**DANH MỤC HÌNH**

# Hình 2.1 Mô hình hành vi mua của tổ chức 11

# Hình 2.2 Các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định mua của doanh nghiệp sản

# xuất 12

# Hình 2.3 Các giai đoạn của tiến trình mua của doanh nghiệp sản xuất trong các tình huống mua khác nhau 13

# Hình 2.4 Mô hình đánh giá sự hài lòng của đại lý bán lẻ dịch vụ viễn thông trên thị trường Việt Nam 20

# Hình 2.5 Mô hình đánh giá sự hài lòng của Điểm bán lẻ phân phối sản phẩm viễn thông tại ĐBSCL 21

# Hình 2.6 Mô hình nghiên cứu đề xuất 23

# Hình 3.1 Mô hình phân phối của các nhà mạng 37

# Hình 3.2 Tăng trưởng kênh bán lẻ qua các năm (2010 -2014) 39

# Hình 3.3 Số lao động đang làm việc tại đại lý (2010 – 2014) 39

# Hình 3.4 Tỷ trọng trình độ lao động tại đại lý năm 2014 40

# Hình 3.5 Doanh thu kênh bán lẻ qua các năm (2010 – 2014) 40

# Hình 3.6 Dòng thông tin trong kênh phân phối 44

# Hình 3.7 Dòng thanh toán trong kênh phân phối 45

# Hình 4.1 Giới tính của chủ Điểm bán lẻ 46

# Hình 4.2 Địa điểm kinh doanh của Điểm bán 49

# Hình 4.3 Kinh nghiệm của Điểm bán 50

# Hình 4.4 Sản phẩm kinh doanh tại Điểm bán 51

# Hình 4.5 Doanh thu bán hàng hàng tháng từ việc bán sim số, thẻ cào

# của các nhà mạng 52

# Hình 4.6 Kinh doanh sản phẩm khác 53

# Hình 4.7 Ý định kinh doanh sim số và thẻ cào 55

# Hình 4.8 Sơ đồ tổ chức kênh phân phối của MobiFone 69

# Hình 4.9 Đề xuất quy trình xử lý đơn hàng MobiFone 73