

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**LÊ VĂN LUẬN**

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH  
CỦA VNPT LÀO CAI**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ**  
**THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**

**Ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**THÁI NGUYÊN - 2020**

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**LÊ VĂN LUẬN**

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH  
CỦA VNPT LÀO CAI**

**Ngành: Quản trị kinh doanh**

**Mã số: 8.34.01.10**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ  
THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. NGUYỄN KHÁNH DOANH**

**THÁI NGUYÊN - 2020**

**LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan Luận văn này do tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn của Thầy giáo hướng dẫn khoa học và không trùng lặp với bất kỳ luận văn hoặc công trình nào khác. Các tư liệu và số liệu sử dụng trong luận văn được thu thập từ các nguồn gốc đáng tin cậy.

*Thái Nguyên, tháng 4 năm 2020*

**Tác giả luận văn**

**Lê Văn Luận**

## LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành cảm ơn thầy giáo PGS.TS Nguyễn Khánh Doanh, người đã tận tình hướng dẫn và định hướng cho tôi trong việc hoàn thành công trình luận văn này.

Tôi xin chân thành cảm ơn các thầy, cô giáo Phòng đào tạo, các thầy giáo, cô giáo Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên đã có những góp ý quý báu và giúp đỡ tôi trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn.

Tôi xin gửi lời cảm ơn lãnh đạo cơ quan nơi tôi đang công tác đã tạo điều kiện cho tôi được đi học nâng cao trình độ trong thời gian qua.

Tôi xin gửi lời cảm ơn gia đình, các bạn bè đồng nghiệp đã tạo điều kiện và giúp đỡ nhiệt tình để tôi có thể hoàn thành quá trình học tập và nghiên cứu tại Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên.

*Xin trân trọng cảm ơn.*

*Thái Nguyên, tháng 4 năm 2020*

**Tác giả luận văn**

**Lê Văn Luận**

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
MỤC LỤC .....	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT .....	
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	vi
DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ.....	viii
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài .....	3
5. Kết cấu của luận văn .....	4
<b>Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ NĂNG LỰC</b>	
<b>CẠNH TRANH.....</b>	<b>5</b>
1.1. Cơ sở lý luận về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh.....	5
1.1.1. Cơ sở lý luận về cạnh tranh.....	5
1.1.2. Cơ sở lý luận về nâng cao năng lực cạnh tranh .....	7
1.1.3. Nội dung hoạt động nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp viễn thông .....	9
1.1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp viễn thông .....	12
1.2. Cơ sở thực tiễn về nâng cao năng lực cạnh tranh .....	17
1.2.1. Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của một số doanh nghiệp viễn thông trong nước .....	17
1.2.2. Bài học kinh nghiệm cho VNPT Lào Cai .....	20

<b>Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	22
2.1. Câu hỏi nghiên cứu .....	22
2.2. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu của đề tài .....	22
2.2.1. Phương pháp luận.....	22
2.2.2. Phương pháp nghiên cứu của đề tài .....	22
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu .....	26
<b>Chương 3. THỰC TRẠNG NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA VNPT LÀO CAI</b> .....	28
3.1. Tổng quan về VNPT Lào Cai .....	28
3.1.1. Sự hình thành và phát triển .....	28
3.1.2. Chức năng, nhiệm vụ .....	29
3.1.3. Thực trạng sản xuất kinh doanh của VNPT Lào Cai trong giai đoạn 2016- 2018.....	30
3.2. Thực trạng nâng cao năng lực cạnh tranh của VNPT Lào Cai .....	31
3.2.1. Năng lực về tài chính của VNPT Lào Cai .....	31
3.2.2. Thị phần của VNPT Lào Cai.....	35
3.2.3. Trình độ trang thiết bị, công nghệ của VNPT Lào Cai.....	39
3.2.4. Năng lực Marketing của VNPT Lào Cai .....	41
3.2.5. Nguồn nhân lực của VNPT Lào Cai .....	50
3.2.6. Năng lực đầu tư nghiên cứu và phát triển của VNPT Lào Cai .....	53
3.3. Các yếu tố ảnh hưởng tới nâng cao năng lực cạnh tranh của VNPT Lào Cai .....	55
3.3.1. Các yếu tố bên trong .....	55
3.3.2. Các yếu tố bên ngoài .....	62
3.3.3. Phân tích ma trận SWOT của VNPT Lào Cai trên các lĩnh vực kinh doanh chính .....	67

3.4. Đánh giá chung về nâng cao năng lực cạnh tranh của VNPT Lào Cai trong thời gian qua .....	70
3.4.1. Những kết quả đạt được .....	70
3.4.2. Những tồn tại, hạn chế .....	70
3.4.3. Nguyên nhân của tồn tại, hạn chế .....	71
<b>Chương 4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA VNPT LÀO CAI GIAI ĐOẠN 2020 - 2025</b> .....	73
4.1. Mục tiêu, định hướng phát triển của VNPT Lào Cai giai đoạn 2020 - 2025.....	73
4.1.1. Mục tiêu phát triển của VNPT Lào Cai .....	73
4.1.2. Định hướng phát triển của VNPT Lào Cai giai đoạn 2020 - 2025 .....	74
4.2. Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của VNPT Lào Cai trong giai đoạn 2020 - 2025 .....	77
4.2.1. Giải pháp giữ vững thị trường và phát triển thị trường .....	77
4.2.2. Đa dạng và linh hoạt trong các chính sách giá cước.....	80
4.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng .....	81
4.2.4. Thực hiện hiệu quả hoạt động xúc tiến bán hàng .....	83
4.2.5. Nâng cao ứng dụng công nghệ.....	84
4.2.6. Phát triển nguồn nhân lực .....	84
4.3. Kiến nghị đối với Tập đoàn VNPT .....	86
<b>KẾT LUẬN</b> .....	87
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	88
<b>PHỤ LỤC</b> .....	90

## **DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT**

CNTT	:	Công nghệ thông tin
DN	:	Doanh nghiệp
SIGELCO	:	Tổng công ty Điện tử Thiết bị Thông tin
Viettel	:	Tập đoàn Viễn thông Quân đội
VNĐ	:	Việt Nam đồng
VNPT	:	Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam
UBND	:	Ủy ban nhân dân

## DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1:	Tổng doanh thu của VNPT Lào Cai giai đoạn 2016- 2018.....	34
Bảng 3.2:	Số lượng thuê bao và thị phần dịch vụ điện thoại cố định của VNPT Lào Cai .....	35
Bảng 3.3.	Thị phần dịch vụ điện thoại di động của VNPT Lào Cai .....	37
Bảng 3.4:	Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ Internet của các nhà cung cấp tại Lào Cai .....	40
Bảng 3.5:	Chi phí chi cho hoạt động marketing của VNPT Lào Cai giai đoạn 2016- 2018 .....	42
Bảng 3.6:	Bảng so sánh giá cước dịch vụ điện thoại cố định giữa VNPT, Viettel và FPT .....	43
Bảng 3.7:	Bảng so sánh giá cước dịch vụ Internet giữa VNPT, Viettel và FPT.....	45
Bảng 3.6.	So sánh hệ thống kênh phân phối của VNPT và Viettel .....	48
Bảng 3.7:	Thống kê số lượng lao động .....	51
Bảng 3.8:	Đánh giá của nhân viên về hoạt động nghiên cứu và phát triển của công ty.....	54
Bảng 3.9:	Đánh giá của nhân viên về ban lãnh đạo của công ty.....	56
Bảng 3.12.	Đánh giá của khách hàng về trình độ năng lực của đội ngũ nhân viên tại VNPT Lào Cai .....	60
Bảng 3.13.	Sự hài lòng của khách hàng về các dịch vụ tại VNPT Lào Cai.....	61
Bảng 3.14.	Ma trận SWOT .....	67
Bảng 4.1:	Mục tiêu phát triển doanh thu khách hàng của VNPT Lào Cai trong năm 2020 .....	73

**DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ**

Biểu đồ 3.1.	Tổng doanh thu của VNPT Lào Cai trong giai đoạn 2016-2018....	31
Biểu đồ 3.2.	Thị phần dịch vụ điện thoại di động của VNPT Lào Cai giai đoạn 2016-2018.....	36
Biểu đồ 3.3.	Thị phần dịch vụ Internet tại Lào Cai .....	38
Biểu đồ 3.4.	Thị phần dịch vụ truyền hình thông minh tại Lào Cai.....	38
Biểu đồ 3.5:	Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ điện thoại cố định tại Lào Cai .....	44
Biểu đồ 3.6:	Sự hiểu biết của khách hàng về các gói dịch vụ di động của VNPT Lào Cai.....	47
Biểu đồ 3.7:	Đánh giá của nhân viên về chất lượng nguồn nhân lực của công ty.....	53
Biểu đồ 3.8:	Đánh giá của khách hàng về chất lượng nguồn nhân lực của công ty.....	53
Biểu đồ 3.9:	Đánh giá của nhân viên về chiến lược marketing của công ty....	59
Biểu đồ 3.10:	Đánh giá của nhân viên về sự hiệu quả của việc phối hợp nghiên cứu giữa VNPT Lào Cai và các đơn vị đối tác .....	62