNG NAI***

#### **1. Các yếu tố của Marketing - mix của dịch vụ Internet**

##### **❖ Sản phẩm**

– **Dịch vụ Internet 1260:** Dịch vụ Internet 1260 là dịch vụ kết nối vào mạng Internet-VNN để sử dụng các dịch vụ truy cập trang Web, thư điện tử (E-mail), truyền tệp dữ liệu (FTP), truy cập từ xa (Telnet), và các dịch vụ thông dụng khác trên mạng Internet. Khi đăng ký thuê bao khách hàng được cấp 1 account truy cập và 1 địa chỉ hộp thư điện tử. Truy cập trên toàn quốc với số điện thoại duy nhất là 1260. Tốc độ truy cập Internet cao nhất hiện nay (56KBPS). Số cổng kết nối nhiều nhất tại Việt nam và liên tục được mở rộng, giúp khách hàng dễ dàng khi kết nối vào Internet qua mạng VNN. Thanh toán cước thuận tiện theo hóa đơn điện thoại hoặc hóa đơn riêng. Áp dụng nhiều biện pháp bảo vệ mã truy cập Internet (password) cho khách hàng. Hỗ trợ kỹ thuật đa năng và hiệu quả : Tư vấn, hướng dẫn khách hàng trực tiếp tại nhà, qua điện thoại, qua email, trên trang Web. Chi phí sử dụng : Không cước hòa mạng, Cước thuê bao : Miễn cước thuê bao, Cước truy cập : Không bao gồm cước điện thoại nội hạt và chưa bao gồm 10% VAT

– **Dịch vụ Internet 1260-P:** Dịch vụ Internet 1260-P là dịch vụ truy cập Internet trả tiền trước của Tổng Công ty Bưu chính Viễn thông cho phép sử dụng các dịch vụ Internet thông qua mạng điện thoại công cộng trên phạm vi toàn quốc theo phương thức khách hàng trả tiền trước. Thủ tục đơn giản, sử dụng thuận tiện, dễ dàng, thuê bao có thể kiểm soát được cước sử dụng. Dịch vụ không cước hòa mạng, không cước thuê bao hàng tháng, dễ dàng thanh toán cho người thân, người có chế độ trong công ty qua phương thức nạp tiền từ thẻ vào tài khoản. Giá truy cập rẻ và có nhiều công cụ bảo vệ password tin cậy và linh động.

– **Dịch vụ Internet 1268 – 1269:** Dịch vụ Internet 1268 – 1269 - Dịch vụ Gọi VNN là dịch vụ truy nhập Internet gián tiếp tính cước theo số điện thoại truy nhập với mật khẩu chung công khai.

– **Dịch vụ MegaVNN:** Dịch vụ MegaVNN là dịch vụ truy nhập Internet băng rộng qua mạng VNN do Tổng Công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) cung cấp, dịch vụ này cho phép khách hàng truy nhập Internet với tốc độ cao dựa trên công nghệ đường dây thuê bao số bất đối xứng ADSL. Tốc độ là 2Mbps cho đường tải dữ liệu xuống và 640Kbps cho đường đưa dữ liệu lên mạng phù hợp hơn với người sử dụng phải thường xuyên khai thác thông tin trên Internet. Công nghệ ADSL có thể phục vụ cho các ứng dụng đòi hỏi phải truy cập Internet với tốc độ cao như: Giáo dục và đào tạo từ xa, xem video theo yêu cầu, trò chơi trực tuyến, nghe nhạc, hội nghị truyền hình... Tốc độ là 2Mbps cho đường tải dữ liệu xuống và 640Kbps cho đường đưa dữ liệu lên mạng phù hợp hơn với người sử dụng phải thường xuyên khai thác thông tin trên Internet. Công nghệ ADSL có thể phục vụ cho các ứng dụng đòi hỏi phải truy cập Internet với tốc độ cao như: Giáo dục và đào tạo từ xa, xem video theo yêu cầu, trò chơi trực tuyến, nghe nhạc, hội nghị truyền hình...Tránh được tình trạng vẫn phải trả cước khi quên ngắt kết nối. Không tín hiệu bận, không thời gian chờ. Vẫn có thể nhận và gọi điện thoại khi đang truy nhập Internet. Tránh được tình trạng vẫn phải trả cước khi quên ngắt kết nối. Không tín hiệu bận, không thời gian chờ. Vẫn có thể nhận và gọi điện thoại khi đang truy nhập Internet. Giá rẻ, dùng đến đâu trả đến đó. Vẫn có địa chỉ Email.

– **Dịch vụ VNN-Roaming:** Dịch vụ VNN-Roaming là dịch vụ truy nhập Internet chuyển vùng quốc tế. Được sự cho phép của Tổng Công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Công ty Điện toán và Truyền số liệu (VDC) là ISP đầu tiên tại Việt Nam hợp tác với mạng Internet toàn cầu iPass và Gric cung cấp dịch vụ Internet chuyển vùng quốc tế : VNN – Roaming. Với dịch vụ VNN-Roaming khi khách hàng đăng ký một tài khoản VNN1260 và dịch vụ Roaming, khách hàng có thể sử dụng tài khoản này truy nhập Internet tại hơn 150 nước trên thế giới khi đang đi công tác hoặc tạm trú ở nước ngoài. Truy nhập nội hạt với chất lượng kết nối mạng tốt hơn, tránh được việc ngắt quãng trong việc truy nhập đường dài. Chỉ cần duy trì 01 account Internet với 1 ISP có thể truy nhập Internet tại hơn 150 nước trên thế giới. Khách hàng vẫn giữ nguyên địa chỉ hộp thư VNN. Tiết kiệm chi phí từ 70% đến 90% so với những cuộc truy nhập đường dài. Đối tượng sử dụng: Là các thuê bao VNN1260 có đăng ký sử dụng dịch vụ VNN-Roaming.

❖ **Giá cả:** Giá cả là yếu tố duy nhất trong Marketing – mix tạo ra thu nhập, còn các yếu tố khác thì tạo nên giá thành. Giá cả cũng là một trong những yếu tố linh hoạt nhất của Marketing – mix, trong đó nó có thể thay đổi nhanh chóng. Chiến lược về giá đóng vai trò quan trọng, ngoài việc nó liên quan đến lợi ích của khách hàng, nó còn mang ý nghĩa quan trọng đối với cạnh tranh trong bối cảnh hiện nay. Thị trường dịch vụ Internet hiện nay có 5 nhà khai thác gồm: VNPT, FPT, Viettel, EVNTelecom và Netnam. Chỉ có duy nhất VNPT bị khống chế không được tự quyết định giá vì là doanh nghiệp có thị phần khống chế. Còn lại các doanh nghiệp khác đều được tự quyết định giá. Hiện tại VNPT là nhà khai thác có mức cước cao nhất.

❖ **Kênh phân phối:** Hệ thống phân phối của Viễn Thông Đồng Nai bao gồm 1 Trung tâm dịch vụ khách hàng, 5 trung tâm viễn thông, 1 trung tâm tin học. Hệ thống phân phối nhìn chung còn thụ động và chậm trễ trong công tác triển khai kế hoạch thực hiện khuyến mãi, ít thu hút được thuê bao trong suốt thời gian tổ

chức khuyến mãi. Khó khăn của hệ thống phân phối của Viễn Thông Đồng Nai là các trung tâm mới được thành lập và các công tác quản lý đang được tiến hành bàn giao sau khi chia tách Viễn thông khỏi Bưu Điện Tỉnh Đồng Nai.

❖ **Xúc tiến:** Để thu hút khách hàng, Viễn Thông Đồng Nai đã triển khai những chương trình quảng cáo và khuyến mãi hấp dẫn:

– **Khuyến mãi :** thực hiện các chương trình tặng cước đầu nối hoà mạng dịch vụ Mega VNN/ADSL mang tên như: “Chào 2008” và “Nối tiếp niềm vui cùng Viễn thông Đồng Nai” cho khách hàng, trong đó bao gồm: Tặng 100% cước đầu nối hoà mạng trong trường hợp khách hàng lắp đặt Mega VNN trên đường dây có sẵn; tặng 50% cước đầu nối hoà mạng trong trường hợp khách hàng lắp đặt Mega VNN trên đôi cáp riêng; Tặng 1 modem ADSL. Trong trường hợp khách hàng hoà mạng Mega VNN đồng thời với điện thoại cố định trên đôi cáp riêng (đường dây mới), khách hàng được khuyến mãi: 50% cước đầu nối hoà mạng Mega VNN; 1 modem ADSL; 1 máy điện thoại cố định để bàn trị giá tối đa 100000 đồng/máy.

– **Quảng cáo:** tổ chức tuyên truyền trên Website Viễn Thông Đồng Nai, Đài Truyền Hình Đồng Nai; treo bandroll tại các trạm viễn Thông và tại các Trung Tâm; kết hợp với hệ thống bưu điện trong địa bàn phát tờ rơi tại nhà kèm với các sản phẩm bưu chính : báo chí, bưu phẩm... Bên cạnh đó Viễn thông Đồng Nai cũng đã cố gắng trong công tác giới thiệu, quảng bá hình ảnh VNPT ,các dịch vụ viễn thông – CNTT mà Viễn thông Đồng Nai đang cung cấp trong việc tham gia hội chợ “Khuyến mại Đồng Nai”. Nhìn chung Viễn thông Đồng Nai đã triển khai được nhiều chương trình quảng cáo, tiếp thị đạt hiệu quả. Đơn vị đã có nhiều nỗ lực trong việc tự làm mới mình nhằm thu hút thêm nhiều khách hàng. Tuy nhiên bên cạnh đó thời gian thực hiện quảng cáo, tiếp thị không dài nên chưa gây được nhiều ấn tượng cho khách hàng. Các chương trình khuyến mãi thường bị trùng lặp đã tạo sự hạn chế cho đơn vị tiếp cận khách hàng

❖ **Con người:** Yếu tố con người luôn được Viễn Thông Đồng Nai chú trọng quan tâm. Tính đến 31/12/2007 tổng số cán bộ mà Viễn thông hiện có là 1.949 người. Trong đó lao động nam là 1.127 người, lao động nữ là 822 người. Viễn thông Đồng Nai luôn tạo điều kiện thuận lợi cho các cán bộ nâng cao trình độ. Bên cạnh đó Viễn thông Đồng Nai còn vận động cán bộ- công nhân viên thi đua phấn đấu hoàn thành chương trình công tác quản lý nhà nước và các chỉ tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh. Trên cơ sở việc làm với năng suất, chất lượng hiệu quả sản xuất kinh doanh, từ năm 2003 đến nay, hàng năm đều có tốc độ tăng trưởng từ 10-12% doanh thu, Viễn thông Đồng Nai đã tham gia với Chuyên môn xây dựng quy chế phân phối thu nhập cho người lao động đảm bảo được mức thu nhập năm sau cao hơn năm trước; thu nhập bình quân trong 5 năm qua là 3 triệu đồng/tháng/người. Từ thu nhập đó đời sống cán bộ- công nhân viên chức giữ được ổn định và từng bước được cải thiện, ổn định được cuộc sống ngày càng tốt hơn. Ngoài ra, Viễn thông Đồng Nai cũng chú trọng phần nào đến công tác chăm sóc đời sống tinh thần cho các CB-CNVNVC như tổ chức các hội thao, các đêm diễn văn nghệ...

❖ **Cung ứng sản phẩm dịch vụ:** Để tạo điều kiện phục vụ tốt nhất cho khách hàng, bên cạnh các thủ tục đăng ký dịch vụ truyền thống, Viễn thông Đồng



Nai còn có thêm thủ tục đăng ký dịch vụ trực tuyến trên mạng thông qua website, việc đăng ký này được phối hợp chặt chẽ với website Bưu điện Đồng Nai. Ngoài ra Viễn thông Đồng Nai còn xây dựng hệ thống quản lý khách hàng phù hợp. Mỗi trung tâm Viễn thông được chủ động trong việc quản lý các cơ sở dữ liệu. Các đơn vị này có trách nhiệm theo dõi, quản lý những thông tin về nhu cầu sử dụng dịch vụ, các thông tin liên quan để phục vụ công tác tiếp thị và chăm sóc khách hàng, cung ứng dịch vụ một cách kịp thời

❖ **Điều kiện vật chất:** Nhìn chung cơ sở vật chất tại Viễn thông Đồng Nai được đầu tư khá tốt, các bảng hiệu pano, bandroll đều được thống nhất về hình ảnh cả về màu sắc ứng với màu của ngành. Bên cạnh đó đơn vị cũng đã xúc tiến việc may đồng phục thống nhất cho các nhân viên của các trung tâm, các phòng ban trong đơn vị với màu chủ đạo là màu xanh truyền thống, nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp và tạo sự gần gũi với khách hàng.

### **3. Công tác nhân và giải quyết khiếu nại**

– Sự xuất hiện ngày càng nhiều đối thủ cạnh tranh thì công tác chăm sóc khách hàng càng được chú trọng. Hầu hết các hoạt động chăm sóc khách hàng là những chương trình liên quan đến sử dụng dịch vụ, giải quyết các vướng mắc, khiếu nại một cách nhanh nhất... Chăm sóc khách hàng là tất cả những gì mà một doanh nghiệp cần thiết phải làm để thoả mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng. Với mục tiêu nhằm đem lại sự hài lòng cho khách hàng về chất lượng dịch vụ và chất lượng phục vụ thì việc hạn chế mức tối thiểu việc khiếu kiện của khách hàng là điều quan trọng đối với Viễn thông Đồng Nai. Chính vì thế việc giải quyết khiếu nại luôn phải kịp thời, tận tình, hợp lý và triệt để, không để kéo dài quá thời gian quy định giải quyết khiếu nại ngành theo quyết định 05/2007/QĐ-BBCVT. Nhìn chung vấn đề khiếu nại của khách hàng tập trung chủ yếu vào giá cước và chất lượng của các dịch vụ viễn thông. Khách hàng có thể khiếu nại trực tiếp bằng miệng (kể cả qua điện thoại), hoặc bằng đơn khiếu nại theo quy định hoặc bằng đơn khiếu nại trực tuyến trên Website Bưu điện Đồng Nai liên kết với Website Viễn thông Đồng Nai để yêu cầu bên cung cấp dịch vụ tiếp nhận khiếu nại

– Vấn đề thời gian trong công tác khiếu nại là một trong những yếu tố mà khách hàng quan tâm. Do đó, thời gian khiếu nại về giá cước của dịch vụ Viễn thông và Internet là 1 tháng kể từ ngày nhận được thông báo hoặc hóa đơn thanh toán cước đầu tiên hoặc kể từ ngày thanh toán cước dịch vụ, về chỉ tiêu chất lượng dịch vụ và các vi phạm khác là 03 tháng kể từ ngày sử dụng dịch vụ hoặc xảy ra vi phạm. Thời gian giải quyết khiếu nại đối với dịch vụ viễn thông và Internet là 2 tháng kể từ ngày nhận được khiếu nại. Khi tiếp nhận khiếu nại của khách hàng, bên cung cấp dịch vụ phải có trách nhiệm cấp phiếu xác nhận đã tiếp nhận yêu cầu khiếu nại cho người khiếu nại. Trong trường hợp khiếu nại được gửi qua đường bưu điện thì trong thời hạn 2 ngày làm việc kể từ ngày tiếp nhận đơn, bên cung cấp dịch vụ phải có văn bản thông báo cho người khiếu nại về việc đã tiếp nhận đơn khiếu nại. Trường hợp không tiếp nhận đơn, bên cung cấp dịch vụ cũng phải nêu rõ lý do từ chối.

– Để đảm bảo quyền lợi cho khách hàng, bên cạnh việc phải tiếp nhận, xem xét và trả lời người khiếu nại theo thời hạn quy định và báo cáo kết quả giải quyết khiếu nại theo yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền, việc



hướng dẫn giải quyết tranh chấp tại Viễn thông Đồng Nai được thực hiện trên nguyên tắc dân chủ, khách quan, đảm bảo công bằng quyền, lợi ích hợp pháp của các bên tranh chấp. Không quá 2 ngày làm việc kể từ ngày có ý kiến của người khiếu nại về kết quả giải quyết khiếu nại, bên cung cấp dịch vụ phải báo cáo bằng văn bản với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về diễn biến vụ khiếu nại, kết quả giải quyết khiếu nại lần đầu của doanh nghiệp (nếu có), kết quả giải quyết khiếu nại theo yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước và ý kiến của người khiếu nại về kết quả giải quyết khiếu nại.

## PHẦN IV: NHẬN XÉT VỀ TÌNH HÌNH MARKETING VÀ NHỮNG ĐỀ XUẤT

### 1. Nhận xét

– Viễn thông Đồng Nai đã liên tục có các đợt quảng cáo, khuyến mãi trên các phương tiện truyền thông đại chúng như Tivi- báo đài, tiến hành treo các bảng pano, bandroll quảng cáo ngoài trời... Đây được xem như một công cụ rất hiệu quả trong cạnh tranh, tạo nên phong cách của Viễn thông Đồng Nai trong mắt người tiêu dùng khi tiềm lực kinh tế cũng như khả năng cạnh tranh của hai đối thủ xấp xỉ nhau, không có sự vượt trội hẳn. Với việc khai thác lợi thế về vốn, nhân lực và kênh phân phối truyền thống có sẵn, Viễn thông Đồng Nai đã khẳng định thương hiệu của mình trong mắt người tiêu dùng, chứng tỏ sức mạnh của mình trước đối thủ cạnh tranh. Nhìn chung chiến lược Marketing tại Viễn thông Đồng Nai đã bám sát đối thủ cạnh tranh, học hỏi các kinh nghiệm đối tác trong các chiến lược kinh doanh, huấn luyện đội ngũ nhân viên năng động, xem khách hàng là người bạn thân thiết, là người trả lương cho mình... Dưới đây là kết quả khảo sát và đánh giá tình hình Marketing mà Viễn thông Đồng Nai đề cho chúng ta thấy rõ việc ứng dụng Marketing vào hoạt động kinh doanh của đơn vị. Dưới sức ép hội nhập và sức ép tăng trưởng trong ngành viễn thông nói chung và dịch vụ Internet nói riêng như:

- Doanh thu : tăng bình quân 10%/năm
- Doanh thu năm 2010: 3.7 tỷ \$
- Tổng vốn đầu tư 2006-2010: 3.9 tỷ \$
- Phát triển mới 21 triệu thuê bao điện thoại
- Phát triển 5 triệu thuê bao Internet
- Phóng vệ tinh lên quỹ đạo vào năm 2008

(Nguồn: P.KH-KD )

– Viễn thông Đồng Nai đã đề ra những chiến lược nhằm phát triển khách hàng của mình. Đối với từng nhóm khách hàng, Viễn thông Đồng Nai đã có những chiến lược riêng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất. Nhìn chung, chiến lược hiện nay của Viễn Thông Đồng Nai là đẩy mạnh các nhóm khách hàng. Việc phân chia thị trường ra từng nhóm thị trường khác nhau với nhu cầu sử dụng khác nhau sẽ giúp cho doanh nghiệp dễ dàng định hướng được các chiến lược của mình sao cho có thể mang lại sự phục vụ khách hàng một cách tốt nhất. Viễn thông Đồng Nai đã tiến hành phân khúc dựa vào các loại hành vi như: hành vi sử dụng, hành vi thanh toán/trả chậm, hành vi bảo trì... Việc phân khúc này giúp cho đơn vị có những hành động nhất quán. Khách hàng của Viễn Thông Đồng Nai là các tổ chức, cá nhân có nhu cầu về dịch vụ BCVT – CNTT đã, đang và sẽ sử dụng dịch vụ của Viễn Thông Đồng Nai. Nhìn chung khách hàng của đơn vị đa dạng và được phân thành các loại như sau: khách hàng đặc biệt, khách hàng là nhà khai thác, khách hàng doanh nghiệp đặc biệt, khách hàng lớn, khách hàng vừa và nhỏ, khách hàng cá nhân, hộ gia đình. Hiện nay thị trường mục tiêu của Viễn Thông Đồng Nai là các khách hàng lớn. Đặc điểm của nhóm khách hàng này là những khách hàng đã trực tiếp ký hợp đồng sử dụng dịch vụ với đơn vị, thanh toán cước phí đầy đủ. Các khách hàng này thường là những cơ quan tổ chức hoặc các doanh nghiệp có quy mô lớn.

– Ngoài ra Viễn Thông Đồng Nai cũng đang mở rộng thị trường của mình khi nhắm tới các khách hàng như nhóm khách hàng tiềm năng, khách hàng là cá nhân, hộ gia đình.. trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Những nhóm khách hàng này có nhu cầu về dịch vụ Internet ngày càng cao. Đây có thể được xem là một thị trường mới hấp dẫn cho Viễn Thông Đồng Nai. Dịch vụ Internet tại tỉnh Đồng Nai hiện nay đang từng bước phát triển, Viễn Thông Đồng Nai vẫn có ưu thế trong lĩnh vực kinh doanh này, khi các đối thủ khác vẫn tập trung phát triển mạnh tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Đặc biệt, Viễn thông Đồng Nai đang là nhà cung cấp chính loại hình dịch vụ này cho các cơ quan chủ chốt của tỉnh.

### 1.1. Những thành quả đạt được

– Với việc xây dựng chiến lược Marketing cho các dịch vụ viễn thông nói chung và dịch vụ Internet nói riêng, Viễn thông Đồng Nai đã thu hút một lượng lớn khách hàng, đáp ứng kịp thời các nhu cầu về thông tin Internet cho khách hàng. Chất lượng của dịch vụ ngày càng một tăng cao. Trong 5 năm qua mạng lưới dịch vụ viễn thông cùng với mạng lưới bưu chính trên địa bàn tỉnh Đồng Nai hoạt động ổn định, đảm bảo phục vụ công tác chỉ đạo điều hành của Đảng, nhà nước, chính quyền các cấp, phục vụ yêu cầu sử dụng của nhân dân, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế- xã hội...

– Bên cạnh đó Viễn thông Đồng Nai đã tiếp tục đổi mới công nghệ và hiện đại hoá mạng lưới Viễn thông với tốc độ phát triển mạnh mẽ sâu rộng. Lắp đặt thêm tổng đài, tăng dung lượng số, phát triển mạng cáp, mở rộng mặt bằng sản xuất, trang bị thêm phương tiện làm việc, đặc biệt với việc nắm bắt kịp thời nhu cầu của khách hàng đơn vị đã mở thêm các dịch vụ mới để đáp ứng nhu cầu sử dụng của khách hàng. Các đợt khuyến mãi được mở ra khá đa dạng, và với các chính sách chăm sóc khách hàng cho từng nhóm khách hàng riêng biệt đã giúp doanh nghiệp nắm bắt kịp thời nhu cầu của khách hàng, đơn vị đã mở thêm các dịch vụ mới để đáp ứng nhu cầu sử dụng của khách hàng. Doanh thu của đơn vị qua các năm đều tăng. Uy tín của Viễn Thông Đồng Nai ngày được củng cố và phát triển

### 1.2. Những mặt còn tồn tại và nguyên nhân chủ yếu dẫn đến những tồn tại này

– Song song với những thành quả mà Viễn thông Đồng Nai đạt được vẫn còn những mặt tồn tại sau: Viễn Thông Đồng Nai vừa mới thực hiện hoàn chỉnh việc chia tách và trong bối cảnh hiện nay thị trường đang bị cạnh tranh gay gắt nhiều doanh nghiệp khác cùng kinh doanh dịch vụ viễn thông, đồng thời liên tục giảm giá cước các dịch vụ viễn thông dẫn đến việc thị phần bị chia sẻ, ảnh hưởng lớn đến quá trình thực hiện kế hoạch hàng năm. Công tác chăm sóc khách hàng chưa được quan tâm đúng mức vì vẫn còn một số cán bộ công nhân viên chức chưa thật sự thay đổi cách nghĩ, cách làm.

– Bên cạnh đó tình hình đội ngũ cán bộ- công nhân viên đã có hiện tượng “chảy máu chất xám”, một số cán bộ- công nhân viên bỏ ngành sang công tác khác. Việc đầu tư, mở rộng các pha ADSL, mở rộng mạng cáp, lắp đặt tổng đài còn chậm trễ chưa đáp ứng được nhu cầu về dịch vụ. Công tác quảng bá, tiếp thị còn chậm trễ, thời gian tổ chức khuyến mãi của Viễn thông Đồng Nai thường chậm hơn

so với thời gian quy định của Tập đoàn. Các chương trình khuyến mại vẫn chưa áp dụng rộng rãi vì còn có những khu vực thiếu cổng ADSL. Chưa có chương trình khuyến mãi riêng cho dịch vụ Internet, đa phần hiện nay chương trình khuyến mãi của dịch vụ này được lồng ghép với các chương trình khuyến mãi của dịch vụ điện thoại. Thời gian giải quyết khiếu nại của khách hàng còn chậm trễ. Việc đáp ứng nhu cầu về dịch vụ của khách hàng còn chậm

### **1. Đề xuất ý kiến**

- Trước khó khăn và tồn tại trước mắt, tôi xin đề xuất ý kiến như sau:
  - Các đơn vị trực thuộc Viễn thông Đồng Nai nên chủ động hơn trong công tác quảng cáo, tiếp thị đến khách hàng.
  - Đối với những khu vực thiếu cổng ADSL, đơn vị nên có kế hoạch mở rộng dung lượng để đáp ứng cung cấp dịch vụ trong thời gian tới. Đồng thời thu thập đầy đủ thông tin về khách hàng và thông tin ưu tiên lắp đặt cho khách hàng khi đủ điều kiện
  - Đơn vị nên phát động thi đua thực hiện tốt công tác chăm sóc khách hàng trước, trong và sau khi đưa sản phẩm, dịch vụ ra bán. Nâng cao tinh thần phục vụ “**Tất cả vì khách hàng**”, không để khách hàng phàn nàn hay than phiền. Đơn vị cần hoàn thiện các chính sách chăm sóc từng đối tượng khách hàng. Chính sách cần theo hướng mở, tăng quyền quyết định cho các đơn vị cơ sở trực thuộc.
  - Bên cạnh đó, nhằm tạo sự tiện lợi cho khách hàng, Viễn thông Đồng Nai nên tạo thêm nhiều kênh thanh toán cước cho khách hàng như thu cước tại nhà, ATM...
  - Yếu tố con người đóng vai trò khá quan trọng trong chiến lược xây dựng Marketing của đơn vị, chính vì thế đơn vị cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đề ra biện pháp thu hút được lực lượng lao động có chất lượng cao đủ khả năng đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ và theo hướng phát triển của tập đoàn trong giai đoạn hội nhập phát triển.
  - Đơn vị cần phải thực hiện phong cách văn minh Bưu điện, tạo sức cạnh tranh mạnh mẽ với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực viễn thông trên địa bàn.

### **2. Kiến nghị**

- Trước xu thế cạnh tranh của thị trường hiện nay, việc xây dựng chiến lược Marketing hợp lý là một vấn đề mà các doanh nghiệp cần chú ý, nhất là đối với những ngành dịch vụ như viễn thông. Các chiến lược Marketing này phải đồng nhất trong một hệ thống để từ đó mang lại hiệu quả cao trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng và đảm bảo sự phát triển bền vững cho Viễn thông. Chính vì thế VNPT cần phải có những giải pháp mới, cụ thể và đồng nhất trong hoạt động Marketing như sau:
  - VNPT nên có chính sách xây dựng về giá hợp lý
  - VNPT cần đầu tư, xây dựng mạng lưới theo hướng đồng bộ, hiện đại, độ an toàn cao để có thể đáp ứng mọi nhu cầu khách hàng
  - Cần phải nhanh chóng đầu tư, xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng hiện đại, có sự hỗ trợ mạnh mẽ của Công nghệ thông tin
  - Tổ chức lại sản xuất theo hướng phân công, phân nhiệm rõ ràng.
  - Đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực phù hợp với tình hình mới.

- Đẩy mạnh tiếp thị trực tiếp, bán hàng qua mạng, thương mại điện tử.
- Thường xuyên tổ chức các hội nghị khách hàng, để nắm bắt nhu cầu thiết thực của khách hàng.
- Rút ngắn thời gian khiếu nại và giảm thời gian xử lý sự cố đến mức thấp nhất cho khách hàng.

### 3. Kết luận

– Marketing là công cụ quan trọng giúp rút ngắn khoảng cách giữa doanh nghiệp và khách hàng. Mọi hoạt động thực tiễn của Marketing có ảnh hưởng lớn tới con người khi họ ở cương vị là người mua, người bán và người dân thường. Mục tiêu của Marketing hướng tới là làm sao đạt được mức tiêu dùng cao nhất, đạt được mức độ thoả mãn người tiêu dùng cao nhất, dành cho người tiêu dùng quyền lựa chọn lớn nhất. Hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực Viễn thông cũng chính là hoạt động kinh doanh dịch vụ. Chính vì thế Viễn thông Đồng Nai cần phải có một chiến lược riêng trong việc đưa “sản phẩm” đến khách hàng, nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất. Nắm bắt nhu cầu của khách hàng nhanh chóng kịp thời sẽ giúp cho đơn vị hiểu được khách hàng cần gì, bên cạnh đó cũng giúp đơn vị biết được cách đơn vị đáp ứng nhu cầu đó ra sao. Từ đó góp phần cho sự phát triển bền vững và lâu dài cho Viễn thông Đồng Nai trên con đường hội nhập với công nghệ Viễn thông thế giới.



## DANH SÁCH CÁC BẢNG

1. **Bảng 2.1:** Bảng tình hình kế hoạch - thực hiện của Viễn Thông Đồng Nai qua các năm\_Nguồn :P.KT-TK-TC
2. **Bảng 2.2:** Bảng tình hình thực hiện doanh thu qua các năm tại Viễn Thông Đồng Nai\_Nguồn: P.KT-TK-TC
3. **Bảng 2.3:** Thống kê doanh thu của dịch vụ Internet qua các năm tại Trung Tâm Viễn Thông 4 - Viễn Thông Đồng Nai\_Nguồn: P.KT-TK-TC
4. **Bảng 2.4:** Thống kê số lượng thuê bao dịch vụ Internet qua các năm tại Trung Tâm Viễn Thông 4 - Viễn Thông Đồng Nai\_Nguồn: P.KT-TK-TC
5. **Bảng 2.5:** Bảng chỉ tiêu chất lượng dịch vụ kết nối Internet \_Nguồn: [www.vnpt.com.vn](http://www.vnpt.com.vn)
6. **Bảng 2.6:** Hệ thống mạng DSLAM tại Trung Tâm Viễn Thông 4- Viễn Thông Đồng Nai\_Nguồn: P. Đầu tư và Quản lý mạng

## Các từ viết tắt:



1. **TCP**      *Transmission Control Protocol*      Giao thức điều khiển truyền dẫn
2. **IP**      *Internet Protocol*      Giao thức liên mạng
3. **DSLAM**      *DSL Access Multiplexer*      Là một phần thiết bị được đặt tại tổng đài địa phương, dùng kết nối các đường dây từ phía khách hàng
4. **ADSL**      *Asymmetrical Digital Subscriber Line*      Là khả năng truy nhập Internet tốc độ cao thông qua đường dây thuê bao hoặc đường cáp riêng
5. **VNPT**      *Viet Nam Posts and Telecommunications*      Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông Việt Nam.
6. **CB – CNVC**      Cán bộ công nhân viên chức
7. **ATLĐ**      An toàn lao động
8. **PCCC**      Phòng cháy chữa cháy
9. **ATVSV**      An toàn vệ sinh viên
10. **ATVSLĐ**      An toàn vệ sinh lao động
11. **VTĐN**      Viễn Thông Đồng Nai

# Phụ lục

## Giá cước dịch vụ Mega-VNN

Mô tả	Tên Gói	Mega Easy	Mega Family	Mega Extra	Mega Maxi
<b>1. Tốc độ kết nối</b>					
Tốc độ tối đa (Download/Upload)		1024Kbps/512Kbps	1536Kbps/512Kbps	2048Kbps/512Kbps	3072Kbps/640Kbps
Tốc độ tối thiểu (Download/Upload)		-	-	-	-
<b>2. Mức cước</b>					
Cước thuê bao tháng		24000 đồng/tháng	35000 đồng/tháng	82000 đồng/tháng	165000 đồng/tháng
Cước 01 Mbyte theo lưu lượng sử dụng gửi và nhận		48 đồng	48 đồng	_6000 Mbyte đầu:55 đồng _các Mbyte tiếp theo:41 đồng	_6000 Mbyte đầu:55 đồng _các Mbyte tiếp theo:41 đồng
Cước trần: tổng cước thuê bao tháng và cước sử dụng không vượt quá		300000 đồng/tháng	450000 đồng/tháng	700000 đồng/tháng	1100000 đồng/tháng
Cước trọn gói (trả luôn 1 lần hàng tháng để sử dụng dịch vụ không hạn chế, không phụ thuộc vào lưu lượng)		250000 đồng/tháng	350000 đồng/tháng	550000 đồng/tháng	900000 đồng/tháng
Địa chỉ IP		IP động	IP động	IP động	IP động

Mô tả	Tên gói	Mega Maxi +	Mega Pro	Mega For Game	Mega Dreaming
<b>1. Tốc độ kết nối</b>					
Tốc độ tối đa (Download/Upload)		3072Kbps/640Kbps	4096Kbps/640Kbps	6Mbps/640Kbps	8Mbps/640Kbps
Tốc độ tối thiểu (Download/Upload)		-	-	-	-
<b>2. Mức cước</b>					
Cước thuê bao tháng		300.000 đồng/tháng	500.000 đồng/tháng	600.000 đồng/tháng	2.000.000 đồng/tháng
Cước 01 Mbyte theo lưu lượng sử dụng gửi và nhận		_6000Mbyte đầu tiên: 50 đồng _6000Mbyte tiếp theo: 45 đồng _Các Mbyte tiếp theo: 40 đồng	40 đồng	45 đồng	_10Gbyte đầu tiên: 450 đồng _Các Gbyte tiếp theo: 350 đồng
Cước trần: tổng cước thuê bao tháng và cước sử dụng không vượt quá		1818181 đồng/tháng	2272727 đồng/tháng	3000000 đồng/tháng	15000000 đồng/tháng
Cước trọn gói (trả luôn 1 lần hàng tháng để sử dụng dịch vụ không hạn chế, không phụ thuộc vào lưu lượng)		1454454 đồng/tháng	1818181 đồng/tháng	2500000 đồng/tháng	10000000 đồng/tháng
Địa chỉ IP		Miễn phí 1 địa chỉ IP tĩnh	Miễn phí 1 địa chỉ IP tĩnh	IP động	Miễn phí 8 địa chỉ IP tĩnh

**Giá cước dịch vụ VNN1260 và VNN 1260-P**

Đơn vị tính : đồng/phút

Thời gian sử dụng của thuê bao trong tháng	Đến 5 giờ	Từ trên 5 giờ đến 10 giờ	Từ trên 10 giờ đến 20 giờ	Từ trên 20 giờ đến 35 giờ	Từ trên 35 giờ đến 50 giờ	Trên 50 giờ
Mức cước	153	128	102	85	60	40

▪ **Cấu trúc cước theo gói thời gian sử dụng dịch vụ.**

Gói cước	Mức Cước Gói (đồng)	Số giờ sử dụng miễn phí trong gói (giờ)	Đơn giá cho mỗi phút sử dụng tiếp theo ngoài số giờ miễn phí (đ/phút)
Basic	20.000	3	107
Standard	50.000	8	100
Gold	100.000	18	93
Silver	150.000	28	85

▪ **Mệnh giá thẻ và thời lượng truy nhập dịch vụ VNN1260-P :**

STT	Mệnh giá	Thời lượng truy nhập (giờ)	Thời hạn hiệu lực
1	30.000 đồng	5	50 ngày
2	50.000 đồng	10	50 ngày
3	100.000 đồng	21	500 ngày
4	200.000 đồng	43	500 ngày
5	300.000 đồng	79	500 ngày
6	500.000 đồng	169	500 ngày
7	1.000.000 đồng	370	500 ngày

**Giá cước sử dụng dịch vụ Internet 1268 - 1269**

**1. VNN1268**

- Cước thuê bao: không thu
- Cước truy nhập VNN1268: 20đ/ phút

**2. VNN1269**

a . **Cước thuê bao:** Không thu cước thuê bao dịch vụ VNN1269.

b. **Cước truy nhập.**

Đơn vị tính : đồng/phút

Thời gian sử dụng của thuê bao trong tháng	Đến 5 giờ	Từ trên 5 giờ đến 15 giờ	Từ trên 15 giờ đến 30 giờ	Từ trên 30 giờ đến 50 giờ	Trên 50 giờ
Mức cước	128	111	85	60	40

**Bảng cơ cấu lao động và trình độ nhân viên tại Viễn thông Đồng Nai**

Trình độ	Số lao động (người)	Tỷ lệ (%)
Trên đại học	5	0.3%
Đại học, cao đẳng	445	22.8
Trung cấp	400	20.5
Công nhân	1027	52.7
Lao động khác	72	3.7
<b>TỔNG CỘNG</b>	<b>1949</b>	<b>100</b>



Phiếu yêu cầu cung cấp dịch vụ Internet Gián tiếp (MegaVnn) trực tuyến\_Nguồn: [www.donapt.com.vn](http://www.donapt.com.vn)

The screenshot shows a web browser window displaying the 'Phiếu yêu cầu cung cấp dịch vụ Internet Gián tiếp (MEGAVNN)' form. The form is titled 'PHIẾU YÊU CẦU CUNG CẤP DỊCH VỤ INTERNET GIÁN TIẾP (MEGAVNN)' and includes the following fields and sections:

- Registration Information:** Ngày nhận đơn (21/05/2008), Tên người yêu cầu, Địa chỉ, Số CMND/Hộ chiếu, Tên liên hệ, Email liên hệ, Điện thoại liên hệ.
- Service Request Details:** Nội dung yêu cầu: I. Cung cấp 01 đường truyền ADSL. Khu vực lắp đặt: Thành Phố Biên Hòa.
- Registration Status:** Danh sách phiếu yêu cầu đã nhận được, Danh sách phiếu yêu cầu có thể lắp đặt được, Danh sách phiếu yêu cầu chưa thể lắp đặt được.
- Information and Rates:** Thông tin cần biết (Vấn bản pháp lý, hỗ trợ kỹ thuật liên quan đến quản lý và sử dụng Internet, Danh mục dịch vụ cộng thêm trên mạng điện thoại cố định, Trích thưởng cho khách hàng sử dụng dịch vụ điện thoại cố định) and Giá cước (Giá lắp đặt đt cố định, Cước điện thoại cố định, Cước dịch vụ tổng đài, Cước di động trả sau, Cước di động trả trước, Cước VoIP 171, Cước dịch vụ bưu chính, Cước dịch vụ internet, Cước dịch vụ ADSL).

Mẫu đơn khiếu nại trực tuyến \_ Nguồn: [www.donapt.com.vn](http://www.donapt.com.vn)

The screenshot shows a web browser window displaying the 'Mẫu đơn khiếu nại trực tuyến' form. The form is titled 'Xin mời quý khách hàng đóng góp ý kiến' and includes the following fields and sections:

- Complaint Information:** Quý khách vui lòng cho biết những góp ý, khiếu nại của quý khách góp ý hoặc khiếu nại những điểm giao dịch, bưu cục thuộc khu vực nào trên địa bàn tỉnh Đồng Nai để chúng tôi dễ dàng xử lý và trả lời nhanh chóng đến quý khách. Khu vực: Thành Phố Biên Hòa, Chất lượng dịch vụ, Họ tên, Địa chỉ, Email, Ngày góp ý: 06/07/2008, Điện thoại (7 số), Nội dung góp ý, Kiểu gõ tiếng việt: Không sử dụng, Kiểu Telex, Kiểu VNI.
- Information and Rates:** Thông tin cần biết (Vấn bản pháp lý, hỗ trợ kỹ thuật liên quan đến quản lý và sử dụng Internet, Danh mục dịch vụ cộng thêm trên mạng điện thoại cố định, Trích thưởng cho khách hàng sử dụng dịch vụ điện thoại cố định) and Giá cước (Giá lắp đặt đt cố định, Cước điện thoại cố định, Cước dịch vụ tổng đài, Cước di động trả sau, Cước di động trả trước, Cước VoIP 171, Cước dịch vụ bưu chính, Cước dịch vụ internet, Cước dịch vụ ADSL).

## TÀI LIỆU THAM KHẢO:



1. Marketing Căn Bản - TS. Phan Thăng
2. Marketing dịch vụ viễn thông trong hội nhập và cạnh tranh – NXB Bưu điện ( Năm 2002 )
3. Chiến lược thành công trong thị trường Viễn thông cạnh tranh – NXB Bưu điện ( Năm 2004)
4. Các dịch vụ viễn thông của tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam – NXB Bưu điện ( Năm 2005 )
5. Nghiên cứu thị trường giải mã nhu cầu khách hàng – NXB Trẻ ( Năm 2004)
6. [www.vnpt.com.vn](http://www.vnpt.com.vn)
7. [www.donapt.com.vn](http://www.donapt.com.vn)
8. [www.dnitc.vn](http://www.dnitc.vn)
9. [www.nhantrachoc.net.vn](http://www.nhantrachoc.net.vn)
10. [www.fpt.com.vn](http://www.fpt.com.vn)
11. [www.viettel.com.vn](http://www.viettel.com.vn)