

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

**NGUYỄN VĂN MINH**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO**  
**NĂNG LỰC CẠNH TRANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG**  
**CỦA CHI NHÁNH VIETTEL BẮC CẠN**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**  
**Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ**

**THÁI NGUYÊN - 2013**

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

**NGUYỄN VĂN MINH**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO**  
**NĂNG LỰC CẠNH TRANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG**  
**CỦA CHI NHÁNH VIETTEL BẮC CẠN**

**Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ**  
**Mã số: 60.34.04.10**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. ĐỖ QUANG QUÝ**

**THÁI NGUYÊN - 2013**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan Luận văn này công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết luận nghiên cứu trình bày trong luận văn này là trung thực và chính xác. Những kết quả của luận văn chưa từng được công bố trong bất cứ công trình nào.

Tôi xin chịu trách nhiệm về nghiên cứu của mình!

**Học viên**

**Nguyễn Văn Minh**

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn PGS.TS. Đỗ Quang Quý đã tận tình hướng dẫn tôi trong suốt quá trình thực hiện. Tôi xin trân thành cảm ơn Phòng Quản lý Đào tạo Sau đại học – Trường ĐH Kinh tế và QTKD đã tạo mọi điều kiện để tôi hoàn thành khoá học và trình bày luận văn này.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến các đồng nghiệp đã chia sẻ nhiều tư liệu và kinh nghiệm quý báu liên quan đến vấn đề nghiên cứu của luận văn. Tôi xin cảm ơn sự hợp tác các đơn vị, cơ quan trên địa bàn tỉnh Bắc Cạn, chi nhánh Viettel Bắc Cạn – Tập đoàn Viễn thông Quân đội Viettel đã giúp tôi thực hiện thành công luận văn..

**Xin trân trọng cảm ơn!**

**Học viên**

**Nguyễn Văn Minh**

## MỤC LỤC

	Trang
<b>MỞ ĐẦU</b>	1
<b>1. Tính cấp thiết của đề tài</b>	2
<b>2. Mục tiêu nghiên cứu</b>	3
<b>3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu</b>	3
<b>4. Ý nghĩa khoa học và đóng góp của đề tài</b>	3
<b>5. Kết cấu luận văn</b>	3
<b>Chương 1 - CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CẠNH TRANH VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH</b>	4
<b>1.1. Lý luận về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh</b>	4
<i>1.1.1. Khái niệm về cạnh tranh</i>	4
<i>1.1.2. Lý luận về năng lực cạnh tranh</i>	13
<b>1.2. Các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp</b>	19
<i>1.2.1. Nhân tố bên ngoài</i>	19
<i>1.2.2. Nhân tố bên trong</i>	21
<b>1.3. Cơ sở lý luận dịch vụ viễn thông</b>	22
<i>1.3.1. Khái niệm dịch vụ viễn thông</i>	22
<i>1.3.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới dịch vụ viễn thông</i>	24
<i>1.3.3. Sự cần thiết nâng cao năng lực cạnh tranh của dịch vụ viễn thông</i>	26
<b>1.4. Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của một số doanh nghiệp viễn thông quốc tế và trong nước</b>	26
<i>1.4.1. Kinh nghiệm của một số doanh nghiệp viễn thông quốc tế</i>	26
<i>1.4.2. Kinh nghiệm của Tập đoàn bưu chính viễn thông Việt Nam (VNPT)</i>	31
<i>1.4.3. Bài học kinh nghiệm cho Viettel Telecom và chi nhánh Viettel Bắc Cạn</i>	34
<b>Chương 2 - PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b>	36
<b>2.1. Câu hỏi nghiên cứu</b>	36
<b>2.2. Cơ sở phương pháp luận</b>	36
<b>2.3. Phương pháp nghiên cứu</b>	36
<b>2.4. Chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh</b>	38
<b>Chương 3 - THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CHI NHÁNH VIETTEL BẮC CẠN</b>	43

<b>3.1. Tổng quan về Chi nhánh Viettel Bắc Cạn – Tập đoàn Viễn thông Quân đội (Viettel Telecom)</b>	43
<b>3.2. Thực trạng cạnh tranh dịch vụ viễn thông Chi nhánh Viettel Bắc Cạn</b>	46
<i>3.2.1. Tổng quan cạnh tranh lĩnh vực viễn thông trên thị trường Việt Nam</i>	46
<i>3.2.2. Thực trạng cạnh tranh dịch vụ viễn thông Chi nhánh Viettel Bắc Cạn</i>	48
<b>3.3. Phân tích ma trận SWOT tại chi nhánh Viettel Bắc Cạn</b>	74
<b>Chương 4 - GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH DỊCH VỤ VIỄN THÔNG CỦA CHI NHÁNH VIETTEL BẮC CẠN</b>	76
<b>4.1. Phương hướng phát triển chung của chi nhánh Viettel Bắc Cạn</b>	76
<i>4.1.1. Tầm nhìn và sứ mệnh Viettel</i>	76
<i>4.1.2. Mục tiêu phát triển dịch vụ viễn thông chi nhánh Viettel Bắc Cạn</i>	78
<b>4.2. Hệ thống giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ viễn thông tại chi nhánh Viettel Bắc Cạn</b>	80
<i>4.2.1. Giải pháp giữ vững thị trường và phát triển thị trường</i>	80
<i>4.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực</i>	82
<i>4.2.3. Phát triển sản phẩm và mạng lưới</i>	83
<i>4.2.4. Nâng cao năng lực marketing</i>	84
<i>4.2.5. Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng</i>	85
<i>4.2.6. Đa dạng và linh hoạt trong các chính sách giá cước</i>	86
<b>KẾT LUẬN</b>	88
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	90

**THUẬT NGỮ VIẾT TẮT**

CNTT	Công nghệ thông tin
GCI	Điểm năng lực cạnh tranh
GTGT	Giá trị gia tăng
KT-XH	Kinh tế xã hội
KH-CN	Khoa học công nghệ
R&D	Nghiên cứu và phát triển
TT	Truyền thông
WES	Diễn đàn kinh tế thế giới
WTO	Tổ chức thương mại thế giới

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

	Trang
Bảng 2.1. Chỉ số đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp	41
Bảng 3.1. Thống kê số lượng thuê bao và thị phần dịch vụ điện thoại cố định của các doanh nghiệp	50
Bảng 3.2. Thống kê số lượng thuê bao và thị phần dịch vụ điện thoại di động của các doanh nghiệp	53
Bảng 3.3. Thống kê số người sử dụng Internet giai đoạn 2006 – 2012	54
Bảng 3.4. Thống kê thị phần doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet	57
Bảng 3.5. Một số chỉ tiêu năng lực tài chính của Chi nhánh Viettel Bắc Cạn	60
Bảng 3.6. Thống kê nguồn nhân lực chi nhánh Viettel Bắc Cạn	66
Bảng 3.7. Thống kê giá cước và sản phẩm viễn thông di động	
Biểu đồ 3.1. Thuê bao điện thoại cố định giai đoạn 2006 – 2012	47
Biểu đồ 3.2. Thuê bao điện thoại cố định /100 người dân so với thế giới	48
Biểu đồ 3.3. Thống kê số thuê bao di động giai đoạn 2006 - 2012	51
Biểu đồ 3.4. Tỷ lệ thuê bao di động/100 người dân	52
Biểu đồ 3.5. Thống kê tỉ lệ người sử dụng Internet	55
Biểu đồ 3.6. Thống kê tỉ lệ người sử dụng Internet băng rộng cố định	56
Hình 1.1. Sơ đồ cung cấp dịch vụ viễn thông	23
Hình 3.1. Thị phần dịch vụ điện thoại cố định năm 2012	49
Hình 3.2. Thống kê dịch vụ Internet băng rộng cố định và 3G	57
Sơ đồ 3.1. Cơ cấu tổ chức vận hành của Chi nhánh Viettel Bắc Cạn	64



## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Cạnh tranh có ảnh hưởng tới tất cả các lĩnh vực, các thành phần kinh tế và các doanh nghiệp, đồng thời là xu hướng chung của mọi nền kinh tế. Xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay, các quốc gia đều thừa nhận trong mọi hoạt động đều phải cạnh tranh, coi cạnh tranh không những là môi trường và động lực của phát triển, thúc đẩy sản xuất kinh doanh, tăng năng suất lao động, tăng hiệu quả mà còn là yếu tố quan trọng giúp nền kinh tế lành mạnh hóa và bình đẳng.

Thị trường viễn thông là một ngành dịch vụ thuộc kết cấu hạ tầng của nền kinh tế quốc dân, một bộ phận không thể thiếu của người dân trong thời đại ngày nay, đồng thời là ngành kinh tế mũi nhọn, một trong bốn trụ cột đóng góp vào sự tăng trưởng của nền kinh tế quốc dân. Trong cơ chế thị trường và hội nhập kinh tế thế giới cũng như khu vực đã và đang xuất hiện sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp viễn thông điều này đem lại nhiều có hội trong hợp tác nhưng cũng xuất hiện nhiều khó khăn, thách thức mới trong lĩnh vực viễn thông nói chung và doanh nghiệp viễn thông nói riêng.

Bước ngoặt đánh dấu trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước là Việt Nam đã gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Sự kiện này đem lại những tác động mạnh mẽ và sâu rộng đến mọi lĩnh vực trong đời sống kinh tế – xã hội (KT-XH), trong đó có lĩnh vực viễn thông. Các cam kết của Việt Nam với WTO trong lĩnh vực bưu chính viễn thông cho phép các doanh nghiệp nước ngoài tham gia thị trường trong nước thông qua hình thức góp vốn, liên doanh và phát triển các dịch vụ viễn thông. Tham gia WTO tạo ra cho các doanh nghiệp viễn thông trong nước cơ hội nhưng cũng tạo ra các áp lực mới trong cạnh tranh cung cấp dịch vụ viễn thông giữa các doanh nghiệp trong nước, giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài...

Xu thế tất yếu của hoạt động cạnh tranh không chỉ diễn ra trên thị trường trong nước mà trên cả thị trường nước ngoài. Bên cạnh áp lực, thách thức lớn về công nghệ, tiềm lực về tài chính, kinh nghiệm trong quản lý, chiến lược trong cạnh tranh phát triển sản phẩm, thị trường phân tán bởi các doanh nghiệp trong và ngoài nước, quá trình sắp xếp đổi mới doanh nghiệp đang tạo ra nhiều áp lực, khó khăn với Viettel Telecom (Viettel).

Xuất phát từ thực tế và yêu cầu trong quá trình hội nhập, đặc biệt là nhận thức được tầm quan trọng của nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực viễn thông, tôi lựa chọn đề tài: **“Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ viễn thông của Chi nhánh Viettel Bắc Cạn”**.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

### **2.1. Mục tiêu chung**

Nghiên cứu năng lực cạnh tranh của chi nhánh Viettel Bắc Cạn thông qua đánh giá các chỉ tiêu kinh tế, kỹ thuật, tài chính, phương pháp quản lý, marketing, giá trị vật chất của doanh nghiệp... từ đó đánh giá điểm mạnh, tồn tại và thách thức đặt ra trong quá trình phát triển. Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của chi nhánh Viettel Bắc Cạn.

### **2.2. Mục tiêu cụ thể**

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh và sự cần thiết phải nâng cao năng lực cạnh tranh trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

- Hệ thống hóa chỉ tiêu nghiên cứu nhằm xác định năng lực cạnh tranh.

- Đánh giá kết quả kinh doanh và năng lực cạnh tranh của chi nhánh Viettel Bắc Cạn; Phân tích và đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức trong quá trình phát triển.

- Đề xuất giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của chi nhánh Viettel Bắc Cạn trong quá trình phát triển ở giai đoạn tiếp sau.