

**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**

-----



**VONGSISOUK THAMMAVONG**

**CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET TẠI TRUNG  
TÂM INTERNET QUỐC GIA LÀO (LANIC)**

**CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**MÃ SỐ : 60.34.01.02**

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

**HÀ NỘI – NĂM 2016**

**Luận văn được hoàn thành tại:**  
**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. NGUYỄN THỊ MINH AN**

**Phản biện 1: TS. Phạm Văn Giáp**

**Phản biện 2: TS. Vũ Trọng Phong**

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ tại  
Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông  
Vào lúc: 11 giờ 10 ngày 20 tháng 8 năm 2016

**Có thể tìm hiểu luận văn tại:**

- Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

## LỜI MỞ ĐẦU

### **Tính cấp thiết của đề tài:**

Nền kinh tế thị trường, với sự tồn tại khách quan của quy luật cạnh tranh đã trở thành động lực mạnh mẽ thúc đẩy nền kinh tế đất nước nói chung và doanh nghiệp nói riêng. Bất kỳ doanh nghiệp nào dù muốn hay không cũng đều chịu sự chi phối của quy luật cạnh tranh. Nó đòi hỏi mỗi doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải tìm cách thích ứng với thị trường cả về không gian và thời gian, cả về chất lượng và số lượng. Trong đó chất lượng sản phẩm, dịch vụ chính là uy tín của doanh nghiệp, giữ được khách hàng cũ, thu hút khách hàng mới, mở rộng thị trường tạo cơ sở cho sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp. Trong điều kiện mà giá cả không còn là mối quan tâm duy nhất của khách hàng thì chất lượng sản phẩm, dịch vụ ngày nay đang là công cụ cạnh tranh hữu hiệu.

Có thể khẳng định rằng chất lượng sản phẩm, dịch vụ có vai trò quyết định đến sự sống còn của doanh nghiệp. Và Trung tâm Internet Quốc gia Lào cũng không nằm ngoài vấn đề quan tâm, nâng cao chất lượng dịch vụ để tồn tại và phát triển.

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 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. Internet 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.

Ở Lào lĩnh vực cung cấp dịch vụ Internet không còn mới mẻ nữa, tuy nhiên nó vẫn còn chứa đựng những bí mật mà các doanh nghiệp Lào 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 Lào 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 Lào chất lượng cung cấp dịch vụ Internet còn thấp hơn rất nhiều so với các nước trên thế giới. Trong thời gian qua Trung tâm Internet Quốc gia Lào đã rất quan tâm về vấn đề chất lượng. Tuy nhiên

để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, cần có những biện pháp về quản lý, tổ chức, kỹ thuật, công nghệ, trình độ,...

Nhận thức rõ tầm quan trọng của vấn đề, học viên quyết định lựa chọn và nghiên cứu đề tài ***“Chất lượng dịch vụ Internet tại Trung tâm Internet Quốc gia Lào (LANIC)”*** cho luận văn thạc sỹ của mình

### **Tổng quan vấn đề cần nghiên cứu:**

Công tác nâng cao chất lượng dịch vụ là một trong những công tác trọng tâm của Bộ Bưu chính viễn thông nói chung và Trung tâm Internet Quốc gia Lào nói riêng. Thực tế hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp, tổ chức, đặc biệt là của Lào chưa phát huy tối đa về chất lượng dịch vụ Internet. Lý do là vì chưa đủ cơ sở thực tế để chú trọng tới việc nâng cao chất lượng dịch vụ Internet.

Với chủ trương này, Trung tâm Internet Quốc gia Lào cần thực hiện áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng và các công cụ chất lượng nâng cao chất lượng dịch vụ Internet phù hợp với tiêu chuẩn ngành, đáp ứng về quản lý chất lượng. Việc phát huy lợi thế cạnh tranh là chất lượng để giữ thị trường và thu phục khách hàng trong đó chú trọng công tác quản lý chăm sóc và hỗ trợ khách hàng là nhiệm vụ rất quan trọng.

Về vấn đề này, dựa trên cơ sở thực tiễn đã có rất nhiều công trình nghiên cứu, các bài báo, các đề tài khoa học hay các luận văn. Như luận văn “Nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông tại Công ty thông tin viễn thông Điện lực” của tác giả Nguyễn Hữu Thao- Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, hay luận văn “Nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại Công ty Điện toán và Truyền số liệu” của tác giả Trần Thị Thu Hoài- Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, luận văn “Phát triển dịch vụ Internet tốc độ cao ADSL của Công ty Điện thoại Hà Nội 3-VNPT Hà Nội: của tác giả Phạm Đình Thắng- Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông,... Tất cả đều hướng tới mục đích là xây dựng giải pháp góp phần nâng cao sức cạnh tranh dịch vụ Internet, thu hút khách hàng, chiếm lĩnh thị trường bằng chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên đối với Trung tâm Internet Quốc gia Lào thì chưa có đề tài nghiên cứu nào đề cập đến vấn đề trên.

Do vậy, luận văn được nghiên cứu với mong muốn tìm ra nguyên nhân và giải pháp góp phần nâng cao sức cạnh tranh dịch vụ Internet, thu hút khách hàng, chiếm lĩnh thị trường bằng chất lượng dịch vụ của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

Trên cơ sở kết hợp giữa lý luận về chất lượng, quản lý chất lượng của dịch vụ Internet và thực tiễn áp dụng hệ thống quản lý chất lượng

cho các dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào trên thị trường viễn thông Lào, luận văn sẽ tập trung giải quyết những vấn đề sau:

- Hệ thống hoá lý luận về chất lượng và quản lý chất lượng của dịch vụ.
- Phân tích thực trạng chất lượng và công tác quản lý chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào, tìm ra những ưu điểm, tồn tại cũng như nguyên nhân của các tồn tại về chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào. Qua đó thấy được vị trí của Trung tâm Internet Quốc gia Lào trên thị trường viễn thông Lào.
- Đề xuất một số giải pháp, để nâng cao chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

#### **Mục tiêu nghiên cứu:**

Mục tiêu nghiên cứu tổng quát của luận văn là đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu trên, mục tiêu cụ thể của luận văn là:

- Hệ thống hóa một số vấn đề cơ bản về chất lượng và quản lý chất lượng dịch vụ Internet.
- Phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet quốc gia Lào

#### **Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

- Đối tượng nghiên cứu của luận văn: là các vấn đề về chất lượng và quản lý chất lượng dịch vụ Internet gắn liền với hoạt động sản xuất và cung cấp dịch vụ tại Trung tâm Internet quốc gia Lào. Trên cơ sở đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại Trung tâm Internet quốc gia Lào.
- Phạm vi nghiên cứu của luận văn:
  - Về không gian: Nghiên cứu, khảo sát tình hình chất lượng dịch vụ Internet tại Trung tâm Internet Quốc gia Lào.
  - Về thời gian: Các dữ liệu thứ cấp phục vụ cho nghiên cứu luận văn được thu thập trong khoảng thời gian từ 2013-2015.

## **Phương pháp nghiên cứu:**

Trong quá trình thực hiện luận văn tác giả sử dụng một số phương pháp nghiên cứu khác nhau như:

- Phương pháp duy vật biện chứng;
- Phương pháp thu thập tài liệu;
- Phương pháp thống kê, tổng hợp, so sánh, phân tích số liệu ...
- Phương pháp thực nghiệm, tổng kết rút kinh nghiệm trong hoạt động thực tế của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

Ngoài ra, đề tài còn sử dụng thông tin về thị trường dịch vụ Internet Lào và dữ liệu từ các báo cáo thường niên của các nhà khai thác dịch vụ Internet khác; đồng thời thu thập số liệu từ Bộ Bưu chính Viễn thông Lào, Bộ Thông tin và truyền thông Lào; các tạp chí kinh tế, tạp chí nghiên cứu phát triển; các tài liệu trong và ngoài nước.

## **Kết cấu luận văn:**

Luận văn gồm ba chương chính với các nội dung chủ yếu như sau.

### **Chương 1. Một số vấn đề chung về chất lượng dịch vụ Internet.**

- Trong chương này, học viên đề cập và hệ thống hoá những lý luận chung nhất, cô đọng nhất về chất lượng, quản lý chất lượng và khái niệm, những đặc trưng và yếu tố ảnh hưởng về dịch vụ Internet, cũng như sự cần thiết trong công tác quản lý chất lượng cho dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

### **Chương 2. Thực trạng chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào (LANIC)**

- Nội dung Chương 2 phân tích về công tác thực hiện chỉ tiêu chất lượng và công tác quản lý chất lượng tại Trung tâm Internet Quốc gia Lào trong việc nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet, phân tích những ưu điểm, nhược điểm của các quá trình áp dụng hệ thống quản lý chất lượng trên các loại hình dịch vụ Internet.

### **Chương 3. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Internet tại Trung tâm Internet Quốc gia Lào (LANIC).**

- Chương 3 nêu ra những giải pháp cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ Internet nói chung và Trung tâm Internet Quốc gia Lào nói riêng. Trung tâm Internet Quốc gia Lào cần nỗ lực tận dụng mọi nguồn lực, thực hiện công tác tuyên truyền tối đa để mọi cán bộ công nhân viên thấu hiểu.

## **CHƯƠNG 1 MỘT SỐ VẤN ĐỀ CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET**

*Trong chương này, học viên đề cập và hệ thống hoá những lý luận chung nhất, cô đọng nhất về chất lượng, quản lý chất lượng và khái niệm, những đặc trưng và yếu tố ảnh hưởng về dịch vụ Internet, cũng như sự cần thiết trong công tác quản lý chất lượng cho dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.*

### **1.1 Chất lượng và quản lý chất lượng**

#### **1.1.1 Chất lượng dịch vụ.**

##### **1.1.1.1 Khái niệm về chất lượng**

“Chất lượng là mức độ mà theo đó tập hợp các đặc tính vốn có thoả mãn các yêu cầu” (ISO 9001:2000). Định nghĩa này được đồng ý của các quốc gia chấp nhận, trong đó có Lào.

##### **1.1.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ**

Chất lượng dịch vụ (Quality of Service): là sự thoả mãn nhu cầu của khách hàng với chi phí thấp nhất. Chất lượng dịch vụ được đánh giá bằng một bộ các chỉ tiêu mà khách hàng có thể sử dụng để đánh giá khả năng của nhà cung cấp dịch vụ.

##### **1.1.2 Quản lý chất lượng dịch vụ**

##### **1.1.2.1 Khái niệm về quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ**

Theo tiêu chuẩn ISO 9000:2000, TCVN ISO 9000:2000, đã định nghĩa về quản lý chất lượng: “ Các hoạt động có phối hợp để định hướng và kiểm soát một tổ chức về chất lượng” và thực hiện chúng bằng các biện pháp như hoạch định chất lượng, kiểm soát chất lượng, đảm bảo chất lượng và cải tiến chất lượng.

##### **1.1.2.2 Các phương pháp quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ**

- 1) Phương pháp kiểm tra - I (Inspection)
- 2) Phương pháp kiểm soát- QC (Quality Control)
- 3) Đảm bảo chất lượng - QA (Quality Assurance)
- 4) Phương pháp quản lý chất lượng toàn diện - TQM (Total Quality Management)

### **1.2 Dịch vụ Internet và chất lượng dịch vụ Internet:**

#### **1.2.1 Khái niệm và đặc tính của các dịch vụ Internet.**

##### **1.2.1.1 Khái niệm:**

**Internet** là một hệ thống gồm các mạng thông tin máy tính được liên kết với nhau trên phạm vi toàn thế giới theo giao thức TCP/IP thông qua các hệ thống kênh viễn thông.

**Dịch vụ Internet** là các dịch vụ do mạng Internet cung cấp bao gồm: dịch vụ truy nhập Internet, dịch vụ kết nối Internet và dịch vụ ứng dụng Internet trong viễn thông.

#### **1.2.1.2 Đặc tính của các dịch vụ Internet**

- Phương tiện phổ cập thông tin.
- Kết nối toàn cầu.
- Đa dạng hoá nhu cầu.
- Tiếp cận kinh tế số hoá.

#### **1.2.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ Internet.**

Chất lượng cung cấp dịch vụ Internet phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố:

- Hạ tầng cơ sở công nghệ.
- Yêu cầu đối với nhân lực, trình độ công nghệ thông tin, khả năng ngoại ngữ.
- Bảo mật, an toàn.
- Hệ thống thanh toán điện tử.
- Bảo vệ sở hữu trí tuệ.
- Bảo vệ người tiêu dùng.
- Tác động văn hoá xã hội của Internet.

#### **1.2.3 Hệ thống chỉ tiêu chất lượng dịch vụ Internet.**

##### **1.2.3.1 Khái niệm:**

**Hệ thống chỉ tiêu chất lượng:** là một tập hợp các đặc tính tiêu biểu của hoạt động sản xuất kinh doanh mà nhà quản lý lựa chọn sử dụng nhằm mục đích mô tả một cách toàn diện chất lượng sản phẩm và chất lượng phục vụ của công ty (tổ chức).

##### **1.2.3.2 Hệ thống chỉ tiêu chung.**

- 1) Các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật
  - a) Tốc độ tải dữ liệu trung bình
  - b) Lưu lượng sử dụng trung bình
  - c) Tỷ lệ dung lượng truy nhập bị ghi cước sai
- 2) Các chỉ tiêu chất lượng phục vụ
  - a) Độ khả dụng của dịch vụ
  - b) Thời gian thiết lập dịch vụ
  - c) Thời gian khắc phục mất kết nối
  - d) Khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ
  - e) Hồi âm khiếu nại của khách hàng
  - f) Dịch vụ hỗ trợ khách hàng



### 1.3 Kết luận chương

Như vậy Chương 1 đã đề cập và hệ thống hoá những lý luận chung nhất, cô đọng nhất về chất lượng, quản lý chất lượng và khái niệm, những đặc trưng và yếu tố ảnh hưởng về dịch vụ Internet. Đây thực sự là công cụ cần thiết để xem xét, đánh giá, phân tích thực trạng công tác quản lý chất lượng và nâng cao chất lượng các dịch vụ internet của LANIC trong chương 2.

## CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET CỦA TRUNG TÂM INTERNET QUỐC GIA LÀO (LANIC)

*Chương 2 phân tích về công tác thực hiện chỉ tiêu chất lượng và công tác quản lý chất lượng tại Trung tâm Internet Quốc gia Lào trong việc nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet, phân tích những ưu điểm, nhược điểm của các quá trình áp dụng hệ thống quản lý chất lượng trên các loại hình dịch vụ Internet.*

### 2.1 Khái quát về Trung tâm Internet Quốc gia Lào:

#### 2.1.1 Thông tin chung về Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

Trung tâm Internet Lào hay tên viết tắt là LANIC là một đơn vị trực thuộc Bộ Bưu chính Viễn thông, nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào được thành lập chính thức vào ngày 22 tháng 04 năm 2008. Theo đó, Trung tâm Internet Lào chịu trách nhiệm quản lý về tên miền Internet trong lãnh thổ Lào cũng như thống kê về tình hình sử dụng Internet tại Lào.

LANIC bao gồm 6 phòng:

- ✓ Phòng Tổ chức, hành chính;
- ✓ Phòng Kế toán, Tài chính;
- ✓ Phòng Quản lý tài nguyên Internet;
- ✓ Phòng Kỹ thuật, Tin học;
- ✓ Phòng Kinh tế, Thống kê;
- ✓ Phòng Quan hệ cộng đồng
- ✓ Đài DNS.

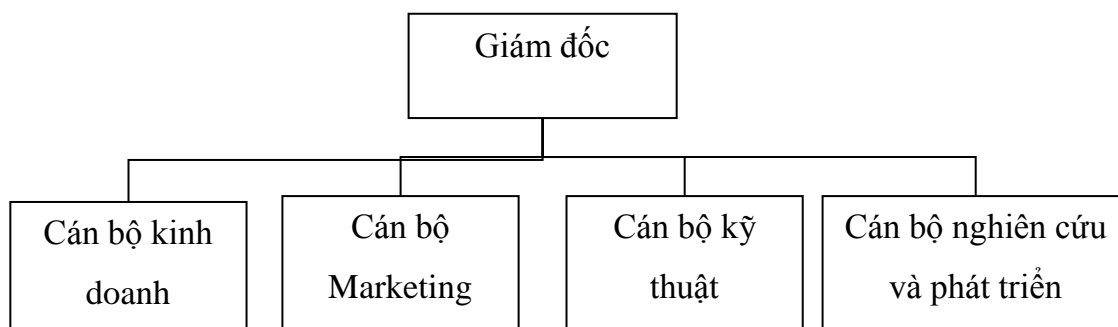
#### 2.1.2 Đặc điểm quá trình cung cấp dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

Quá trình cung cấp dịch vụ Internet của LANIC diễn ra như sau:

- Bước 1:
  - ✓ Đăng ký dịch vụ.
  - ✓ Đàm phán, ký kết hợp đồng
- Bước 2: Khảo sát khả năng cung cấp dịch vụ (Áp dụng với trường hợp khách hàng đăng ký tại trung tâm).
- Bước 3: Xử lý giao dịch không triển khai được.
- Bước 4: Phân công tuyển triển khai.
- Bước 5: Thực hiện triển khai (Thi công xây lắp và cài đặt dịch vụ).
- Bước 6: Rà soát giao dịch.
- Bước 7: Quyết toán.
- Bước 8: Lưu hồ sơ.

### 2.1.3 Đặc điểm về cơ chế quản lý.

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



**Hình 2.1. Cơ cấu tổ chức trong Trung tâm Internet Quốc gia Lào**

(Nguồn: Báo cáo nhân sự năm 2015 của LANIC)

### 2.1.4 Đặc điểm về lao động.

#### 2.1.4.1 Tăng Trưởng Nhân Sự

**Bảng 2.1. Tình hình nhân sự của LANIC từ năm 2011-2015**

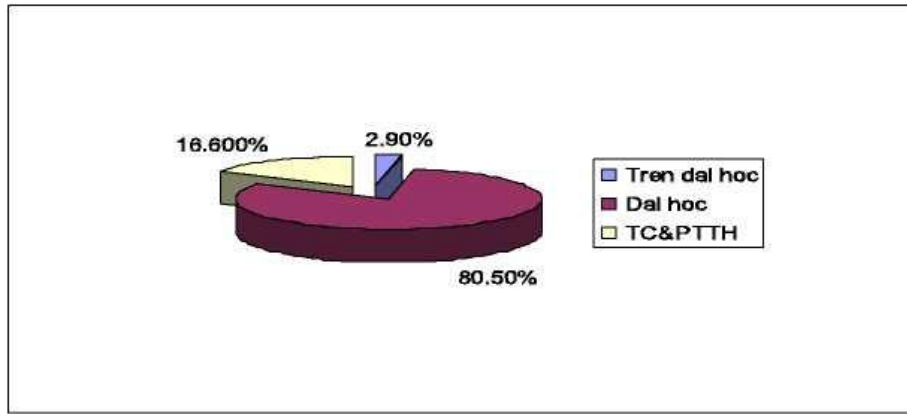
Đơn vị: Người

Năm	2011	2012	2013	2014	2015
LANI	401	499	825	1083	2780

(Nguồn : Báo cáo nhân sự hàng năm của LANIC)

#### 2.1.4.2 Trình độ học vấn và cơ cấu nghiệp vụ

Các nhân viên LANIC có trình độ học thức cao. Số nhân viên có trình độ học vấn trên đại học là 80 người (chiếm 2,9% ) số người có trình độ đại học là 2237 người (chiếm 80,5% ).



**Hình 2.2. Biểu đồ trình độ học vấn và cơ cấu nghiệp vụ**

(Nguồn: Báo cáo nhân sự năm 2015 của LANIC)

Số lượng cán bộ quản lý là 291 người (chiếm 10,5%), cán bộ kinh doanh là 559 người (chiếm 20,1%), cán bộ kỹ thuật là 840 người (chiếm 30,2%). Đội ngũ phần mềm là 890 người (chiếm 32%). Đội ngũ chức năng là 198 người (chiếm 7,1%).

#### **2.1.5 Đặc điểm về nguồn vốn.**

LANIC được thành lập từ năm 2008, với số vốn đăng ký kinh doanh 10 triệu USD. Hiện nay số vốn kinh doanh của Trung tâm là 25 triệu USD.

Từ năm 2014 đến năm 2015, tổng tài sản của LANIC tăng từ 20 triệu USD lên 25 triệu USD.

Để đảm bảo nguồn vốn cho các hoạt động kinh doanh, LANIC còn áp dụng cơ chế tài chính linh hoạt. Trung tâm 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.

Trung tâm còn có khả năng huy động vốn tín dụng của các hãng HP, IBM, 3COM, NOVEL, APC, CISCO, MICROSOFT, ORACLE, ESRI.

#### **2.1.6 Kết quả hoạt động của Trung tâm từ năm 2013-2015.**

- Các chỉ tiêu chất lượng :
- Chi tiết chất lượng Internet năm 2015:

### **2.2 Thực trạng chất lượng dịch vụ Internet tại trung tâm Internet quốc gia Lào.**

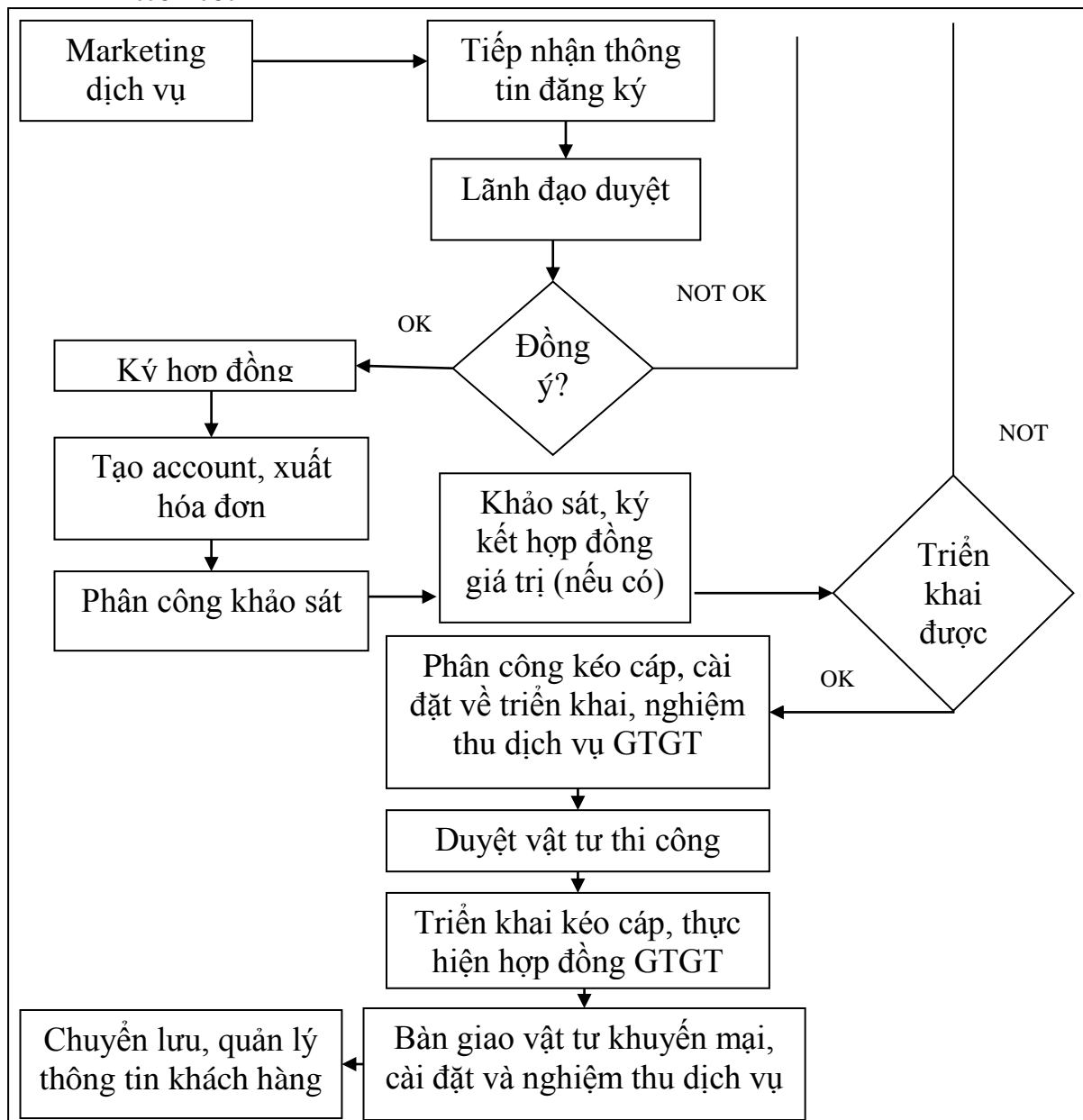
#### **2.2.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ Internet của trung tâm Internet Quốc gia Lào:**

- Yếu tố thị trường.
- Thời gian triển khai.
- Yếu tố đảm bảo hoạt động của mạng.

- Hoạt động hỗ trợ khách hàng.
- Về con người.
- Về quản lý.
- Sự cam kết của lãnh đạo LANIC về đảm bảo không ngừng nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ Internet.
- Việc lập kế hoạch.

### 2.2.2 Những tiêu chuẩn cung cấp dịch vụ Internet và đánh giá chất lượng cung cấp dịch vụ.

#### 2.2.2.1 Quá trình và chỉ tiêu đánh giá chất lượng cung cấp dịch vụ Internet



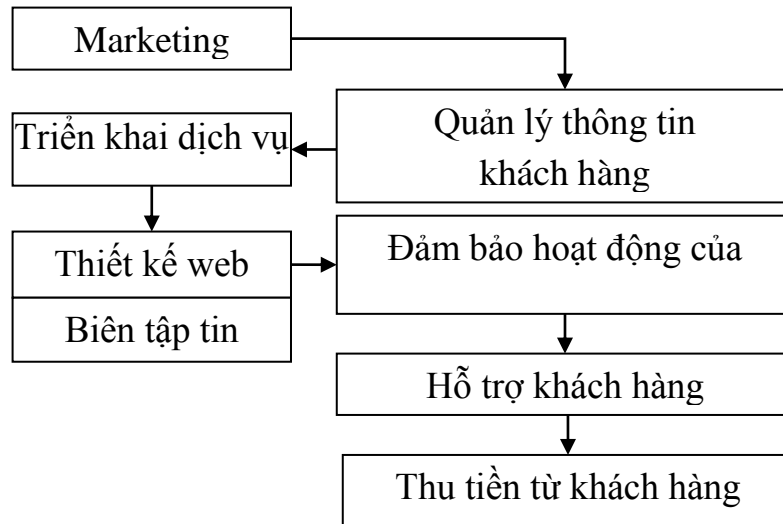
**Hình 2.3. Quá trình cung cấp dịch vụ Internet**

(Nguồn : Sổ tay quy trình chất lượng của LANIC)

### 2.2.2.2 Chỉ tiêu đánh giá chất lượng kỹ thuật dịch vụ Internet

### 2.2.3 Chỉ tiêu chất lượng cung cấp dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào

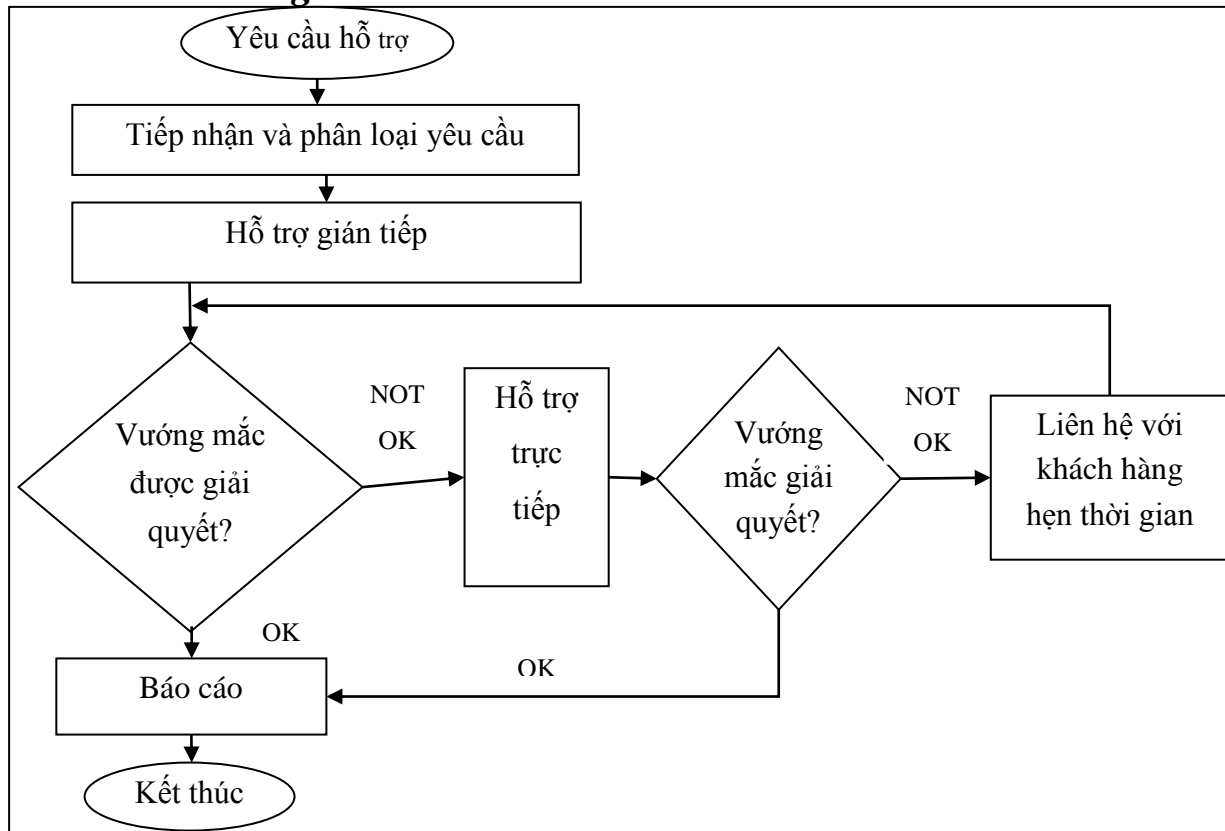
### 2.2.4 Quá trình cung cấp dịch vụ Internet tới khách hàng.



**Hình 2.4. Lưu đồ các quá trình cung cấp dịch vụ Internet**

(Nguồn : Sổ tay quy trình chất lượng của LANIC)

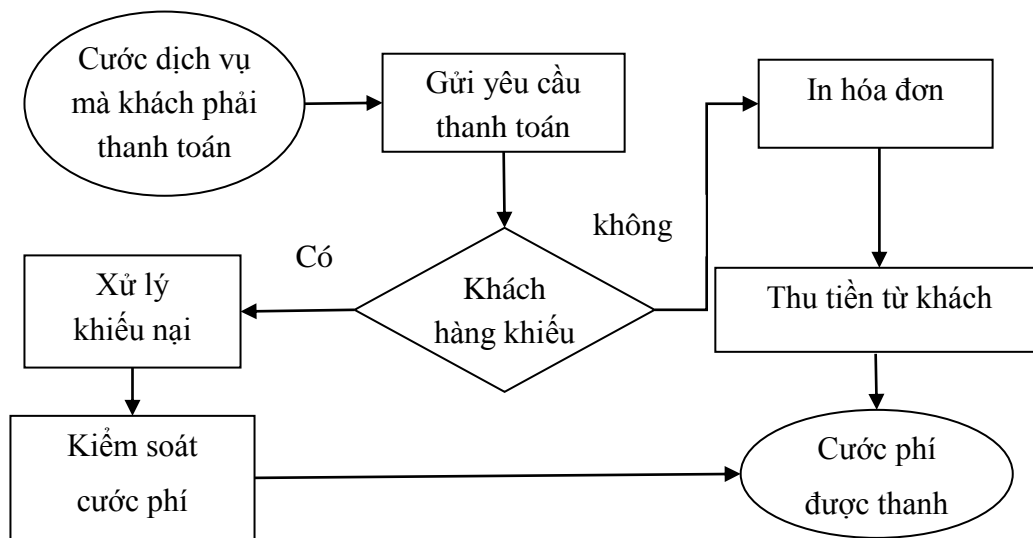
### 2.2.5 Quy trình và chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động hỗ trợ khách hàng.



**Hình 2.5. Quy trình hỗ trợ khách hàng**

(Nguồn : Sổ tay quy trình chất lượng của LANIC)

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



**Hình 2.6. Quy trình hoạt động thu tiền từ khách hàng**

(Nguồn : Sổ tay quy trình chất lượng của LANIC)

### 2.2.7 Quy trình chăm sóc khách hàng

- ❖ Bước 1 : Tiếp nhận khách hàng/ thông tin khách hàng
- ❖ Bước 2 : Liên lạc, trao đổi, thuyết phục khách hàng
- ❖ Bước 3: Làm thủ tục thanh lý
- ❖ Bước 4: Phản hồi thông tin khách hàng không thanh toán lại phòng chăm sóc khách hàng
- ❖ Bước 5 : Tiếp nhận phàn nàn/ khiếu nại từ khách hàng
- ❖ Bước 6: Xác định phạm vi và trách nhiệm xử lý phàn nàn/khiếu nại từ khách hàng
- ❖ Bước 7: Chuyển ý kiến/ phàn nàn/ khiếu nại tới bộ phận liên quan
- ❖ Bước 8: Nhận kết quả xử lý từ các bộ phận liên quan
- ❖ Bước 9: Phản hồi các ý kiến và xử lý phàn nàn/ khiếu nại của khách hàng
- ❖ Bước 10: Tìm hiểu nhu cầu khách hàng
- ❖ Bước 11: Lập kế hoạch chăm sóc khách hàng
- ❖ Bước 12: Triển khai thực hiện kế hoạch chăm sóc khách hàng
- ❖ Bước 13: Phân tích kết quả thực hiện
- ❖ Bước 14: Báo cáo kết quả
- ❖ Bước 15: Định kỳ thu thập, phân tích ý kiến

## **2.3 Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào:**

### **2.3.1 Ưu điểm.**

Chất lượng dịch vụ Internet của LANIC đã và đang được cải tiến từng ngày, từng tháng theo chu kỳ nhất định. Những kết quả chất lượng đã đạt được:

- Tổ chức được hệ thống tài liệu chất lượng.
- Đưa các hoạt động của các ban chức năng vào nề nếp.
- Kiểm soát trên hệ thống quy trình Internet chặt chẽ.

### **2.3.2 Tồn tại và nguyên nhân**

#### **a) Tồn tại**

- Chất lượng dịch vụ.
- Chất lượng phục vụ.
- Kiểm soát thi công lỏng lẻo.

#### **b) Nguyên nhân**

Có những nguyên nhân dẫn đến tình trạng này gồm năng lực đối tác chưa đáp ứng nhu cầu phát triển thuê bao của LANIC, hệ thống call center, chăm sóc khách hàng chưa tốt... cấp ngoại vi chưa được quy hoạch hợp lý theo địa bàn, dẫn đến hiện tượng điện lực cắt cáp, cũng ảnh hưởng rộng đến khách hàng.

### **2.3.3 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 Trung tâm đã được cải tiến nhiều và có uy tín trên thị trường cung cấp dịch vụ Internet trong nước.. Để thực hiện được điều đó Trung tâm cần:

- Xây dựng cho bộ phận cung cấp dịch vụ Internet một chính sách chất lượng cụ thể cho từng hoạt động.
- Đào tạo và đào tạo lại cho cán bộ nhân viên trong Trung tâm.
- Thiết lập các nhóm chất lượng.
- Tổ chức mạng lưới thu thập và xử lý ý kiến đánh giá và khiếu nại của khách hàng.
- Quản lý tốt chi phí chất lượng.
- Nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001:2000.
- 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.

## **2.4 Kết luận chương**

Chương này thể hiện rõ tình hình chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào. Chương 2 đã nghiên cứu thực trạng

chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào, đã chỉ ra được các ưu điểm, tồn tại và nguyên nhân tồn tại về chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm- Đây chính là những sở cứ quan trọng để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Internet của LANIC tại chương 3.

### **CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET TẠI TRUNG TÂM INTERNET QUỐC GIA LÀO (LANIC)**

*Chương 3 nêu ra những giải pháp cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ Internet nói chung và Trung tâm Internet Quốc gia Lào nói riêng. Trung tâm Internet Quốc gia Lào cần nỗ lực tận dụng mọi nguồn lực, thực hiện công tác tuyên truyền tối đa để mọi cán bộ công nhân viên thấu hiểu.*

#### **3.1 Định hướng phát triển của Trung tâm Internet Quốc gia Lào.**

##### **3.1.1 Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Internet (Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng mạng)**

###### **❖ Đối với cơ sở vật chất:**

- Tập trung nghiên cứu địa điểm lắp đặt trạm, tiến hành và đẩy nhanh tốc độ lắp đặt trạm nhằm triển khai các dịch vụ đến khách hàng.
- Cần phải quan tâm đến số lượng trạm, mật độ trạm sao cho đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, cần tập trung nhiều vùng có nhu cầu sử dụng Internet, các thành phố lớn, khu kinh tế, hạn chế việc lãng phí trong việc di dời các trạm mạng.
- Cần nâng cấp mở rộng đường truyền băng thông rộng, dung lượng lớn, tốc độ cao nhằm giải quyết các khó khăn về việc truyền tin trên mạng và hạn chế sự tắc nghẽn mạng.
- Tăng cường hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước để mở rộng vùng phủ sóng và đồng thời ký hợp đồng chuyển vùng quốc gia với các đối tác trên thế giới nhằm mở rộng thị trường.

###### **❖ Đối với môi trường vật chất:**

- Đối với trung tâm dịch vụ khách hàng: Vị trí trung tâm dịch vụ khách hàng phải được đặt ở những nơi dễ thấy, không gian thoáng, sạch đẹp, diện tích rộng. Nâng cấp các trang thiết bị công nghệ thông tin nhằm theo kịp sự phát triển của thế giới, các công cụ hỗ trợ việc giao dịch để tạo ấn tượng và xây dựng niềm tin cho khách



hàng về Trung tâm. Ở các trung tâm sửa chữa thiết bị đầu cuối thì Trung tâm nên trang bị thêm các thiết bị hiện đại, đội ngũ nhân viên cần có thái độ nhiệt tình, có kiến thức và không ngừng học hỏi để nâng cao chuyên môn của mình.

❖ **Hoàn thiện dịch vụ hiện có:**

Cần bổ sung thêm các thuộc tính mới để hoàn thiện dịch vụ như nâng cao chất lượng dịch vụ bằng các thiết bị công nghệ thông tin hiện đại, phương tiện phục vụ, đơn giản hóa thủ tục.

- Phát triển sản phẩm dịch vụ: Mở rộng vùng phủ sóng theo hướng tăng mật độ phủ sóng tại nơi có nhu cầu lớn.
- Đa dạng hóa các dịch vụ: đưa ra các dịch vụ tăng thêm, gộp nhóm một số dịch vụ cho phù hợp, miễn phí cước thuê bao cố định, tăng tốc độ truy cập, sử dụng thư điện tử, định vị, chuyển đổi hình thức sử dụng, đa dạng hóa hình thức thanh toán (chuyển khoản, thẻ ATM, Internet Banking, bưu điện...).
- Nâng cao chất lượng dịch vụ: nâng cao sự hài lòng của khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của LANIC.
- Quản lý chất lượng dịch vụ: Ban hành tiêu chuẩn dịch vụ, quy trình riêng dựa trên cơ sở các quy định của Bộ Bưu chính Viễn thông Lào.

### **3.1.2 Mục Tiêu Chất Lượng Đến Năm 2020.**

Mục tiêu, định hướng phát triển của LANIC trong giai đoạn 2016 – 2020 là phát triển nhanh, bền vững, tiếp tục khẳng định vị trí doanh nghiệp hàng đầu và là nhà cung cấp các dịch vụ viễn thông- công nghệ thông tin lớn nhất trên địa bàn Thủ Đô Viên Chăn. Mở rộng kênh bán hàng, xây dựng hệ thống cửa hàng tới cấp huyện, phát triển mạng lưới cáp quang hóa xuống thôn xã đảm bảo phục vụ đông đảo các tầng lớp nhân dân trên toàn thành phố.

Để trở thành nhà cung cấp dịch vụ hàng đầu ở Lào vào năm 2020, ban lãnh đạo LANIC đã ra mục tiêu chất lượng cho mình. Mục tiêu chất lượng được thể hiện thông qua bảng sau:

**Bảng 3-1: Mục tiêu chất lượng năm 2020**

TT	Chỉ tiêu đánh giá	Đơn vị tính	Năm 2016	Năm 2020
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	%	$\geq 90$	$\geq 95$
5	Tỷ lệ hỗ trợ đúng hạn	%	$\geq 90$	$\geq 98$
6	Tỷ lệ sai sót	%	1	0.5

(Nguồn : Kế hoạch nâng cao chất lượng dịch vụ Internet của LANIC đến 2020)

### **3.1.3 Phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ Internet của LANIC**

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

- 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 Trung tâm 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.

## **3.2 Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào:**

### **3.2.1 Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực.**

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, LANIC cần phải đào tạo nguồn nhân lực qua nhiều hình thức khác nhau như:

#### **3.2.1.1 Thực hiện đào tạo nguồn nhân lực**

##### **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 Trung tâm. 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 Trung tâm. 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.

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 Trung tâm .

## ***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 Trung tâm 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 Trung tâm phần lớn là CBNV trẻ có năng lực, nhiệt tình được đào tạo bài bản song thiếu kinh nghiệm thực tế.

Xuất phát từ lý do trên Trung tâm cần phải đào tạo nâng cao nhận thức về chất lượng cho cán bộ nhân viên 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 cán bộ nhân viên trong toàn Trung tâm 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 Trung tâm 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 Trung tâm. Trung tâm cần có một chiến lược kế hoạch hóa 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 Trung tâm trong tương lai. Kế hoạch hóa nguồn nhân lực sẽ giúp cho Trung tâm 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 Trung tâm hoặc một người có kinh nghiệm hay thuê chuyên gia đào tạo chất lượng đào tạo tại Trung tâm. 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 hoặc lý thuyết với thực hành có nghĩa là học một thời gian tại trường sau đó trở về Trung tâm 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.
    - ✓ 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 Trung tâm 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 Trung tâm 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**

- Trung tâm 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 Trung tâm.
- 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.

#### **3.2.1.2 Thực hiện chương trình thuê nguồn nhân lực bên ngoài**

Trong trường hợp Trung tâm có thêm yêu cầu, đơn hàng phát sinh mà không đủ nhân lực để làm, một hợp đồng thuê nguồn nhân lực bên ngoài sẽ làm cho Trung tâm tiết kiệm được rất nhiều chi phí.

Có thể nói rằng tiết kiệm chi phí, đặc biệt là chi phí cho nguồn nhân lực (khi các mối quan hệ con người bao giờ cũng phức tạp), luôn là vũ khí hữu hiệu để Trung tâm nâng cao lợi nhuận kinh doanh. Trên thực tế, các hợp đồng thuê nguồn nhân lực bên ngoài có thể thay đổi theo thời gian, nhưng thường là theo chiều hướng tăng. Điều này dẫn tới việc gia tăng giá trị của dịch vụ, tuy nhiên, khi khối lượng công việc càng nhiều, đơn giá dịch vụ sẽ càng giảm xuống, lợi nhuận mang lại sẽ cao hơn.

Hơn nữa, các hợp đồng thuê nguồn nhân lực bên ngoài còn cho phép doanh nghiệp loại trừ được những ảnh hưởng của “nhân tố cá nhân” đối với thời hạn hoàn thành công việc. Bởi, nếu doanh nghiệp sử dụng nhân lực nội bộ, kể cả khi doanh nghiệp có đội ngũ nhân sự tích cực, có trách nhiệm và tay nghề cao nhất... cũng có thể bị trục trặc do đa dạng những nguyên nhân khách quan và chủ quan.

### **3.2.1.3      *Thực hiện thi đua sáng tạo, cải tiến công tác tác nghiệp tại đơn vị***

Phong trào lao động sáng tạo, phát huy sáng kiến cải tiến trong Trung tâm mang lại hiệu quả thiết thực trong việc quản lý, điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh, tiết kiệm nhiều chi phí. Những sáng kiến, cải tiến trong lĩnh vực đổi mới kỹ thuật công nghệ, các giải pháp hợp lý hóa trong công tác vận hành, bảo dưỡng sửa chữa và công tác quản lý an toàn mạng là rất cần thiết.

Căn cứ mục tiêu, ý nghĩa và nội dung phong trào, từng phòng ban trong toàn Trung tâm cần cụ thể hóa, xây dựng chương trình hành động của mình, tổ chức tuyên truyền phát động phong trào thi đua lao động sáng tạo, phát huy sáng kiến cải tiến đề ra những mục tiêu, biện pháp phù hợp cho từng đơn vị.

Nhấn mạnh mỗi quan tâm vào các giải pháp kỹ thuật, bên cạnh đó, cũng khuyến khích các giải pháp quản lý là các cải tiến, hợp lý hóa phương pháp tổ chức bao gồm: bố trí nhân lực, máy móc, thiết bị, dụng cụ,...; phương pháp điều hành, kiểm tra, giám sát công việc kỹ thuật, kinh doanh, thương mại, dịch vụ, đầu tư xây dựng, hành chính, đào tạo huấn luyện người lao động...; giải pháp nghiệp vụ là các cải tiến, hợp lý hóa trong việc thực hiện thao tác nghiệp vụ trong công việc kỹ thuật, kinh doanh, thương mại, dịch vụ, đầu tư xây dựng, hành chính, đào tạo huấn luyện người lao động...; giải pháp ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, quản lý là các phương án, bí quyết áp dụng một giải pháp kỹ thuật, quản lý đã biết và thực tiễn.

### **3.2.1.4      *Thực hiện công tác tuyển dụng thường xuyên***

Cơ chế tuyển dụng cần phải thông báo tuyển dụng rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng, tuyển dụng lực lượng trẻ, ưu tiên những người tốt nghiệp loại khá, giỏi, khả năng giao tiếp tốt, có khả năng vi tính và ngoại ngữ sẽ là lợi thế. Có các chính sách đãi ngộ, thu hút nhân tài: phát hiện nhân tài tại LANIC và thu hút nhân tài từ các doanh nghiệp khác, phải thực hiện duy trì và phát triển nguồn nhân lực tiềm năng.

Tuyển chọn là công tác quan trọng nhất trong thực hiện mục tiêu của tuyển dụng. Trung tâm có thể tìm ra những kỹ sư giỏi, những nhân viên phù hợp hay không phụ thuộc rất lớn vào công tác này. Do vậy cần có sự quan tâm đến công tác tuyển chọn, dần cải thiện để nâng cao hiệu quả tuyển dụng. Trước tiên cần chú tâm đến các giải pháp nâng cao dần

chất lượng tuyển chọn, đáp ứng kịp thời nhu cầu nhân sự của Trung tâm cả về số lượng và chất lượng. Để nâng cao chất lượng tuyển chọn cần:

- Lập tiêu chuẩn tuyển chọn cụ thể hơn cho từng vị trí công việc.
- Sự tham gia trực tiếp của lãnh đạo Trung tâm.
- Kết hợp chặt chẽ với các công tác khác trong quản lý nhân sự.

### **3.2.2 Nhóm giải pháp về cạnh tranh.**

#### **3.2.2.1 Điều tra, nghiên cứu thị trường**

Nghiên cứu thị trường là công cụ kinh doanh thiết yếu và là công việc cần làm trong một thị trường cạnh tranh, nơi có quá nhiều sản phẩm, dịch vụ phải cạnh tranh gay gắt để dành sự chấp nhận mua và/hoặc sử dụng của khách hàng. Do đó, càng hiểu rõ về thị trường và khách hàng tiềm năng, càng có nhiều cơ hội thành công.

Việc nghiên cứu sẽ cung cấp những chi tiết rất quan trọng hỗ trợ từ việc phát hiện ra thị trường "ngách" cho đến việc hoạch định một chiến lược tiếp thị có hiệu quả.

#### **3.2.2.2 Chính sách giá cước, gói cước**

Đa dạng hóa các hình thức giá cước, lựa chọn cước như Trung tâm nên xây dựng thêm nhiều gói cước phù hợp với mức độ sử dụng của từng đối tượng khách hàng theo từng vùng địa lý.

Chương trình giảm giá cước theo từng vùng.

Trung tâm nên có cơ chế thưởng theo doanh số cho các nhà cung cấp trung gian.

### **3.2.3 Nhóm giải pháp về các hoạt động chăm sóc khách hàng.**

- LANIC cần chủ động nghiên cứu xem khách hàng có hài lòng với dịch vụ của mình hay không.
- Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng: như họ và tên, ngày tháng năm sinh, địa chỉ, nghề nghiệp, giới tính, năm kích hoạt... trên cơ sở dữ liệu đó, Trung tâm triển khai các hoạt động chăm sóc khách hàng. Tăng cường thêm các điểm phục vụ, kênh phân phối. Tất cả những thông tin có được về khách hàng cần lưu giữ và cập nhật liên tục.
- Khuyến khích nhân viên giao tiếp với khách hàng, tạo mối quan hệ thân thiện, đôi khi có thể cho phép họ vượt ra ngoài ranh giới những công việc thường ngày, và để cho họ chịu hoàn toàn trách nhiệm phục vụ những người khách nhất định.
- Cố gắng biến nhu cầu gián đoạn thành nhu cầu liên tục.
- Thường có những khuyến khích vật chất dưới dạng thưởng cho các khách hàng giữ mối quan hệ với LANIC.

- LANIC cần phải xây dựng các chuẩn hóa về quy trình dịch vụ nhằm hỗ trợ nhân viên trong việc đáp ứng nhanh chóng các yêu cầu của khách hàng và kiểm soát toàn bộ hoạt động cung ứng dịch vụ của Trung tâm.
- Đào tạo, nâng cao trình độ của cán bộ công nhân viên làm công tác chăm sóc khách hàng.
- Tổ chức hội nghị khách hàng.

#### **3.2.4 Nhóm giải pháp về truyền thông Marketing**

Mục tiêu của truyền thông là đưa thông tin một cách đầy đủ nhất về dịch vụ của Trung tâm đến với khách hàng. Trung tâm phải phối hợp các công cụ truyền thông cổ động linh hoạt như sau:

- Quảng cáo:

Phương tiện quảng cáo, tần suất quảng cáo: phương tiện quảng cáo mà Trung tâm có thể sử dụng như quảng cáo trên truyền hình, báo chí, tạp chí, pano, bảng hiệu, web... Tuy nhiên, tần suất và thời lượng quảng cáo phải phù hợp với đặc điểm của khách hàng. Mỗi phân đoạn thị trường sẽ phù hợp với phương tiện quảng cáo khác nhau.

- Marketing trực tiếp:

Trung tâm nên sử dụng các in ấn catalogue gửi cho khách hàng có nhu cầu, gửi mail, điện thoại khi có các sự cố về dịch vụ, phân phối, giá, chương trình khuyến mãi. Nội dung của catalogue phải cung cấp đầy đủ thông tin về sản phẩm dịch vụ và làm nổi bật hình ảnh của Trung tâm như logo, tên Trung tâm, địa chỉ, email, website, các trung tâm cung cấp dịch vụ

Đối với các điểm giao dịch, điểm tiếp nhận dịch vụ sẽ được nâng cấp, cải tạo và trang trí đúng theo slogan nhận diện thương hiệu của ngành. Bảng giá cước, hướng dẫn sử dụng sẽ được đặt tại những vị trí dễ quan sát để phục vụ khách hàng. Giao dịch viên, ngoài kỹ năng bán hàng sẽ được đào tạo về kỹ năng giao tiếp, trình độ ngoại ngữ. Các giao dịch viên bắt buộc phải mặc đồng phục, luôn luôn sẵn sàng phục vụ khách hàng.

- Khuyến mại:

- Đối với khách hàng: Trung tâm cần đưa ra nhiều chương trình đem lại lợi ích thiết thực và hấp dẫn khách hàng như giảm giá hay miễn phí giao dịch, tặng quà cho khách hàng (mũ bảo hiểm, áo thun, áo mưa...), quay số trúng thưởng, cài đặt miễn phí...
- Đối với các trung gian trong kênh phân phối: Tổ chức các chương trình thi đua bán hàng để các thành viên này nỗ lực bán



hàng như đại lý có doanh số cao nhất, danh hiệu người bán hàng giỏi nhất

### **3.2.5 Các nhóm giải pháp khác.**

#### **3.2.5.1 Vận dụng nghệ thuật “chiêu khách”:**

#### **3.2.5.2 Xây dựng văn hóa doanh nghiệp**

### **3.3 Một số kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ Internet:**

#### **3.3.1 Kiến nghị với Bộ Bưu chính Viễn thông Lào.**

- Cần đề xuất với Bộ Bưu chính Viễn thông Lào sớm đổi mới chính sách giá cước đảm bảo thiết lập được môi trường cạnh tranh thực sự, tạo động lực để các doanh nghiệp phấn đấu nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, giảm giá thành sản phẩm và dịch vụ.
- Tiếp tục đổi mới tổ chức quản lý kinh doanh, đẩy nhanh sắp xếp lại mô hình tổ chức. Từng bước bãi bỏ chế độ bao cấp, thực hiện hạch toán riêng và rõ các dịch vụ viễn thông.
- Cần tổ chức nghiên cứu thị trường để lập kế hoạch cung cấp các dịch vụ phù hợp với nhu cầu của thị trường, phù hợp với các đối tượng khách hàng khác nhau.
- Lập kế hoạch chi tiết, kế hoạch đầu tư dài hạn, đầu tư kịp thời, tổ chức quản lý khai thác dịch vụ hiệu quả.
- Đa dạng hóa các phương thức hợp tác kinh doanh trong và ngoài LANIC để phát triển dịch vụ. Hợp tác với các nhà cung cấp thiết bị, các nhà cung cấp giải pháp... để phát triển dịch vụ bền vững.
- Chú trọng đến lĩnh vực sản xuất nội dung vì phần nội dung chiếm đến 80% doanh thu dịch vụ. Thành lập các bộ phận chuyên trách phát triển và quản lý kinh doanh các dịch vụ giá trị gia tăng của Tập đoàn để tổ chức xây dựng chiến lược, kế hoạch dài hạn.

#### **3.3.2 Kiến nghị với cơ quan quản lý Nhà nước.**

- Nhà nước cần tăng cường quản lý sử dụng dịch vụ Internet theo hướng mọi người dân đều có thể sử dụng Internet nhưng vẫn kiểm soát được tình hình an ninh, chính trị.
- Nhà nước cần đẩy mạnh việc xây dựng Chính phủ điện tử, từ các Bộ ngành đến các chính quyền địa phương, đẩy mạnh việc phổ cập Internet, có các chương trình giáo dục, đào tạo các kiến thức về máy tính và Internet cho người dân.

### **3.4 Kết luận chương**

Như vậy trên cơ sở lý luận của chương 1, những đánh giá thực trạng từ chương 2 để đề xuất những giải pháp cụ thể nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào

## KẾT LUẬN

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, với môi trường cạnh tranh gay gắt, Lào đang từng bước hội nhập với nền kinh tế Quốc tế, phát triển kinh doanh là điều kiện đảm bảo cho sự tồn tại phát triển của các doanh nghiệp nói chung, Trung tâm Internet Quốc gia Lào nói riêng. Việc áp dụng các giải pháp phát triển, kinh doanh cần dựa trên cơ sở phân tích đánh giá chính xác thực trạng kinh doanh của từng đơn vị để nghiên cứu, đề xuất giải pháp cụ thể gắn với điều kiện, hoàn cảnh thực tế của đơn vị mới đạt được kết quả mong muốn.

Học viên không có tham vọng đi hết toàn bộ các vấn đề lý luận về kinh doanh, phát triển dịch vụ Internet, các giải pháp phát triển dịch vụ của toàn bộ Bộ Bưu chính Viễn thông Lào được. Trong phạm vi giới hạn về không gian, thời gian và địa điểm, học viên chỉ tập trung giải quyết và đã hoàn thành nhiệm vụ theo mục tiêu đã đặt ra đối với Trung tâm Internet Quốc gia Lào.

Luận văn đạt được các kết quả:

- Thứ nhất, hệ thống hóa một số vấn đề cơ bản về chất lượng dịch vụ internet.
- Thứ hai, Phân tích thực trạng chất lượng và công tác quản lý chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào, tìm ra những ưu điểm, tồn tại cũng như nguyên nhân của các tồn tại về chất lượng dịch vụ Internet của Trung tâm Internet Quốc gia Lào. Qua đó thấy được vị trí của Trung tâm Internet Quốc gia Lào trên thị trường viễn thông Lào.
- Thứ ba, đề xuất một số giải pháp chủ yếu nâng cao chất lượng dịch vụ Internet cho Trung tâm Internet Quốc gia Lào (LANIC), đó là:
  - Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Internet.
  - Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực.
  - Nhóm giải pháp về cạnh tranh.
  - Nhóm giải pháp về các hoạt động chăm sóc khách hàng.
  - Nhóm giải pháp về truyền thông Marketing.
  - Các nhóm giải pháp khác.

Chất lượng dịch vụ Internet là một vấn đề phức tạp, trong quá trình thực hiện luận văn học viên đã rất cố gắng, tuy nhiên có những hạn chế về thời gian, khả năng, tài liệu nên khó tránh khỏi một số thiếu sót, mong thầy cô và các bạn đóng góp xây dựng.