

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO      TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM**  
**HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG**

-----



**HOÀNG THỊ NHÃN**

**PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ  
VIỄN THÔNG DI ĐỘNG TẠI CÔNG TY THÔNG TIN VIỄN  
THÔNG ĐIỆN LỰC - EVNTELECOM**

CHUYÊN NGÀNH :    QUẢN TRỊ KINH DOANH  
MÃ SỐ                    :    60.34.05

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH DOANH VÀ QUẢN LÝ**

HÀ NỘI, NĂM 2011

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Viễn thông là một lĩnh vực đòi hỏi vốn đầu tư lớn và sự đổi mới liên tục về công nghệ kỹ thuật để nâng cao chất lượng mạng lưới, chất lượng dịch vụ và đa dạng hoá các loại hình dịch vụ. Nhận thức được tầm quan trọng của các giải pháp phát triển kinh doanh đối với doanh nghiệp viễn thông và có được những tìm hiểu thực tế về hoạt động kinh doanh của Công ty trong thời gian công tác tại đây, tôi đã lựa chọn đề tài “*Phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông di động tại Công ty thông tin Viễn thông Điện Lực - EVNTelecom*”.

### 2. Mục đích nghiên cứu

Luận văn được hoàn thiện với mục đích nghiên cứu tổng quát cơ sở lý luận về kinh doanh và phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông, trên cơ sở đó vận dụng linh hoạt vào thực tế để phân tích, đánh giá và đề xuất phương hướng và một số giải pháp nhằm phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông di động tại Công ty thông tin viễn thông Điện lực – EVNTelecom.

### 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận văn là các dịch vụ viễn thông di động trên nền công nghệ CDMA và HSPA (3G).

Phạm vi nghiên cứu của luận văn là các dịch vụ viễn thông trên nền di động mà Công ty thông tin viễn thông Điện lực cung cấp từ năm 2006 – 2010.

### 4. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sẽ vận dụng một cách logic và khoa học nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau như: phương pháp thu thập tài liệu, phương pháp tổng hợp – phân tích dữ liệu, phương pháp thực nghiệm để tổng kết các kinh nghiệm thực tế trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp... Từ đó, có được cách nhìn toàn diện, tổng thể nhất vấn đề mà đề tài nghiên cứu.

### 5. Những đóng góp của luận văn

- Hệ thống hóa và luận giải một số cơ sở lý luận chủ yếu về phát triển kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông di động tại Việt Nam.

- Trên cơ sở tổng quan kinh nghiệm phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông di động của một số Tập đoàn Viễn thông lớn trên thế giới, rút ra năm bài học có giá trị tham khảo cho phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông di động của EVNTelecom.

- Từ các phân tích và đánh giá đầy đủ, có khoa học về thực trạng phát triển kinh doanh của EVNTelecom, rút ra những kết quả đạt được và những hạn chế cần được khắc phục để phát triển kinh doanh.

- Từ cách nhìn tổng quát kinh nghiệm phát triển, đề xuất và sắp xếp thứ tự ưu tiên của các giải pháp từ những vấn đề cần được chú tâm ngay như đầu tư mở rộng vùng phủ sóng để chiếm lĩnh thị trường và nâng cao chất lượng dịch vụ,... đến các giải pháp về tổ chức và quản lý doanh nghiệp.

### 6. Kết cấu luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo Luận văn được kết cấu thành 3 chương:

**Chương 1:** Cơ sở lý luận phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông

**Chương 2:** Thực trạng phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông tại Công ty thông tin viễn thông Điện lực

**Chương 3:** Một số giải pháp phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông di động tại Công ty thông tin viễn thông Điện lực

## CHƯƠNG 1

### CƠ SỞ LÝ LUẬN PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG

#### 1.1. DỊCH VỤ VIỄN THÔNG

##### 1.1.1. Khái niệm về dịch vụ và dịch vụ viễn thông

###### *a. Dịch vụ*

Dịch vụ là những thứ tương tự như hàng hóa nhưng là phi vật chất. Có những sản phẩm thiên về sản phẩm dịch vụ, tuy nhiên đa số là những sản phẩm nằm trong khoảng giữa sản phẩm hàng hóa - dịch vụ.

###### *b. Dịch vụ viễn thông*

Theo Pháp lệnh Bưu chính viễn thông "*Dịch vụ viễn thông*" là *dịch vụ truyền ký hiệu, tín hiệu, số liệu, chữ viết, âm thanh, hình ảnh hoặc các dạng khác của thông tin giữa các điểm kết cuối của mạng viễn thông.*

##### 1.1.2. Đặc điểm, phân loại dịch vụ viễn thông

###### 1.1.2.1. Đặc điểm dịch vụ viễn thông

(1) Là kết quả có ích cuối cùng của quá trình truyền đưa tin tức dưới dạng dịch vụ; (2) Tính không tách rời của quá trình tiêu dùng - sản xuất dịch vụ viễn thông; (3) Xuất hiện không đồng đều theo không gian và thời gian; (4) Tính nguyên vẹn của thông tin được truyền đưa; (5) Quá trình truyền đưa tin tức mang tính hai chiều.

###### 1.1.2.2. Phân loại dịch vụ viễn thông

Bao gồm: Dịch vụ cơ bản; Dịch vụ giá trị gia tăng; Dịch vụ kết nối Internet; Dịch vụ truy nhập Internet; Dịch vụ ứng dụng Internet trong BCVT.

##### 1.1.3. Vai trò của dịch vụ viễn thông trong nền kinh tế quốc dân

- Góp phần tăng trưởng GDP
- Mở rộng mạng lưới thông tin, tăng cường khả năng giao lưu trong và ngoài nước
- Cung cấp thêm công cụ để quản lý đất nước, đảm bảo thông tin liên lạc phục vụ an ninh, quốc phòng, phòng chống bão lụt và phục vụ các sự kiện quan trọng của đất nước
- Góp phần cải thiện, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần nhân dân
- Góp phần thực hiện CNH, HĐH đất nước, tạo điều kiện phát triển cho các lĩnh vực KTXH

#### 1.2. KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG

##### 1.2.1. Khái niệm kinh doanh dịch vụ viễn thông

*Kinh doanh dịch vụ viễn thông là các hoạt động truyền đưa tin tức nhằm mục tiêu sinh lời của các chủ thể kinh doanh (doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông) trên thị trường.*

##### 1.2.2. Đặc điểm kinh doanh dịch vụ viễn thông

(1) Kinh doanh dịch vụ viễn thông phải do một chủ thể thực hiện được gọi là chủ thể kinh doanh; (2) Kinh doanh dịch vụ viễn thông phải gắn với thị trường; (3) Kinh doanh dịch vụ viễn thông phải gắn với vận động của dòng vốn; (4) Mục đích chủ yếu của kinh doanh dịch vụ viễn thông là sinh lời.

### 1.3. PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG

#### 1.3.1. Quan niệm về phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông

Phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông cần phải đảm bảo các yếu tố sau: Mở rộng phạm vi cung cấp dịch vụ và dung lượng mạng lưới; Phát triển thuê bao và mở rộng thị phần; Phát triển qui mô dịch vụ; Tăng doanh thu; Đẩy mạnh hoạt động Marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu; Đổi mới tổ chức, quản lý doanh nghiệp.

#### 1.3.2. Chỉ tiêu đánh giá phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông

##### 1.3.2.1. Các chỉ tiêu định lượng

##### 1. Tăng trưởng thuê bao và thị phần

$$\text{Thị phần} = \frac{\text{Số thuê bao của doanh nghiệp}}{\text{Tổng số thuê bao của cả nước}} \times 100\%$$

$$\text{Tốc độ tăng thuê bao} = \frac{\text{Số thuê bao năm nay}}{\text{Số thuê bao năm trước}} \times 100\%$$

$$\text{Tốc độ tăng thị phần} = \frac{\text{Thị phần năm nay}}{\text{Thị phần năm trước}} \times 100\%$$

##### 2. Trạm thu phát sóng và tốc độ tăng trạm thu phát sóng

$$\text{Tốc độ tăng trạm thu phát sóng} = \frac{\text{Tổng số trạm thu phát sóng năm nay}}{\text{Tổng số trạm thu phát sóng năm trước}} \times 100\%$$

##### 3. Sản lượng đàm thoại và tốc độ tăng sản lượng đàm thoại

$$\text{Số phút đàm thoại/thuê bao/ngày} = \frac{\text{Sản lượng đàm thoại}}{\text{Số thuê bao} \times 365}$$

Để đánh giá chỉ tiêu phát triển về sản lượng đàm thoại qua các năm, sử dụng chỉ tiêu tốc độ tăng sản lượng đàm thoại

$$\text{Tốc độ tăng sản lượng} = \frac{\text{Sản lượng đàm thoại năm nay}}{\text{Sản lượng đàm thoại năm trước}} \times 100\%$$

đàm thoại                      thoại năm trước

**4. Tăng doanh thu và tốc độ tăng doanh thu**

$$\text{Tốc độ tăng doanh thu} = \frac{\text{Doanh thu năm nay}}{\text{Doanh thu năm trước}} \times 100\%$$

**1.3.2.2. Các chỉ tiêu định tính**

- Mức độ ưa thích (dựa trên mức độ nhận biết thương hiệu)
- Mức độ hài lòng (dựa trên đánh giá sau sử dụng)

**1.3.3. Nhân tố ảnh hưởng đến phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông**

- Sự tăng trưởng và phát triển ổn định của tỷ trọng dịch vụ trong nền kinh tế
- Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin
- Sự phân công và chuyên môn hóa trong ngành dịch vụ
- Xu hướng hội nhập khu vực và quốc tế trong kinh doanh dịch vụ
- Gia tăng số lượng các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế tham gia vào kinh doanh dịch vụ viễn thông
- Sự điều tiết của nhà nước đối với ngành dịch vụ viễn thông
- Mức sống, nhu cầu và thị hiếu của khách hàng thay đổi

**1.4. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG**

**1.4.1. Phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông một số nước trên thế giới**

**1.4.1.1. Phát triển dịch vụ viễn thông ở Hàn Quốc**

- Chính sách ưu tiên đầu tư - yếu tố quyết định
- Phát triển công nghiệp viễn thông - con đường táo bạo, tự tin, đầy tính dân tộc.
- Tách quản lý nhà nước độc lập với kinh doanh, tách viễn thông khỏi bưu chính, công ty hoá các dịch vụ viễn thông.
- Tạo cạnh tranh trong khai thác dịch vụ viễn thông
- Cổ phần hoá công ty quốc doanh của Hàn Quốc

**1.4.1.2. Phát triển dịch vụ viễn thông tại Nhật Bản**

- Công ty hoá rất sớm ở Nhật Bản và chính sách huy động vốn của NTT

- Tự do hoá là bước ngoặt quyết định trong cải tổ viễn thông Nhật Bản

#### **1.4.2. Phát triển kinh doanh của một số doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông Việt Nam**

- Phá vỡ thế độc quyền viễn thông tại Việt Nam
- Tách buru chính khỏi viễn thông, cổ phần hoá doanh nghiệp viễn thông 100% vốn nhà nước.
- Quản lý viễn thông hội tụ số
- Thị trường di động Việt Nam là thị trường “hút” đầu tư

#### **1.4.3. Bài học kinh nghiệm phát triển kinh doanh dịch vụ viễn thông**

Thứ nhất: Tăng cường và nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước

Thứ hai: Cải cách, đổi mới tổ chức quản lý sản xuất kinh doanh và hoạt động của các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ viễn thông. Không ngừng hiện đại hoá, đồng bộ hoá mạng lưới và các trang thiết bị viễn thông.

Thứ ba: Phát triển công nghiệp viễn thông trong nước, quan tâm thích đáng đến công tác nghiên cứu phát triển.

Thứ tư: Khai thác có hiệu quả các tiềm năng thị trường. Huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn.

Thứ năm: Tăng cường công tác xây dựng đội ngũ, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có kỹ thuật chuyên môn lành nghề làm chủ công nghệ, kỹ thuật hiện đại, có trình độ, kiến thức về quản lý nền kinh tế thị trường trong thị trường mở cửa hội nhập.

## CHƯƠNG 2

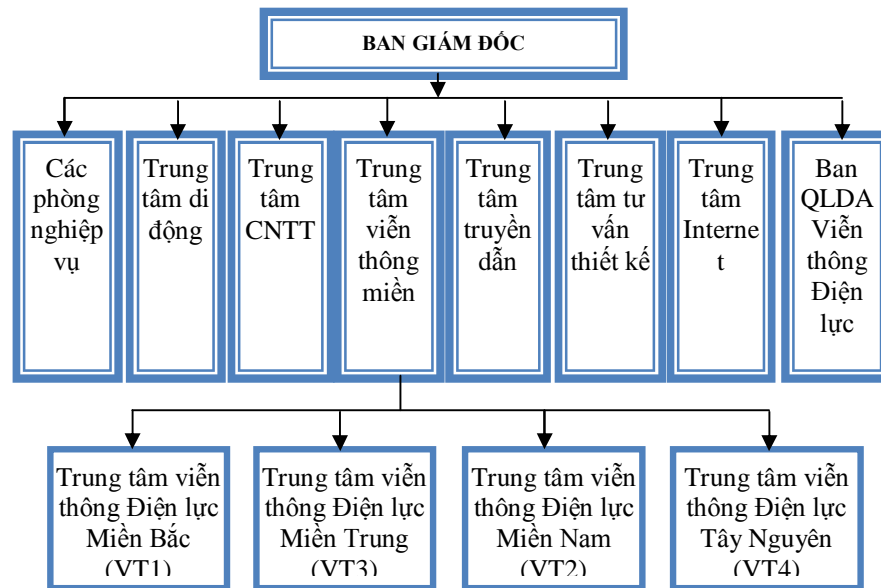
### THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG TẠI CÔNG TY THÔNG TIN VIỄN THÔNG ĐIỆN LỰC

#### 2.1. TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY THÔNG TIN VIỄN THÔNG ĐIỆN LỰC

##### 2.1.1. Giới thiệu tổng quan

Công ty thông tin viễn thông Điện lực (gọi tắt là EVN Telecom) là đơn vị hạch toán độc lập trực thuộc Tập đoàn Điện lực Việt Nam được thành lập trên cơ sở phát triển Trung tâm Thông tin – Công ty Điện lực 1.

##### 2.1.2. Cơ cấu tổ chức



*Hình 2.1: Mô hình tổ chức Công ty thông tin viễn thông Điện lực*

##### 2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ

Quản lý, vận hành và khai thác mạng viễn thông hiện có của ngành Điện; Tư vấn, thiết kế, xây dựng hệ thống thông tin; Bảo dưỡng hệ thống nhằm đảm bảo công tác thông tin vận hành luôn được liên tục; Kinh doanh các dịch vụ thông tin viễn thông trong và ngoài ngành Điện, các dịch vụ thương mại, kinh doanh xuất nhập khẩu các thiết bị chuyên ngành Viễn thông cũng như sản xuất, lắp ráp các thiết bị thông tin, viễn thông...

##### 2.1.4. Các lĩnh vực hoạt động

Cung cấp các dịch vụ viễn thông công cộng; Khảo sát, tư vấn, thiết kế, lắp đặt, bảo dưỡng các công trình VT-CNTT; Vận hành khai thác các hệ thống thông tin, viễn thông phục vụ sản xuất, truyền tải, phân phối và kinh doanh điện năng; Kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu trực tiếp thiết bị, vật tư, sản phẩm hàng hoá; Các ngành nghề khác theo quy định của Pháp luật.



### 2.1.5. Các dịch vụ EVNTelecom cung cấp

Dịch vụ truyền dẫn; Các dịch vụ trên nền công nghệ CDMA; Các dịch vụ Internet; Các dịch vụ trên nền mạng NGN; Các dịch vụ trên nền công nghệ HSPA 3G.

## 2.2. TÌNH HÌNH KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG DI ĐỘNG

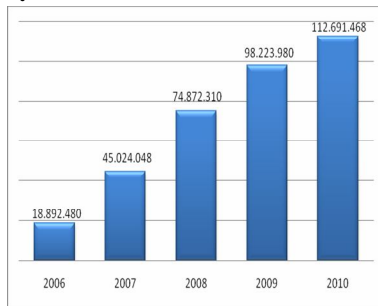
### 2.2.1. Môi trường kinh doanh dịch vụ viễn thông di động

#### 2.2.1.1. Môi trường vĩ mô:

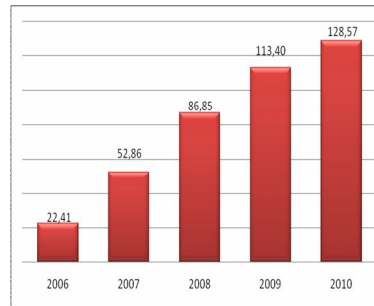
Bao gồm: Môi trường chính trị - pháp luật; Môi trường văn hóa – xã hội; Môi trường kinh tế; Môi trường công nghệ

#### 2.2.1.2. Môi trường vi mô

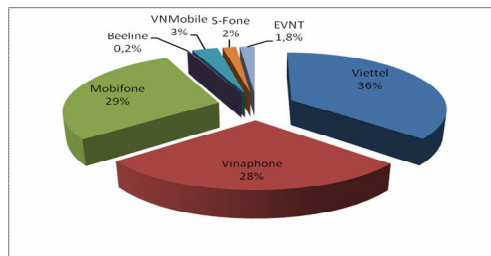
Số lượng thuê bao di động và bình quân thuê bao trên 100 dân tăng dần qua các năm 2006-2010, đến nay mỗi người dân đã trung bình trên 1 Sim điện thoại.



**Hình 2.2: Tăng trưởng thuê bao di động 2006 - 2010**



**Hình 2.4: Số lượng thuê bao di động/100 dân 2006 - 2010**



**Hình 2.6: Tổng thuê bao 2G + 3G phát sinh lưu lượng tính đến tháng 12/2010**

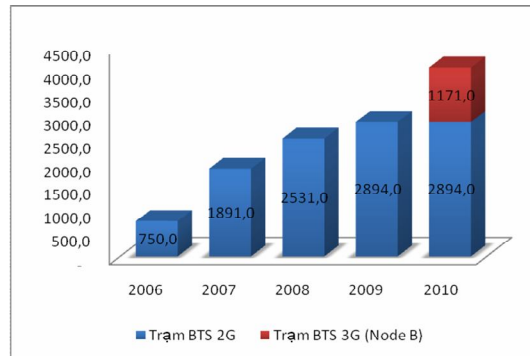
Thị phần thuê bao di động của EVNTelecom rất nhỏ bé so với đối thủ cạnh tranh, chỉ chiếm 1,8% thị phần.

### 2.2.2. Tình hình kinh doanh dịch vụ viễn thông di động của EVNTelecom

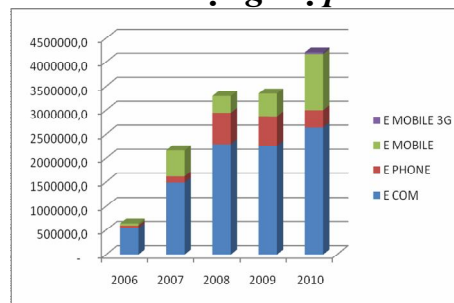
#### 2.2.2.1. Mở rộng vùng phủ sóng

Số lượng trạm BTS của EVNTelecom so với các doanh nghiệp viễn thông lớn trên thị trường thấp hơn nhiều, tuy nhiên qua các năm số lượng trạm

BTS đều tăng trưởng, và tăng trưởng mạnh ở những năm đầu phát triển, sau đó trầm dần, đến năm 2010 EVNTelecom không đầu tư mới thêm trạm BTS 2G nữa mà chuyển sang đầu tư xây lắp trạm 3G để chuẩn bị cho một giai đoạn phát triển mới



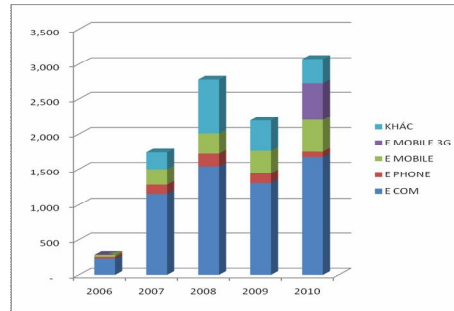
**Hình 2.7: Số lượng trạm BTS EVNTelecom năm 2006 - 2010**  
**2.2.2.2. Phát triển thuê bao và mở rộng thị phần**



**Hình 2.8: Tăng trưởng thuê bao di động EVNTelecom năm 2006 – 2010**  
*(Đơn vị: thuê bao)*

Thuê bao di động của EVNTelecom đều tăng trưởng qua các năm, đặc biệt tăng mạnh vào năm 2007 và 2008 do giai đoạn này thị trường được ưu đãi bởi các chính sách mở của Nhà nước. EVNTelecom đã thực hiện hàng loạt các hoạt động khuyến mại, chăm sóc khách hàng, mở rộng mạng lưới phân phối, tốc độ tăng trưởng thuê bao nhảy vọt vào năm 2007, đạt 339%.

### 2.2.2.3. Doanh thu



**Hình 2.10: Doanh thu dịch vụ di động  
EVN Telecom năm 2006 – 2010**  
(Đơn vị: tỷ đồng)

Doanh thu của dịch vụ viễn thông di động trung bình chiếm phần lớn tỷ trọng doanh thu của EVN Telecom qua các năm, chiếm tới 60% tổng doanh thu. Kết hợp giữa doanh thu và chỉ tiêu về thuê bao, năm 2007 là năm đột phá về phát triển doanh thu và thuê bao của EVN Telecom. Số lượng thuê bao tăng 339% và doanh thu tăng 142% so với năm trước.

#### **2.2.2.4. Về các hoạt động marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu**

Năm năm vừa qua, EVN Telecom đã vận dụng rất nhiều hình thức, công cụ để triển khai các hoạt động marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp mình: Tiếp thị khuyến mại; Quảng cáo, truyền thông; Tổ chức sự kiện,...

#### **2.2.2.5. Mức độ ưa thích và sự hài lòng của khách hàng**

Qua kết quả điều tra của Công ty nghiên cứu thị trường TNS cho thấy, các hoạt động truyền thông quảng cáo, xây dựng hình ảnh trong lòng khách hàng của EVN Telecom chưa mang lại hiệu quả cao, doanh nghiệp cần có giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và sự yêu thích trong lòng khách hàng.

### **2.2.3. Kết quả kinh doanh dịch vụ viễn thông di động của Công ty thông tin viễn thông điện lực**

Doanh thu của EVN Telecom năm 2010 đạt 4.729 tỷ, trong đó doanh thu cho dịch vụ di động đạt 3.075 tỷ, chiếm 65% tổng doanh thu của doanh nghiệp. Dịch vụ điện thoại cố định không dây chiếm phần lớn doanh thu dịch vụ viễn thông di động của EVN Telecom qua các năm, cụ thể năm 2010: dịch vụ E-Com chiếm 63% tổng số thuê bao, và chiếm 54% doanh thu dịch vụ viễn thông di động của công ty. Vì vậy, có thể đánh giá đây là dịch vụ

trọng yếu và quan trọng nhất của EVNTelecom, mang lại doanh thu và lợi nhuận cao cho doanh nghiệp.

Dù, dịch vụ 3G mới khai chương vào giữa năm 2010, nhưng thuê bao 3G trong năm đầu tiên triển khai cung cấp chiếm tới 1% số thuê bao nhưng lại chiếm tới 17% doanh thu.

## **2.3. ĐÁNH GIÁ PHÁT TRIỂN KINH DOANH CỦA EVNTELECOM**

### **2.3.1. Kết quả đạt được**

#### **2.3.1.1. Dịch vụ CDMA**

- Dịch vụ E-Com mặc dù bị chia sẻ với hai nhà cung cấp VNPT và Viettel nhưng vẫn chiếm thị phần lớn và giữ vị thế nhất định trong phân khúc điện thoại cố định không dây.

- Dịch vụ E-Phone và E-Mobile chiếm 1% tỷ trọng thuê bao, nhưng mang tới 18% doanh thu di động của EVNTelecom. Đây là lượng khách hàng tiềm năng để EVNTelecom gìn giữ và chuyển đổi sang thuê bao 3G trong thời gian tới.

#### **2.3.1.2. Dịch vụ di động trên nền công nghệ 3G HSPA**

- Là một trong 5 nhà cung cấp dịch vụ 3G được cấp phép 3G.
- Các dịch vụ 3G, EVNTelecom hiện nay cung cấp về mặt chất lượng và số lượng đảm bảo cạnh tranh được với tất cả các đối thủ cạnh tranh hiện nay trên thị trường.
- Thu hút hơn 34.000 thuê bao 3G.

### **2.3.2. Tồn tại và nguyên nhân**

#### **2.3.2.1. Những tồn tại**

- Thương hiệu EVNTelecom chưa thực sự được ghi dấu ấn trong lòng khách hàng sử dụng dịch vụ Viễn thông.
- Dịch vụ điện thoại cố định không dây trên nền CDMA mặc dù có những vị thế nhất định trên thị trường, nhưng đang bị cạnh tranh mạnh mẽ bởi dịch vụ tương đồng của hai đối thủ cạnh tranh năng ký là VNPT và Viettel.
- Công nghệ CDMA bị lép vế so với GSM ở Việt Nam.
- Tuy là một trong bốn nhà cung cấp Viễn thông được cấp giấy phép 3G cùng một thời điểm, nhưng EVNTelecom là đơn vị ra mắt dịch vụ muộn

nhất với số lượng trạm thu phát sóng (Node B thấp nhất trong 4 nhà cung cấp dịch vụ)

#### **2.3.2.2. Nguyên nhân**

*a. Nguyên nhân khách quan:* Cạnh tranh khốc liệt từ các đối thủ cạnh tranh; Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ GSM và sự thoái trào của công nghệ CDMA trên thị trường Quốc tế cũng như tại Việt Nam; Xu hướng tiêu dùng và nhu cầu của khách hàng thay đổi và đòi hỏi ngày càng cao

*b. Nguyên nhân chủ quan:* Nguồn vốn và nguồn lực chưa đủ mạnh; Những hạn chế về kênh phân phối; Những hạn chế về truyền thông và PR dịch vụ; Hạn chế về các gói cước và các dịch vụ GTGT; Hạn chế trong công tác chăm sóc khách hàng; Thương hiệu cũ với hình ảnh không có dấu ấn.

### CHƯƠNG 3

## MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG DI ĐỘNG TẠI CÔNG TY THÔNG TIN VIỄN THÔNG ĐIỆN LỰC

### 3.1. PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG

#### 3.1.1. Tầm nhìn chiến lược

- Kinh doanh các dịch vụ thông tin viễn thông trong và ngoài ngành Điện.
- EVNTelecom tập trung vào những nhóm đối tượng mang lại doanh thu và hiệu quả cao cho doanh nghiệp.
- Từng bước chiếm vị thế trong lòng khách hàng, tiến tới mở rộng thị phần, tăng doanh thu và lợi nhuận.

#### 3.1.2. Phương hướng phát triển

Tập trung vào tiếp tục phát triển dịch vụ điện thoại cố định không dây cho những khách hàng có nhu cầu thực sự.

Bên cạnh đó, với sự đầu tư nguồn lực lớn và triển khai kinh doanh thương mại công nghệ HSPA 3G, EVNTelecom sẽ tập trung vào phát triển mạnh thuê bao 3G theo hướng: phát triển mới và chuyển đổi từ thuê bao E-Phone và E-Mobile sang 3G.

### 3.2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG DI ĐỘNG TẠI CÔNG TY THÔNG TIN VIỄN THÔNG ĐIỆN LỰC

#### 3.2.1. Giải pháp mở rộng vùng phủ sóng và nâng cao chất lượng dịch vụ

**3.2.1.1. Về công nghệ:** Nâng cấp hạ tầng mạng theo cấu trúc NGN sử dụng công nghệ chuyển mạch gói có khả năng cung cấp đa dịch vụ: các dịch vụ viễn thông – Internet, truyền thông đa phương tiện, có băng thông rộng và có cơ chế bảo đảm chất lượng (QoS) đối với từng dịch vụ cung cấp cho thuê bao di động.

**3.2.1.2. Về phát triển mạng lưới và vùng phủ sóng:** Cần quan tâm các tiêu chí:

- Tỷ lệ cuộc gọi thiết lập thành công đảm bảo  $\geq 96\%$ .
- Tỷ lệ cuộc gọi bị rớt  $\leq 5\%$ .
- Chất lượng đàm thoại trung bình phải đạt trên 3 điểm.
- Độ khả dụng của dịch vụ bảo đảm trên 99,5%.

#### 3.2.2. Giải pháp tăng thuê bao và mở rộng thị phần:

Tìm kiếm phân khúc thị trường mới để tăng thuê bao và mở rộng thị phần, nó dựa trên kết quả phân tích và điều tra dân số học để tìm hiểu về độ tuổi, thu nhập, trình độ, thói quen sử dụng điện thoại di động (để liên lạc bạn bè,

hay vì công việc,...), các yêu cầu về dịch vụ, sở thích sử dụng máy đầu cuối,...

### **3.2.3. Giải pháp phát triển quy mô dịch vụ**

- Đa dạng hóa các dịch vụ nội dung di động.
- Ứng dụng thương mại di động M-Commerce.
- Triển khai dịch vụ IMS.
- Các dịch vụ truyền hình băng rộng đòi hỏi hạ tầng mạng dung lượng lớn 3G.
- Các dịch vụ Wimax.

### **3.2.4. Giải pháp Marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu**

Truyền thông, tiếp thị và khuyến mại là các nội dung không thể thiếu được trong tất cả các chiến lược, các kế hoạch phát triển kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và đặc biệt đối với EVNTelecom nói riêng, EVNTelecom cần tập trung vào các hoạt động:

- Công tác điều tra nghiên cứu thị trường
- Hoạt động quảng cáo, khuyến mại
- Hoạt động truyền thông (PR)
- Các hoạt động tiếp thị trực tiếp

### **3.2.5. Giải pháp tăng doanh thu**

#### **3.2.5.1. Kênh phân phối**

EVNTelecom cần tăng cường, mở rộng kênh phân phối độc lập, hiệu quả, đồng thời tập trung vào đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ bán hàng trực tiếp, cần có trình độ chuyên môn và hiểu biết về sản phẩm cao.

#### **3.2.5.2. Phát triển các gói dịch vụ mới và xây dựng giá cước phù hợp**

Xây dựng các gói dịch vụ mới đa dạng, tập trung vào các nhóm khách hàng có đặc điểm tương đồng, ví dụ: gói cước dành cho học sinh, sinh viên, gói cước dành cho doanh nghiệp, doanh nhân, gói cước ngư dân,...

Bên cạnh đó, tập trung vào phát triển các dịch vụ GTGT đa dạng, phong phú, hấp dẫn để kích thích tiêu dùng, tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

### **3.2.6. Giải pháp tổ chức quản lý doanh nghiệp**

#### **3.2.6.1. Tổ chức hoạt động của doanh nghiệp**

EVNTelecom cần đẩy nhanh tiến độ cổ phần hóa, tiến tới mô hình doanh nghiệp cổ phần để tạo điều kiện phát triển, cạnh tranh trong giai đoạn hội nhập và mở cửa đồng thời cũng tạo điều kiện cho công tác quản lý nhà nước về dịch vụ viễn thông di động.

#### **3.2.6.2. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực**

Chiến lược phát triển nguồn nhân lực cần tập trung vào các mục tiêu và biện pháp chủ yếu sau:

- Xây dựng các cơ chế, chính sách và kế hoạch phát triển nguồn nhân lực hợp lý.
- Xây dựng và ban hành cơ chế đãi ngộ đặc biệt với những nhân lực giỏi.
- Đổi mới cấu trúc lao động theo hướng tăng tỷ trọng lao động có trình độ cao, lao động cao đẳng, đại học trở lên.
- Đa dạng hoá các loại hình đào tạo.
- Tăng cường kỷ cương kỷ luật, thưởng phạt hợp lý.
- Phân đầu mức tăng lao động thấp hơn mức tăng doanh thu và lợi nhuận.

### **3.2.6.3. Cải tiến quy trình kinh doanh**

- Khuyến khích các sáng kiến về cải tiến quá trình cung cấp dịch vụ cho khách hàng.
- Cải tiến hoàn thiện quy trình cung cấp dịch vụ đồng bộ, khép kín để đẩy nhanh tốc độ, khả năng cung cấp dịch vụ.
- Xây dựng và thực hiện Quy trình quản lý chất lượng dịch vụ.
- Xây dựng và thực hiện quy trình bán hàng với thời gian chờ thấp nhất và tiện lợi nhất.
- Xây dựng quy trình giải quyết khiếu nại khách hàng

### **3.2.7. Một số giải pháp khác**

#### **3.2.7.1. Nâng cao năng lực dự báo, quy hoạch, đẩy mạnh đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật dịch vụ viễn thông**

Kết hợp với các ngành kinh tế xã hội khác, nắm bắt chính xác định hướng phát triển về không gian đô thị, dân cư, thu nhập, công nghiệp, hạ tầng và các vấn đề kinh tế xã hội khác trên địa bàn; Nghiên cứu đánh giá xu hướng phát triển công nghệ, dịch vụ viễn thông trên thế giới cũng như xu hướng nhu cầu dịch vụ viễn thông trong nước; Tổ chức khảo sát trên địa bàn, thu thập số liệu nắm bắt nhu cầu...; Ứng dụng các phương pháp, phần mềm dự báo đưa ra kết quả từng thời kỳ; Tổ chức theo dõi, đánh giá, điều chỉnh dự báo từng thời kỳ.

#### **3.2.7.2. Giải pháp về nguồn vốn**

Các giải pháp về nguồn vốn cho doanh nghiệp có thể bao gồm: hợp tác kinh doanh hoặc vay tín dụng.

### **3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VỀ PHÁT TRIỂN KINH DOANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG DI ĐỘNG TẠI CÔNG TY THÔNG TIN VIỄN THÔNG ĐIỆN LỰC**



- EVNTelecom cần tập trung xây dựng định hướng kinh doanh hợp lý, thực hiện tốt các giải pháp mà đề xuất của luận văn đưa ra nhằm góp một phần giải quyết các vướng mắc mà doanh nghiệp đang gặp phải.
- Tập trung vào các giải pháp nhằm mở rộng phạm vi cung cấp dịch vụ, tăng thuê bao và thị phần dịch vụ viễn thông di động của EVNTelecom.
- Không ngừng nghiên cứu, phát triển qui mô dịch vụ nhằm thu hút thuê bao, tăng doanh thu, lợi nhuận cho doanh nghiệp.
- Nâng cao năng lực quản lý; đẩy mạnh công tác nghiên cứu và phát triển, từng bước chủ động về công nghệ nhằm thực hiện tốt việc phát triển sản phẩm về chất lượng, hình thức mẫu mã, các dịch vụ bảo hành bảo trì.
- Tập trung vào các giải pháp tăng cường các hoạt động Marketing, truyền thông quảng cáo nhằm nâng cao thương hiệu EVNTelecom đang bị phai mờ trong nhận thức của khách hàng.

## KẾT LUẬN

Từ cơ sở lý thuyết và dữ liệu thực tế nghiên cứu thị trường trong 5 năm liên tiếp, luận văn đã có những đóng góp quan trọng như sau: Luận văn xác định cơ sở lý luận về phát triển kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông di động tại Việt Nam gồm các quy luật giá trị, quy luật cung cầu và quy luật cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường. Trong đó, luận văn tập trung làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển kinh doanh của doanh nghiệp viễn thông. Bên cạnh đó, luận văn đã tổng hợp lại hệ thống các chỉ tiêu đánh giá về sự phát triển kinh doanh của doanh nghiệp viễn thông di động cũng như các phân tích đánh giá các chỉ tiêu đó.

Từ việc nghiên cứu các loại hình dịch vụ viễn thông di động trên thị trường, luận văn đã phân tích các nhân tố tác động đến sự phát triển của các loại hình dịch vụ viễn thông di động hiện nay. Từ đặc điểm sản phẩm dịch vụ nói chung và dịch vụ viễn thông di động nói riêng luận văn đã đề xuất các giải pháp đặc thù để nâng cao hiệu quả kinh doanh dịch vụ viễn thông di động. Trong đó có các giải pháp rất mới và táo bạo, các giải pháp riêng cho hoạt động kinh doanh của Công ty thông tin viễn thông Điện lực mà không thể áp dụng cho các doanh nghiệp khác.

Luận văn là một tài liệu tham khảo bổ ích cho doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ viễn thông nói chung và Công ty thông tin viễn thông Điện lực nói riêng trong lĩnh vực viễn thông di động tại Việt Nam.

