

I. LỜI NÓI ĐẦU

Trong quá trình toàn cầu hóa, khu vực hóa đang diễn ra một cách nhanh chóng thì cùng với nó sự trao đổi thông tin giữa các quốc gia , giữa các doanh nghiệp cũng như giữa doanh nghiệp với thị trường với người tiêu dùng ngày càng trở nên nhanh chóng . Internet và dịch vụ viễn thông đóng góp một phần lớn trong quá trình trao đổi thông tin và góp phần thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa . Và đi kèm với nó là một lĩnh vực kinh doanh mới mang nhiều tiềm năng đó là phục vụ khai thác các thông tin và cung cấp dịch vụ Internet và dịch vụ viễn thông . Inetrnet và dịch vụ viễn thông làm cho mọi người trên toàn thế giới có thể cùng nói chuyện với nhau cùng một thời điểm và xóa đi khoảng cách về không gian do đó quá trình giao dịch trở nên thuận tiện và kịp thời .

Được nhận định những thập kỷ tiếp theo là thập kỷ của Internet và viễn thông . Và internet sẽ trở thành thông dụng trên toàn thế giới và thị trường cung cấp dịch vụ Inetrnet và dịch vụ viễn thông sẽ trở thành một trong những ngành hàng đầu mạng lại lợi nhuận cao nhất .

Ở Việt Nam lĩnh vực cung cấp dịch vụ internet và viễn thông tuy không còn mới mẻ nữa tuy nhiên nó vẫn còn chứa đựng những bí mật mà các doanh nghiệp Việt Nam đang khám phá và cũng mang lại nhiều khó khăn và thách thức đối với doanh nghiệp . Nhu cầu sử dụng Internet của người dân Việt Nam ngày càng cao cả về số lượng và chất lượng đó cũng là một thời cơ và cũng là một thách thức lớn cho những doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet . Thực tế thì hiện nay ở Việt Nam chất lượng cung cấp dịch vụ Internet còn thấp hơn rất nhiều so với các nước trên thế giới đó là do nhiều nguyên nhân khác nhau mang lại như công nghệ , như trình độ ... Bên cạnh đó chúng ta cũng có nhiều lợi thế mà các quốc gia khác không có . Để ngày càng đáp ứng càng cao nhu cầu của khách hàng và ngang tầm với các quốc gia khác thì cần phải nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông .

Trong quá trình thực tập tại Công ty phát triển đầu tư công nghệ – FPT , em nhận thấy hoạt động cung cấp dịch vụ internet và dịch vụ viễn thông của công ty còn nhiều hạn chế và bất cập chưa thỏa mãn được khách hàng hiện tại và

thu hút thêm khách hàng mới , tuy nhiên được đánh giá là một công ty lớn hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực Công nghệ thông tin và là Công ty mạnh và có tốc độ phát triển cao . Để thực hiện chiến lược phát triển của công ty , trong những năm qua Công ty FPT đã áp dụng hệ thống ISO 9001 nhằm ngày càng nâng cao vị thế của công ty trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông .

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông của công ty phát triển đầu tư công nghệ – FPT , em đã quyết định lựa chọn đề tài : **Một số giải pháp nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông tại Công ty phát triển đầu tư công nghệ – FPT.**

Mục đích nghiên cứu đề tài :

- Làm rõ những vấn đề chung về chất lượng và chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và dịch vụ viễn thông
- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông của Công ty FPT.

Phạm vi nghiên cứu đề tài :

- Nghiên cứu khảo sát tình hình chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông của Công ty FPT.

Nội dung nghiên cứu đề tài gồm 2 phần :

Chương I: Thực trạng chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông tại Công ty Phát triển Đầu tư Công nghệ – FPT

Chương II: Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông tại Công ty FPT

Cuối cùng em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của giáo viên hướng dẫn Thạc sỹ Trần Bình Trọng cùng các cô , các bác và anh chị trong Công ty đã tạo điều kiện giúp đỡ em trong quá trình thực tập và hoàn thành đề tài này .

II. CHƯƠNG I

III. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG CUNG CẤP DỊCH VỤ INTERNET VÀ VIỄN THÔNG TẠI CÔNG TY PHÁT TRIỂN ĐẦU TƯ CÔNG NGHỆ FPT

I. QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN

1.1. 1. Hoàn cảnh ra đời

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI đã đặt ra một trong những nhiệm vụ trước mắt là xây dựng đất nước, xóa bỏ cơ chế quan liêu bao cấp. Theo tinh thần đó Nghị định của chính phủ ra đời mở đường cho các cơ quan khoa học được thực hiện các hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm tạo ra kinh phí để tự giải quyết công việc, phát triển các hoạt động khoa học.

Theo tinh thần của nghị định, Viện cơ học được phép ký kết các hợp đồng kinh tế. Trong quan hệ lúc bấy giờ, hai Viện hàn lâm khoa học Liên Xô và Viện khoa học Việt Nam đã ký hợp đồng trao đổi thiết bị, tinh thần của hợp đồng là phía Viện khoa học Việt Nam chuyển cho Viện hàn lâm khoa học Liên Xô máy tính, ngược lại phía bạn chuyển cho ta thiết bị khoa học, các nguyên vật liệu và phương tiện vận tải. Vì vậy Viện khoa học Việt Nam đã giao cho Viện cơ học thực hiện hợp đồng này và Viện cơ học lại giao cho nhóm trao đổi Nhiệt – Chất của Viện thực hiện.

Để có thể thực hiện tốt hợp đồng này thì ngày 13/9/1988 Công ty FPT ra đời theo quyết định số 80-88 QĐ/VCN do Viện trưởng Viện công nghệ Quốc gia ký với tên gọi ban đầu là Công ty công nghệ thực phẩm, tên giao dịch là: Food Processing Technology Company viết tắt là FPT do tiến sĩ Trương Gia Bình làm Giám Đốc.

1.2. 2. Quá trình xây dựng và phát triển

Quá trình xây dựng và phát triển của Công ty FPT trải qua hai giai đoạn:

Giai đoạn 1988-1990:

Khi mới ra đời Công ty có trụ sở chính tại 30 Hoàng Diệu- ba Đình – Hà Nội . Trong giai đoạn này Công ty hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực Công nghệ chế biến thực phẩm.

Ngày 20/11/1988 công ty chuyển sang trụ sở Viện cơ học tại 224 Đội Cấn – Ba Đình – Hà Nội .

Năm 1989 Công ty được nhà nước cấp cho 3.150 mét vuông để xây dựng nhà cho cán bộ nhân viên và 2.700 mét vuông đất để xây dựng trụ sở chính là trụ sở làm việc hiện nay của Công ty .

Để có máy tính xuất khẩu sang Liên Xô , Công ty đã quan hệ với hãng máy tính Olivetti , đây là quan hệ đầu tiên của Công ty với một hãng máy tính thuộc loại mạnh ở phương tây .

Giai đoạn 1990 tới nay :

Ngày 31/ 3/ 1990 chi nhánh Công ty tại Thành phố Hồ Chí Minh ra đời đánh dấu một bước phát triển về chất và lượng của Công ty .

Ngày 5/ 6/ 1990 trụ sở được chuyển sang một tòa nhà trưng PTTH Giảng Võ . Thời kỳ này định hướng cho phương hướng sản xuất kinh doanh của Công ty đã rõ ràng , hướng chủ đạo vào lĩnh vực tin học .

Ngày 27/ 10/ 1990 Công ty đổi tên thành Công ty phát triển đầu tư công nghệ – FPT với tên giao dịch quốc tế là : The Corporation for Financing and Promoting Technology và năm 1991 Công ty đã đổi Logo như hiện nay .

Ngày 15/ 1/ 1992 Công ty chuyển trụ sở ra 25 Lý Thường Kiệt .

Ngày 29/ 9/ 1993 Chính phủ ra Nghị Định 65/ CP về việc sát nhập Viện nghiên cứu công nghệ Quốc gia và Viện năng lượng nguyên tử Quốc gia về Bộ khoa học công nghệ và môi trường , từ đây Công ty chịu sự quản lý của Bộ khoa học công nghệ và môi trường .

Ngày 20/ 3/ 1995 Công ty chuyển trụ sở sang Yết Kiêu .

Ngày 21/ 10/ 1995 Công ty FPT và sở GD & ĐT Hà Nội ký biên bản thỏa thuận về việc phổ cập tin học trong các trường phổ thông .

Tháng 2 năm 1996 Công ty chuyển trụ sở sang 89 Láng Hạ .

Ngày 13/ 9/ 1997 Công ty FPT được Tổng cục bưu điện cho phép là nhà cung cấp thông tin , sau đó là nhà cung cấp dịch vụ Internet.

Ngày 28/ 2/ 2002 theo Quyết định 178/ QĐ- TT của thủ Tướng Chính phủ về quyết định chuyển doanh nghiệp Nhà nước Công ty phát triển đầu tư công nghệ – FPT thành Công ty cổ phần.

Mười sau năm xây dựng và trưởng thành FPT đã thiết lập mối quan hệ đối tác chiến lược , trở thành nhà cung cấp , đại lý phân phối , dịch vụ ủy quyền của gần 200 Công ty hàng đầu thế giới như : Inter , Microsoft , Oracle, HP, 3Com , Cisco, Apple ... Với hệ thống đối tác này của FPT có thể cung cấp các sản phẩm , giải pháp và dịch vụ tổng thể , toàn diện , tối ưu và hiện đại nhất , đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng .

Phát triển tập trung theo xu hướng Hội tụ số (Digital Convergence) , FPT lựa chọn đối tác chủ yếu ở các lĩnh vực sau : Thiết bị công nghệ thông tin , công nghệ bảo mật , công nghệ mạng , công nghệ và giải pháp lưu trữ , thiết bị và giải pháp chuyên dụng , phần mềm , giải pháp viễn thông , đào tạo .

1.3. 3.Chức năng nhiệm vụ của Công ty FPT

Trải qua 16 năm hình thành , phát triển và trưởng thành , tập đoàn FPT đã liên tục trở thành tập đoàn tin học lớn nhất Việt Nam , tạo đà phát triển vững chắc cho giai đoạn tiếp theo . Tập đoàn FPT có lĩnh vực kinh doanh rộng đặc biệt chuyên sâu vào lĩnh vực tin học và chuyên giao công nghệ.

Lĩnh vực hoạt động hiện nay của Công ty FPT là :

- + Tích hợp hệ thống cho các dự án công nghệ thông tin của khách hàng
 - + Phân phối các sản phẩm tin học
 - + Phát triển phần mềm ứng dụng
 - + Sản xuất phần mềm đáp ứng thị trường nội địa và xuất khẩu
 - + Cung cấp các giải pháp , dịch vụ viễn thông và Internet
 - + Đào tạo lập trình viên Quốc tế
 - + Sản xuất máy tính thương hiệu Việt nam
 - + Phân phối điện thoại di động
 - + Cung cấp thiết bị công nghệ : Điện , viễn thông , dầu khí...
 - + Nghiên cứu thiết kế , sản xuất chuyên giao công nghệ Tin học và ứng dụng vào các công nghệ khác , xuất nhập khẩu thiết bị , sản phẩm công nghệ tin học và các công nghệ khác .
 - + Nghiên cứu phát triển sản xuất kinh doanh , tư vấn đầu tư chuyên giao công nghệ trong lĩnh vực môi trường .
-

+ Tư vấn đầu tư nước ngoài và đào tạo ...

+ Tư vấn quản lý nguồn lực

Hoạt động chính của công ty là:

+ Nghiên cứu , thiết kế , sản xuất chuyên dao công nghệ tin học và ứng dụng vào các công nghệ khác

+ Sản xuất phần mềm máy tính

+ Cung cấp các dịch vụ Internet và gia tăng tên mạng

+ Đào tạo nguồn nhân lực chuyên sâu cho công nghiệp phần mềm

+ Mua bán thiết bị máy móc trong lĩnh vực Y tế , giáo dục đào tạo , khoa học kỹ thuật công nghệ , công nghệ môi trường, Viễn thông vật liệu xây dựng, hàng tiêu dùng ô tô xe máy

+ Dịch vụ đầu tư chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực môi trường , giáo dục đào tạo , Y tế

+ Sản xuất chế tạo lắp ráp tủ bảng điện

+ Đại lý bán vé máy bay

+ Đại lý mua, đại lý bán , ký gửi hàng hóa

+ Tư vấn đầu tư

+ Sản xuất chế tạo lắp ráp các thiết bị công nghệ thông tin

+ Kinh doanh dịch vụ kết nối Internet (IXP)

Với các chức năng kinh doanh gồm :

+ Nghiên cứu, thiết kế , sản xuất , chuyển giao công nghệ tin học và ứng dụng công nghệ , xuất nhập khẩu thiết bị , sản phẩm công nghệ tin học và các công nghệ khác

+ Xuất nhập khẩu ủy thác ...

+ Nhập khẩu và kinh doanh các thiết bị viễn thông ...

+ Nghiên cứu phát triển sản xuất kinh doanh , tư vấn đầu tư chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực môi trường

II. CÁC ĐẶC ĐIỂM KINH TẾ KỸ THUẬT CHỦ YẾU ẢNH HƯỞNG TỚI CHẤT LƯỢNG CUNG CẤP DỊCH VỤ INTERNET VÀ VIỄN THÔNG

1.4. 1. Đặc điểm về sản phẩm .

1.1 . Một số khái niệm liên quan

Hệ thống thiết bị Internet là tập hợp các thiết bị điện tử , viễn thông , tin học và các thiết bị phụ trợ khác bao gồm cả phần cứng lẫn phần mềm được Công ty thiết lập tại một địa điểm có địa chỉ và phạm vi xác định để phục vụ trực tiếp cho việc cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet

Kết nối là việc liên kết các hệ thống thiết bị Internet với nhau và với mạng viễn thông công cộng trên cơ sở các đường truyền dẫn viễn thông tự xây dựng hoặc thuê của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông .

Mạng lưới thiết bị Internet là tập hợp các hệ thống thiết bị Internet của đơn vị , doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet được kết nối với nhau bằng các đường truyền dẫn viễn thông .

Dịch vụ truy nhập Internet là dịch vụ cung cấp cho người sử dụng khả năng truy nhập đến Internet thông qua hệ thống thiết bị Internet đặt tại điểm truy nhập Internet của đơn vị , doanh nghiệp cung cấp dịch vụ .

Dịch vụ kết nối Internet quốc tế phục vụ việc trao đổi lưu lượng thông tin giữa hệ thống thiết bị Internet của các đơn vị , doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet trong nước với Internet quốc tế .

Dịch vụ kết nối Internet trong nước phục vụ việc trao đổi lưu lượng thông tin giữa các hệ thống thiết bị Internet của các đơn vị , doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet trong nước với nhau

Tên miền (Domain name) là định danh Website trên Internet. Tên miền thường gắn kèm với tên công ty , tên doanh nghiệp và thương hiệu của doanh nghiệp . Tên miền là duy nhất và được cấp phát cho chủ thể đăng ký trước . Tên miền có hai dạng :

- + Tên miền quốc tế dạng : www.tenongty.com (.net ;.biz ;.org...)
- + Tên miền quốc gia dạng : www.tencongty.com.vn(hoặc .net.vn; .biz.vn ...)

1.2 . Đặc điểm sẽ sản phẩm dịch vụ Internet

a. Những giá trị sử dụng của dịch vụ Internet

- Trao đổi thông tin : gửi, nhận thư điện tử (Email)
 - Tra cứu thông tin : dịch vụ WWW (World Wide Web)
 - Truyền dữ liệu : dịch vụ FTP (File Transfer Protocol)
 - Quảng cáo thông tin trên Internet : Dịch vụ thiết kế Web
-

- Internet cung cấp cho người dùng phương tiện truyền tin nhanh, chính xác, chi phí thấp

b. Những sản phẩm và dịch vụ trong lĩnh vực Internet

- + Internet thuê bao
- + Internet Card
- + Gọi 1280
- + Internet Phone
- + Internet băng thông rộng – ADSL Megahome, MegaNet, MegaBiz
- + Kênh thuê riêng
- + Thư điện tử dùng riêng – Mail relay
- + Thư điện tử ảo – Virtual mail
- + Đăng ký tên miền
- + Thiết kế Web
- + Giải pháp điện tử
- + Lưu trữ Web
- + Thuê chỗ đặt máy
- + Máy chủ dùng riêng
- + Bảo trì và cập nhật Website
- + Quảng cáo Internet

c. Những đặc trưng

Dịch vụ thư tin điện tử : Khách hàng có thể nhận, gửi thư điện tử trên quy mô toàn cầu. Khi sử dụng dịch vụ cung cấp Internet của Công ty FPT với đường truyền băng thông rộng ADSL thì mỗi khách hàng sẽ có một hộp thư trên máy chủ của FPT với dung lượng không quá 20 MB

Dịch vụ Mail relay : khách hàng được cung cấp 1 Email domain name, số lượng địa chỉ email không hạn chế, hộp thư giao dịch nằm trên máy chủ của khách hàng. Đảm bảo tính bảo mật và an toàn thông tin, và định kỳ máy chủ của khách hàng được kết nối với máy chủ của FPT để thực hiện truyền tải thồn thư.

Dịch vụ Virtual mail : khách hàng được cung cấp một email domain name, một số lượng địa chỉ email nhất định, hộp thư giao dịch nằm trên máy chủ của FPT, Với dịch vụ này thì thư được gửi nhanh và đảm bảo tính bảo mật.

Dịch vụ kết nối Internet qua đườn leased line : khách hàng được sử dụng Internet 24/ 24 qua đường truyền riêng với mọi dịch vụ hiện tại của Việt Nam

Dịch vụ truy nhập các cơ sở dữ liệu World Wide Web : Người sử dụng có thể tìm kiếm thông tin dưới các dạng ngôn ngữ văn bản , hình ảnh , đồ họa ...v..v . Người sử dụng sẽ dễ dàng truy cập các trang Web khác nhau trên toàn thế giới .

Truyền dữ liệu : Người sử dụng có thể download (lấy về) các dữ liệu cần thiết như các phần mềm , trò chơi , sách ... hoặc đưa các dữ liệu lên mạng (upload) với mục đích chia sẻ thông tin .

Cho thuê chỗ trên máy chủ : Người sử dụng có thể thuê một khoảng trên máy chủ để lưu trữ thông tin của mình với mục đích quảng cáo.

Dịch vụ tạo tên miền : khách hàng có địa chỉ riêng trên Internet

Thiết kế Web : thiết kế các website trên Internet nhằm mục đích quảng cáo sản phẩm , giới thiệu thông tin về tổ chức, cá nhân...

Báo điện tử : Xuất bản thông tin trên Internet trên site có địa chỉ www.vnexpress.net . Thông tin trên báo được cập nhật 24/24 và trở thành một báo điện tử có danh tiếng ở Việt Nam

1.5. 2. Đặc điểm về thị trường cung cấp dịch vụ Internet

Thị trường cung cấp dịch vụ Internet của Công ty FPT chủ yếu là thị trường trong nước . Hiện nay trong nước ngoài Công ty FPT còn có 6 Công ty khác cùng cung cấp dịch vụ Internet đó là : VNPT, Saigon Postel, Viettel, Hanoi Telecom, Viễn thông hàng hải , Viễn thông điện lực. Do vậy sự cạnh tranh của các công ty rất cao . Để có thể cạnh tranh mạnh với các công ty khác thì Công ty FPT đã chia thị trường trong nước thành các đối tượng khác hàng nhỏ khác nhau, đó là :

- + Thị trường các cá nhân đại lý
- + Thị trường các doanh nghiệp
- + Thị trường các cơ quan nhà nước .

Đối với từng đối tượng khác nhau thì có những chính sách về dịch vụ cung cấp có sự nổi trội khác nhau để đáp ứng yêu cầu của khách hàng .

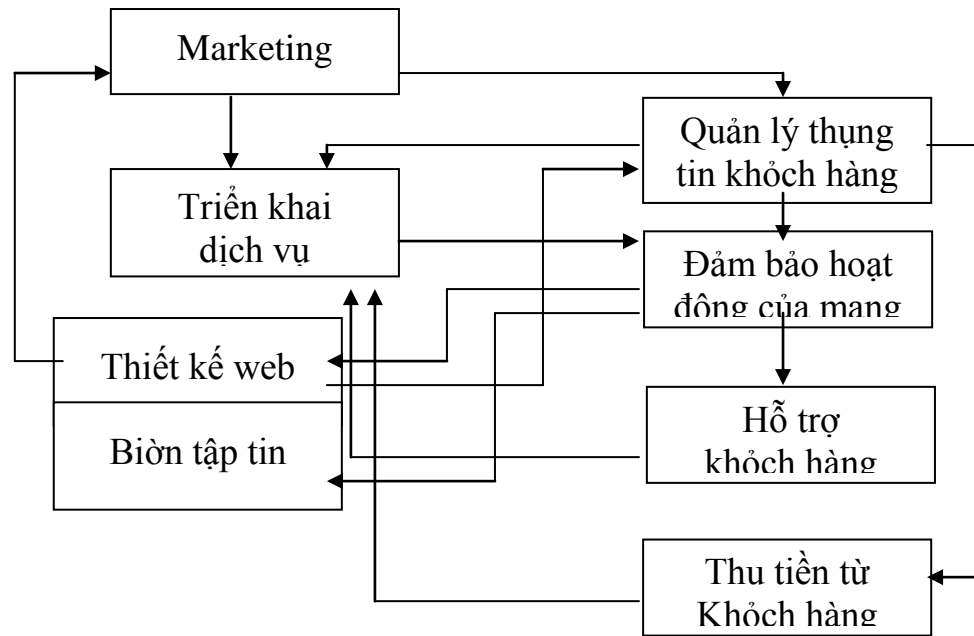
Doanh thu từ hoạt động cung cấp dịch vụ Internet chiếm 4,6 % trong tổng doanh thu từ lĩnh vực hoạt động kinh doanh tin học . Tỷ lệ này còn thấp so với tổng doanh thu trong lĩnh vực tin học . Nhưng so với trên thị trường thì

trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ Internet thì Công ty FPT liên tục tăng trưởng và trở thành doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet hàng đầu tại Việt Nam với 600 000 thuê bao Internet trong đó có 20 000 thuê bao Internet băng thông rộng và vài trăm khách hàng sử dụng kênh thuê bao riêng , chiếm 30% thị phần Internet Việt Nam.

Ngoài ra Công ty FPT cũng là nhà cung cấp thông tin trên mạng Internet được công nhận tại Việt Nam . Hệ thống báo điện tử VnExpress.net và các trang thông tin Ngoisao.net , Dandung.net , Sohoa.net đã trở thành top 10 Website có số lượng người truy nhập đông nhất Việt Nam , trong đó VnExpress đang tiến gần đến top 500 Website có số lượng người truy nhập lớn nhất trên toàn thế giới (theo thống kê của Alexa) .

1.6. 3. Đặc điểm quá trình cung cấp dịch vụ Internet

Lưu đồ cốt lõi trình cung cấp dịch vụ Internet



Qua sơ đồ trên ta thấy quá trình cung cấp dịch vụ Internet bao gồm 8 quy trình khép kín . Trong đó quy trình triển khai dịch vụ và bảo đảm hoạt động của mạng đóng vai trò quan trọng , để nâng cao được uy tín cung cấp dịch vụ

và thu hút được khách hàng thì rất cần thiết các hoạt động này phải đạt hiệu quả.

Mục tiêu của từng quy trình trong quá trình cung cấp dịch vụ Internet:

- Hoạt động Marketing : nghiên cứu , tạo hình ảnh tốt nhất của FPT Internet nhằm mở rộng thị phần khách hàng sử dụng dịch vụ Internet. Giới thiệu dịch vụ , thuyết phục khách hàng để ký hợp đồng sử dụng dịch vụ của FPT Internet .

- Quản lý thông tin khách hàng : Quản lý và kiểm soát thông tin về khách hàng .

- Triển khai dịch vụ : Cài đặt Internet và hướng dẫn khách hàng sử dụng Internet .

- Đảm bảo hoạt động mạng :

- + Thực hiện việc đảm bảo cung cấp đầy đủ và an toàn những dịch vụ mạng như đã thỏa thuận với khách hàng .

- + Vận hành tốt hệ thống máy chủ 24/ 24 (Web server, Mail Sever , FTP Sever , database Sever, Remote Access Sever , Modem)

- + Đảm bảo về chất lượng truy cập và chất lượng dịch vụ Internet hỗ trợ cho khách hàng

- + Đảm bảo tính riêng tư và bảo mật cho khách hàng (Email, mật khẩu , thông tin cá nhân)

- + Đảm bảo việc trao đổi thông tin nội bộ thông suốt

- Hỗ trợ khách hàng : Đảm bảo chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng , giải quyết các sự cố kỹ thuật trong quá trình sử dụng dịch vụ.

- Thu tiền từ khách hàng : Thu tiền đầy đủ , chính xác cước phí và các khoản thu có liên quan do khách hàng sử dụng dịch vụ mang lại .

1.7. 4. Đặc điểm về lao động

Là nơi hội tụ , đồng thời là cái nôi phát triển của nhiều chuyên gia cao cấp hàng đầu thế giới , trong suốt nhiều năm qua FPT luôn được đánh giá là Công ty có đội ngũ chuyên gia đông đảo và chuyên nghiệp nhất Việt Nam. Tập trung được đội ngũ đông đảo gần 4000 nhân viên năng động và trẻ trung được đào tạo chuyên nghiệp và bài bản ở các trường đại học danh tiếng trong và ngoài nước (Anh , Pháp , Mỹ , Đức , Úc,...) và tiếp tục đào tạo và nâng cấp thường xuyên về công nghệ và giải pháp cùng với kinh nghiệm tích lũy

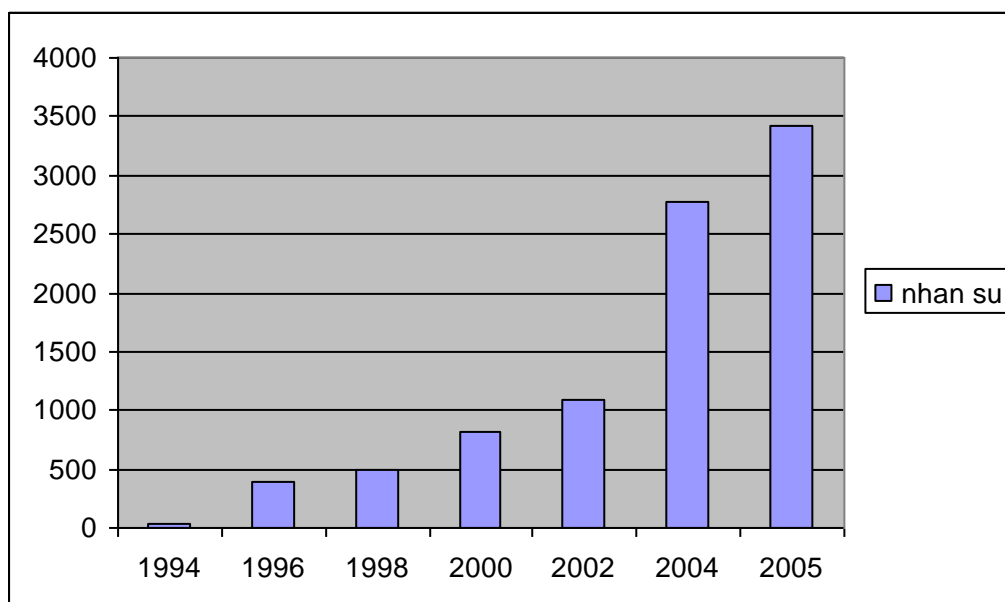
qua hàng trăm các dự án công nghệ phức tạp , quy mô lớn được triển khai hàng năm . Công ty luôn nhận được sự tín nhiệm của các khách hàng lớn ở Việt Nam và các nước trong khu vực .

4.1. Tăng Trưởng Nhân Sự

Đơn vị : Người

Năm	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2005
FPT	40	393	499	825	1083	2780	3426

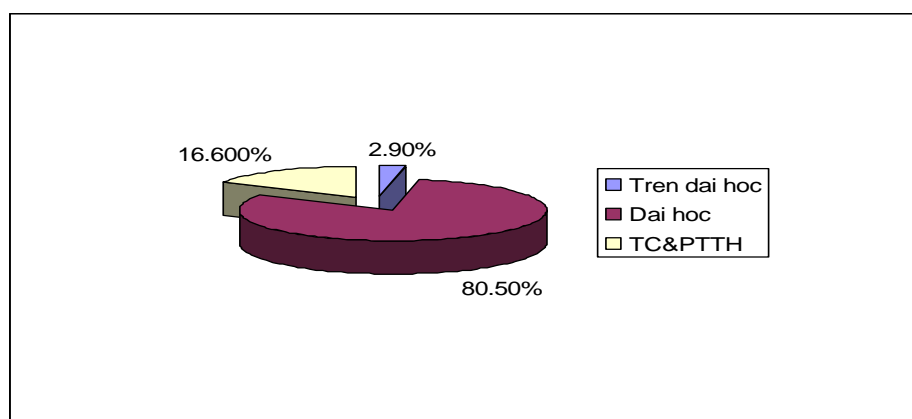
Nguồn : Báo cáo nhân sự hàng năm



Biểu đồ thay đổi nhân sự của FPT

4.2. Trình Độ Học Vấn Và Cơ Cấu Nghiệp Vụ

Các nhân viên FPT có trình độ học thức cao. Số nhân viên có trình độ học vấn trên đại học là 101 người (chiếm 2,9%) số người có trình độ đại học là 2761 người (chiếm 80,5%)



Số lượng cán bộ quản lý là 360 người (chiếm 10,5 %) .cán bộ kinh doanh là 689 người (chiếm 20,1 %) , cán bộ kỹ thuật là 1035 người (chiếm 30,2 %).Đội ngũ phần mềm là 1097 người (chiếm 32.0 %) . Đội ngũ chức năng là 245 người (chiếm7,1%)

Về chuyên gia kỹ thuật và lập trình để thực hiện cung cấp dịch vụ Internet , hiện nay có 628 nhân viên kỹ thuật , 41 chuyên gia phần mềm , cán bộ kinh doanh gồm có 321 người . Với độ tuổi trung bình là 26 tuổi trong đó trình độ trên đại học có 7 người (chiếm 0,88%) và trình độ đại học là 495 người (chiếm 39,45 %) và 743 người có trình độ dưới đại học (chiếm 59,67 %) . Với công việc cung cấp dịch vụ Internet thì trình độ này còn thấp , đây có thể là một nguyên nhân dẫn đến chất lượng cung cấp dịch vụ của Công ty còn hạn chế .

Nhưng với đội ngũ cán bộ kinh doanh trẻ và có năng lực thì đây là một lợi thế để mở rộng kinh doanh trong tương lai .

1.8. 5. Đặc điểm về tài chính

5.1 Tài Sản – Nguồn Vốn

Công ty FPT được thành lập từ năm 1988, với số vốn đăng ký kinh doanh 11,982 tỷ đồng . Hiện nay số vốn kinh doanh của Công ty là 288.5 tỷ đồng.

(đơn vị : tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2003	Năm 2004	Năm 2005
Tài sản lưu động	509.8	917.1	1,476.6
Tài sản cố định	40.5	62.0	88.5
Tổng tài sản	550.4	919.2	1,565.1

Nợ ngắn hạn	419.1	716.7	1,060.2
Nợ dài hạn	94.5	84.5	162.6
Tổng nợ	517.3	806.7	1,233.8
Vốn kinh doanh	30.0	150.0	288.5

Nguồn ; Báo cáo tài chính

Tổng tài sản của Công ty Cổ phần Phát triển Đầu tư Công nghệ FPT tăng khá mạnh qua các năm, đặc biệt là từ năm 2004 đến năm 2005 , tổng tài sản của FPT tăng từ 919.2 tỷ lên tới 1,565.1 tỷ , tăng 70%. Đây là nỗ lực của công ty với mục đích hỗ trợ tốt nhất , bảo đảm cho hoạt động kinh doanh.

Vốn kinh doanh của Công ty FPT tăng mạnh qua các năm nhưng đặc biệt là năm 2003 đến năm 2004, Vốn kinh doanh từ 30.0 ty lên đến 150 tỷ và đến năm 2005 thì số vốn kinh doanh của công ty đạt 288.5 tỷ. Trong đó bao gồm vốn của Nhà nước cấp , được cụ thể theo bảng sau:

Đơn vị : tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2003	Năm 2004	Năm 2005
Nguồn vốn kinh doanh	30.0	150.0	288.5
+ Vốn Nhà Nước	15.3	15.3	46.2
+ Vốn tự có	14.7	135.7	242.3

Nguồn : Báo cáo tình hình huy động vốn

Để đảm bảo nguồn vốn cho các hoạt động kinh doanh , Công ty FPT còn áp dụng cơ chế tài chính linh hoạt . Công ty ngoài sử dụng vốn vay Ngân hàng còn tìm mọi biện pháp để huy động tín dụng từ các đối tác nước ngoài với tinh thần hợp tác đôi bên cùng có lợi.

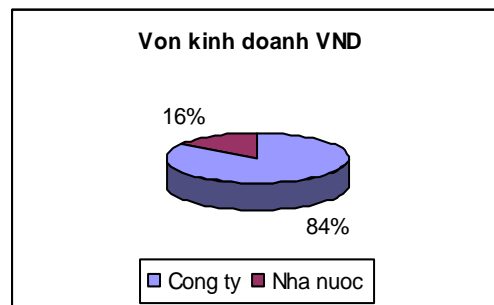
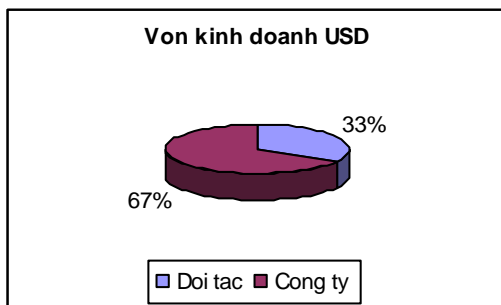
Công ty còn có khả năng huy động vốn tín dụng của của các hãng HP,IBM, 3COM, NOVEL, APC,CISCO, MICROSOFT, ORACLE, ESRI với số vốn có thể huy động là 9,020,000 USD .Và để đảm bảo nguồn vốn cho các hoạt động kinh doanh , Công ty FPT còn áp dụng cơ chế tài chính linh hoạt . Công ty ngoài sử dụng vốn vay Ngân hàng còn tìm mọi biện pháp để huy động tín dụng từ các đối tác nước ngoài với tinh thần hợp tác đôi bên cùng có lợi .

1- Hạn mức tín dụng ngân hàng	
Ngân hàng ngoại thương Việt Nam (VCB)	20 triệu USD
Ngân hàng đầu tư và phát triển (BIDV)	28 triệu USD
Ngân hàng Nông nghiệp (VBARD)	20 triệu USD
Ngân hàng Công thương (ICB)	6 triệu USD

2- Nguồn vốn tín dụng từ nhà cung cấp	Giá trị (USD)
Vốn tín dụng của HP	3,700,000
Vốn tín dụng của IBM	3,000,000
Vốn tín dụng của 3COM	50,000
Vốn tín dụng của NOVEL	500,000
Vốn tín dụng của APC	400,000
Vốn tín dụng của CISCO	750,000
Vốn tín dụng của MICROSOFT	120,000
Vốn tín dụng của ORACLE	100,000

Vốn tín dụng của ESRI	400,000
-----------------------	---------

Nguồn : Báo cáo tài chính



5.2 Tình Hình Tài Chính Của Công Ty

Tình hình tài chính của Công ty được thể hiện qua bảng cân đối kế toán hàng năm của Công ty tại thời điểm 31/12 hàng năm:

Đơn vị : 1,000,000đồng

Chỉ Tiêu	2003	2004	2005
Tài sản	550.408	979.232	1.583.705
A. Tài sản lưu động và ĐT ngắn hạn	509.891	917.139	1.495.173
I. Tiền mặt	102.746	79.956	372.681
II. Đầu tư ngắn hạn			
III. Các khoản phải thu	275.854	619.655	756.304
IV. Hàng tồn kho	124.333	206.909	355.824
V. Tài sản lưu động khác	6.956	10.618	10.363
B. Tài sản cố định và ĐT dài hạn	40.516	62.093	88.532
I. Tài sản cố định	36.650	55.806	74.636
II. Đầu tư tài chính dài hạn	3.790	3.905	5.464
III. Xây dựng cơ bản dở dang	75	75	2.762
Nguồn vốn	550.408	979.232	1.583.705
A. Nợ phải trả	517.349	806.761	1.271.656
I. Nợ ngắn hạn	419.101	716.760	1.098.058
II. Nợ dài hạn	94.562	84.531	162.668
III. Nợ khác	3.685	5.469	10.930

B. Nguồn vốn chủ sở hữu	33.058	172.470	312.048
I. Nguồn vốn – quỹ	31.254	169.699	297.439
II. Nguồn kinh phí	1.804	2.771	14.608

Nguồn : Báo cáo tài chính

Qua bảng cân đối kế toán tóm tắt của Công ty ta thấy được những đặc điểm nổi bật về tình hình tài chính của Công ty như sau:

+ Về tài sản : giá trị tài sản của công ty tăng mạnh qua hàng năm . Năm 2003 là 550.408 triệu đồng đến năm 2004 đạt 979.232 triệu đồng (tăng 77,9%) và đến năm 2005 đạt 1.583.705 triệu đồng (tăng 61,7%). Tài sản tăng là do công ty đã dành một phần lớn lợi nhuận để tái sản xuất mở rộng và xây dựng cơ bản. Công ty đã không ngừng mở rộng quy mô sản xuất .

+ Về nguồn vốn : nguồn vốn của công ty không ngừng tăng nhanh . Nguyên nhân là do nguồn vốn chủ sở hữu không ngừng tăng mạnh , năm 2003 vốn chủ sở hữu đạt giá trị là 33.058 triệu đồng đến năm 2004 đạt 172.470 triệu đồng tăng gấp hơn 5 lần và đến năm 2005 đạt giá trị 312.408 triệu đồng tăng gấp gần 2 lần .Nguyên nhân là do vốn kinh doanh của công ty tăng nhanh và khả năng huy động vốn từ các nguồn tín dụng khác của công ty. Chứng tỏ một tiềm lực tài chính mạnh , thể hiện sự lớn mạnh của công ty .

5.3 Kết Quả Hoạt Động Kinh Doanh Của Doanh Nghiệp

Công ty FPT được đánh giá là một Công ty lớn mạnh nhất trong lĩnh vực Công nghệ thông tin ở Việt Nam . Để đạt được những kết quả đó là nhờ vào những đường lối kinh doanh hợp lý và mang lại hiệu quả cao , điều đó được thể hiện qua kết quả kinh doanh của Công ty qua hàng năm:

a.Lãi / Lỗ

Đơn vị :1.000.000 Đồng

Chỉ Tiêu	2003	2004	2005
Doanh thu thuần	1.514.960	4.148.297	8.734.780
Giá vốn hàng bán	1.361.251	3.890.027	8.196.631
Lợi nhuận gộp	135.708	258.269	538.149
Doanh thu hoạt động Tài chính	3.173	2.164	4.389
Chi phí Tài chính	3.843	32.639	28.325
Chi phí bán hàng	81.803	110.994	158.411

Chi phí quản lý doanh nghiệp	50.788	72.980	164.054
Lợi nhuận thuần từ hoạt động KD	21.116	43.819	191.747
Lợi nhuận khác	36	74.661	1.027
Tổng lợi tức trước thuế	17.979	43.894	192.775
Thuế thu nhập doanh nghiệp	5.753	14.046	53.871
Lợi nhuận sau thuế	12.225	29.848	138.904

Nguồn : Báo cáo tài chính

+ Doanh thu thuần của Công ty tăng nhanh qua từng năm . Năm 2003 doanh thu thuần đạt 1.514.960 triệu đồng thì đến năm 2004 đạt 4.148.297 triệu đồng (tăng 173,8%) và năm 2005 đạt 8.734.780 triệu đồng (tăng 110,5%) . Doanh thu thuần tăng là do Công ty luôn đầu tư mở rộng mạng lưới tiêu thụ với những mặt hàng có giá phù hợp với những người có thu nhập thấp cũng như những người có thu nhập cao. Đặc biệt công ty còn tham gia đầu tư vào những lĩnh vực mới như truyền hình, và do doanh thu từ các hoạt động cung cấp dịch vụ mang lại .

+ Lợi nhuận của công ty năm 2003 là 12.225 triệu đồng đến năm 2004 là 29.848 triệu đồng tăng gấp 1,4 lần và đến năm 2005 đạt 138.904 triệu đồng tăng gấp hơn 3 lần so với năm 2004. nguyên nhân là do lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh tăng mạnh trong khi đó các chi phí khác có tăng nhưng không đáng kể.

Trong đó đóng góp của kết quả kinh doanh cung cấp dịch vụ Internet được thể hiện qua báo cáo kết quả kinh doanh tin học :

Đơn vị : 1.000.000.000VND

Lĩnh vực tin học	Năm 2003	Năm 2004	Năm 2005
I. Doanh Thu Thuần			
1. Hàng hóa tin học	1183,8	2395,1	4098,4
2. Phần mềm	40,9	64,3	122,6
3. Dịch vụ tin học	35,7	64,1	94,7
4. Dịch vụ Internet	66,2	106,4	186,8
Tổng	1326,6	2629,9	4052,5
II. Giá Vốn			
1. Hàng hóa tin học	1124,7	2286,4	3919,6
2. Phần mềm	10,1	22,4	33,6
3. Dịch vụ tin học	14,2	33,7	29,0
4. Dịch vụ Internet	42,4	69,2	98,8

Tổng	1191,4	2411,7	4081,0
III. Lãi Gộp			
1. Hàng hóa tin học	59,1	108,7	178,8
2. Phần mềm	30,7	41,8	89,0
3. Dịch vụ tin học	21,5	30,3	65,6
4. Dịch vụ Internet	23,8	37,1	87,9
Tổng	135,1	217,9	421,3
IV. Chi Phí Kinh Doanh Tin Học	120,6	181,4	271,9
V. Lợi Tức Trước Thuế Tin Học	14,5	36,5	149,4

Nguồn : Báo cáo tài chính

Ta thấy doanh thu thuần của dịch vụ Internet mạnh qua từng năm , năm 2004 tăng 60,6% (106,4 tỷ đồng) so với với năm 2003 (là 66,2 tỷ đồng) và tới năm 2005 thì tăng 75,5% so với năm 2004. Do đó nó đã chiếm 5,5% trong tổng doanh thu thuần tin học vào năm 2003 và chiếm 4,0 % năm 2004 và năm 2005 là 4,6% . Nguyên nhân giảm tỷ lệ đóng góp trong doanh thu không phải do giảm doanh thu thuần dịch vụ Internet mà do có sự tăng mạnh của hàng hóa tin học.

b. Một Số Chỉ Tiêu Đánh Giá Khái Quát Thực Trạng Tài Chính Và Kết Quả Kinh Doanh Nghiệp

Chỉ Tiêu	Đơn vị	2003	2004	2005
I. Bố trí cơ cấu tài sản & cơ cấu nguồn vốn				
1. Bố trí cơ cấu tài sản				
Tài sản cố định / Tổng số tài sản	%	7,36	6,34	5,59
Tài sản lưu động / Tổng số tài sản	%	92,64	93,66	94,41
2. Bố trí cơ cấu nguồn vốn				
Nợ phải trả / Tổng nguồn vốn	%	93,99	82,39	80,30
Nguồn vốn chủ sở hữu / Tổng nguồn vốn	%	3,01	17,61	19,70
II. Khả năng thanh toán				
1. Khả năng thanh toán hiện hành	Lần	1,06	1,21	1,25
2. Khả năng thanh toán nợ ngắn hạn	Lần	1,22	1,28	1,36
3. Khả năng thanh toán nhanh	Lần	0,25	0,11	0,34

III. Tỷ suất sinh lời				
1. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu				
Tỷ suất lợi nhuận KD / Doanh thu thuần	%	1,39	1,06	2,19
Tỷ suất lợi nhuận trước thuế / Thu nhập	%	1,19	0,96	2,06
2. Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản				
Tỷ suất lợi nhuận trước thuế / Tổng tài sản	%	3,26	4,48	12,17
3. Tỷ suất lợi nhuận trước thuế / Nguồn vốn chủ sở hữu	%	54,39	25,45	61,78

+ Khả năng thanh toán nợ ngắn hạn của công ty tăng qua từng năm trong khi đó lượng tiền mặt trong Công ty không ngừng tăng lên và các khoản nợ ngắn hạn cũng tăng đồng thời chứng tỏ tình hình tài chính của Công ty ổn định .

+ Khả năng thanh toán hiện hành tăng đều theo từng năm chứng tỏ khả năng thanh toán hiện hành của Công ty cao, nguyên nhân là do tài sản của Công ty tăng nhanh hơn số nợ của công ty phải trả.

+ Khả năng thanh toán nhanh của Công ty thấp , tuy có tăng qua từng năm nhưng lượng tăng không đáng kể .Nguyên nhân là do lượng tiền mặt trong Công ty luôn nhỏ hơn nợ ngắn hạn và không có khoản đầu tư ngắn hạn nào . Mặt khác lượng tiền mặt tăng nhưng tốc độ tăng không nhanh bằng tốc độ tăng của nợ ngắn hạn . do đặc tính kinh doanh của Công ty cho nên lượng tiền mặt của công ty chỉ được thu hồi sau khi đã thực hiện xong các dự án thầu lớn.

c. Tình Hình Thực Hiện Nghĩa Vụ Với Nhà Nước

Tình hình tài chính của Công ty còn được thể hiện thông qua việc thực hiện nghĩa vụ của Công ty với Nhà nước. Trong 15 năm phát triển và trưởng thành , Công ty FPT luôn nghiêm túc thực hiện nghĩa vụ của mình với nhà nước . Công ty không ngừng nâng cao mức đóng góp của công ty đối với Chính phủ và Xã hội các khoản thuế đều nộp đầy đủ và kịp thời.

Đơn vị : 1.000.000đồng

Chỉ Tiêu	2003	2004	2005
1. Thuế GTGT hàng nội địa	5.948	225.662	9.350

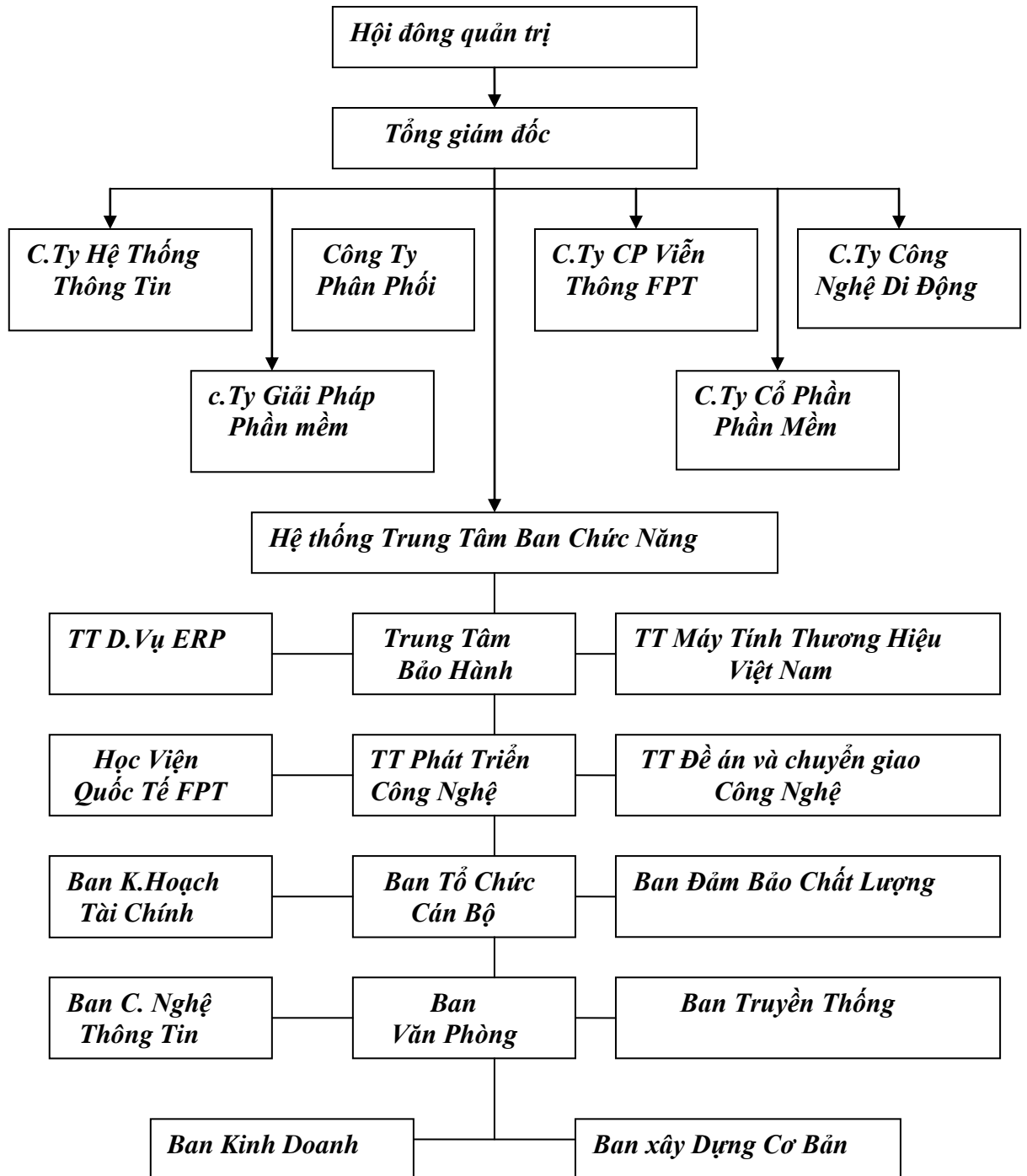
2.Thuế GTGT hàng nhập khẩu	43.460	110.967	226.588
3.Thuế xuất , nhập khẩu	84.191	174.999	280.464
4.Thuế thu nhập doanh nghiệp	5.328	16.038	5.649
5. Tiền thuê đất	119	119	119
6.Các loại thuế khác	275	276	1.764
7.Các khoản phải nộp khác	0	0	0,442
Tổng Cộng	139.453	528.075	523.937

1.9. 6. Đặc điểm về cơ chế bộ máy quản lý.

6.1. Cơ cấu tổ chức

Để phù hợp với quy mô ngày càng lớn mạnh và sự phát triển vượt bậc của mình , FPT được tổ chức theo hướng năng động về kinh doanh , chuyên môn hóa về công nghệ , giải pháp, dịch vụ

Năm 2003 được đánh dấu là một mốc chuyển mình mới , có tính quyết định tới tính phát triển của Công ty FPT , khi FPT bắt đầu thực hiện mô hình quản lý và kinh doanh theo hướng tập đoàn kinh tế



6.2. đặc điểm về cơ chế và bộ máy quản lý

Các bộ phận của Công ty bao gồm:

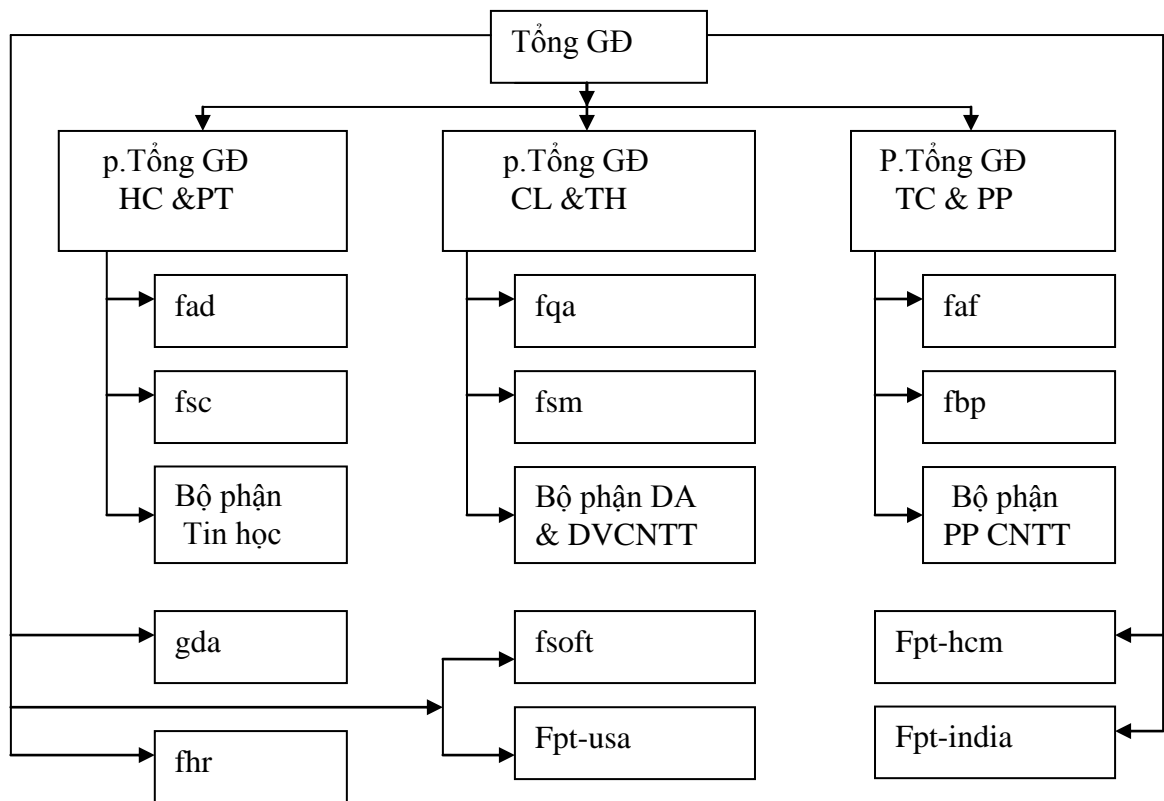
+ Các bộ phận hỗ trợ : thực hiện các công việc của quá trình hỗ trợ của Công ty , các bộ phận hỗ trợ của Công ty được tổ chức theo mô hình phòng , ban , tổ , chức năng .

+ Các bộ phận sản xuất kinh doanh : thực hiện các công việc của quá trình sản xuất kinh doanh của Công ty. Các bộ phận sản xuất kinh doanh của Công ty có thể được tổ chức dưới hình thức hạch toán độc lập , hạch toán phụ thuộc, hạch toán báo số hoặc hình thức khác .

+ Các bộ phận nghiên cứu và phát triển : thực hiện các công việc của quá trình nghiên cứu và phát triển trong các lĩnh vực khoa học công nghệ của Công ty . Các bộ phận nghiên cứu và phát triển của công ty có thể được tổ chức theo mô hình các viện , các trường hoặc các trung tâm .

Ngoài ra các phòng đại diện của Công ty thực hiện chức năng đại diện cho công ty tại các địa phương trong và ngoài nước .Các chi nhánh của công ty thực hiện một phần hoặc toàn bộ chức năng của Công ty tại các địa phương trong và ngoài nước.

Bộ máy quản lý của Công ty thể hiện trong sơ đồ sau:



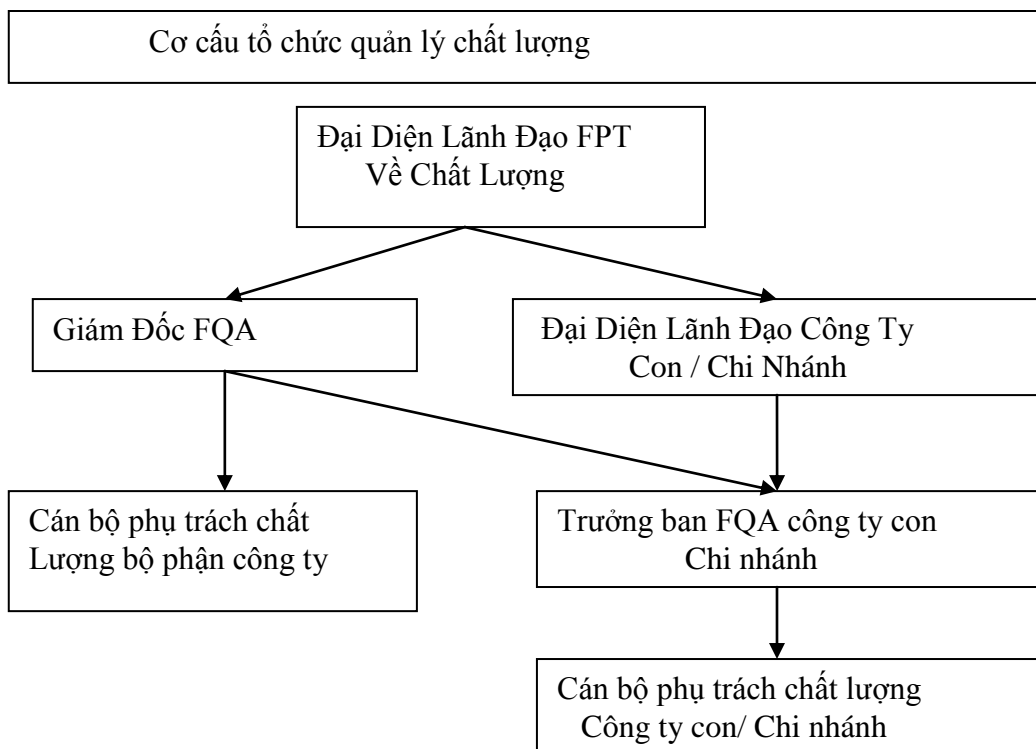
Chú thích viết tắt các phòng ban :

+ HC & PT : Hành chính và các bộ phận phi tin học

+ CL&TH:Chất lượng và các bộ phận dự án và dịch vụ công nghệ thông tin

+ TC &PP : Tài chính và các bộ phận phân phối công nghệ thông tin

- + FAD : Văn phòng Công ty FPT
- + FSC : Tổ thư ký
- + FQA : Trung tâm bảo đảm chất lượng FPT
- + FSM : Trung tâm bảo hành
- + FAF : Phòng tài chính kế toán
- + FBP : Phòng kế hoạch kinh doanh
- + GDA : Trợ lý Tổng Giám Đốc
- + GHR : Phòng nhân sự
- + FSOFT : Trung tâm xuất khẩu phần mềm FPT
- + FPT- USA : Văn phòng đại diện FPT tại Mỹ
- + FPT –HCM : Công ty FPT chi nhánh Hồ Chí Minh
- + FPT- INDIA : Công ty FPT chi nhánh ấn Độ



Nguồn : Sổ tay chất lượng Công ty FPT

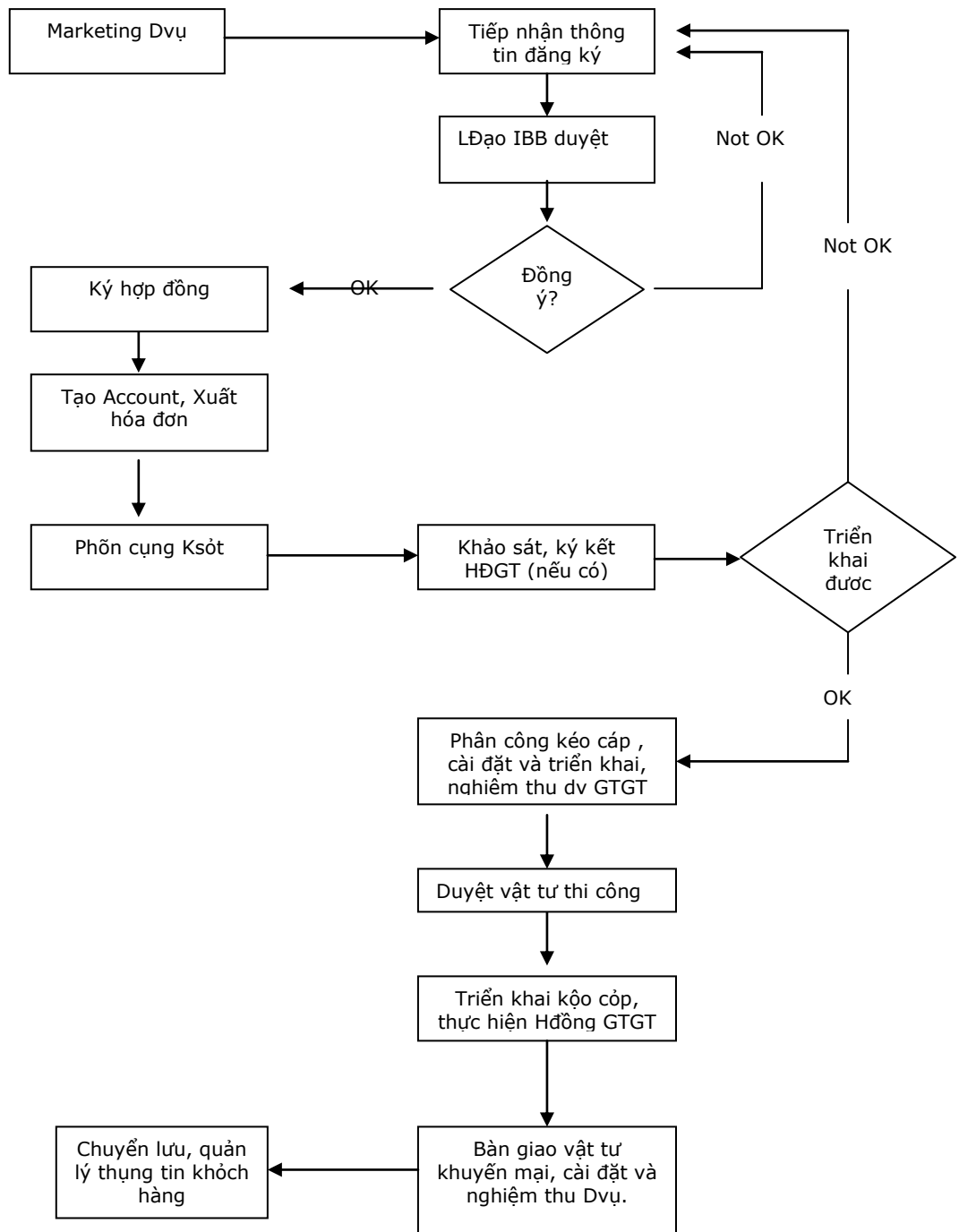
Qua hai sơ đồ trên ta thấy bộ máy quản lý và quản lý chất lượng của Công ty được triển khai theo kiểu trực tuyến . Người đứng đầu bộ máy quản lý của Công ty là Tổng giám đốc do hội đồng Quản trị quyết định bầu ra nhưng người đứng đầu bộ phận quản lý chất lượng của Công ty là đại diện lãnh đạo FPT về chất lượng do Tổng giám đốc chỉ định chịu trách nhiệm trước Tổng giám đốc về các vấn đề chất lượng của Công ty .

Bộ máy này tăng cường trách nhiệm của mọi người và tránh tình trạng người thừa hành phải nhận nhiều mệnh lệnh từ nhiều người khác nhau từ đó tạo điều kiện để nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ . Nhưng bộ máy này không thu hút được nhiều chuyên gia giỏi và có nhiều hạn chế như các quyết định là mệnh lệnh từ trên xuống , thông tin chỉ có tính một chiều do đó ban lãnh đạo không hiểu được tâm tư nguyện vọng và những phản ánh của cấp dưới , điều này sẽ gây ra sự khó chịu , chán nản và bất mãn của cấp dưới từ đó ảnh hưởng đến quá trình cung cấp dịch vụ và sản phẩm.

III. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG CUNG CẤP DỊCH VỤ INTERNET TRONG NHỮNG NĂM QUA

1.10. 1.Những tiêu chuẩn cung cấp dịch vụ Internet và đánh giá chất lượng cung cấp dịch vụ

1.1 Quá trình và chỉ tiêu đánh giá chất lượng cung cấp dịch vụ ADSL



<i>Hoạt động</i>	<i>Thung số</i>	<i>Mục tả</i>	<i>Yêu cầu</i>
1. Tiếp thị và đăng ký dịch vụ	Đầu vào	Thông tin về khách hàng, thị trường Thung tin từ hệ thống bảo cáo nội bộ	Chính xác và được tổng hợp
	Đầu ra	Hợp đồng Báo cáo định kỳ về khách hàng đó hoặc chưa ký hợp đồng	Hợp đồng được ký Hỗ trợ kinh doanh
	Điều kiện thực hiện	Cọc nguồn lực cần thiết	Đầy đủ
	Chỉ tiêu đánh giá	Tỷ lệ khách hàng ký hợp đồng/ kế hoạch	≥85%
	Quả trõnh liờn quan	Quản lý thung tin khách hàng Thu tiền từ khách hàng	+ Hồ sơ hợp đồng, BB nghiệm thu, BB khảo sát, phiếu đăng ký. + Hóa đơn
2. Khảo sát và triển khai dịch vụ	Đầu vào	Hợp đồng được ký, Phớ cài đặt thu đầy đủ.	Đầy đủ, chính xác
	Đầu ra	Biên bản nghiệm thu được ký	Đầy đủ, chính xác
	Điều kiện thực hiện	Đảm bảo cơ sở hạ tầng mạng, vật tư, dụng cụ thi công, bảo hộ lao động Điều kiện về thiết bị của khách hàng đó sẵn sàng	01.9-HD/IN/HDCV/FPT

Hoạt động	Thụng số	Mụ tả	Yờu cầu
	Chỉ tiêu đánh giá	<ul style="list-style-type: none"> ● Tỷ lệ khảo sát đúng hạn/ tổng số khách hàng. <i>(Tinh từ thời điểm INF tiếp nhận hồ sơ khách hàng phải có kết quả khảo sát trong vũng 4 giờ đối với MegaBIZ, MegaOFFICE, và 24 giờ đối với cỏc dịch vụ ADSL khỏc).</i> ● Tỷ lệ triển khai đúng hạn/ tổng số khách hàng triển khai. <i>(Tỏnh từ ngày ký hợp ðồng là: + Trong vũng 7 ngày làm việc đối với các ðịnh vụ ADSL trừ MegaBIZ và MegaOFFICE. + Trong vũng 4 ngày làm việc đối với MegaBIZ và MegaOFFICE)</i> 	<p>≥95 %</p> <p>≥90 %</p>
	Quỏ trởnh liờn quan	<p>Marketing</p> <p>Quản lý thụng tin khỏch hàng</p> <p>Thu tiền từ khỏch hàng</p> <p>Đảm bảo hoạt ðộng của mạng</p>	<p>Hợp ðồng</p> <p>Account ADSL</p> <p>Hoá ðơn thu cước phí</p> <p>Yờu cầu đảm bảo mạng</p>

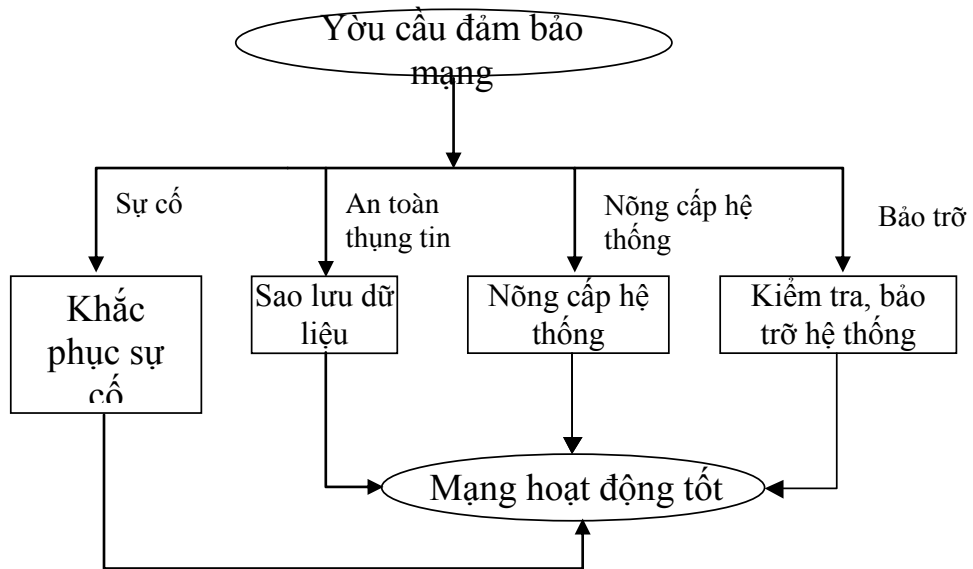
Ngũn : Sổ tay quy trình chất lượng

1.2. Chỉ tiêu đánh giá sản phẩm dịch vụ Internet

STT	Chỉ tiêu chất lượng	Đơn vị đo	Yêu cầu	Cách đo
01	Tỷ lệ thời gian mạng hoạt động tốt	%	≥ 95%	$D=1-Tf/Tr$ Trong đó : - Tf là thời gian mạng cú sự cố thuộc trách nhiệm của FPT - Tr là tổng thời gian hoạt động của mạng (tính theo tháng)
02	Thời gian mở dịch vụ	Giờ	02h	Khoảng thời gian tính từ lúc khách hàng yêu cầu mở dịch vụ cho đến khi yêu cầu này được đáp ứng
03	Thời gian hỗ trợ kỹ thuật	Giờ	02h	Khoảng thời gian tính từ lúc khách hàng yêu cầu hỗ trợ cho đến khi yêu cầu này được thỏa mãn (kỹ thuật cú mặt tại địa điểm của khách hàng để hỗ trợ trực tiếp)
04	Tỷ lệ hợp đồng Thiết kế web đúng tiến độ	%	≥ 90%	Số hợp đồng đúng tiến độ/ Tổng số hợp đồng trong tháng
05	Số độc giả	Số đếm	≥100.000	Tổng số mỗy tính truy cập tới từ bảo trong 1 tháng
06	Tỷ lệ khách hàng khiếu nại về cước phí	%	≤ 1%	Số trường hợp khiếu nại/ 100 khách hàng trong năm
07	Tỷ lệ khiếu nại của khách	%	≤ 2%	Số trường hợp khiếu nại/ 100 khách hàng trong năm
08	Thời gian giải quyết khiếu nại	giờ	<24h	Thời gian phản hồi khiếu nại của khách - Thời gian khách khiếu nại

Nguồn : Sổ tay quy trình chất lượng

1.3. Quy trình và chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động mạng Internet

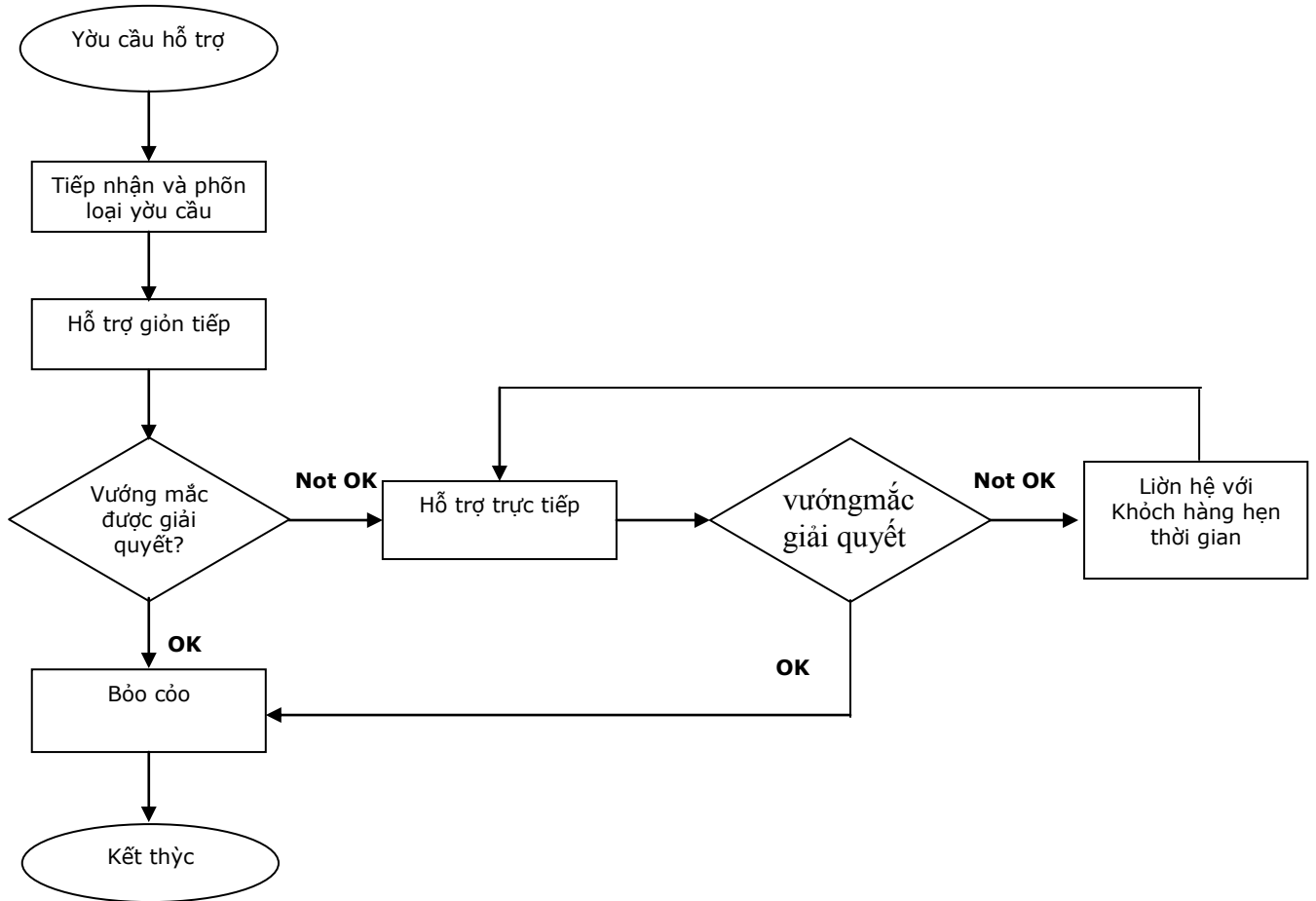


<i>Thụng số</i>	<i>Mũ tả</i>	<i>Yờu cầu</i>
Đầu vào	Yờu cầu đảm bảo mạng	Rừ ràng, đầy đủ, chóng xỏc
Đầu ra	Cỏc yờu cầu đảm bảo mạng được thực hiện	Mạng hoạt động tốt
Điờu kiện thực hiện	Trang thiết bị, mỏy mức, phần mềm liờn quan. Quản trị mạng đủ trỡnh độ	Tốt nhất cú thể với điờu kiện cõn đỏi giũa lợi nhuận và đầu tư. Cú kiến thức vững về những dịch vụ đang cung cấp, cú khả năng tiếp thu nhanh cụng nghệ mới
Chỉ tiờu đánh giỏ	Thời gian mạng hoạt động tốt Thời gian xử lý sự cố	$\geq 95\%$ $< 1h$
Quỏ trỡnh liờn	Triển khai dịch vụ	Yờu cầu đảm bảo hoạt động

<i>Thung số</i>	<i>Mục tả</i>	<i>Yêu cầu</i>
quan	Hỗ trợ khách hàng	mạng Yêu cầu đảm bảo hoạt động mạng

Nguồn : Sổ tay quy trình chất lượng

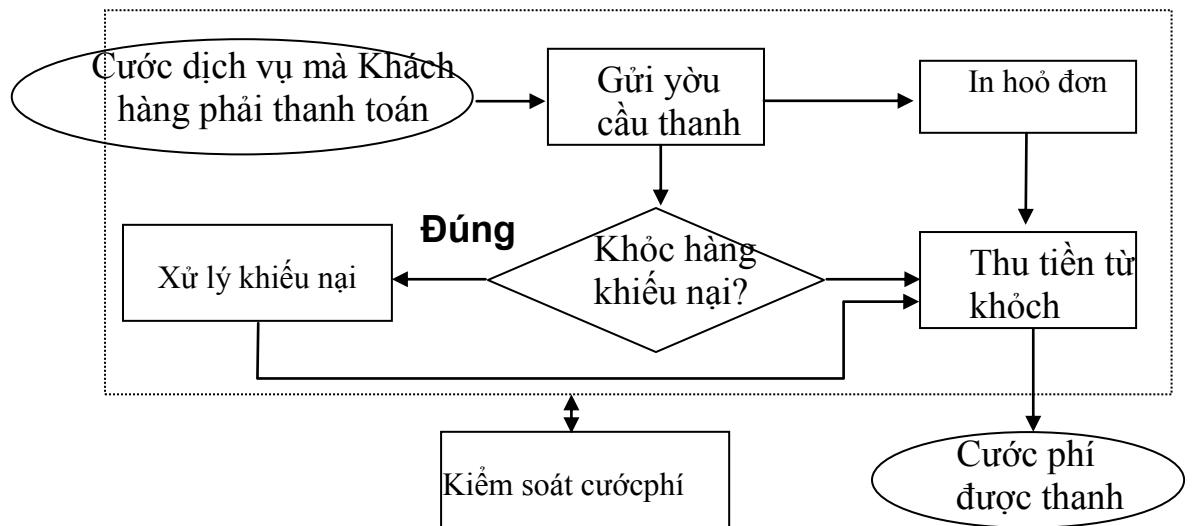
1.4. Quy trình và chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động hỗ trợ khách hàng



<i>Thung số</i>	<i>Mục tả</i>	<i>Yêu cầu</i>
Đầu vào	Yêu cầu hỗ trợ	Thung tin cập nhật rừ ràng, chính xác
Đầu ra	Bìa bản nghiệm thu sửa chữa, Báo cáo	Thông tin đầy đủ và chính xác
Điều kiện thực hiện	- Điện thoại - Hệ thống Inside - Máy đo đứt cáp - Đồng hồ VOM	Đầy đủ

<i>Thụng số</i>	<i>Mụ tả</i>	<i>Yờu cầu</i>
	- Thang tre - Modem test - Bảo hộ an toàn lao động (giày, mũ, dây bảo hiểm,...)	
Chỉ tiêu đánh giá	Tỉ lệ hỗ trợ kỹ thuật đúng hạn/ tổng khách hàng yờu cầu hỗ trợ <i>Hoàn tất hỗ trợ trong vũng 4 giờ đối với dịch vụ BDSL và Leased line, 24 giờ với MegaBIZ và MegaOffice) và 48 giờ đối với các dịch vụ khác.</i>	≥95%
Quỏ trởnh liờn quan	Triẻn khai dịch vụ Đảm bảo hoạt động của mạng	Bìờn bản nghiệm thu cài đặt Bìờn bản nghiệm thu bàn giao

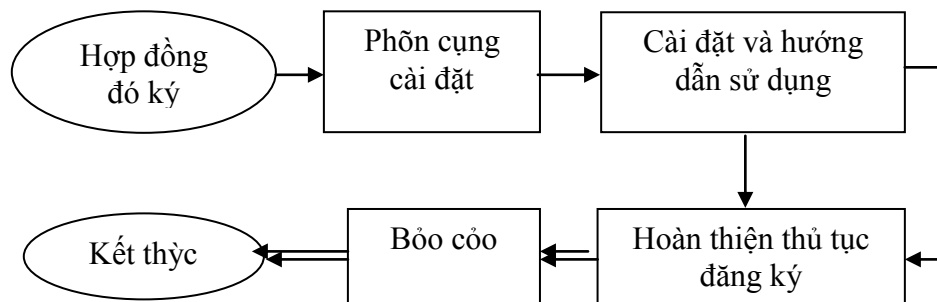
1.5. Quy trình và tiêu chuẩn chất lượng hoạt động thu tiền từ khách hàng



<i>Thụng số</i>	<i>Mụ tả</i>	<i>Yờu cầu</i>
Đầu vào	Cước dịch vụ mà khách hàng phải thanh toán	Cước phải chính xác

<i>Thụng số</i>	<i>Mụ tả</i>	<i>Yờu cầu</i>
Đầu ra	Khỏch hàng đó thanh toán cước phí	Thanh toán đầy đủ, đúng hạn
Điều kiện thực hiện	Cú thiết bị đầy đủ (mỏy tónh, mỏy in, mỏy đếm tiền, kộ đưng tiền) Nhõn viờn cú trỡnh độ nghiệp vụ về kờ toỏn tiền mặt, nghiệp vụ ngõn quỹ, ngoại tộ và tỷ giỏ thanh toán	
Chỉ tiêu đánh giỏ	Nợ quỏ hạn Xử lý khiếu nại của khỏch hàng (nếu cú)	< 10% tởng cước phải thu Phản hồi trong 24 tiếng Tỷ lệ khiếu nại <= 1%/ năm
Quỏ trởnh liờn quan	Triẻn khai Quản lý thụng tin khỏch hàng Tài chớnh	Hoỏ đơn phí hoà mạng Hoỏ đơn dịch vụ Chứng từ, bảng kờ sỏc & tiền mặt

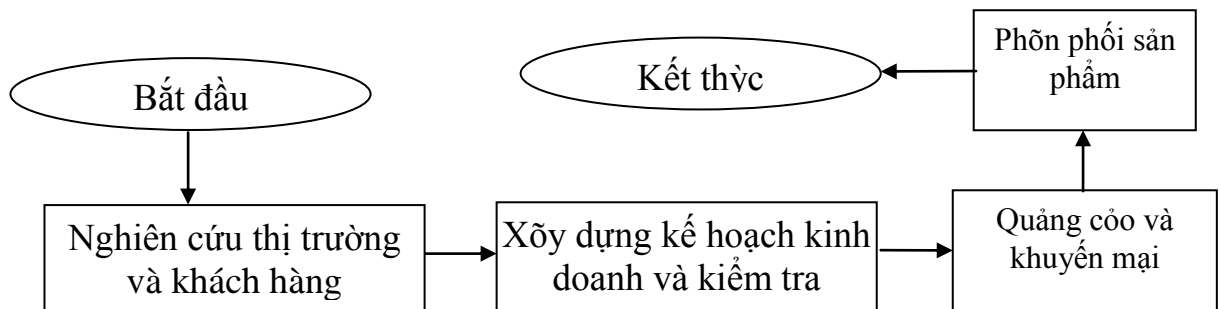
1.6. Quy trình và tiêu chuẩn đánh giá chất lượng triển khai dịch vụ Internet



<i>Thụng số</i>	<i>Mụ tả</i>	<i>Yờu cầu</i>
Đầu vào	Hợp đồng đó đượ ký	Đầy đủ, chớnh xỏc
Đầu ra	Biờn bản nghiệp vụ đượ ký	Đầy đủ và chớnh xỏc
Điều kiện thực hiện	Điều kiện về thiết bị của khỏch hàng đó sẵn sàng.	-Mỏy tónh -Modem

Thụng số	Mụ tả	Yờu cầu
		-Đường dây điện thoại. -Mạng cục bộ
Chỉ tiờu đánh giỏ	Thời gian cài đặt và hướng dẫn Thời gian mở dịch vụ Mức độ hài lũng của khách hàng	<= 2 tiếng <= 2 tiếng >= 80%
Quỏ trởnh liờn quan	Marketing Quản lý thụng tin khách hàng Thu tiền từ khách hàng Đảm bảo hoạt động của mạng	Hợp ãng Internet Account Hoỏ ãng thu cước phí Yờu cầu đảm bảo mạng

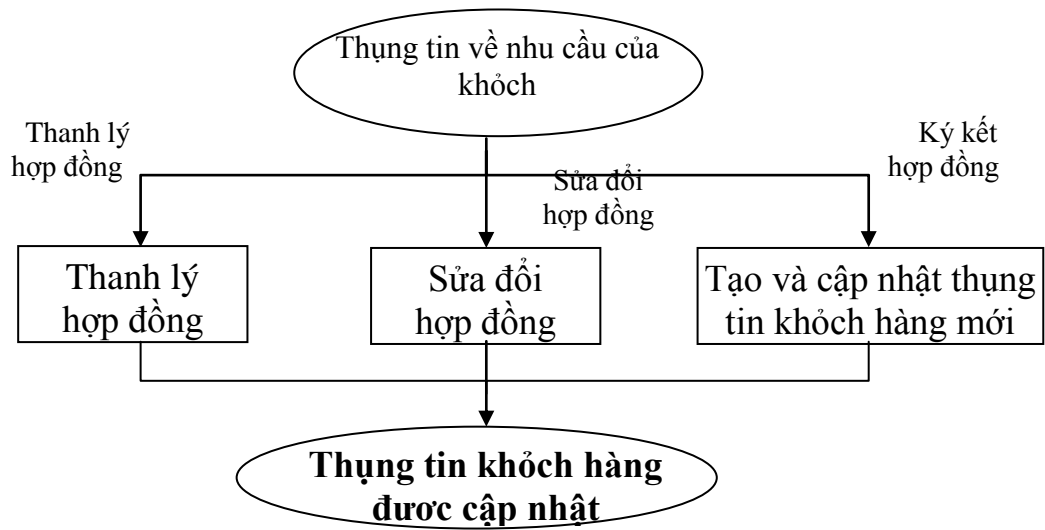
1.7. Quy trình và tiờu chuẩn đánh giá chất lượng hoạt động Marketing



Thụng số	Mụ tả	Yờu cầu
Đầu vào	Thông tin về khách hàng, thị trường Thụng tin từ hệ thống bảo cỏ nội bộ	Chớnh xỏc và ãng tởng hợp
Đầu ra	Hợp ãng Bỏ cỏ ãng kỳ về khách hàng ãng hoặc chưa ký hợp ãng	Hợp ãng ãng ký Hỗ trợ kinh doanh
Điờu kiện thực hiệן	Cỏc nguồn lực cần thiết	Đầy ãng
Chỉ tiờu đánh giỏ	Tỷ lệ (doanh số/ hợp ãng ãng ký)/ Kế hoạch	>=85%

<i>Thụng số</i>	<i>Mụ tả</i>	<i>Yờu cầu</i>
Quỏ trỡnh liờn quan	Triển khai dịch vụ Thiết kế web Quản lý thụng tin khách hàng Thu tiền từ khách hàng	Hợp ðồng Hợp ðồng Hồ sơ hợp ðồng Hoỏ ðơn

1.8. Quy trình và tiêu chuẩn đánh giá chất lượng quản lý khách hàng



<i>Thụng số</i>	<i>Mụ tả</i>	<i>Yờu cầu</i>
Đầu vào	Thụng tin về nhu cầu của khách hàng	Thụng tin chính xác, đầy đủ
Đầu ra	Thụng tin về khách hàng đó được cập nhật và xử lý	Cập nhật chính xác và đỳng thời hạn
Điều kiện thực hiện	Yờu cầu của khách hàng	Thụng tin chính xác
Chỉ tiêu đánh giá	Thời gian truy cập thụng tin	<=5 phỳt
Quỏ trởnh liờn quan	Marketing Triển khai dịch vụ Thu tiền từ khách hàng Đảm bảo hoạt động của mạng	Hợp đồng Biờn bản nghiờm thu cài đặt và hồ sơ Hoỏ đơn thanh toán Yờu cầu đảm bảo mạng

1.11. 2. Những biện pháp Công ty đã thực hiện để nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet

Theo những phân tích ở trên đã đề cập thì chất lượng cung cấp dịch vụ Internet phụ thuộc vào các yếu tố : Yếu tố thị trường , thời gian triển khai dịch

vụ , yếu tố đảm bảo hoạt động của mạng , hỗ trợ khách hàng , con người và quản lý. Bộ phận cung cấp dịch vụ Internet (FOX) đã thực hiện các biện pháp để những yếu tố này tác động tích cực tới chất lượng cung cấp dịch vụ Internet là :

* Yếu tố thị trường :

Do đặc điểm của thị trường là chủ yếu là thị trường trong nước . Và những hợp đồng lắp đặt cung cấp dịch vụ chỉ có được nhờ hoạt động Marketing và quá trình thương lượng nhằm đáp ứng những yêu cầu của khách hàng . Do vậy trong thời gian qua hoạt động nghiên cứu thị trường được Công ty chú trọng , điều đó được thể hiện khá rõ khi Công ty chia thị trường cung cấp dịch vụ Internet thành các thị trường nhỏ khác nhau , bao gồm thị trường cá nhân và đại lý , thị trường doanh nghiệp và thị trường cơ quan nhà nước . Và tập trung nghiên cứu từng nhu cầu riêng của các thị trường này . Do vậy thỏa mãn nhu cầu của khách hàng , do vậy mà thị phần của công ty không ngừng tăng lên và hiện nay Công ty đang chiếm 30 % thị phần Internet ở Việt Nam.

* Thời gian triển khai :

Tất cả các hợp đồng cung cấp dịch vụ tại FOX đều được lập kế hoạch cụ thể và chi tiết và thực hiện theo đúng yêu cầu của hợp đồng . Điều này đảm bảo cho việc phân bổ lực lượng để thực hiện các hợp đồng khác và tìm kiếm hợp đồng mới đặc biệt là đối với những hợp đồng thiết kế Website.

Tuy nhiên , việc thực hiện kế hoạch thực hiện hợp đồng còn yếu và chưa có sự vượt bậc rõ rệt . Theo như báo cáo chất lượng thì năm 2004 thì tỷ lệ thực hiện đúng hợp đồng chỉ hoàn thành vừa đúng kế hoạch , nhưng đến năm 2005 thì tỷ lệ không hoàn thành theo kế hoạch là 5,87% . Việc thực hiện hợp đồng chậm không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng cung cấp dịch vụ mà còn dẫn đến sự lãng phí thời gian và nguồn lực .

* Yếu tố đảm bảo hoạt động của mạng :

Được xem là một nhân tố quan trọng trong quá trình cung cấp dịch vụ Internet . Để đảm bảo hoạt động của mạng thì Công ty đã đưa ra những giải pháp cụ thể tác động vào những nhân tố tác động vào quá trình hoạt động của mạng , như đường truyền dẫn , các máy móc thiết bị và quan trọng nhất là hệ thống máy chủ , các phần mềm liên quan , đặc biệt là nâng cao trình độ của

nhân viên quản trị mạng . Nhằm đảm bảo tính bảo mật , nâng cấp hệ thống và khả năng xử lý sự cố một cách nhanh chóng .

FOX luôn tìm cách để nâng cao thời gian hoạt động mạng tốt là tối đa và những giải pháp đã mang lại hiệu quả rõ rệt . Thời gian mạng hoạt động tốt đã vượt mức kế hoạch là 0,46% so với chỉ tiêu thời gian mạng hoạt động tốt là 99% năm 2004 và đến năm 2005 thì vượt mức kế hoạch là 0,87 % . Đây là việc đảm bảo chất lượng cung cấp dịch vụ rất có hiệu quả , không chỉ tiết kiệm được thời gian khắc phục sự cố mà còn tránh việc lãng phí nguồn lực cho quá trình khắc phục sự cố do đó giảm được chi phí rất lớn.

* Hoạt động hỗ trợ khách hàng

Công ty luôn hướng vào việc chăm sóc khách hàng , và xem đây là một giải pháp để mở rộng thị trường và không ngừng đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng . Do đó Công ty thực hiện các giải pháp nhằm rút ngắn khoảng cách của mình với khách hàng hiện tại cũng như tương lai thông qua hệ thống Call Center và Call 1280 và trả lời thông qua Website

Để nâng cao hoạt động hỗ trợ khách hàng thì Công ty luôn cố gắng cung cấp những thông tin về dịch vụ cung cấp Internet một cách đầy đủ và chi tiết nhất . đồng thời luôn cố gắng ngày một nâng cao khả năng đáp ứng những khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng và thảo mãn được thắc mắc của khách hàng .

* Về con người

Đánh giá và nhận thức một cách đúng đắn về nhân tố con người nên Công ty đã có những chính sách cụ thể để phát triển nguồn nhân lực và khai thác một cách có hiệu quả nguồn tài nguyên này . Triết lý của Công ty FPT khẳng định con người là tài sản quý giá nhất . Trọng dụng con người, trọng dụng hiền tài , đem lại cho mỗi thành viên của mình điều kiện phát triển tốt nhất về tài năng , và một cuộc sống đầy đủ về vật chất , phong phú về tinh thần là những cam kết của công ty đối với toàn bộ công nhân viên FPT.

Do có triết lý đó mà Công ty có phương châm là:

- + Đầu tư vào phát triển năng lực cá nhân
- + Đầu tư nâng cao môi trường làm việc
- + Đầu tư vào tối ưu hóa môi trường và phương pháp làm việc

*** Về quản lý**

Sự cam kết và tham gia của lãnh đạo trong việc xây dựng , áp dụng duy trì và hoàn thiện hệ thống chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001 là một nhân tố quan trọng và được coi là một nhân tố quan trọng trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm . Thiếu sự quan tâm và hỗ trợ của ban lãnh đạo sẽ ảnh hưởng tới sự hăng hái trong công tác của các thành viên và tất nhiên sẽ ảnh hưởng đến chất lượng của các sản phẩm cung cấp dịch vụ Internet.

Sự cam kết của lãnh đạo FOX về đảm bảo không ngừng nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet được thể hiện qua việc FOX có một bộ phận riêng chuyên trách về vấn đề đảm bảo chất lượng . Các hợp đồng cung cấp dịch vụ và các dự án thiết kế Website cho khách hàng luôn được phòng chất lượng lên kế hoạch đánh giá ít nhất một lần một tháng , đây là hoạt động quan trọng trong việc đảm bảo và cải tiến chất lượng cung cấp dịch vụ Internet.

Việc lập kế hoạch chưa tốt cho triển khai thực hiện các hợp đồng đã khiến cho các hợp đồng bị chậm tiến độ và ảnh hưởng đến chất lượng cung cấp dịch vụ Internet .Do vậy trước khi thực hiện hợp đồng cần phải lập kế hoạch thực hiện một cách hợp lý và thực sự có hiệu quả , phải phòng ngừa được các sự cố có thể xảy ra để việc thực hiện hợp đồng có thể thành công và đảm bảo chất lượng.

1.12. 3. Thực trạng chất lượng cung cấp dịch vụ Internet và viễn thông của Công ty FPT

3.1 Tình hình chất lượng cung cấp dịch vụ Internet

Những đánh giá về chất lượng cung cấp dịch vụ Internet được dựa trên các chỉ tiêu đánh giá theo hệ thống ISO 9001 và được thể hiện thông qua bảng sau:

Kết quả thực hiện mục tiêu chất lượng

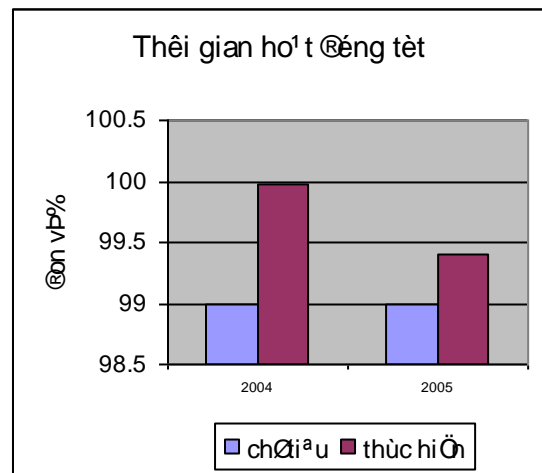
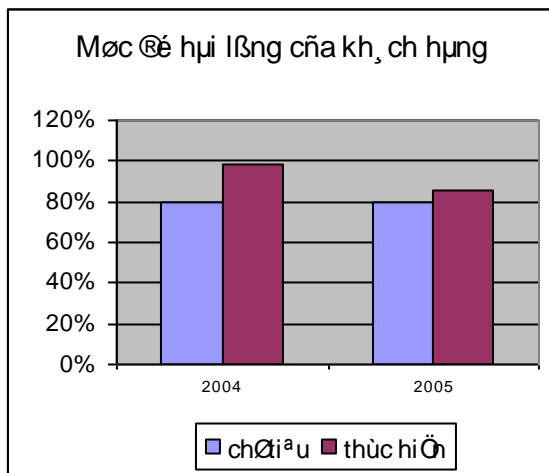
TT	Chỉ tiêu chất lượng	Đơn vị	Năm 2004		Năm 2005	
			Thực tế	Tăng /giảm so với tiêu chuẩn (%)	Thực tế	Tăng /giảm so với tiêu chuẩn (%)
1	Thời gian mạng hoạt động ổn định	%	99	2	98.9	-0.1
2	Thời gian xử lý sự cố	Giờ	<=1	0	0.29	-71

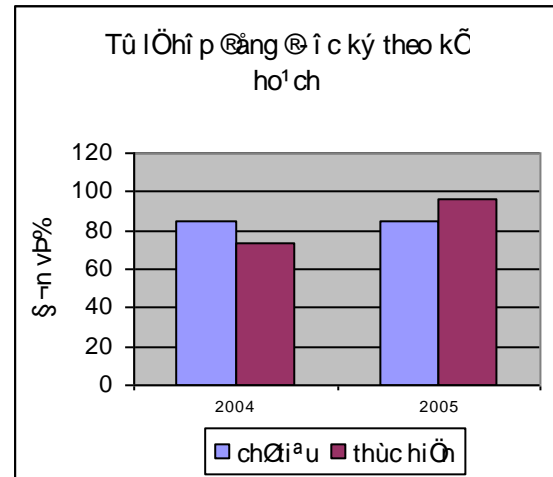
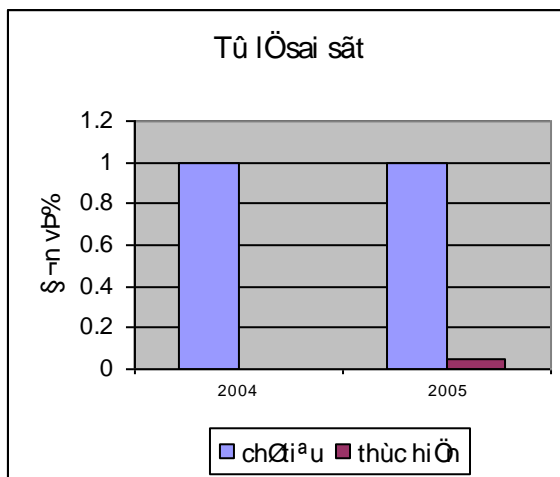
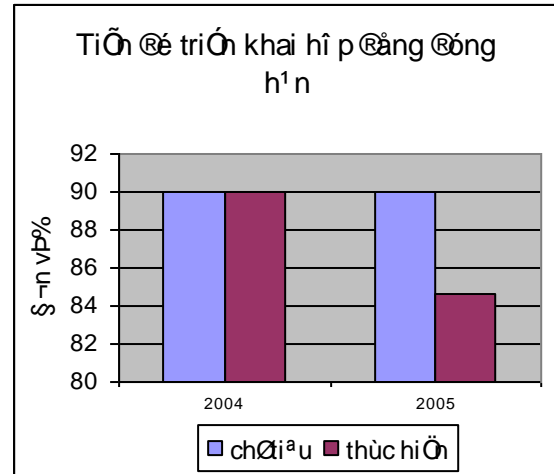
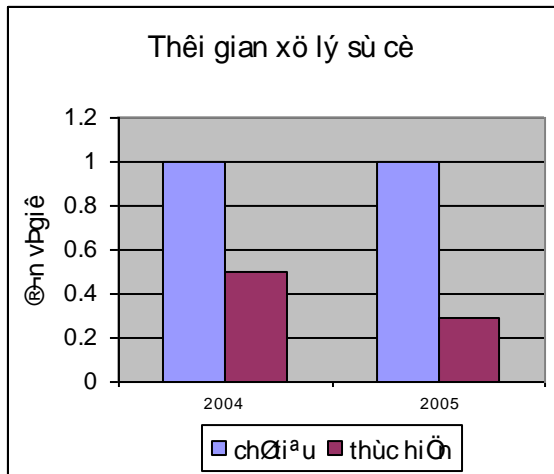
3	Thời gian đáp ứng yêu cầu của khách hàng	Giờ	<=1	1	<=1	1
4	Tỷ lệ đáp ứng yêu cầu của khách hàng	%	>=98	1	98.11	0.11
5	Tỷ lệ khiếu nại	%	0.05	-50	0.02	-96

Qua bảng trên ta thấy thời gian mạng hoạt động tốt của năm 2005 chưa hoàn thành kế hoạch, chỉ hoàn thành được 99,9% kế hoạch . Nhưng năm 2004 hoàn thành vượt mức kế hoạch là 2%. Điều đó chưa thể hiện được rằng chất lượng dịch vụ giảm mà nguyên nhân là do số thuê bao Internet tăng mạnh so với sự cải tiến và nâng cấp hệ thống máy chủ. Điều đó được khẳng định rõ hơn ở tỷ lệ khiếu nại không tăng mà còn giảm đó là năm 2004 giảm so với kế hoạch là 50 % và năm 2005 thì giảm so với kế hoạch là 96 %. Tuy nhiên tỷ lệ đáp ứng yêu cầu của năm 2005 tăng (0.11%) nhưng không mạnh bằng năm 2004 (1%).

TT	Chỉ tiêu đánh giá	Đơn vị	Năm 2004		Năm 2005	
			Dự kiến	Thực tế	Thực tế	Thực tế
1	Mức độ hài lòng của khách hàng	%	80	98	80	85.73
2	Số độc giả/ Tháng	Người	500000	835000	800000	1210181
3	Thời gian cài đặt và hướng dẫn	Giờ	2	0.7	2	0.6
4	Thời gian hỗ trợ kỹ thuật	Giờ	2	0.8	1	0.6
5	Thời gian mạng hoạt động tốt	%	99	99.97	99	99.4
6	Thời gian mở dịch vụ	Giờ	2	0.5	2	0.6
7	Thời gian phản hồi giải quyết khiếu nại	Giờ	24	0.61	24	11.18

8	Thời gian truy cập thụng tin	Phút	5	4	5	4.55
9	Thời gian xử lý sự cố	Giờ	1	0.5	1	0.29
10	Tiến độ triển khai hợp đồng đúng hạn	%	90	90	90	84.63
11	Tỷ lệ hợp đồng được ký theo kế hoạch	%	85	73.6	85	96.39
12	Tỷ lệ khiếu nại về cước phí	%	1	0.09	0.25	0.28
13	Tỷ lệ khiếu nại về dịch vụ hỗ trợ	%	1	0.08	0.5	0.45
14	Tỷ lệ nợ quá hạn thông	%	10	2,69	10	13.78
15	Tỷ lệ sai sót	%	1	0	1	0.05





Qua các biểu đồ trên ta thấy :

+ Mức độ hài lòng của khách hàng năm 2004 đã vượt mục kế hoạch và đạt 99,97% so với kế hoạch là 80% như vậy đã tăng 19,97% . Đến năm 2005 thì vẫn tăng nhưng không lớn bằng chỉ đạt 80,73% so với chỉ tiêu là 80%

+ Tỷ lệ sai sót ta thấy trong năm 2004 không xảy ra sai sót nhưng đến năm 2005 thì tỷ lệ sai sót là 0,05 nhưng vẫn không vượt mức kế hoạch đặt ra là 1.

+ Tỷ lệ hợp đồng được ký theo kế hoạch năm 2004 giảm so với kế hoạch đặt ra , nó chỉ đạt 73,6% so với kế hoạch là 85% thì nó giảm 11,4% nhưng đến năm 2005 thì có sự tăng đáng kể đạt 96,39% so với kế hoạch là 85% và đã tăng được 11,39%.

+ Tiến độ thực hiện hợp đồng đúng hạn trong năm 2004 thì đảm bảo tiêu chuẩn đề ra và đạt 90% tức là vẫn còn 10 % hợp đồng không đảm bảo đúng hạn . Đến năm 2005 thì giảm mạnh và chỉ đáp ứng được 84,63 % hợp đồng là đúng hạn giảm so với chỉ tiêu 90% là 5,37 % điều đó cũng có nghĩa là tỷ lệ hợp đồng không đúng hạn là 15,37 % .

+ Thời gian xử lý sự cố trong năm 2004 đã vượt mức kế hoạch và khả năng xử lý sự cố chỉ trong 0,5 giờ anh gấp đôi so với kế hoạch là 1 giờ . Đến năm 2005 thì thời gian xử lý sự cố còn nhanh hơn và chỉ mất 0,29 giờ để xử lý .

+ Thời gian hoạt động tốt trong năm 2004 thì thời gian này vượt mức kế hoạch và đạt 99,97 % trong tổng thời gian hoạt động vượt mức kế hoạch là 99% . Đến năm 2005 thì vẫn tăng nhưng không đáng kể mà chỉ đạt 99,4% so với kế hoạch là 99%.

3.2. Các hành động khắc phục phòng ngừa

Các hành động khắc phục phòng ngừa của năm 2004 và 2005 được thể hiện trong bảng sau:

TT	Hạng mục	Tổng số		Tổng số đó đóng		Số ngày thực hiện TB đối với các NX/NC đó đóng	
		2004	2005	2004	2005	2004	2005
1	Các NC/NX từ đánh giá nội bộ của FPT trong kỳ	12	12	12	12	20	30
2	Các NC/NX từ đánh giá của bên ngoài trong kỳ	1	15	1	10	30	18
3	Các NC/NX cũn tồn đọng từ kỳ trước	0	4	0	4		20
4	Các NC/NX khác	0	0	0	0		

TT	Hạng mục	Tổng số		Tổng số đó đóng		Số ngày thực hiện TB đối với các NX/NC đó đóng	
		2004	2005	2004	2005	2004	2005
Tổng hợp:		13	27	13	22		26

Qua bảng số liệu trên ta thấy các NX/ NC từ đánh giá nội bộ của FPT không cao và được khắc phục hết trong kỳ , năm 2004 cũng như năm 2005 có tổng số 12 NX/NC và khắc phục đóng hết . Nhưng số ngày thực hiện trung bình năm 2004 chỉ 20 ngày nhưng đến năm 2005 thì đã tăng lên tới 30 ngày

Các NX/NC từ đánh giá , giám sát từ bên ngoài trong năm 2004 chỉ phát sinh có 1 NX/NC và được khắc phục hết nhưng thời gian khắc phục lại rất dài đó là 30 ngày . Nhưng đến năm 2005 thì phát sinh 14 NX/NC và chỉ khắc phục được 10 NX/NC nhưng thời gian khắc phục tương đối nhanh 18 ngày. Nhìn chung thì các hành động khắc phục phòng ngừa tương đối tốt .

3.3. Các phản hồi và khiếu nại của khách hàng

a. Các phản hồi và khiếu nại của khách hàng và kết quả xử lý trong năm 2004 (kể cả các phản hồi nội bộ) được tổng hợp lại như sau :

Nguyên nhân chủ yếu của các khiếu nại:

Bị mất mật khẩu truy cập Internet: Hiện tượng này trong năm 2003 tuy đó giảm nhiều nhưng vẫn xảy ra một số trường hợp. Nguyên nhân của hiện tượng này là do có một chương trình Trojan thường trú trong máy tính của khách hàng.

Quản lý mật khẩu truy cập không tốt: Hiện tượng này thường diễn ra ở các cơ quan, công ty dẫn đến nhiều người biết mật khẩu, cho người ngoài công ty sử dụng dẫn đến cước phí sử dụng tăng vọt.

Giải thích các chính sách khuyến mại chưa rõ ràng đó dẫn đến có trường hợp khách hàng thắc mắc về chính sách khuyến mại.

Thẻ Internet card và Internet phone mới dùng 01 lần đó không sử dụng được. Nguyên nhân là khách hàng không để ý đến thời hạn sử dụng của thẻ.

TT	Loại	Số đầu kỳ	Số phát sinh	Số đã xử lý	Số tồn đọng	Số yêu cầu KPPN
1	Thanh toán cước phí		89	89	0	
2	Tăng cước		89	89	0	
3	Thời độ phục vụ, đường truyền		0	0	0	
4	Tổng hợp		89	89	0	
5	Cấp bộ phận		89	89	0	
6	Cấp cung ty/CN		0	0	0	

Đánh giá sự hài lòng của khách hàng năm 2004

Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ triển khai:

- + 98% khách hàng hài lòng với thời độ phục vụ của nhân viên
- + 99% khách hàng hài lòng với chất lượng đường truyền

Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ hỗ trợ:

+ 93% khách hàng hài lòng về thời độ phục vụ cũng như tiến độ hỗ trợ của nhân viên

+ 96% khách hàng hài lòng với chất lượng và tốc độ đường truyền sau khi nhận được hỗ trợ.

b. Cốc phản hồi và khiếu nại của khách hàng và kết quả xử lý trong năm 2005 (kể cả cốc phản nản nội bộ) được tổng hợp lại như sau :

KẾT QUẢ XỬ LÝ PHẢN HỒI VÀ KHIẾU NẠI KHÁCH HÀNG

TT	Loại	Số đầu kỳ	Số phát sinh	Số đã xử lý	Số tồn đọng	Số yêu cầu KPPN
1	Kỹ thuật		35	35	0	

<i>TT</i>	<i>Loại</i>	<i>Số đầu kỳ</i>	<i>Số phút sinh</i>	<i>Số đó xử lý</i>	<i>Số tồn đọng</i>	<i>Số yêu cầu KPPN</i>
2	Cước phí		34	34	0	
3	Khắc		20	20	0	
4	Tổng hợp		89	89	0	
5	Cấp bộ phận		89	89	0	
6	Cấp cụng ty/CN		0	0	0	

Các khiếu nại về kỹ thuật liên quan phần lớn đến chất lượng đường truyền (đứt dây, máy khách hàng có virus...), gây ra việc khách hàng kết nối mạng khó khăn.

Có một số trường hợp khiếu nại về việc triển khai dịch vụ chậm.

Khiếu nại về cước phí liên quan một phần đến việc khách hàng chuyển đổi dịch vụ nhưng chưa làm thanh lý dứt điểm dịch vụ trước (mặc dù đó được hướng dẫn).

Đánh giá sự hài lòng của khách hàng

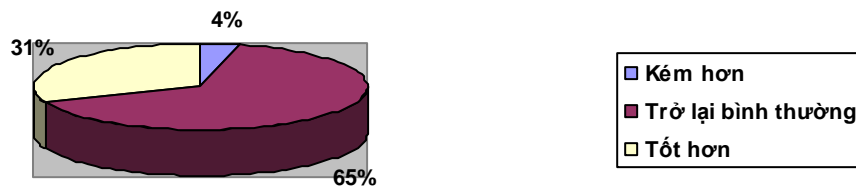
Con số khách hàng hài lòng ở mức 89.6%. Tuy nhiên, với tởnh hõnh cung đang vượt quá cầu như hiện nay, con số này cũng không phản ánh được thực trạng thái độ đánh giá của khách hàng đối với công ty.

Số lượng cuộc gọi đến Call Center (chỉ tính cuộc gọi đến bàn hỗ trợ) mới đáp ứng được về chất lượng trả lời, tư vấn cho khách hàng, nhưng chưa đáp ứng được số cuộc gọi đến được phúc đáp. Hiện nay, tỷ lệ cuộc gọi được đáp ứng

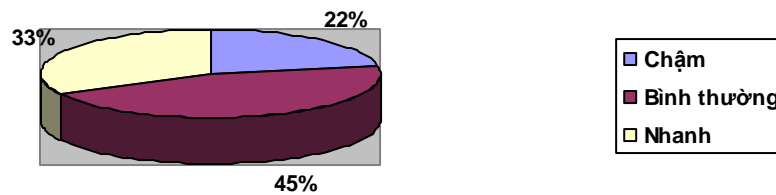
mới ở mức 83.6% trên tổng cuộc gọi đến bàn hỗ trợ.

Để tăng chất lượng và làm cho khách hàng hài lòng với dịch vụ của mình, cụng ty cần nâng cấp hệ thống và tăng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của khách hàng ở mọi bộ phận: hỗ trợ gián tiếp, hỗ trợ trực tiếp, triển khai, xử lý khiếu nại khách hàng.

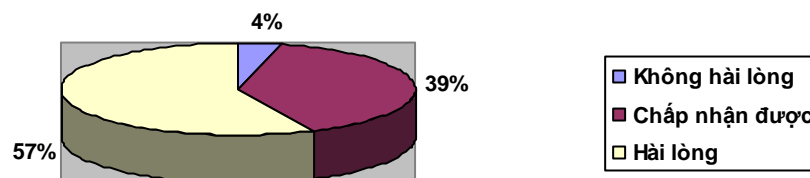
c. Tổng hợp những đánh giá phản hồi của khách hàng
 Chất lượng đường truyền sau khi hỗ trợ dịch vụ



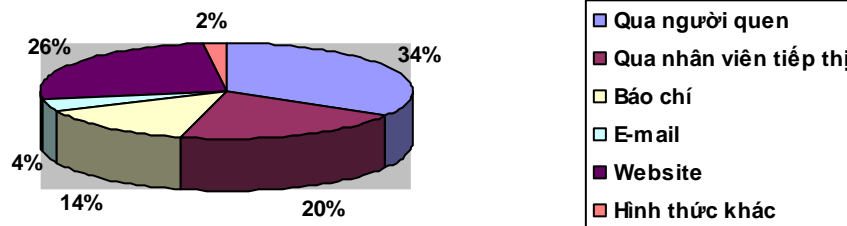
Tốc độ kết nối ra Internet (ví dụ: www.yahoo.com)



Sự hài lòng với thời độ phục vụ của nhân viên hỗ trợ của Công ty FPT không?



Thụng tin ADSL của FPT được biết thụng qua hỡnh thức



IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG CUNG CẤP DỊCH VỤ INTERNET CỦA CÔNG TY FPT

1.13. 1. Những kết quả chất lượng đã đạt được

Tổ chức được hệ thống tài liệu chất lượng:

- Đảm bảo đáp ứng được yêu cầu hoạt động của Công ty, TCN của Bộ BCVT.
- Cấu trúc tài liệu dễ tiếp cận, dễ phổ biến, và có tính mở (do đặc thù hoạt động kinh doanh của FOX đa dạng hoá dịch vụ).

Đưa các hoạt động của các ban chức năng vào nề nếp:

- Toàn bộ hoạt động các ban chức năng đều đi vào qui củ: từ chỗ rất thiếu (hầu như không có) đến đầy đủ hồ sơ, thực hiện đúng qui định của Công ty như Hành chính, Thương hiệu, Tổng hội, Truyền thông.

Kiểm soát toàn hệ thống qui trình Internet chặt chẽ:

- Kiểm soát việc thực hiện tạm ứng và quyết toán vật tư chặt chẽ nhằm giới hạn và giảm thiểu thời gian vật tư trôi nổi.
- Các sai sót của các bộ phận liên quan trong hoạt động Kinh doanh, Triển khai, Hỗ trợ đều được kiểm tra để có hành động khắc phục và phòng ngừa lặp lại.
- Toàn bộ các khiếu nại của khách hàng liên quan đến chất lượng phục vụ như triển khai chậm, hỗ trợ chậm đều được xử lý ngay lập tức.
- Rà soát các báo giá cũng như tờ rơi quảng bá dịch vụ tại đầu mỗi thiết kế và in ấn đảm bảo không có sai sót.

1.14. 2. Những vấn đề chất lượng còn tồn tại .**Chất lượng dịch vụ:**

Tính ổn định của đường truyền xDSL (bao gồm khách hàng ADSL và một số khách hàng của TEL) không cao dẫn đến sự không hài lòng, chậm thanh toán cước phí và huỷ hợp đồng.

Tốc độ truy nhập vào trang web chậm, đặc biệt là số mẫu thử có tốc độ chậm đều rơi vào phép thử truy nhập trang chủ www.fpt.vn.

Chất lượng phục vụ:

Chậm trễ trong tiến độ triển khai do năng lực quản lý và đốc thúc tiến độ của cán bộ quản lý bộ phận Triển khai xDSL cũn kộm và do hạ tầng luận trong tởnh trạng khụng đủ năng lực đáp ứng.

Chậm trễ trong tiến độ hỗ trợ do thiếu nhân sự.

Quá tải trong hoạt động hỗ trợ trả lời khách hàng tại Call Center do thiếu nhân lực, hệ thống gặp lỗi nên sự cố xuất hiện ở hàng loạt khách hàng, tổng đài khi chuyển sang số Viettel hay gặp trục trặc (khách hàng gọi đến bị báo bận).

Kiểm soát thi cụng lỏng lẻo:

Các kiểm soát viên không hoàn thành nhiệm vụ đã bỏ qua các trường hợp kiểm tra thấy dấu hiệu có vi phạm. Đôi khi hoạt động kiểm soát chỉ mang tính hình thức và mang nhiều tính chủ quan , các kiểm soát viên chỉ làm việc chủ yếu trên bàn giấy chứ không thực sự tìm hiểu và thông qua quá trình .

3. Những vấn đề đặt ra đối với chất lượng dịch vụ Internet.

Qua những phân tích trên ta thấy chất lượng cung cấp dịch vụ Internet của Công ty đã được cải tiến nhiều và có uy tín trên thị trường cung cấp dịch vụ Internet trong nước . Nhưng để thực hiện chiến lược phát triển dịch vụ Internet của Công ty đến năm 2010 trở thành nhà cung cấp dịch Internet hàng đầu Việt Nam và một trong số tờ báo điện tử thuộc top 500 trên toàn thế giới thì ban lãnh đạo Công ty còn nhiều việc để làm nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet và có được uy tín trên toàn thế giới . Để thực hiện được điều đó Công ty cần:

- Xây dựng cho bộ phận cung cấp dịch vụ Internet một chính sách chất lượng cụ thể cho từng hoạt động . Trong đó cần chú trọng đến hoạt động đảm bảo hoạt động mạng . Chính sách chất lượng được coi là con đường dẫn dắt

doanh nghiệp tiến tới sự thành công , được xem như là con mắt của doanh nghiệp , tạo cho mọi thành viên có nhận thức đúng đắn về chất lượng sản phẩm cùng phần đầu vì mục đích chung của doanh nghiệp . Mặt khác nó là cò cựa cạnh tranh trong việc ký kết các hợp đồng kinh tế .Nhưng hiện nay chính sách chất lượng dịch vụ Internet chỉ mạng tính chất tập trung vào những hoạt động chủ yếu và còn nhiều hoạt động khác của hoạt động cung cấp dịch vụ chưa có chính sách chất lượng cụ thể như hoạt động tổng hợp thông tin khách hàng , hay hỗ trợ khách hàng, cung cấp đường truyền ADSL ...

- Đào tạo và đào tạo lại cho cán bộ nhân viên trong Công ty nhận thức về chất lượng và đạo tạo nâng cao đội ngũ quản trị mạng và đội ngũ tiếp thị về dịch vụ Internet .

- Thiết lập các nhóm chất lượng . Nhóm chất lượng có vai trò quan trọng trong việc thực hiện các mục tiêu chất lượng và giải quyết những vấn đề chất lượng phát sinh , ở đó các ý kiến đưa ra và được tập hợp lại và từ đó phát huy tinh thần tập thể .

- Tổ chức mạng lưới thu thập và xử lý ý kiến đánh giá và khiếu nại của khách hàng . Những ý kiến của khách hàng có vai trò quan trọng giúp Công ty khắc phục và phòng ngừa các lỗi có thể xảy ra đối với các dự án cung cấp dịch vụ hay quá trình triển khai dịch vụ , và đồng thời rút ra được những kinh nghiệm quý báu .

- Quản lý tốt chi phí chất lượng . Chi phí chất lượng phản ánh những chi phí phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet đồng thời cũng cho thấy các khoản chi phí không phù hợp phát sinh nhiều hay ít và nó chỉ cho các thành viên trong Công ty thấy được cần phải giảm thiểu các khoản chi phí nào.

- Nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001 : 2000. Ngoài ra Công ty cũng cần phải tổ chức quản lý một cách có hiệu quả , lập kế hoạch chi tiết cho các quá trình cung cấp dịch vụ Internet cũng như quá trình nghiên cứu và phát triển thị trường . Để Công ty có thể sử dụng các nguồn lực có hiệu quả , tránh sự lãng phí nguồn lực ...

- Lập kế hoạch đổi mới công nghệ để đảm bảo hoạt động mạng ngày một tốt hơn và ngăn ngừa được các sự cố có thể xảy ra. Đặc biệt chú ý đến vấn đề kỹ

thuật trong quá trình triển khai lắp đặt đường truyền ADSL đảm bảo ngày càng tăng tính đúng hạn trong việc triển khai đường truyền ADSL . Cho nên cần quan tâm đến nhân tố quản lý trong quá trình triển khai nhằm nâng cao chất lượng quản lý để đảm bảo đúng tiến độ.

IV. CHƯƠNG III

V. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG

VI. CUNG CẤP DỊCH VỤ INTERNET TẠI CÔNG TY FPT

I. MỤC TIÊU CHẤT LƯỢNG ĐẾN NĂM 2010.

Để trở thành nhà cung cấp dịch vụ hàng đầu ở Việt Nam vào năm 2010 , ban lãnh đạo Công ty FPT đã ra mục tiêu chất lượng cho mình . Mục tiêu chất lượng được thể hiện thông qua bảng sau :

Mục tiêu chất lượng năm 2010

T	Chỉ Tiêu Đánh Giá	ĐV	Năm	Năm
T		Tính	2006	2010
1	Thời gian mạng hoạt động tốt	%	≥ 95	99.5
2	Thời gian xử lý sự cố	Giờ	≤ 1	≤ 0.6
3	Tỷ lệ triển khai đúng hạn / Tổng số khách hàng ADSL	%	≥ 85	≥ 90
4	Tỷ lệ khảo sát đúng hạn/ tổng số khách hàng ADSL	%	≥ 90	≥ 95
5	Tỷ lệ hỗ trợ đúng hạn	%	≥ 90	≥ 98
6	Tỷ lệ sai sót	%	1	0.5

II. PHƯƠNG HƯỚNG NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET CỦA CÔNG TY FPT

Để thực hiện mục tiêu chất lượng đặt ra , Công ty FPT cũng đặt ra một số phương hướng nhằm nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet của Công ty :

- Tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực , đặc biệt là các cán bộ quản trị mạng và đội ngũ thiết kế Website.

- Nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng .
- Tiến hành thu hồi phản ánh của khách hàng và sự hài lòng và những khiếu nại thắc mắc của khách hàng đối với dịch vụ Internet của Công ty và thái độ phục vụ của các cán bộ cung cấp dịch vụ .
- Tăng cường hoạt động nghiên cứu thị trường và đưa ra những giải pháp chính sách cung cấp dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng
- Tăng cường hoạt động đánh giá và kiểm soát quá trình thực hiện hợp đồng và triển khai dịch vụ
- Thực hiện thiết lập các chính sách chất lượng cụ thể cho từng hoạt động của quá trình cung cấp dịch vụ , từ nghiên cứu thị trường, Marketing đến ký kết hợp đồng đến triển khai.
- Lập kế hoạch chi tiết thời gian thực hiện hợp đồng và triển khai dịch vụ .

III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CUNG CẤP DỊCH VỤ VÀ VIỄN THÔNG TẠI CÔNG TY FPT .

Công ty tham gia vào hoạt động cung cấp dịch vụ Internet chỉ mới được 8 năm kể từ năm 1997 . Trong khoảng thời gian ngắn đó công ty đã không ngừng cố gắng vươn lên và đạt được những kết quả như hiện nay . Trong quá trình nghiên cứu thực tế tại Công ty, em xin được nêu ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ để Công ty đạt được những kết quả mong muốn trong tương lai.

1.1. 1. Giải pháp 1 : Xây dựng chính sách chất lượng cho từng hoạt động cung cấp dịch vụ và chú trọng đến hoạt động đảm bảo hoạt động của mạng.

Chính sách chất lượng có vai trò cực kỳ quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp . Nó được coi là con đường dẫn dắt mọi thành viên trong doanh nghiệp nhận thức được tầm quan trọng của công việc mà mình đang thực hiện , thấy được trách nhiệm của mình đối với người tiêu dùng là khách hàng sử dụng dịch vụ , đối với xã hội và đối với doanh nghiệp . Chính sách chất lượng khuyến khích mọi người cố gắng hết sức mình vì mục tiêu chất lượng chung của doanh nghiệp .

Bên cạnh đó chính sách chất lượng còn là một công cụ cạnh tranh của doanh nghiệp . Một doanh nghiệp muốn ký kết được các hợp đồng kinh tế với khách hàng , các đối tác ... Thì doanh nghiệp đó phải có chính sách chất lượng . Không phải ngẫu nhiên mà chính sách chất lượng lại là một trong những yếu tố trong Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001: 2001.

1. Cơ sở thực tiễn .

Trong Công ty hiện nay tuy hoạt động cung cấp dịch vụ Internet đã có chính sách chất lượng của riêng mình nhưng lại không được cụ thể ở các khâu, các hoạt động hay ở các quy trình cụ thể . Để tất đảm bảo hoạt động kinh doanh của dịch vụ Internet thì đòi hỏi các hoạt động khác cũng phải có chính sách chất lượng riêng cho từng hoạt động và được xây dựng dựa trên chính sách chất lượng chung của hoạt động cung cấp dịch vụ . Đây là giải pháp quan trọng mang tính chất lâu dài vì sẽ tạo một nhận thức chung thống nhất cho tất cả các hoạt động củ tất cả cán bộ nhân viên trong Công ty từ đó hướng họ tới đáp ứng những yêu cầu của khách hàng.

2. Nội dung giải pháp .

Để xây dựng chính sách chất lượng cho từng hoạt động cung cấp dịch vụ Internet cần phải thực hiện qua các bước sau :

- **Nắm được ý kiến của khách hàng :**

Để thu được ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng cung cấp dịch vụ, Công ty cần thành lập một nhóm chuyên trách hoặc có thể giao cho bộ phận Marketing thu hồi những đánh giá của khách hàng . Công việc điều tra có thể tiến hành bằng phỏng vấn trực tiếp rồi ghi chép lại , thư gửi , qua báo hạc tạp chí , trên các phương tiện thông tin đại chúng khác theo một mẫu điều tra thống nhất do Công ty tự lập . Khi lập mẫu điều tra cần lưu ý tới câu hỏi và cá thuật ngữ được sử dụng . Các câu hỏi cần đơn giản , dễ hiểu và các thuật ngữ cần được hiểu một cách thống nhất . Và lưu ý nếu đối tượng điều tra là người nước ngoài thì cần phải dịch ra thứ tiếng thông dụng nhất đó là tiếng Anh . Và cần phải đưa ra kế hoạch về chi phí cho hoạt động điều tra một cách

cụ thể đề ra những hoạt động và quy mô điều tra để tránh sự lãng phí và quá tốn kém.

Sau khi đã có mẫu điều tra , tiến hành đào tạo trong thời hạn 1 ngày cho các điều tra viên để họ hiểu về thông tin cần thu nhập và giải thích cho đối tượng điều tra khi họ không hiểu rõ câu hỏi . Và cần tính cụ thể chi phí đào tạo (điều này phụ thuộc vào quy mô của hoạt động điều tra)

Khi đào tạo xong thì tiến hành điều tra . công việc điều tra phải được tiến hành trong thời kỳ cụ thể . Cần lưu ý khi tiến hành điều tra qua thư hoặc qua báo chí thì cần phải giải thích rõ về mục đích của cuộc điều tra , các câu hỏi , thuật ngữ , thời gian thu lại phiếu điều tra và địa điểm thu lại phiếu điều tra .

- So sánh với đối thủ cạnh tranh :

Qua kết quả phân tích của cuộc điều tra lấy ý kiến của khách hàng cùng với việc đánh giá công tác quản lý chất lượng và quản lý chung của Công ty và các đối thủ cạnh tranh như : VNPT, Viettel, Saigon Postel, Hanoi telecom, Viễn thông hàng hải ... Nhóm tiến hành sẽ phân tích và so sánh chất lượng sản phẩm dịch vụ Internet , công tác quản lý chất lượng và quản lý chung của công ty đối với chất lượng của các đối thủ cạnh tranh .

- Tự đánh giá trình độ chất lượng dịch vụ , quản lý chất lượng và quản lý chung của Công ty

Thông qua việc so sánh với cá đối thủ cạnh tranh Công ty sẽ thấy được những điểm hơn và những điểm yếu kém so với đối thủ chẳng hạn như tính đúng hạn , chất lượng đường truyền , chính sách dịch vụ cung cấp ... với những điểm yếu kém hơn cần phải tập trung vào việc xác định những nguyên nhân gây ra và từ đó đưa ra hướng giải quyết .

- Tìm kiếm cơ hội phát triển các điểm mạnh hiện có và tiềm năng

Khi đánh giá được trình độ của bản thân công ty cùng với việc so sánh với các đối thủ cạnh tranh , Công ty sẽ phân tích để tìm kiếm cơ hội phát triển các điểm mạnh hiện có và các tiềm năng trong bối cảnh có biến cố về môi trường kinh doanh , pháp lý ...

- Đưa ra tầm nhìn trong 5 năm hay 10 năm
-

Ban lãnh đạo của công ty cần đưa ra tầm nhìn chung về bối cảnh phát triển của Công ty cũng như sự phát triển của công nghệ thông tin và công nghệ viễn thông, kinh tế khu vực và kinh tế thế giới ở mức độ nào trong khoảng thời gian đó có chịu tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế hay tài chính không.

□ Ý đồ phát triển của Công ty nói chung và chất lượng nói riêng

Ban lãnh đạo Công ty đã đưa ra ý đồ của Công ty là đến năm 2010 công ty trở thành Công ty cung cấp dịch vụ Internet hàng đầu Việt Nam, và ban lãnh đạo cũng phải đưa ra ý đồ về chất lượng.

Sau khi các công việc đã được hoàn tất, Ban lãnh đạo Công ty cùng với những người chuyên trách sẽ họp để đưa ra những định hướng cơ bản về chất lượng. Trên cơ sở đó sẽ đưa ra chính sách chất lượng cho từng hoạt động trong quá trình cung cấp dịch vụ.

3. Hiệu quả của giải pháp

Với chính sách chất lượng được thiết lập cùng với những định hướng và giải pháp thực hiện chính sách chất lượng, mọi thành viên trong bộ phận sẽ có được sự thống nhất về chiến lược chất lượng của Công ty, thấy được những yêu cầu của khách hàng mong đợi ở dịch vụ Internet do Công ty cung cấp từ đó tạo cho họ ý thức, trách nhiệm đối với khách hàng, xã hội, và Công ty. Thấy được tương lai của của mình do đó họ sẽ cố gắng hết mình để thực hiện chiến lược chất lượng của Công ty.

4. Điều kiện thực hiện giải pháp

Công ty cần lập kế hoạch cụ thể về thời gian thực hiện từng công việc và thời gian hoàn thành.

Cần lựa chọn những người có năng lực, hiểu biết về chất lượng cung cấp dịch vụ Internet trong số thành viên của công ty để thực hiện.

Nhóm điều tra cần được cung cấp các phương tiện đi lại phục vụ cho việc đi lại và các thiết bị cần thiết để phân tích, xử lý các ý kiến của khách hàng thu được.

Cần phải có nguồn tài chính nhất định để công việc được tiến hành thường xuyên liên tục mà không bị gián đoạn .

1.2. Giải pháp 2: Tăng cường công tác đào tạo nhận thức về chất lượng của CBNV và đào tạo nâng cao trình độ của chuyên gia thiết kế Website và cán bộ quản trị mạng .

1. Cơ sở lý luận

Con người là chủ thể của mọi quá trình kinh tế xã hội . Đào tạo và bồi dưỡng cho người lao động là cơ sở thực hiện chiến lược phát huy nhân tố con người . Điều này sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh của Công ty . Sản phẩm dịch vụ Internet không chỉ là được cấu thành từ chính sách dịch vụ mà người triển khai cũng như thực hiện đưa dịch vụ đó đến với khách hàng cũng đóng vai trò quan trọng quyết định chất lượng cũng như kết quả kinh doanh của Công ty . Vì vậy muốn nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet thì không chỉ luôn phải nâng cao chính sách dịch vụ mà còn phải nâng cao trình độ , kinh nghiệm , sự hiểu biết và nắm bắt tâm lý khách hàng của các cán bộ trực tiếp hay gián tiếp tham gia cung cấp dịch vụ , đặc biệt là chuyên gia thiết kế Website cũng như quản trị mạng .

Trong doanh nghiệp , chất lượng các cán bộ quản trị mạng cũng như chuyên gia thiết kế Website đóng vai trò quan trọng tác động trực tiếp đến chất lượng cung cấp dịch vụ Internet. Do vậy việc đào tạo và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên phải được thực hiện liên tục . Việc đào tạo phải được tiến hành trên cơ sở nhu cầu của thị trường , sự phát triển công nghệ thông tin và chiến lược phát triển của Công ty .

2. Cơ sở thực tiễn

Trong quá trình cung cấp dịch vụ thì đội ngũ nhân viên được xem là linh hồn của dịch vụ cung cấp , đặc biệt thể hiện rõ nhất là cán bộ thiết kế Website và cán bộ quản trị mạng. Tuy rằng hai lực lượng này trong Công ty đều có trình độ Đại Học . Nhưng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin đòi hỏi vấn đề kiến thức phải thường xuyên được cập nhật .

Lực lượng lao động hiện nay ở Công ty phần lớn là CBNV trẻ có năng động , nhiệt tình được đào tạo bài bản song thiếu kinh nghiệm thực tế .

Xuất phát từ lý do trên Công ty cần phải đào tạo nâng cao nhận thức về chất lượng cho CBNV và nâng cao trình độ cho nhân viên thiết kế trang Web và nhân viên quản trị mạng

3. Nội dung của giải pháp

Đối tượng đào tạo :

- Cán bộ quản lý
- Các chuyên gia quản trị mạng và thiết kế Website
- Cán bộ trẻ chưa đáp ứng được yêu cầu công việc
- Đào tạo các cán bộ nhân viên trong toàn công ty về hệ thống quản

lý chất lượng

Nội dung đào tạo :

- Đào tạo trang bị kiến thức về quản lý chất lượng , các phương pháp quản lý chất lượng và sử dụng công cụ thống kê trong quản lý chất lượng

- Đào tạo nâng cao trình độ các chuyên gia thiết kế trang web và các cán bộ quản trị mạng . Đặc biệt đào tạo về hệ thống bảo mật thông tin , tiếp thu các công nghệ mới ...

- Đào tạo và khắc phục phòng ngừa . Sau mỗi hợp đồng triển khai Công ty nên tổ chức đúc rút kinh nghiệm , tìm ra những hạn chế , những khó khăn trong quá trình triển khai cung cấp dịch vụ . Có thể tổ chức theo quy mô nhỏ (Nhóm) hoặc có thể tổ chức theo quy mô lớn tùy vào tính phức tạp và quy mô của hợp đồng triển khai.

- Đào tạo theo chiến lược của Công ty . Công ty cần có một chiến lược kế hoạch hạo nguồn nhân lực trong 5 hay 10 năm nhằm mục tiêu thích ứng với cường độ cạnh tranh ngày càng cao và nhu cầu tăng trưởng , phát triển của Công ty trong tương lai . Kế hoạch hóa nguồn nhân lực sẽ giúp cho công ty nắm bắt được trình độ học vấn , trình độ chuyên môn của từng người , các tiềm năng cần khai thác để có thể nâng cao chất lượng dịch vụ .

Hình thức đào tạo

- Các CBNV được đào tạo về kiến thức chất lượng sẽ được đào tạo định kỳ 6 tháng một lần trong thời hạn 2 ngày

- Đối với CBNV được đào tạo nhận thức về chất lượng :

+ Đào tạo tại chỗ do trưởng phòng chất lượng của Công ty (EQA) hoặc một người có kinh nghiệm hay thuê chuyên gia đào tạo chất lượng đào tạo tại Công ty . Việc đào tạo tại chỗ sẽ giúp các học viên có thể vừa học vừa làm và vận dụng ngay lý thuyết vừa học vào thực tế .

+ Kết hợp đào tạo chất lượng , tiến hành đào tạo họ tại trường . Hình thức này nên được kết hợp giữa học lý thuyết với thực hành có nghĩa là học một thời gian tại trường sau đó trở về công ty thực hành một thời gian rồi lại quay trở lại trường học tiếp.

+ Tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về chất lượng.

- Đối với các cán bộ thiết kế trang web và cán bộ quản trị mạng :

+ Gửi đến học tập trung tại trung tâm đào tạo quản trị mạng và thiết kế và có thể tham gia vào đào tạo lập trình viên quốc tế APTECH của Công ty .

+ Gửi đến các trường đào tạo nước ngoài

+ Tổ chức cho đi học và lấy chứng chỉ về bảo mật thông tin và bảo mật hệ thống.

4. Hiệu quả của giải pháp

Với giải pháp trên CBNV trong công ty sẽ được nâng cao cả về số lượng và chất lượng . Nhận thức của các cán bộ quản lý chất lượng và những thành viên khác trong Công ty về chất lượng được nâng cao > trình độ chuyên môn quản trị mạng và thiết kế Web được nâng cao làm cho chất lượng cung cấp dịch vụ được đảm bảo , giảm thiểu các sai sót cũng như giải quyết sự cố nhanh chóng hơn .

Mặt khác không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn sẽ giúp các quản trị viên và lập trình viên mới vào làm có thể nhanh chóng đảm nhận được công việc của mình.

5. Điều kiện thực hiện giải pháp

Công ty cần lập kế hoạch cụ thể trên cơ sở đánh giá , phân loại nguồn lực lao động , đồng thời chuẩn bị các nguồn lực cần thiết cho công tác đào tạo

Thường xuyên kiểm tra đánh giá chất lượng công tác đào tạo .

Đòi hỏi phải có sự tham gia của mọi thành viên trong Công ty .

Có nguồn kinh phí cho các học viên đi học .

Thật công bằng khách quan trong việc lựa chọn các học viên và công khai vì sao lại chọn .

Các học viên được cử đi học phải có tinh thần ham học , cố gắng tìm tòi để có những kiến thức mới để đảm nhiệm công việc tốt hơn .

1.3. Giải pháp 3: Thiết lập nhóm chất lượng.

1. Cơ sở lý luận.

Nhóm chất lượng được ra đời tại Nhật Bản vào năm 1962 và đã mang lại những thành quả to lớn cho người Nhật. Kể từ đó nhóm chất lượng đã được rất nhiều các tập đoàn kinh tế trên thế giới cũng như nhiều nước vận dụng. Hoạt động của nhóm chất lượng mang tính chất tập thể, ở đó mọi người cùng nhau đưa ra ý kiến, cùng nhau giải quyết và tập hợp lại thành một giải pháp tốt nhất cho vấn đề chất lượng.

Mặt khác trong quá trình cung cấp dịch vụ Internet thì có nhiều ca nhân thực hiện những hợp đồng khác nhau do đó giữ các thành viên không có sự hội ý chia sẻ kinh nghiệm cũng như trình bày các ý kiến , giải pháp. Chỉ khi xảy ra sự cố thì trưởng bộ phận hay người quản lý cán bộ đó mới tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ hay triển khai cung như trong quá trình marketing.

2. Cơ sở thực tiễn

Hiện nay bộ phận cung cấp dịch vụ Internet của công ty có trên 1245 CBNV, mỗi người đảm nhiệm những công việc khác nhau, họ không trao đổi ý kiến hay cùng làm việc với nhau trừ khi họ gặp vấn đề. Hoạt động

của mỗi phòng ban cũng hoàn toàn tách biệt nhau và không có sự tham gia góp ý giữa các phòng ban với nhau.

Vì các lý do trên mà bộ công ty cần thiết phải lập các nhóm chất lượng. Nhóm chất lượng sẽ giúp các thành viên trong công ty thực hiện công việc tốt hơn đồng thời cũng giảm thời gian khắc phục của dự án.

3. Nội dung của giải pháp

Thu hút sự tham gia của mọi người: Việc làm đầu tiên khi xây dựng nhóm chất lượng là thu hút sự tham gia của mọi người trong công ty trên tinh thần tự giác không cưỡng ép. Trưởng các phòng ban trong công ty sẽ chịu trách nhiệm thu hút, lôi cuốn mọi người trong phòng ban mình phụ trách tham gia vào việc thiết lập nhóm chất lượng, thông qua phổ biến cho thấy được những lợi ích có thể đạt được khi nhóm chất lượng được thành lập và có sự tham gia của họ.

Phân nhóm: Sau khi thu hút được sự tham gia của mọi người sẽ tiến hành phân nhóm. Mỗi người sẽ được phát một phiếu đăng ký và họ sẽ đăng ký vào nhóm mà họ cảm thấy thích thú và có ích cho họ trong công việc. Người trong nhóm có thể là người trong cùng phòng ban, cùng thực hiện một công việc, hay bao gồm những người thuộc các phòng ban khác nhau, thực hiện các công việc khác nhau, miễn sao họ cảm thấy thích thú khi tham gia vào hoạt động của nhóm. Số lượng người trong nhóm có thể từ 4 đến 6 người.

Bầu nhóm trưởng: Các thành viên trong mỗi nhóm sẽ tiến hành bầu người đứng đầu nhóm. Nhóm trưởng phải là người có năng lực lãnh đạo nhóm hoặc được mọi người trong nhóm tín nhiệm.

Bầu thư ký: Sau khi các nhóm được thiết lập, các thành viên của các nhóm sẽ bầu một người làm thư ký. Thư ký sẽ là người ghi chép lại nội dung của cuộc họp khi có các nhóm cùng tham gia để giải quyết vấn đề về chất lượng hay hoạch định công tác chất lượng khi cần có sự tham gia của các nhóm khác nhau.

Triển khai nhóm: Sau khi các công việc trên hoàn thành, nhóm chất lượng sẽ đi vào hoạt động. Mới đầu có thể ngày nào cũng họp nhóm sau đó có thể vài ba ngày họp một lần và khi nhóm đã đi vào nề nếp thì số lần họp tốt nhất là 2 lần trong một tháng. Thời gian họp được tiến hành ngoài giờ làm việc, có thể trước khi làm việc, sau khi hết thời gian làm việc hay trong giờ giải lao. Đối với các nhóm mà số người trong nhóm cùng làm việc với nhau hay trong cùng một phòng ban thì số lần họp có thể ít hơn. Thời gian cho mỗi cuộc họp có thể kéo dài trong 15 phút, 30 phút hay 1 tiếng.

4. Hiệu quả của giải pháp:

Kết quả lớn nhất, quan trọng nhất do các nhóm chất lượng mang lại là chất lượng dịch vụ Internet của công ty sẽ được bảo đảm và nâng cao do ý thức tự nguyện tham gia của mọi thành viên, cụ thể:

- Mọi người trong công ty sẽ tự kiểm soát, kiểm tra chất lượng công việc được giao.
- Công tác kiểm soát, kiểm tra chất lượng dịch vụ Internet trở thành một công tác của toàn công ty, do vậy có tính hệ thống, toàn diện và không chỉ là phát hiện lỗi mà còn là phòng ngừa.
- Trình độ và trách nhiệm của mọi người được nâng cao điều đó làm cho mọi người trong công ty gắn bó với công việc. Quan hệ giữa mọi người trong công ty được cải thiện.

5. Điều kiện thực hiện giải pháp

- Được sự ủng hộ của ban lãnh đạo công ty
- Mọi người trong công ty có tinh thần ham học hỏi
- Sự tham gia của mọi người là tự nguyện không cưỡng ép
- Có trợ cấp cho thời gian họp
- Mọi người quyết tâm xây dựng làm nên một tập thể vững mạnh.

1.4. Giải pháp 4: nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2001

1. Cơ sở lý luận

Như chúng ta đã biết để đạt được chứng chỉ ISO 9001 các công ty phải bỏ ra từ 25 đến 30 nghìn USD cùng với nỗ lực cao của các CBNV trong Công ty. Nhưng khi đã có được chứng chỉ, các doanh nghiệp phải duy trì và cải tiến hệ thống quản lý chất lượng nhằm nâng cao hiệu lực của hệ thống đó. Đây là yêu cầu bắt buộc của tiêu chuẩn ISO 9001: 2001. Thực tế cho thấy có nhiều doanh nghiệp chỉ coi chứng chỉ ISO 9001 là phương tiện để quảng bá cho sản phẩm và là giấy thông hành để vào các thị trường khó tính vì vậy họ cố gắng đạt được chứng chỉ rồi bỏ đó không quan tâm xem hệ thống quản lý chất lượng có được duy trì và cải tiến hay không. Do vậy việc nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng là yêu cầu bắt buộc của doanh nghiệp nếu họ muốn nâng cao chất lượng sản phẩm.

2. Cơ sở thực tiễn

Mặc dù công ty FPT đã nhận được chứng chỉ ISO 9001:2000 và chuyển đổi thành công sang phiên bản ISO9001:2001 nhưng hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng ở FPT không được cao. Điều này được thể hiện ở:

- Các tài liệu khó áp dụng do việc xây dựng tài liệu đó khó hiểu, một số tài liệu còn mâu thuẫn nhau.
- Chưa có hệ thống giúp tìm đọc và khai thác các tài liệu ISO phần mềm một cách dễ dàng và đơn giản
- Nhận thức của CBNV về ISO còn mơ hồ.

3. Nội dung giải pháp

Để nâng cao hiệu lực hệ thống quản lý chất lượng, Công ty cần thực hiện các công việc sau:

- Định kỳ 6 tháng một lần tiến hành đào tạo bổ sung kiến thức về quản lý chất lượng cho mọi thành viên trong Công ty trong 2 ngày. Thực tế tại công ty chỉ có trưởng các phòng ban mới được đi bổ sung kiến thức về quản lý chất lượng. Việc đào tạo bổ sung kiến thức này có thể thực hiện bằng cách đào tạo tập trung cho trưởng các phòng ban sau đó trưởng các phòng ban sẽ đào tạo lại cho các thành viên trong phòng ban mình phụ trách.
-

- Tổng giám đốc cần quan tâm hơn nữa tới công tác quản lý chất lượng của Công ty bằng cách định kỳ đánh giá lại tính hiệu quả và hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng thông qua việc xem xét hệ thống tài liệu có phù hợp với yêu cầu của tiêu chuẩn và có được áp dụng đúng như đã viết không, việc duy trì hồ sơ chất lượng và hủy bỏ những tài liệu lỗi thời.

- Nâng cao hiệu quả của hoạt động quản lý cấu hình đây là quy trình hay gặp NC nhất ở công ty. Công ty cần đào tạo một đội ngũ cán bộ chuyên thực hiện công việc quản lý cấu hình và cần có các hướng dẫn cụ thể hơn nữa cho quy trình này. Hiện nay công ty đã có những hướng dẫn rất cụ thể về quản lý cấu hình được thể hiện trong phần hướng dẫn công việc của sổ tay quy trình phần mềm nhưng mỗi bộ phận lại chỉ có duy nhất một quyển sổ tay do cán bộ quản lý chất lượng trực tiếp quản lý. Do đó việc tra cứu thường không thuận lợi và gặp nhiều khó khăn. Công ty nên để các hướng dẫn đó tại vị trí trong bộ phận sao cho mọi người trong bộ phận đều có thể tra cứu một cách thuận lợi khi cần thiết.

- Công ty cần viết lại sổ tay hướng dẫn công việc lập trình sao cho dễ hiểu và rõ ràng hơn vì sổ tay hướng dẫn này bị coi là khó hiểu, không rõ ràng đồng thời cần thống nhất các thuật ngữ trong sổ tay vì các thuật ngữ không thống nhất nên đôi khi mọi người hiểu không thống nhất.

4. Hiệu quả của giải pháp

Với việc nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng sẽ đảm bảo dịch vụ Internet do công ty cung cấp sẽ luôn đáp ứng yêu cầu của khách hàng, đảm bảo các hoạt động quản lý chất lượng của công ty được thông suốt và không gặp trở ngại khi BVQI tiến hành đánh giá lại hệ thống quản lý chất lượng của công ty.

5. Điều kiện thực hiện giải pháp

Để thực hiện giải pháp này những người lãnh đạo trong công ty cần quan tâm hơn nữa tới công tác quản lý chất lượng và có sự cam kết của họ về nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng. Thực tế cho thấy nếu

như lãnh đạo công ty không quan tâm tới công tác chất lượng thì mọi người trong công ty cũng không quan tâm.

1.5. Giải pháp 5: Tổ chức mạng lưới thu thập ý kiến đánh giá và khiếu nại của khách hàng.

Em đang tìm tài liệu để hoàn thành giải pháp này