

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

LƯƠNG VĂN HẢI

**PHÁT TRIỂN VĂN HÓA PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG
CỦA CÔNG TY VMS-MOBIFONE TRONG GIAI ĐOẠN
CỔ PHẦN HÓA DOANH NGHIỆP**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH
CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG THỰC HÀNH**

Hà Nội – 2015

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

LƯƠNG VĂN HẢI

**PHÁT TRIỂN VĂN HÓA PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG
CỦA CÔNG TY VMS-MOBIFONE TRONG GIAI ĐOẠN
CỔ PHẦN HÓA DOANH NGHIỆP**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 60 34 01 02

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH
CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG THỰC HÀNH

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: PGS. TS. ĐỖ MINH CƯỜNG

Hà Nội – 2015

CAM KẾT

Tôi xin cam đoan Luận văn này là do chính tôi nghiên cứu và thực hiện. Các thông tin và số liệu sử dụng trong Luận văn được trích dẫn đủ nguồn tài liệu, kết quả phân tích trong Luận văn là trung thực. Luận văn không trùng với bất kỳ đề tài nghiên cứu khoa học nào.

Ngày tháng năm 2015

Tác giả

Lương Văn Hải

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành Luận văn thạc sĩ này, tác giả xin được bày tỏ lòng biết ơn chân thành và sâu sắc nhất tới PGS,TS. Đỗ Minh Cương – Người thầy đã luôn tận tình hướng dẫn, chỉ bảo và tạo mọi điều kiện thuận lợi để tác giả hoàn thành luận văn một cách tốt nhất.

Tác giả xin trân trọng cảm ơn Quý thầy cô đã giảng dạy trong quá trình học thạc sĩ, Quý thầy cô trong Hội đồng bảo vệ đề cương, Quý thầy cô Khoa Quản trị kinh doanh và Khoa Sau đại học, Quý thầy cô trong Hội đồng chấm luận văn đã truyền đạt các kiến thức bổ ích, đồng thời có những góp ý quý báu về những thiếu sót, hạn chế của Luận văn, giúp tác giả nhận ra những vấn đề cần khắc phục để Luận văn được hoàn thiện hơn.

Tác giả xin trân trọng cảm ơn các cán bộ, nhân viên Công ty VMS-Mobifone đã cung cấp các thông tin giá trị, đóng góp một phần quan trọng để tác giả hoàn thành Luận văn.

Xin được trân trọng cảm ơn những người thân trong gia đình, bạn bè đã tạo mọi điều kiện tốt nhất để tác giả có thể chuyên tâm vào việc nghiên cứu nội dung của Luận văn.

Tác giả

Lương Văn Hải

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG.....	i
DANH MỤC HÌNH	ii
PHẦN MỞ ĐẦU	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU	Error! Bookmark not defined.
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu có liên quan đến Đề tài luận văn	Error! Bookmark not defined.
1.2. Lý luận chung về văn hoá doanh nghiệp	Error! Bookmark not defined.
1.2.1. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp	Error! Bookmark not defined.
1.2.2. Các dấu hiệu đặc trưng của văn hóa doanh nghiệp	Error! Bookmark not defined.
1.2.3. Một số mô hình văn hóa doanh nghiệp	Error! Bookmark not defined.
1.2.4. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp	Error! Bookmark not defined.
1.2.5. Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam	Error! Bookmark not defined.
1.3. Cơ sở lý luận và thực tiễn về văn hoá Phục vụ khách hàng trong lĩnh vực thông tin di động	Error! Bookmark not defined.
1.3.1. Khái niệm về chăm sóc khách hàng	Error! Bookmark not defined.
1.3.2. Vị trí của văn hóa phục vụ khách hàng trong văn hóa doanh nghiệp	Error! Bookmark not defined.
1.3.3. Đặc điểm của văn hoá phục vụ khách hàng trong thông tin di động	Error! Bookmark not defined.
1.3.4. Vai trò của văn hoá phục vụ khách hàng trong thông tin di động	Error! Bookmark not defined.
1.3.5. Chất lượng phục vụ khách hàng trong thông tin di động	Error! Bookmark not defined.
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	Error! Bookmark not defined.

CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP VÀ THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU **Error! Bookmark not defined.**

2.1. Phương pháp thu thập số liệu và thiết kế nghiên cứu **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1. Thu thập số liệu thứ cấp **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2. Thu thập số liệu mới (sơ cấp)..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.3. Thiết kế bảng câu hỏi **Error! Bookmark not defined.**

2.1.4. Thang đo..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2. Mô tả mẫu **Error! Bookmark not defined.**

2.2.1. Đối với cán bộ công nhân viên..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.2. Đối với khách hàng **Error! Bookmark not defined.**

2.3. Phương pháp xử lý và phân tích số liệu..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.1. Phương pháp xử lý số liệu..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.2. Phương pháp phân tích số liệu..... **Error! Bookmark not defined.**

2.4 . Quy trình nghiên cứu thực hiện luận văn **Error! Bookmark not defined.**

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VĂN HÓA PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG..... **Error! Bookmark not defined.**

TẠI CÔNG TY VMS-MOBIFONE **Error! Bookmark not defined.**

3.1. Giới thiệu chung về công ty VMS-Mobifone **Error! Bookmark not defined.**

3.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty VMS-Mobifone..... **Error! Bookmark not defined.**

3.1.2. Mô hình hoạt động, cơ cấu tổ chức của Công ty VMS-Mobifone.... **Error! Bookmark not defined.**

3.1.3. Các dịch vụ của Công ty VMS-Mobifone .. **Error! Bookmark not defined.**

3.1.4. Tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty VMS-Mobifone **Error! Bookmark not defined.**

3.1.5. Đánh giá tổng quát về Công ty VMS-Mobifone **Error! Bookmark not defined.**

3.2. Văn hóa Phục vụ khách hàng của công ty VMS-Mobifone**Error! Bookmark not defined.**

3.2.1. Những nội dung của văn hoá doanh nghiệp Công ty VMS-Mobifone**Error! Bookmark not defined.**

3.2.2. Văn hóa phục vụ khách hàng tại Công ty VMS-Mobifone**Error! Bookmark not defined.**

3.3. Đánh giá văn hóa phục vụ khách hàng của công ty VMS-Mobifone..... **Error! Bookmark not defined.**

3.3.1. Những kết quả đạt được**Error! Bookmark not defined.**

3.3.2. Những hạn chế còn tồn tại**Error! Bookmark not defined.**

3.3.3. Nguyên nhân khách quan và chủ quan.....**Error! Bookmark not defined.**

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....**Error! Bookmark not defined.**

CHƯƠNG 4: MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VĂN HÓA PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG CỦA CÔNG TY VMS-MOBIFONE**Error! Bookmark not defined.**

4.1. Căn cứ đề xuất giải pháp.....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.1. Định hướng phát triển của Công ty VMS-Mobifone đến năm 2020 **Error! Bookmark not defined.**

4.2. Một số giải pháp phát triển văn hoá doanh nghiệp và văn hoá phục vụ khách hàng của công ty VMS-MOBIFONE**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1. Xây dựng lộ trình phát triển văn hóa doanh nghiệp của công ty VMS-Mobifone.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.2. Hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng**Error! Bookmark not defined.**

4.2.3. Hoàn thành phong cách phục vụ qua kênh tiếp xúc**Error! Bookmark not defined.**

4.2.4. Xây dựng các chương trình truyền thông hiệu quả nhằm hỗ trợ việc truyền thông văn hóa doanh nghiệp.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.5. Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp làm cơ sở cho việc phát triển văn hóa Phục vụ khách hàng**Error! Bookmark not defined.**

4.2.6. Hoàn thiện các yếu tố văn hóa hữu hình của Văn hóa doanh nghiệp và Văn hóa Phục vụ khách hàng	Error! Bookmark not defined.
KẾT LUẬN CHƯƠNG 4.....	Error! Bookmark not defined.
KẾT LUẬN	Error! Bookmark not defined.
MỤC LỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	4
PHỤ LỤC	

DANH MỤC BẢNG

STT	Bảng	Nội dung	Trang
1	Bảng 2.1	Thang đo theo các mức	26
2	Bảng 3.1	Chỉ tiêu chất lượng các dịch vụ viễn thông của Bộ thông tin	41
3	Bảng 3.2	Cơ cấu về mối quan tâm của khách hàng theo thời gian sử dụng dịch vụ	48
4	Bảng 3.3	Đánh giá của khách hàng về một số chỉ tiêu trong chăm sóc khách hàng	49
5	Bảng 3.4	So sánh các chỉ tiêu về chăm sóc khách hàng năm 2014 và năm 2015	51
6	Bảng 3.5	Đánh giá của nhân viên công ty về nhóm các yếu tố giá trị	52
8	Bảng 3.6	Đánh giá của cán bộ nhân viên về nhóm nhân tố không khí và phong cách quản lý doanh nghiệp	54
11	Bảng 4.1	hình sách chăm sóc khách hàng đối với đối tượng khách hàng thông thường	76

DANH MỤC HÌNH

STT	Hình	Nội dung	Trang
1	Hình 3.1	Thuê bao hoạt động trên mạng giai đoạn 2005-2014 (KH)	33
2	Hình 3.2	Tốc độ phát triển mạng lưới giai đoạn 2009-2014	33
3	Hình 3.3	Logo công ty VMS-Mobifone trước năm 2007	39
4	Hình 3.4	Logo công ty VMS-Mobifone sau năm 2007	39
5	Hình 3.5	Công bố chất lượng dịch vụ của công ty VMS-Mobifone	45
6	Hình 3.6	Báo cáo định kỳ chất lượng quý I/2015 của công ty VMS-Mobifone	46
7	Hình 3.7	Mẫu tiếp nhận và xử lý khiếu nại của công ty VMS-Mobifone	50
8	Hình 3.8	Cơ cấu về thời gian sử dụng dịch vụ của các khách hàng	53
9	Hình 3.9	Mối quan tâm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ của Mobifone	54
10	Hình 3.10	Một chương trình Rock Storm tổ chức thường niên của Mobifone	57

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Thị trường thông tin di động tại Việt Nam đang dần trải qua thời kỳ “lượng” như nghe gọi ồ ạt, giá rẻ.. để chuyển sang “chất” là chăm sóc khách hàng, có nhiều dịch vụ mới chất lượng tốt. Đây được cho là cuộc đua sống còn giữa các nhà mạng trong tương lai. Theo báo cáo của bộ TT&TT, tính đến hết năm 2013, tổng số thuê bao điện thoại được đăng ký và đang hoạt động trên toàn quốc là 130.460.886 triệu, trong đó di động chiếm 94,8%. Mới đây, ITU đã xếp Việt Nam đứng vị trí thứ 8 trên thế giới về mật độ thuê bao di động. Đây là kết quả của nhiều năm di động Việt Nam luôn tăng trưởng ở mức bùng nổ. Thế nhưng thị trường thông tin di động Việt Nam được cho là bắt đầu chạm ngưỡng bão hòa, việc phát triển thuê bao mới trở nên khó khăn hơn. Trong bối cảnh đó, các mạng di động đã chuyển hướng chiến lược sang "giữ chân" khách hàng cũ đồng thời lôi kéo khách hàng của đối thủ bằng chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng.

Công ty thông tin di động VMS- Mobifone là doanh nghiệp đầu tiên hoạt động trong lĩnh vực thông tin di động tại Việt Nam. Tuy nhiên công ty VMS- Mobifone đang mất dần lợi thế của người đi trước khi để cho Vinaphone, Viettel là 2 nhà cung cấp ra sau nhưng dần chiếm được thị phần; tình trạng khách hàng rời mạng VMS- Mobifone sang mạng khác vẫn còn xảy ra thường xuyên. Câu hỏi đặt ra ở đây là:

- 1) Những nguyên nhân nào dẫn đến tình trạng khách hàng rời bỏ VMS- Mobifone...sang các mạng của đối thủ cạnh tranh?
- 2) Phải chăng trong đó có nguyên nhân từ sự yếu kém của văn hóa chăm sóc khách hàng –một bộ phận quan trọng của văn hoá doanh nghiệp (VHDN) của Công ty?
- 3) Vậy cần làm gì để hoàn thiện, nâng cao phương thức và văn hóa chăm sóc khách hàng của Công ty, nhất là trong giai đoạn hiện nay khi mà VMS-

MỤC LỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Minh Cương, 2001. *Văn hoá kinh doanh và triết lý kinh doanh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.
2. Đỗ Minh Cương, 2013. Những yếu tố tác động đến nhân cách doanh nhân và văn hóa kinh doanh Việt Nam. *Tạp chí khoa học ĐHQGHN*, 1, Kinh tế và Kinh doanh.
3. Đỗ Minh Cương và Nguyễn Thị Đoan, 1999. *Triết lý kinh doanh với quản lý doanh nghiệp*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
4. Edgar H. Schein, 2012. *Văn hóa doanh nghiệp và Sự lãnh đạo*, NXB Thời Đại.
5. Đỗ Thị Phi Hoài, 2009. *Văn hóa doanh nghiệp*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
6. Dương Thị Liễu (chủ biên), 2012. *Giáo trình Văn hoá kinh doanh*. Tái bản lần thứ nhất. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
7. Michel Porter, 2008. *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*. Hà Nội: Nhà xuất bản Trẻ.
8. Phùng Xuân Nhạ, 2011. *Nhân cách doanh nhân và văn hoá kinh doanh ở Việt Nam trong thời kỳ đổi mới, hội nhập quốc tế*. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
9. Nguyễn Mạnh Quân, 2011. *Đạo đức kinh doanh và Văn hoá Công ty*. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
10. Trần Ngọc Thêm, 2008. *Doanh nghiệp, doanh nhân và văn hóa*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia.