



**GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HỘI NGHỊ TRUYỀN HÌNH TRỰC TUYẾN  
 TẠI TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH VĨNH LONG**

*ENHANCING THE QUALITY OF VIDEO CONFERENCING SERVICES AT VIETNAM POSTS AND  
 TELECOMMUNICATIONS GROUP: A CASE STUDY OF THE VINH LONG BRANCH*

**Âu Ngọc Như Ý\*, Nguyễn Thị Hoàng Quyên,  
 Phan Hữu Phúc, Phan Văn Phùng**

Trường Đại học Cửu Long

\*Email: [aungochnuy1998@gmail.com](mailto:aungochnuy1998@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.65934/mkusj.2026.42.959>

Ngày nhận bài: 05/08/2025

Ngày phản biện: 17/08/2025

Ngày duyệt bài: 23/03/2026

**TÓM TẮT**

Trong xu thế chuyển đổi số mạnh mẽ và yêu cầu ngày càng cao về kết nối thông tin liên lạc không gián đoạn, các giải pháp họp trực tuyến đang đóng vai trò huyết mạch đối với hoạt động của nhiều cơ quan và doanh nghiệp. Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn đó, nghiên cứu phân tích thực trạng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại tập đoàn bưu chính viễn thông Việt Nam – Chi nhánh Vĩnh Long (VNPT Vĩnh Long). Để có cái nhìn sâu sắc và khách quan về trải nghiệm thực tế của người dùng, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, thông qua việc thu thập và phân tích số liệu khảo sát khách hàng về chất lượng dịch vụ trong giai đoạn 2022–2024. Quá trình đánh giá này được thiết kế và thực hiện một cách toàn diện, qua đó đánh giá các yếu tố như chất lượng đường truyền, năng lực phục vụ, khả năng đáp ứng, sự tin cậy, phương tiện hữu hình và giá dịch vụ. Dựa trên cơ sở dữ liệu đã được tổng hợp và xử lý khoa học, kết quả nghiên cứu chỉ ra những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Việc nhận diện rãnh mạch các rào cản kỹ thuật cũng như quy trình quản lý là tiền đề cực kỳ quan trọng để xây dựng các chiến lược tối ưu hóa. Từ đó, đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng đường truyền kỹ thuật, nâng cao năng lực đội ngũ hỗ trợ, tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát trong toàn hệ thống, gia tăng công tác chăm sóc khách hàng và giải pháp hỗ trợ giá nhằm cải thiện toàn diện chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình tại địa phương, góp phần củng cố uy tín thương hiệu và duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp viễn thông trên thị trường.

**Từ khóa:** Chất lượng dịch vụ, hội nghị truyền hình, VNPT Vĩnh Long.

**ABSTRACT**

Amidst the vigorous trend of digital transformation and the increasing demand for uninterrupted communication connectivity, virtual meeting solutions are playing a vital role in the daily operations of numerous organizations and enterprises. Stemming from this practical need, this study analyzes the current situation with the aim of improving the quality of video conferencing services at Vietnam posts and telecommunications group: a case study of the Vinh Long branch (VNPT Vinh Long). To gain profound and objective insights into the actual user experience, a qualitative research approach was employed, drawing on customer survey data collected during the period 2022–2024. This evaluation process was comprehensively designed and executed, where the analysis focused on key dimensions, including transmission quality, service capability, responsiveness, reliability, tangibility, and pricing. Based on the systematically synthesized and scientifically processed database, the findings highlight both strengths and limitations, as well as the underlying factors affecting service quality. Clearly identifying technological barriers and management workflows is a crucial prerequisite for formulating optimization strategies. Based on these insights, the study proposes several strategic solutions: upgrading network transmission quality, enhancing staff competence, strengthening system-wide monitoring and control, improving customer care, and implementing flexible pricing policies. By effectively addressing the current operational bottlenecks, these measures are expected to comprehensively enhance the quality of VNPT Vinh Long's video conferencing services in the coming years, thereby contributing to consolidating brand reputation and maintaining the telecommunications enterprise's competitive advantage in the market.

**Keywords:** Service quality, video conferencing, VNPT Vinh Long

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ và sự bùng nổ của công nghệ thông tin, dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến (THTT) ngày càng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động quản lý, điều hành, trao đổi thông tin của các cơ quan Nhà nước, tổ chức và doanh nghiệp (DN). Thực hiện Nghị định số 85/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ về bảo đảm an toàn hệ thống thông tin theo cấp độ, Quyết định số 157/QĐ-BTTTT ngày 28/01/2022 của Bộ Thông tin và Truyền thông về tiêu chí kỹ thuật, và đặc biệt là Quyết định số 605/QĐ-BTTTT phê duyệt Kế hoạch phát triển nền tảng số quốc gia về họp trực tuyến thế hệ mới, việc nâng cao chất lượng dịch vụ (CLDV) THTT cần đáp ứng đầy đủ các yêu cầu về an toàn, bảo mật, tính ổn định và hiệu quả trong quá trình triển khai. Sau đại dịch Covid-19, xu hướng sử dụng dịch vụ họp trực tuyến tại Việt Nam tăng trưởng mạnh. Thị trường trở nên cạnh tranh gay gắt, đòi hỏi các đơn vị cung cấp dịch vụ phải không ngừng nâng cao chất lượng, đa dạng tính năng, cải thiện chăm sóc khách hàng (CSKH) và xây dựng gói dịch vụ linh hoạt.

Trong thực tế, VNPT Vĩnh Long đã triển khai nhiều giải pháp nhằm duy trì khách hàng như đa dạng gói dịch vụ, chính sách giá linh hoạt, hỗ trợ kỹ thuật 24/7, khảo sát ý kiến khách hàng và các chương trình khuyến mại. Tuy nhiên, các giải pháp này mới dừng lại ở mức ngắn hạn, chưa hình thành chiến lược toàn diện và bền vững, trong khi sự cạnh tranh từ các ứng dụng quốc tế và trong nước ngày càng khốc liệt.

Nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đã chỉ ra tầm quan trọng của CLDV và CSKH đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Ở Việt Nam có thể kể đến nghiên cứu của Phạm Thị Phương Hoa (2021) về nâng cao chất lượng CSKH tại CMC; trên thế giới có nghiên cứu của Nguyễn Thanh Khương và Nguyễn Thị Hồng Thắm (2023) về sự chấp nhận và sử dụng hội nghị truyền hình trong giảng dạy trong đại dịch Covid-19: Nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam (Acceptance and Use of Video Conferencing for Teaching in Covid-19 Pandemic: An Empirical Study in Vietnam). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào thị trường chung hoặc các khu vực

đô thị lớn, chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu ở cấp địa phương, đặc biệt tại VNPT Vĩnh Long. Điều này khiến cho một số giải pháp đề xuất trước đó chưa thật sự phù hợp hoặc khó áp dụng trong thực tế.

Xuất phát từ thực tiễn đó, tác giả lựa chọn nghiên cứu “*Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long*” với mong muốn đóng góp vào việc phát triển và nâng cao hơn nữa CLDV tại đơn vị trong thời gian tới, nhằm đem đến sự hài lòng vượt trên mong đợi cho khách hàng sử dụng dịch vụ. So với các địa phương khác, nghiên cứu tại Vĩnh Long mang tính mới ở việc kết hợp phân tích định lượng mức độ hài lòng của khách hàng với việc đề xuất các giải pháp quản trị phù hợp với đặc thù địa phương, qua đó góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững dịch vụ.

## 2. Nội dung nghiên cứu

### 2.1 Cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ (CLDV) là một trong những yếu tố then chốt ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ công nghệ như hội nghị truyền hình trực tuyến. Trong các mô hình đo lường CLDV, SERVQUAL do Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985) phát triển được xem là nền tảng phổ biến nhất, gồm năm thành phần: độ tin cậy, tính đáp ứng, sự đảm bảo, sự đồng cảm và yếu tố hữu hình. Sau đó, SERVPERF của Cronin & Taylor (1992) ra đời như một biến thể, chỉ tập trung đo lường chất lượng thực tế từ trải nghiệm của khách hàng thay vì so sánh với kỳ vọng ban đầu.

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả lựa chọn bộ tiêu chí đánh giá CLDV bao gồm độ tin cậy, tính đáp ứng, phục vụ, sự đồng cảm, yếu tố hữu hình và giá cả. Các tiêu chí này không chỉ kế thừa từ mô hình SERVQUAL mà còn được điều chỉnh để phù hợp với đặc thù dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long.

### 2.2 Phương pháp nghiên cứu

#### - Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo có liên quan, bên cạnh đó số liệu còn được cung cấp bởi các phòng ban tại Trung tâm kinh doanh VNPT Vĩnh Long để phục vụ cho việc thu thập,

xử lý và phân tích dữ liệu. Số liệu sơ cấp được thu thập từ khảo sát thông qua 156 khách hàng đang sử dụng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long. Qua đó, nhóm tác giả đưa ra các giải pháp thiết thực và hiệu quả giúp nâng cao chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long trong giai đoạn mới.

Nghiên cứu sử dụng bảng hỏi khảo sát khách hàng là tổ chức, doanh nghiệp và cơ quan nhà nước trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long đã và đang sử dụng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến của VNPT Vĩnh Long trong giai đoạn 2022–2024. Thang đo Likert 5 mức độ (từ 1 – rất không đồng ý đến 5 – rất đồng ý) được áp dụng để đo lường các tiêu chí chất lượng dịch vụ gồm: độ tin cậy, tính đáp ứng, phục vụ, sự đồng cảm, yếu tố hữu hình và giá cả.

**- Phương pháp phân tích số liệu**

Phương pháp thống kê mô tả: Từ số liệu thu thập qua các báo cáo và kết quả khảo sát số liệu sẽ được xử lý và trình bày dưới dạng bảng biểu để phân tích về quy mô, cơ cấu và hiệu quả hoạt động của dịch vụ.

Phương pháp so sánh: Bao gồm cả so sánh tuyệt đối và so sánh tương đối nhằm đánh giá sự khác biệt và xu hướng biến động của các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ qua các năm

(2022–2024). Qua đó, giúp làm rõ sự thay đổi trong mức độ hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ tại VNPT Vĩnh Long.

**3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

Để có cái nhìn toàn diện và sâu sắc về chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long, nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát thực tế 156 khách hàng là các cơ quan, doanh nghiệp sử dụng dịch vụ. Khảo sát dựa trên các tiêu chí đánh giá, bao gồm: độ tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm, phương tiện hữu hình và giá cả. Các kết quả phân tích chi tiết dưới đây sẽ góp phần nhận diện rõ hơn những điểm mạnh, hạn chế và định hướng giải pháp cải thiện dịch vụ.

**3.1 Độ tin cậy của dịch vụ**

Từ kết quả khảo sát ở Bảng 1 cho thấy đa số khách hàng đánh giá tích cực về tiêu chí TC1 với giá trị trung bình 3.63 và tiêu chí TC2 đạt 3.57. Tuy nhiên, tiêu chí TC3 có điểm trung bình thấp nhất trong nhóm là 3.5, phản ánh khó khăn khi triển khai tại các đơn vị có quy mô lớn. Bên cạnh đó, tiêu chí TC5 có điểm cao nhất với 3.71 nhưng độ lệch chuẩn lớn, cho thấy sự không đồng đều giữa các nhóm khách hàng trong trải nghiệm thực tế.

**Bảng 1.** Kết quả khảo sát của thang đo Sự tin cậy (TC)

Ký hiệu	Nội dung	Mức đánh giá					Trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
		1	2	3	4	5			
TC1	Chất lượng đường truyền ổn định, ít bị gián đoạn.	10	13	27	80	26	3.63	1.060	Đồng ý
		6,4%	8,3%	17,3%	51,3%	16,7%			
TC2	Hệ thống bảo mật tốt, đảm bảo an toàn thông tin trong cuộc họp.	9	17	31	74	25	3.57	1.066	Đồng ý
		5,8%	10,9%	19,9%	47,4%	16,0%			
TC3	Chất lượng đường truyền luôn đảm bảo ngay cả khi có nhiều người tham gia.	8	21	39	61	27	3.50	1.087	Đồng ý
		5,1%	13,5%	25,0%	39,1%	17,3%			
TC4	Hệ thống hoạt động đúng như cam kết ban đầu, ít gặp lỗi kỹ thuật.	10	17	23	77	29	3.63	1.103	Đồng ý
		6,4%	10,9%	14,7%	49,4%	18,6%			

TC5	Thời gian bảo trì và khắc phục sự cố nhanh chóng, không làm gián đoạn công việc.	17	7	19	75	38	3.71	1.203	Đồng ý
		10,9%	4,5%	12,2%	48,1%	24,4%			

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025)

### 3.2 Khả năng đáp ứng của dịch vụ

**Bảng 2.** Kết quả khảo sát của thang đo Sự đáp ứng (DA)

Ký hiệu	Nội dung	Mức đánh giá					Trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
		1	2	3	4	5			
DA1	Tổng đài hỗ trợ khách hàng phản hồi nhanh chóng khi có yêu cầu	8	12	48	71	17	3.49	0.967	Trung bình
		5,2%	7,7%	30,8%	45,5%	10,9%			
DA2	Quá trình đăng ký, cài đặt dịch vụ đơn giản, nhanh chóng.	7	20	62	55	12	3.29	0.944	Trung bình
		4,5%	12,8%	39,7%	35,3%	7,7%			
DA3	Khi xảy ra sự cố, kỹ thuật viên hỗ trợ kịp thời, hiệu quả.	8	12	41	82	13	3.51	0.940	Đồng ý
		5,1%	7,7%	26,3%	52,6%	8,3%			
DA4	Dịch vụ được nâng cấp, cập nhật thường xuyên để đáp ứng nhu cầu.	14	8	58	66	10	3.32	0.997	Trung bình
		8,9%	5,1%	37,2%	42,3%	6,4%			

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025)

Từ Bảng 2 cho thấy, khả năng đáp ứng của dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long được khách hàng đánh giá ở mức khá tích cực, tuy vẫn còn một số điểm cần cải thiện. Về mặt hỗ trợ kỹ thuật, tại tiêu chí DA1 đạt giá trị trung bình 3.49, trong khi DA2 chỉ đạt 3.29 - mức thấp nhất nhóm. Điều này cho thấy cần đơn giản hóa quy trình ban đầu để nâng cao trải nghiệm

khách hàng. Ngược lại, kỹ thuật viên hỗ trợ khi có sự cố được đánh giá tích cực với 3.51, phản ánh niềm tin vào năng lực xử lý sự cố kịp thời. Tuy nhiên, việc cập nhật dịch vụ thường xuyên chưa được khách hàng cảm nhận rõ thể hiện qua mức đánh giá 3.32, cần tăng cường tính chủ động trong cải tiến hệ thống.

### 3.3 Năng lực phục vụ của nhân viên

**Bảng 3.** Kết quả khảo sát của thang đo Năng lực phục vụ (PV)

Ký hiệu	Nội dung	Mức đánh giá					Trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
		1	2	3	4	5			
PV1	Nhân viên có kiến thức chuyên môn tốt, tư vấn thông tin, các giải pháp xử lý hiệu quả.	10	13	16	80	37	3.78	1.099	Đồng ý
		6,4%	8,3%	10,3%	51,3%	23,7%			
PV2	Nhân viên hỗ trợ nhiệt tình, chuyên nghiệp.	9	17	22	37	71	3.92	1.247	Đồng ý
		5,8%	10,9%	14,1%	23,7%	45,5%			

PV3	Các hướng dẫn từ nhân viên dễ hiểu, giúp khách hàng sử dụng dịch vụ tốt hơn.	8	21	36	35	56	3.71	1.230	Đồng ý
		5,1%	13,5%	23,1%	22,4%	35,9%			
PV4	Nhân viên chăm sóc khách hàng thường xuyên kiểm tra chất lượng dịch vụ.	11	7	38	80	20	3.58	1.009	Đồng ý
		7,1%	4,5%	24,4%	51,3%	12,8%			

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025)

Qua kết quả Bảng 3 cho thấy, kết quả đánh giá về Năng lực phục vụ của đội ngũ nhân viên VNPT Vĩnh Long khá tích cực ở nhiều khía cạnh. Trong đó, tiêu chí PV2 đạt điểm trung bình cao nhất là 3.92, cho thấy phần lớn khách hàng hài lòng với sự chuyên nghiệp và nhiệt tình từ nhân viên. Tiếp đến, tiêu chí PV1 cũng được đánh giá cao với điểm trung bình đạt 3.78, phản ánh nhân viên hỗ trợ có kiến thức chuyên môn tốt, tư vấn các giải pháp hiệu quả đến khách hàng.

Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế nhất định cần được quan tâm cải thiện. Cụ thể, tiêu chí PV3 đạt 3.71, phản ánh kỹ năng truyền đạt thông tin vẫn chưa thực sự rõ ràng và hiệu quả trong mọi trường hợp. Đặc biệt, tiêu chí PV4 có điểm trung bình thấp nhất trong nhóm là 3.58, cho thấy một bộ phận khách hàng vẫn chưa cảm nhận được sự chủ động từ phía nhân viên khi phát sinh yêu cầu hỗ trợ. Do đó, việc tăng cường đào tạo kỹ năng giao tiếp, nâng cao tinh thần phục vụ và đảm bảo sự đồng bộ trong chất lượng nhân sự là điều cần thiết để cải thiện trải nghiệm khách hàng trong thời gian tới.

### 3.4 Mức độ đồng cảm với khách hàng

Qua kết quả Bảng 4 có thể thấy khách hàng nhìn nhận tương đối tích cực về sự quan tâm và hỗ trợ từ VNPT Vĩnh Long. Cụ thể, tiêu chí DC3 đạt điểm trung bình cao nhất trong nhóm với 3.71, cho thấy nhân viên đã bước đầu đáp ứng được nhu cầu sử dụng thực tế. Tiếp đến là tiêu chí DC1 với điểm trung bình 3.68, thể hiện nỗ lực của đơn vị trong việc cá nhân hóa dịch vụ theo đặc thù người dùng. Bên cạnh đó, tiêu chí DC5 đạt 3.67, và DC4 đạt 3.58. Dù vẫn ở mức khá, nhưng sự phân hóa trong đánh giá còn lớn, phản ánh trải nghiệm của khách hàng chưa thật sự nhất quán giữa các nhóm. Tiêu chí có điểm thấp nhất trong nhóm là DC2 chỉ đạt 3.49. Điều này cho thấy chính sách ưu đãi hiện tại chưa tạo được dấu ấn rõ ràng hoặc chưa tiếp cận hiệu quả đến nhóm khách hàng mục tiêu.

Nhìn chung, khách hàng đánh giá khá tốt về sự đồng cảm và hỗ trợ của VNPT Vĩnh Long. Tuy nhiên, đơn vị cần cải thiện hơn nữa ở các chính sách hậu mãi, đồng thời chuẩn hóa quy trình chăm sóc để tăng tính đồng đều trong trải nghiệm khách hàng giữa các bộ phận và khu vực.

**Bảng 4.** Kết quả khảo sát của thang đo Sự đồng cảm (DC)

Ký hiệu	Nội dung	Mức đánh giá					Trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
		1	2	3	4	5			
DC1	VNPT hiểu rõ nhu cầu khách hàng và đề xuất giải pháp phù hợp.	10	17	18	79	32	3.68	1.113	Đồng ý
		6,4%	10,9%	11,5%	50,6%	20,5%			
DC2	Khách hàng thân thiết được hưởng nhiều chính sách ưu đãi.	13	7	44	75	17	3.49	1.032	Trung bình
		8,3%	4,5%	28,2%	48,1%	10,9%			
DC3	Nhân viên quan tâm đến nhu cầu sử dụng của khách hàng và tư vấn gói dịch vụ phù hợp.	15	14	26	47	54	3.71	1.290	Đồng ý
		9,6%	9%	16,7%	30,1%	34,6%			

DC4	Nhân viên hỗ trợ nhiệt tình ngay cả khi khách hàng chưa quyết định sử dụng dịch vụ.	15	19	27	50	45	3.58	1.285	Đồng ý
		9,6%	12,2%	17,3%	32,1%	28,8%			
DC5	VNPT tạo điều kiện linh hoạt cho doanh nghiệp thay đổi gói dịch vụ.	13	18	24	53	48	3.67	1.256	Đồng ý
		8,3%	11,5%	15,4%	34%	30,8%			

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025)

### 3.5 Phương tiện hữu hình

Phương tiện hữu hình phản ánh những yếu tố có thể quan sát được của dịch vụ, như giao diện phần mềm, chất lượng hình ảnh và âm thanh, khả năng tương thích thiết bị và thông tin tra cứu. Bảng 5 cho thấy, phần lớn khách hàng đánh giá tích cực về các yếu tố này. Trong đó, tiêu chí HH1 đạt điểm trung bình cao nhất với 4.27, cho thấy sự hài lòng nổi bật của người dùng đối với trải nghiệm trực quan khi sử dụng dịch vụ. Tiếp theo là tiêu chí HH4 với điểm trung bình 4.17, thể hiện sự hiệu

quả trong công tác truyền thông qua nền tảng trực tuyến của VNPT.

Các yếu tố khác như HH2 đạt giá trị trung bình là 3.94, HH3 đạt 3.85 và HH5 với 3.83 cũng được đánh giá tích cực. Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận khách hàng chưa hài lòng về sự hỗ trợ thiết bị hoặc chưa cảm nhận rõ hiệu quả, thể hiện qua độ lệch chuẩn còn cao. Do đó, cần tăng cường truyền thông chính sách và đảm bảo tính đồng nhất trong triển khai hỗ trợ kỹ thuật.

**Bảng 5.** Kết quả khảo sát của thang đo phương tiện hữu hình (HH)

Ký hiệu	Nội dung	Mức đánh giá					Trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
		1	2	3	4	5			
HH1	Giao diện phần mềm dễ sử dụng, thân thiện với người dùng.	4	10	12	44	86	4.27	1.025	Đồng ý
		2,6%	6,4%	7,7%	28,2%	55,1%			
HH2	Chất lượng âm thanh, hình ảnh tốt, đảm bảo trải nghiệm khi họp trực tuyến.	5	15	18	64	54	3.94	1.067	Đồng ý
		3,2%	9,6%	11,5%	41%	34,6%			
HH3	Dịch vụ hỗ trợ tương thích nhiều thiết bị, dễ dàng kết nối.	9	20	2	80	45	3.85	1.148	Đồng ý
		5,8%	12,8%	1,3%	51,3%	28,8%			
HH4	KH có thể dễ dàng tra cứu thông tin về dịch vụ trên website.	9	5	14	50	78	4.17	1.102	Đồng ý
		5,7%	3,2%	9%	32,1%	50%			
HH5	Có hỗ trợ thiết bị đi kèm (nếu có) để đảm bảo chất lượng cao.	7	11	37	48	53	3.83	1.114	Đồng ý
		4,5%	7,1%	23,7%	30,8%	34%			

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025)

### 3.6 Giá cả và gói dịch vụ

Giá cả và tính linh hoạt của gói dịch vụ là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng. Kết quả khảo sát từ Bảng 6 cho thấy, phần lớn khách hàng đánh giá khá tích cực về mức giá và các chương trình ưu đãi mà VNPT Vĩnh Long đang áp dụng.

Cụ thể, tiêu chí GC2 được đánh giá cao nhất trong nhóm với điểm trung bình 3.87, tiếp theo là GC1 và GC3, cùng đạt mức trung bình 3.84, cho thấy sự hài lòng tương đối ổn định từ phía khách hàng. Tuy nhiên, độ lệch chuẩn dao động từ 1.09 đến 1.12 phản ánh vẫn có sự khác biệt trong cảm nhận giữa các nhóm khách hàng. VNPT Vĩnh Long

cần tiếp tục hoàn thiện công tác truyền thông, tư vấn rõ ràng hơn về giá trị của từng gói cước cũng

như các ưu đãi đi kèm, nhằm nâng cao sự đồng thuận và tạo ấn tượng tốt hơn với khách hàng.

**Bảng 6.** Kết quả khảo sát của thang đo về giá cả (GC)

Ký hiệu	Nội dung	Mức đánh giá					Trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
		1	2	3	4	5			
GC1	Giá cước của VNPT hợp lý so với chất lượng đã cung cấp.	10	11	20	68	47	3.84	1.127	Đồng ý
		6,4%	7,1%	12,8%	43,6%	30,1%			
GC2	VNPT có nhiều gói cước linh hoạt phù hợp với nhu cầu sử dụng.	8	16	10	76	46	3.87	1.106	Đồng ý
		5,1%	10,3%	6,4%	48,7%	29,5%			
GC3	VNPT có các chương trình khuyến mãi, và ưu đãi hấp dẫn.	6	16	23	63	48	3.84	1.092	Đồng ý
		3,8%	10,3%	14,7%	40,4%	30,8%			

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025)

### 3.7. Đánh giá chung về CLDV hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long

#### 3.7.1. Những kết quả đạt được

- Về cơ sở vật chất và hạ tầng kỹ thuật, VNPT Vĩnh Long đã xây dựng được hạ tầng kỹ thuật hiện đại, đồng bộ, đảm bảo đường truyền ổn định cho dịch vụ hội nghị THPT. Vùng phủ sóng mở rộng, kết nối nhanh và ít gián đoạn, đặc biệt hỗ trợ hiệu quả cho các cơ quan hành chính cấp huyện và xã.

Hệ thống trang thiết bị được nâng cấp thường xuyên, khả năng kết nối đa điểm cầu ổn định, đáp ứng tốt nhu cầu triển khai các hội nghị cấp tỉnh.

- Về nguồn nhân lực và hỗ trợ kỹ thuật: Đội ngũ nhân sự có chuyên môn cao, số lượng nhân sự tăng từ 111 (2022) lên 120 (2024), trong đó trên 80% có trình độ đại học và sau đại học. Trung tâm CNTT được đầu tư mạnh, tăng nhân sự từ 20 lên 38 người, đảm bảo hỗ trợ kỹ thuật 24/7, quy trình xử lý sự cố được chuẩn hóa.

Đội ngũ kỹ thuật tại các huyện thường trực, xử lý nhanh sự cố, duy trì hoạt động thông suốt trong các sự kiện quan trọng.

- Về thị phần khách hàng tăng trưởng bền vững, từ 121 đơn vị (2022) lên 171 đơn vị (2024), mức tăng gần 42%. Dịch vụ đã phủ cập từ cấp tỉnh đến xã, được nhiều cơ quan trọng yếu tin dùng

(Tỉnh ủy, UBND, các cơ sở giáo dục, y tế...). Tỷ lệ khách hàng tái ký đạt khoảng 84% tổng số khách hàng, thể hiện sự hài lòng và tin cậy lâu dài.

- Về mức độ hài lòng của khách hàng, khảo sát 156 khách hàng cho thấy các tiêu chí như tin cậy, năng lực phục vụ, phương tiện hữu hình, chính sách giá đều đạt từ 3,5/5 trở lên. Các yếu tố nổi bật được đánh giá cao như giao diện phần mềm thân thiện, đa thiết bị, phản hồi kỹ thuật nhanh chóng.

#### 3.7.2. Những tồn tại

- Về khả năng đáp ứng, hệ thống chưa ổn định khi tổ chức hội nghị quy mô lớn, nhiều điểm cầu, đặc biệt ở các cơ quan hành chính có nhu cầu kết nối đồng người.

- Về quy trình, thủ tục đăng ký và cài đặt dịch vụ còn phức tạp, giao diện hướng dẫn chưa trực quan, thiếu nhân sự tư vấn cho khách hàng ở xa trung tâm.

- Về trải nghiệm khách hàng vẫn còn sự đồng đều chưa cao, chênh lệch giữa các nhóm khách hàng (tuyến huyện thường ít nhân sự kỹ thuật hơn).

- Về hoạt động marketing và mở rộng thị phần còn hạn chế, số lượng khách hàng mới duy trì thấp (26–29 đơn vị/năm), ảnh hưởng đến tốc độ mở rộng.

- Về chính sách truyền thông khuyến mãi,

ưu đãi thiết bị chưa hiệu quả. Dịch vụ còn thiếu cá nhân hóa theo nhu cầu từng nhóm khách hàng (giáo dục, y tế, doanh nghiệp tư nhân).

### 3.7.3. Nguyên nhân chủ yếu

- Về nguyên nhân chủ quan, hạn chế chủ yếu xuất phát từ việc phân bổ nhân sự chưa hợp lý (một số huyện còn thiếu kỹ thuật viên), quy trình cung cấp dịch vụ chưa đồng bộ và kỹ năng phục vụ chưa đồng đều. Bên cạnh đó, hoạt động marketing còn mang tính truyền thống, thiếu kênh số và chưa chú trọng nhóm khách hàng ngoài khối hành chính công; chính sách ưu đãi, chăm sóc khách hàng chưa linh hoạt và cá nhân hóa.

- Về nguyên nhân khách quan, cơ sở hạ tầng viễn thông tại một số vùng sâu còn yếu, chi phí đầu tư cao; đặc thù khách hàng chủ yếu là cơ quan Nhà nước nên quy trình hành chính chậm và thiếu linh hoạt. Ngoài ra, VNPT Vĩnh Long còn chịu sức ép cạnh tranh gay gắt từ Viettel, FPT, Zoom, Microsoft Teams, Google Meet với lợi thế về công nghệ, chi phí linh hoạt và trải nghiệm người dùng hiện đại.

## 4. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long vẫn còn một số khó khăn, hạn chế ảnh hưởng đến chất lượng cung ứng dịch vụ như: (i) hạ tầng kỹ thuật chưa đồng bộ, đặc biệt tại các khu vực nông thôn; (ii) năng lực chuyên môn và kỹ năng phục vụ của đội ngũ nhân sự còn chưa đồng đều; (iii) công tác kiểm tra, kiểm soát chất lượng dịch vụ chưa toàn diện; (iv) chính sách chăm sóc khách hàng chưa phù hợp với đặc thù từng nhóm; (v) giá cả dịch vụ còn thiếu linh hoạt theo nhu cầu sử dụng và điều kiện địa phương. Để nâng cao chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long, VNPT Vĩnh Long cần triển khai đồng bộ một số nhóm giải pháp trọng tâm sau:

*Thứ nhất*, nâng cấp cơ sở vật chất và chất lượng kỹ thuật đường truyền theo quy mô lớn. Cần đầu tư đồng bộ hệ thống cáp quang đến các xã vùng sâu như Trà Ôn, Tam Bình, Bình Tân, thay thế kết nối không dây kém ổn định hiện nay. Bên cạnh đó, cần hỗ trợ các cơ quan lớn chuẩn hóa thiết bị đầu cuối như camera, micro, màn hình. Chuyển đổi từ hệ thống máy chủ truyền thống sang nền

tảng đám mây nhằm tăng tính linh hoạt, khả năng mở rộng và độ ổn định của hệ thống.

*Thứ hai*, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ hội nghị truyền hình. Cần rà soát, phân loại năng lực đội ngũ kỹ thuật, nhân viên chăm sóc khách hàng, từ đó xây dựng lộ trình đào tạo phù hợp. Tổ chức các chương trình huấn luyện thực tế, đào tạo chuyên sâu về kỹ thuật, bảo mật và kỹ năng giao tiếp. Áp dụng mô hình đào tạo tại chỗ, diễn tập liên huyện, thi đua nội bộ và kết hợp ứng dụng công nghệ số để đánh giá, quản lý hiệu quả năng lực nhân sự.

*Thứ ba*, tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ hệ thống dịch vụ. VNPT Vĩnh Long cần triển khai mô hình giám sát phân cấp theo cụm huyện, kết hợp kiểm tra thực tế tại điểm cầu và đối soát định kỳ giữa các tổ kỹ thuật. Áp dụng hệ thống giám sát vận hành tập trung, cảnh báo lỗi thiết bị theo thời gian thực. Đồng thời, thiết lập quy trình tiêu chuẩn trong cung cấp và vận hành dịch vụ, đo lường hiệu quả thông qua các chỉ số kỹ thuật, phản hồi khách hàng và hiệu suất làm việc của nhân viên.

*Thứ tư*, cải thiện chính sách và công tác chăm sóc khách hàng. Thiết kế các chính sách riêng biệt theo từng nhóm khách hàng như khối hành chính, giáo dục, y tế, doanh nghiệp vừa và nhỏ. Thành lập tổ hỗ trợ kỹ thuật lưu động theo địa bàn, tổ chức chương trình “1 kỹ thuật viên - 1 khách hàng thân thiết”, triển khai các tuần lễ chăm sóc khách hàng định kỳ. Kết hợp giữa tư vấn trực tiếp và chăm sóc qua nền tảng số, đồng thời thực hiện khảo sát ngắn sau các cuộc họp lớn để kịp thời điều chỉnh và cải thiện chất lượng dịch vụ.

*Thứ năm*, điều chỉnh chính sách giá dịch vụ theo hướng linh hoạt và cạnh tranh. Cần xây dựng các gói cước đa tầng phù hợp theo từng nhóm khách hàng và khu vực. Đối với các địa bàn nông thôn hoặc vùng sâu, nên triển khai hình thức dùng chung theo cụm hoặc thuê dịch vụ lưu động. Ngoài ra, cần đẩy mạnh chương trình khuyến mãi theo quý, giảm giá lũy tiến theo thời gian sử dụng, kết hợp cung cấp combo dịch vụ như internet - camera - hội nghị trực tuyến. Bổ sung công cụ báo giá trực tuyến và triển khai chính sách dùng thử miễn phí để tăng khả năng chuyển đổi từ trải nghiệm sang sử dụng thực tế.

## 5. Kết luận

Nghiên cứu này đã cung cấp cái nhìn toàn diện về chất lượng dịch vụ hội nghị truyền hình trực tuyến tại VNPT Vĩnh Long trong bối cảnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá ở địa phương. Dựa trên cơ sở lý thuyết và kết quả khảo sát thực tiễn, nghiên cứu đã chỉ ra rằng mặc dù VNPT Vĩnh Long đạt được nhiều kết quả tích cực trong việc cung cấp dịch vụ, vẫn còn tồn tại những hạn chế như hạ tầng kỹ thuật chưa đồng bộ ở khu vực nông thôn, dịch vụ chăm sóc khách hàng chưa hiệu quả, chính sách giá thiếu linh hoạt, kiểm soát chất lượng còn chưa toàn diện và đội ngũ kỹ thuật cần nâng cao năng lực chuyên môn. Điểm mới của nghiên cứu nằm ở việc khai thác dữ liệu thực chứng tại một đơn vị cấp tỉnh, từ đó phản ánh rõ đặc thù địa phương và cung cấp những đề xuất khả thi, gắn liền với điều kiện triển khai thực tế. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đã xây dựng nhóm giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ trong thời gian tới, bao gồm hiện đại hóa hạ tầng kỹ thuật; tăng cường công tác chăm sóc khách hàng; chuẩn hóa quy trình kiểm soát chất lượng; phát triển đội ngũ kỹ thuật chuyên nghiệp; và cải tiến chính sách giá phù hợp với từng nhóm khách hàng. Nếu được áp dụng, các giải pháp này không chỉ góp phần khắc phục những hạn chế hiện tại mà còn nâng cao năng lực cạnh tranh của VNPT Vĩnh Long, đồng thời hỗ trợ tiến trình chuyển đổi số của tỉnh. Ngoài giá trị thực tiễn, nghiên cứu cũng mở ra những hướng tiếp cận cho các công trình tiếp theo. Cụ thể, việc mở rộng phạm vi nghiên cứu sang các tỉnh khác hoặc so sánh giữa các nhà cung cấp dịch vụ sẽ giúp làm rõ hơn tác động của bối cảnh và mô hình quản trị. Bên cạnh đó, việc áp dụng thêm các chỉ số đánh giá quốc tế hoặc phân tích chi phí – lợi ích theo từng phân khúc khách hàng sẽ mang lại những bằng chứng có giá trị hơn cho việc hoạch định chiến lược phát triển dịch vụ viễn thông – công nghệ thông tin ở cấp địa phương.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bộ Thông tin và Truyền thông, (2022), Quyết định số 157/QĐ-BTTTT ngày 28 tháng 01 năm 2022 về việc Ban hành Bộ tiêu chí yêu cầu kỹ thuật tối

thiểu nền tảng Hợp trực tuyến.

- Bộ Thông tin và Truyền thông, (2022), Quyết định số 605/QĐ-BTTTT ngày 31 tháng 3 năm 2022 về việc phê duyệt Kế hoạch thúc đẩy phát triển và sử dụng nền tảng số quốc gia về hợp trực tuyến thế hệ mới cho cơ quan nhà nước và các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Cong-nghe-thong-tin/Quyet-dinh-605-QD-BTTTT-2022-su-dung-nen-tang-so-quoc-gia-Hop-truc-tuyen-the-he-moi-634737.aspx>
- Chính phủ, (2016), Nghị định số 85/2016/NĐ-CP ngày 01 tháng 7 năm 2016 của Chính phủ về bảo đảm an toàn hệ thống thông tin theo cấp độ, Cổng thông tin điện tử Chính phủ. <https://vanban.chinhphu.vn>
- Hoa. P.T.P, (2021), *Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc KH tại Công ty Cổ phần hạ tầng viễn thông CMC*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Bưu chính Viễn thông.
- Cronin.J.J., and S.A. Taylor, (1992), Measuring service quality: A reexamination and extension, *Journal of Marketing*, No, 56 (July), pp,55-68.
- Dabholkar. P. A., Thorpe. D. I., and Rentz. J. O, (1996), A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Khuong. N.T. and Thám, N.T.H, (2023), Acceptance and Use of Video Conferencing for Teaching in Covid-19 Pandemic: An Empirical Study in Vietnam, *AsiaCall Online Journal*.
- Parasuraman A., Zeithaml V, and Berry L, (1985), “A conceptual model of service quality and its implications for future research”, *Journal of Marketing*, 49: 41 -50.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Al Ajaleen, Y, S., and Saadon, M, S, (2023), The effect of service quality on customer satisfactions in Jordanian telecommunications companies, *Res Militaris*, 13(1).