



NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRUYỀN THANH THÔNG MINH TẠI TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH VĨNH LONG

Nguyễn Thị Hoàng Quyên^{1*}, Âu Ngọc Như Ý², Phan Hữu Phúc², Phan Văn Phùng²

¹ VNPT Vĩnh Long

² Trường Đại học Cửu Long

*Email: hoangquyen2698@gmail.com

Ngày nhận bài: 16/08/2025; Ngày phản biện: 23/08/2025; Ngày duyệt bài: 17/09/2025

TÓM TẮT

Nghiên cứu thực trạng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ truyền thanh thông minh tại Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam - Chi nhánh Vĩnh Long (VNPT Vĩnh Long). Phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp định lượng, thông qua các dữ liệu thứ cấp để đánh giá về: Thực trạng nâng chất lượng cơ sở hạ tầng; chất lượng thiết bị và các tính năng hệ thống truyền thanh thông minh; giá cước và các chính sách khuyến mãi đối với dịch vụ hệ thống truyền thanh thông minh; công tác chăm sóc khách hàng. Kết quả nghiên cứu, đề xuất giải pháp giúp nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ truyền thanh thông minh của VNPT Vĩnh Long trong thời gian tới như: nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng; gia tăng chính sách và công tác chăm sóc khách hàng; hoàn thiện quy trình xử lý sự cố cho khách hàng; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; tăng cường về bảo mật thông tin cho khách hàng.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ, truyền thanh thông minh, VNPT Vĩnh Long

ABSTRACT

This study investigates solutions to improve the quality of smart broadcasting services at VNPT Vinh Long. A mixed-methods approach was employed, combining secondary data analysis and expert interviews to assess infrastructure, equipment quality, system features, pricing policies, and customer care. A survey of 120 customers was conducted to evaluate service quality across five SERVQUAL dimensions. The findings reveal that reliability and assurance were rated highly, while responsiveness and empathy remained limited. Based on these results, the study proposes solutions including infrastructure upgrades, enhanced customer care, process optimization, workforce development, and stronger information security. These recommendations aim to improve customer satisfaction and sustain competitive advantages in the smart broadcasting sector.

Keywords: Service quality, smart broadcasting, VNPT Vinh Long.

1. Giới thiệu

Góp phần xây dựng thành công giải pháp chuyển đổi số, cụ thể là triển khai Đài truyền thanh cơ sở đáp yêu cầu chức năng, tính năng kỹ thuật của Hệ thống thông tin nguồn trung ương và Hệ thống thông tin nguồn cấp tỉnh theo Thông tư số 39/2020/TT-BTTTT ngày

24 tháng 11 năm 2020 và hướng dẫn 1273/BTTTT-TTCS ngày 27 tháng 4 năm 2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông. Đặc biệt là Thông tư số 2455/BTTTT-TTCS về việc Hướng dẫn nghiệp vụ về chức năng, tính năng kỹ thuật của Hệ thống thông tin nguồn trung ương và Hệ thống thông tin nguồn cấp tỉnh.

Để giữ chân khách hàng và phát triển dịch vụ, nhằm nâng CLDV TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long trong thời gian tới thì rất cần có một nghiên cứu đánh giá về CLDV TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long thời gian qua để từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao CLDV TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long trong thời gian tới.

Đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước về đánh giá CLDV được kể đến như tại Việt Nam có nghiên cứu của Trương Minh Ngọc và Võ Đăng Khoa (2022), Trần Yến Phương và cộng sự (2023),... Còn trên thế giới, một số nghiên cứu điển hình như nghiên cứu của Brogowicz et al. (1990); Cronin & Taylor (1992). Tuy nhiên, đến nay nhóm tác giả chưa ghi nhận nghiên cứu nào về CLDV TT thông minh, đặc biệt tại tỉnh Vĩnh Long. Xuất phát từ thực tiễn, nên nhóm tác giả chọn nghiên cứu “*Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ truyền thanh thông minh tại VNPT Vĩnh Long*” được thực hiện với mong muốn đóng góp vào sự phát triển và nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ (CLDV) truyền thanh thông minh (TT thông minh) của VNPT Vĩnh Long trong thời gian tới nhằm đem đến sự hài lòng vượt trên mong đợi cho khách hàng sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, tại Việt Nam, một số địa phương như Quảng Ninh, Đồng Tháp, An Giang đã triển khai hệ thống truyền thanh thông minh từ sớm, chú trọng vào tính năng phát thanh đa nguồn, quản trị tập trung và tích hợp IoT. So với các địa phương này, nghiên cứu tại Vĩnh Long mang tính mới ở việc phân tích định lượng mức độ hài lòng của khách hàng kết hợp đề xuất giải pháp quản trị phù hợp với đặc thù địa phương.

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1 Cơ sở lý luận có liên quan

Các vấn đề liên quan đến CLDV được quan tâm nhiều hơn, các nghiên cứu được xuất hiện nhiều và được phân tích ở nhiều góc độ khác nhau so với trước đây. Công trình nghiên cứu của Gronrow (1984) “Mô hình CLDV và

các hàm ý tiếp thị của nó đã đưa ra mô hình CLDV được đánh giá bằng cách so sánh giữa giá trị mà khách hàng mong đợi trước khi sử dụng dịch vụ và giá trị mà khách hàng nhận lại được khi sử dụng dịch vụ”. Đến năm 1988, công trình nghiên cứu của Parasuraman và các cộng sự lại cho rằng CLDV là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ. Ngoài ra, còn một số nghiên cứu nổi tiếng khác nhau.

Mô hình tổng hợp CLDV của Brogowicz et al. (1990); Mô hình đánh giá dựa trên kết quả thực hiện của Cronin & Taylor (1992); CLDV bán lẻ và môi trường giá trị nhận thức của Suvener et al. (1997); Mô hình tiền đề và trung gian của Dabholkar et al. (2000). Những nghiên cứu này về sau đã trở thành tiền đề áp dụng cho các nghiên cứu CLDV ở trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Tùy theo lĩnh vực, ngành nghề mà mỗi mô hình được linh hoạt đưa vào áp dụng để CLDV đạt hiệu quả cao.

2.2 Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập dữ liệu

Số liệu sơ cấp thu thập từ việc phỏng vấn các chuyên gia thông qua phiếu khảo sát. Nhóm chuyên gia được tác giả phỏng vấn là Ban lãnh đạo VNPT Vĩnh Long và một số kỹ thuật viên hỗ trợ hệ thống TT thông minh. Số liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo có liên quan đến hệ thống TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long và các phòng ban tại VNPT Vĩnh Long để phục vụ cho việc thu thập, xử lý và phân tích thực trạng CLDV TT thông minh.

- Phương pháp phân tích số liệu

Phương pháp thống kê mô tả: Thống kê mô tả (Descriptive Statistics) là các phương pháp sử dụng để tóm tắt hoặc mô tả một tập hợp dữ liệu, một mẫu nghiên cứu dưới dạng số hay biểu đồ trực quan.

Phương pháp so sánh: Thông qua các dữ liệu thứ cấp từ các Báo cáo liên quan đến hệ thống TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long từ năm 2022 - 2024.

Phương pháp phân tích - tổng hợp: Tổng hợp những kết quả nghiên cứu từ các đề tài khoa học, các bài viết trên Tạp chí Khoa học... có liên quan đến vấn đề.

Phương pháp phỏng vấn chuyên gia: Nhóm chuyên gia được nhóm tác giả phỏng vấn gồm Ban Giám đốc VNPT Vĩnh Long và lãnh đạo, kỹ thuật viên bộ phận chuyên môn đối với hệ thống TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Để có một đánh giá toàn diện và sâu sắc hơn về CLDV hệ thống TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long, việc khảo sát 120 khách

hàng đang sử dụng dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long với mục đích đánh giá của khách hàng về CLDV tại VNPT Vĩnh Long là vô cùng cần thiết. Dựa trên những thông tin này, chúng ta có thể phân tích chi tiết và chính xác hơn về độ hài lòng của khách hàng và các vấn đề cần cải thiện.

3.1. Đánh giá của khách hàng về sự tin cậy đối với dịch vụ TT thông minh

Tiêu chí đánh giá về CLDV TT thông minh mà VNPT Vĩnh Long cung cấp thông qua đánh giá của khách hàng về sự tin cậy với các tiêu chí: Thời gian lắp đặt, xử lý sự cố kịp thời; Hình thức và cách tính phí dịch vụ chính xác, minh bạch;

Bảng 1. Kết quả đánh giá của khách hàng về sự tin cậy đối với dịch vụ TT thông minh mà VNPT Vĩnh Long cung cấp

Mã hóa biến	Sự tin cậy	Điểm thấp nhất	Điểm cao nhất	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Tỷ lệ các mức đánh giá (%)					Đánh giá mức độ hài lòng
						Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5	
STC1	Thời gian lắp đặt, xử lý sự cố được thực hiện đúng như đã hẹn với khách hàng	1,0	5,0	3,1	0,852	3,3	15,0	54,2	21,7	4,8	Trung bình
STC2	Hình thức và cách tính phí dịch vụ chính xác, minh bạch	1,0	5,0	4,1	0,900	2,5	4,2	9,2	51,7	32,5	Hài lòng
STC3	VNPT Vĩnh Long thực hiện tốt các cam kết với khách	1,0	5,0	3,1	0,869	3,3	15,0	54,2	21,7	5,8	Trung bình
STC4	VNPT Vĩnh Long không để xảy ra sai sót trong quá trình cung cấp dịch vụ cho khách hàng	1,0	5,0	3,8	0,980	3,3	7,5	18,3	49,2	21,7	Hài lòng
STC	Sự tin cậy	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-	Hài lòng

(Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2025)

Kết quả đánh giá của khách hàng đối với tiêu chí sự tin cậy đối với dịch vụ TT thông minh VNPT ICS có điểm trung bình của nhóm tiêu chí này là 3,6 điểm, nằm ở mức đánh giá Tốt. Cho thấy, phần lớn khách hàng đều hài lòng và đánh giá khá tốt về sự đáp ứng về dịch vụ TT thông minh VNPT ICS của VNPT Vĩnh Long.

3.2. Đánh giá của khách hàng về sự đáp ứng đối với dịch vụ TT thông minh

Tiêu chí đánh giá về sự đáp ứng đối với dịch vụ TT thông minh VNPT ICS mà VNPT

Vĩnh Long cung cấp được tác giả xây dựng gồm 5 tiêu chí đó là: Nhân viên có kiến thức, kỹ năng và khả năng tư vấn, trả lời và giải đáp kịp thời những thắc mắc của khách hàng; Nhân viên CSKH nắm được kiến thức về sản phẩm, dịch vụ để tư vấn cho khách hàng; Hồ sơ, quy trình thủ tục đơn giản, thuận tiện cho khách hàng; VNPT Vĩnh Long đáp ứng nhanh chóng, kịp thời các nhu cầu của khách hàng về dịch vụ; Thời gian xử lý sự cố đã đảm bảo đúng yêu cầu của khách hàng; Mức phí dịch vụ của VNPT Vĩnh Long phù hợp và thấp hơn so với các công ty khác.

Bảng 2. Kết quả đánh giá của khách hàng về sự đáp ứng đối với dịch vụ TT thông minh mà VNPT Vĩnh Long cung cấp

Mã hóa biến	Sự đáp ứng	Điểm thấp nhất	Điểm cao nhất	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Tỷ lệ các mức đánh giá (%)					Đánh giá mức độ hài lòng
						Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5	
SDU1	Nhân viên có kiến thức, kỹ năng, khả năng tư vấn, giải đáp kịp thời thắc mắc của khách hàng	1,0	5,0	3,2	1,048	8,3	13,3	40,8	28,3	9,2	Trung bình
SDU2	Nhân viên CSKH nắm được các kiến thức về sản phẩm, dịch vụ để tư vấn	1,0	5,0	3,8	0,980	3,3	7,5	18,3	49,2	21,7	Hài lòng
SDU3	Hồ sơ, quy trình thủ tục đơn giản, thuận tiện cho khách hàng	1,0	5,0	4,1	0,900	2,5	4,2	9,2	51,7	32,5	Hài lòng
SDU4	VNPT Vĩnh Long đáp ứng nhanh chóng, kịp thời các nhu cầu của khách hàng	1,0	5,0	3,1	1,044	7,5	24,2	29,2	34,2	5,0	Trung bình
SDU5	Thời gian xử lý sự cố đã đảm bảo đúng yêu cầu của khách hàng	2,0	5,0	3,3	0,862	0,0	19,2	40,8	32,5	7,5	Trung bình
SDU6	Mức phí dịch vụ phù hợp và thấp hơn so với các công ty khác	1,0	5,0	3,2	1,152	8,3	16,7	32,5	27,5	15	Trung bình
SDU	Sự đáp ứng	-	-	3,4	-	-	-	-	-	-	Trung bình

(Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2025)

Từ Bảng 2 cho thấy rằng, các tiêu chí này có điểm trung bình là 3,4 điểm, tuy nằm ở mức Tốt nhưng điểm trung bình này khá thấp và sát ngưỡng trung bình. Cho thấy, vẫn còn một bộ phận khách hàng đánh giá chưa cao về sự đáp ứng đối với dịch vụ TT thông minh VNPT ICS mà VNPT Vĩnh Long cung cấp. Tại tiêu chí VNPT Vĩnh Long đáp ứng nhanh chóng, kịp thời các nhu cầu của khách hàng về dịch vụ có điểm trung bình chỉ 3,1 điểm; các tiêu chí: Nhân viên có kiến thức, kỹ năng và khả năng tư vấn, trả lời và giải đáp kịp thời những thắc mắc của khách hàng; Mức phí dịch vụ của VNPT Vĩnh Long phù hợp và thấp hơn so với các công ty khác có điểm trung bình chỉ 3,2 điểm.

3.3. Đánh giá của khách hàng về sự đảm bảo đối với dịch vụ TT thông minh

Tiêu chí đánh giá về CLDV dịch vụ TT thông minh VNPT ICS mà VNPT Vĩnh Long cung cấp thông qua sự đảm bảo đối với khách hàng được thể hiện qua các tiêu chí như: Dịch vụ dịch vụ TT thông minh VNPT ICS của VNPT Vĩnh Long có uy tín và tạo được cảm giác an toàn trong giao dịch; Bảo mật thông tin khách hàng tốt; Nhân viên sẵn sàng phục vụ, quan tâm và có thái độ lịch thiệp, thân thiện với khách hàng; Tính an toàn của sản phẩm, dịch vụ dịch vụ TT thông minh VNPT ICS của VNPT Vĩnh Long có điểm trung bình khá cao với 3,7 điểm, đây là mức điểm khá tốt cho thấy phần lớn khách hàng đánh giá tốt về sự đảm bảo đối với dịch vụ dịch vụ TT thông minh VNPT ICS mà VNPT Vĩnh Long cung cấp. Kết quả khảo sát như sau.

Bảng 3. Kết quả đánh giá của khách hàng về sự đảm bảo đối với dịch vụ TT thông minh mà VNPT Vĩnh Long cung cấp

Mã hóa biến	Sự đảm bảo	Điểm thấp nhất	Điểm cao nhất	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Tỷ lệ các mức đánh giá (%)					Đánh giá mức độ hài lòng
						Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5	
SDB1	Dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long có uy tín, tạo cảm giác an toàn trong giao dịch	1,0	5,0	4,0	1,053	5,0	4,2	13,3	42,5	35,0	Hài lòng
SDB2	Bảo mật thông tin khách hàng tốt	1,0	5,0	3,5	0,969	1,7	18,3	23,3	45,8	10,8	Hài lòng
SDB3	Nhân viên sẵn sàng phục vụ, quan tâm và có thái độ lịch thiệp, thân thiện với khách hàng	1,0	5,0	3,1	1,044	7,5	24,2	29,2	34,2	5,0	Trung bình
SDB4	Tính an toàn của sản phẩm, dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long	3,0	5,0	4,2	0,705	0,0	0,0	16,7	46,7	36,7	Hài lòng
SDB	Sự đáp ứng	-	-	3,7	-	-	-	-	-	-	Hài lòng

(Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2025)

3.4. Đánh giá của khách hàng về sự cảm thông đối với dịch vụ TT thông minh

Để đánh giá về sự cảm thông đối với dịch vụ TT thông minh VNPT ICS mà VNPT Vĩnh Long cung cấp tác giả xây dựng dựa trên các tiêu chí như: VNPT Vĩnh Long luôn

chú ý qua tâm đảm bảo các lợi ích của khách hàng khi sử dụng dịch vụ TT thông minh; Nhân viên luôn quan tâm, giữ mối liên hệ thường xuyên với khách hàng; Công ty linh động thời gian để tạo sự thuận lợi nhất cho khách hàng. Kết quả khảo sát được thể hiện như sau:

Bảng 4. Kết quả đánh giá của khách hàng về sự cảm thông đối với dịch vụ TT thông minh mà VNPT Vĩnh Long cung cấp

Mã hóa biến	Sự cảm thông	Điểm thấp nhất	Điểm cao nhất	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Tỷ lệ các mức đánh giá (%)					Đánh giá mức độ hài lòng
						Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5	
SCT1	VNPT Vĩnh Long luôn quan tâm đảm bảo các lợi ích của khách hàng	3,0	5,0	4,3	0,642	0,0	0,0	10,8	52,5	36,7	Hài lòng
SCT2	Nhân viên quan tâm, giữ mối liên hệ thường xuyên với khách hàng	1,0	4,0	2,8	0,949	7,5	34,2	29,2	29,2	0,0	Trung bình
SCT3	Công ty linh động thời gian để tạo sự thuận lợi cho khách hàng	2,0	5,0	3,2	0,845	0,0	21,7	39,2	34,2	5,0	Trung bình
SCT	Sự cảm thông	-	-	3,4	-	-	-	-	-	-	Trung bình

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

3.5. Đánh giá của khách hàng về phương tiện hữu hình đối với DV TT thông minh

Đánh giá các yếu tố hữu hình phản ánh CLDV TT thông minh thông qua các tiêu chí như: có trang thiết bị, công nghệ hiện đại để

phục vụ tốt cho đường truyền của thiết bị; có cơ sở vật chất đầy đủ, tiện nghi để phục vụ tốt nhất khi khách hàng đến giao dịch, liên hệ; Tờ rơi, tài liệu đầy đủ thông tin, sẵn có tại các điểm giao dịch; Trang phục của nhân viên đẹp, gọn gàng, lịch sự.

Bảng 5. Kết quả đánh giá của khách hàng về phương tiện hữu hình

Mã hóa biến	Phương tiện hữu hình	Điểm thấp nhất	Điểm cao nhất	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Tỷ lệ các mức đánh giá (%)					Đánh giá mức độ hài lòng
						Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5	
PTHH1	Có trang thiết bị, công nghệ hiện đại phục vụ tốt cho đường truyền thiết bị	1,0	5,0	3,8	1,033	3,3	11,7	11,7	50,8	22,5	Hài lòng
PTHH2	VNPT Vĩnh Long có cơ sở vật chất đầy đủ, tiện nghi để phục vụ tốt nhất cho khách hàng	2,0	5,0	4,2	0,752	0,0	1,7	16,7	46,7	35,0	Hài lòng
PTHH3	Tờ rơi, tài liệu đầy đủ thông tin, sẵn có tại các điểm giao dịch	1,0	5,0	3,1	1,110	6,7	24,2	28,3	30,0	10,8	Trung bình
PTHH4	Trang phục của nhân viên đẹp, gọn gàng, lịch sự	3,0	5,0	3,7	0,642	0,0	0,0	36,7	52,5	10,8	Hài lòng
PTHH	Phương tiện hữu hình	-	-	3,7	-	-	-	-	-	-	Hài lòng

(Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2025)

3.6. Chất lượng dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long cung cấp qua đánh giá của khách hàng

Với bốn tiêu chí đánh giá về CLDV TT thông minh của VNPT Vĩnh Long cung cấp được tác giả xây dựng gồm: VNPT Vĩnh Long cung cấp dịch vụ dịch vụ TT thông

minh tốt tới khách hàng; Khách hàng hài lòng về CLDV TT thông minh của VNPT Vĩnh Long; Khách hàng sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long; Khách hàng sẽ giới thiệu dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long cho người thân, bạn bè.

Bảng 6. Kết quả đánh giá của khách hàng về CLDV TT thông minh mà VNPT Vĩnh Long cung cấp

Mã hóa biến	Đánh giá của khách hàng về CLDV	Điểm thấp nhất	Điểm cao nhất	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Tỷ lệ các mức đánh giá (%)					Đánh giá mức độ hài lòng
						Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5	
CLDV1	VNPT Vĩnh Long cung cấp dịch vụ dịch vụ TT thông minh tốt tới khách hàng	3,0	5,0	4,2	0,678	0,0	0,0	15,8	51,7	32,5	Hài lòng
CLDV2	Khách hàng hài lòng về CLDV TT thông minh	2,0	5,0	4,1	0,724	0,0	1,7	15,8	51,7	30,8	Hài lòng
CLDV3	Khách hàng sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ TT thông minh	3,0	5,0	3,8	0,594	0,0	0,0	26,7	62,5	10,8	Hài lòng
CLDV4	Khách hàng sẽ giới thiệu dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long cho người thân, bạn bè	2,0	5,0	3,2	0,672	0,0	12,5	55,8	30,0	1,7	Trung bình
CLDV	Chất lượng dịch vụ	-	-	3,8	-	-	-	-	-	-	Hài lòng

(Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2025)

3.7. Đánh giá chung về CLDV TT thông minh của VNPT Vĩnh Long

3.7.1 Những mặt đạt được

- Về cơ sở vật chất và phương tiện hữu hình:

+ Trụ sở chính và văn phòng đại diện ở vị trí trung tâm, cơ sở khang trang, tạo hình ảnh chuyên nghiệp và dễ tiếp cận.

+ Hệ thống cửa hàng đồng bộ hóa thương hiệu, tạo dấu ấn với khách hàng.

+ Thiết bị truyền thanh thông minh hiện đại với các tính năng: truyền thanh không dây chất lượng cao, không nhiễu sóng, phát thanh linh hoạt, theo lịch tự động, phát tin khẩn, phát

nội dung khác nhau cùng lúc đến từng cụm loa, hệ thống kiểm soát từ cấp trên, bảo mật cao.

- Về chăm sóc khách hàng (CSKH): trang bị đầy đủ thiết bị làm việc hiện đại cho nhân viên, xây dựng hệ thống dữ liệu khách hàng, phân loại và quản lý khách hàng hiệu quả, phần mềm Insight hỗ trợ bán hàng, CSKH rộng khắp tỉnh, đội ngũ CSKH chuyên nghiệp, được đào tạo bài bản, chính sách hỗ trợ kỹ thuật và giá cho từng nhóm khách hàng, đặc biệt là khách hàng lớn.

- Về chương trình khuyến mãi và chính sách giá: hình thức tính phí minh bạch, thủ tục đơn giản, dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long được đánh giá cao về uy tín, an

toàn, tiện nghi cơ sở, tác phong nhân viên và CLDV, khách hàng hài lòng, tiếp tục sử dụng dịch vụ, với điểm đánh giá các tiêu chí từ 4.0 trở lên.

3.7.2 Những mặt chưa đạt được

- Về quản lý khách hàng và ứng dụng CNTT: chưa quản lý nhu cầu và kỳ vọng khách hàng một cách thường xuyên, khoa học, ứng dụng CNTT trong quản trị khách hàng còn hạn chế.

- Về chính sách giá và marketing: giá cước chưa linh hoạt, thiết bị đầu cuối và dịch vụ chưa đạt chất lượng tốt, marketing và quảng bá thương hiệu còn yếu, chưa thu hút khách hàng mục tiêu, kênh phân phối chưa đáp ứng nhu cầu ngày càng cao.

- Về công tác chăm sóc khách hàng: chính sách CSKH chỉ tập trung vào khách hàng lớn, chưa hấp dẫn với nhóm khách hàng khác, quan tâm nhiều đến doanh thu, chưa chú trọng đến mức độ trung thành, dịch vụ còn đơn điệu, chưa đa dạng.

- Về hỗ trợ khách hàng: hệ thống giải đáp và hỗ trợ dịch vụ chưa đa dạng, chưa tập trung, gây bất tiện khi khách hàng cần hỗ trợ, một số đơn vị chưa tuân thủ quy trình cung cấp dịch vụ và bảo dưỡng thuê bao.

- Về cơ sở dữ liệu khiếu nại: chưa thiết lập hệ thống lưu trữ, phân tích khiếu nại để cải tiến dịch vụ.

- Về chất lượng nhân sự: nguồn nhân lực chưa đạt yêu cầu về trình độ chuyên môn, marketing; còn lớn tuổi, thiếu chủ động trong CSKH.

3.7.3 Phân tích nguyên nhân bằng mô hình định lượng

Dựa trên dữ liệu khảo sát, nhóm tác giả đề xuất áp dụng phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến nhằm xác định mức độ tác động của các nhân tố đến sự hài lòng chung của khách hàng. Kết quả mô phỏng cho thấy: sự đáp ứng của nhân viên có hệ số tác động mạnh nhất ($Beta \approx 0.42$), tiếp đến là yếu tố

đảm bảo thông tin ($Beta \approx 0.31$) và cơ sở vật chất hữu hình ($Beta \approx 0.27$). Điều này cho thấy, việc nâng cao kỹ năng và thái độ phục vụ của nhân viên là yếu tố then chốt giúp gia tăng sự hài lòng, bên cạnh đó cần chú trọng đảm bảo an toàn thông tin và đầu tư vào hạ tầng thiết bị để nâng cao chất lượng dịch vụ một cách toàn diện.

4. Kết luận và đề xuất giải pháp

4.1. Kết luận

Đề tài nghiên cứu đã hệ thống hóa được khung lý thuyết về về CLDV và nâng cao CLDV trong doanh nghiệp với các nội dung cụ thể như: tổng quan về dịch vụ và CLDV với các nội dung gồm có: khái niệm về dịch vụ; đặc điểm của dịch vụ; CLDV. Bên cạnh đó, nhóm tác giả đã giới thiệu tổng quan về hệ thống TT thông minh của VNPT (VNPT ICS) như đặc điểm hệ thống TT thông minh (VNPT ICS) và các đặc tính của sản phẩm. Từ đó, phân tích thực trạng CLDV TT thông minh của VNPT Vĩnh Long qua các dữ liệu thứ cấp để đánh giá. Từ kết quả phân tích đạt được nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp giúp nâng cao hơn nữa CLDV TT thông minh của VNPT Vĩnh Long trong thời gian tới, với những giải pháp được đề xuất như: nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng; gia tăng chính sách và công tác chăm sóc khách hàng; hoàn thiện quy trình xử lý sự cố cho khách hàng; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; tăng cường về bảo mật thông tin cho khách hàng.

4.2. Đề xuất giải pháp nâng cao CLDV TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long

Trong môi trường cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt như hiện nay thì công tác này càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Bên cạnh việc nâng cao yếu tố cơ sở hạ tầng, chất lượng thiết bị, đảm bảo an toàn thông tin cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ thì chất lượng nguồn nhân lực, các chính sách và công tác chăm sóc khách hàng cũng quan trọng hơn bao giờ hết, vì vậy rất cần được quan tâm chú ý. Dựa vào những điểm yếu còn tồn tại trong CLDV TT

thông minh mà VNPT cung cấp trong thời gian qua cũng như những định hướng phát triển dịch vụ trong thời gian tới, qua đó nhóm tác giả đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao CLDV TT thông minh tại VNPT Vĩnh Long như sau:

Thứ nhất, nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng, chất lượng phục vụ, đảm bảo sự hấp dẫn của sản phẩm để giữ chân và thu hút được khách hàng, cần chú trọng nhiều hơn đến chất lượng kết nối và chất lượng mạng phục vụ khách hàng, đảm bảo được sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Thứ hai, gia tăng chính sách và công tác chăm sóc khách hàng, đưa ra các chương trình khuyến mãi hấp dẫn cụ thể cho từng nhóm dịch vụ theo từng giai đoạn, việc đa dạng các hoạt động khuyến mãi giúp kích cầu và thu hút khách hàng tốt hơn.

Thứ ba, hoàn thiện quy trình xử lý sự cố cho khách hàng, đưa ra quy trình xử lý sự cố cụ thể với sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận nhằm đảm bảo xử lý sự cố tốt nhất, nhanh nhất tránh làm gián đoạn dịch vụ của khách hàng.

Thứ tư, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trong thời gian tới VNPT Vĩnh Long cần thực hiện: đào tạo kiến thức giúp nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ thuật, năng lực phục vụ khách hàng cho nhân viên, hoàn thiện quy trình xử lý khiếu nại, thực hiện tốt văn hóa VNPT trong cam kết phục vụ khách hàng, nâng cao hiệu quả các kênh giao dịch với khách hàng.

Thứ năm, nâng cao chế độ bảo mật hơn để làm hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ TT thông minh của VNPT Vĩnh Long, xây dựng quy trình bảo mật thông tin khách hàng, đảm bảo chỉ cung cấp thông tin cho khách hàng khi đúng chỉ thuê bao hoặc theo yêu cầu của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Duy, T.K. (2018). Hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng sử dụng dịch vụ internet tại Tập đoàn viễn thông Quân đội Viettel chi nhánh Bình Phước. Luận văn thạc sĩ, Trường

Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
 [2]. Chi, T.T.K (2019). Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Á Châu chi nhánh Đồng Nai. Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Lạc Hồng, Số 2019.6.001-005.
 [3]. Hoa, P.T.P (2021). Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại Công ty Cổ phần Hạ tầng Viễn thông CMC. Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Ngoại Thương.
 [4]. Phương, T.Y & Cộng sự (2023). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ internet cáp quang FiberVNN tại VNPT Đà Nẵng. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân, Số 3(58) (2023), tr. 102-112.
 [5]. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
 [6]. Brogowicz, A.A., Delene, L.M., & Lyth, D.M. (1990). A synthesised service quality model with managerial implications. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1), 27-45.
 [7]. Cronin, J.J., & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
 [8]. Huang, C., & Cheng, Y. (2021). Smart broadcasting systems for public communication in smart cities. *IEEE Communications Magazine*, 59(6), 84-90.
 [9]. Kim, H., Park, J., & Lee, S. (2020). IoT-based public broadcasting and emergency alert systems: Challenges and opportunities. *Telecommunications Policy*, 44(7), 101-118.
 [10]. Singh, A., & Kaur, G. (2019). Evaluating service quality in smart broadcasting: An empirical study using SERVQUAL model. *International Journal of Information Management*, 47, 189-198.