

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

**HOÀNG TUẤN TÚ**

**ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ADSL  
CỦA VNPT ĐẾN SỰ THỎA MÃN VÀ LÒNG TRUNG THÀNH  
CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TRUNG TÂM VIỄN THÔNG  
ĐỒNG HỖ THUỘC VIỄN THÔNG THÁI NGUYÊN**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**  
**CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**THÁI NGUYÊN - 2015**

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

**HOÀNG TUẤN TÚ**

**ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ADSL  
CỦA VNPT ĐẾN SỰ THỎA MÃN VÀ LÒNG TRUNG THÀNH  
CỦA KHÁCH HÀNG TẠI TRUNG TÂM VIỄN THÔNG  
ĐỒNG HỖ THUỘC VIỄN THÔNG THÁI NGUYÊN**

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh**

**Mã số: 60.34.01.02**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Thị Gấm**

**THÁI NGUYÊN - 2015**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn “**Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ ADSL của VNPT đến sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng tại Trung tâm Viễn thông Đồng Hỷ thuộc Viễn thông Thái Nguyên**” là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi. Đề tài hoàn toàn trung thực và chưa được sử dụng để bảo vệ một học vị nào. Các thông tin sử dụng trong đề tài đã được chỉ rõ nguồn gốc, các tài liệu tham khảo được trích dẫn đầy đủ, mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện luận văn này đã được cảm ơn.

*Thái Nguyên, ngày tháng 9 năm 2015*

**Tác giả luận văn**

**Hoàng Tuấn Tú**

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bản đề tài này ngoài sự cố gắng, nỗ lực của bản thân, tôi luôn nhận được sự giúp đỡ tận tình của nhiều cá nhân và tập thể.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến PGS.TS. Nguyễn Thị Gấm, người đã tận tình chỉ bảo, hướng dẫn giúp đỡ tôi thực hiện và hoàn thành đề tài này.

Tôi xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu, Phòng Đào tạo - Bộ phận Quản lý Đào tạo và Sau đại học cũng như các khoa chuyên môn, của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh đã tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong quá trình học tập và nghiên cứu tại trường.

Tôi xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ nhiệt tình của Ban lãnh đạo Viện thông tin Thái Nguyên và Trung tâm Viễn thông Đồng Hỷ đã tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong việc thu thập số liệu thứ cấp, sơ cấp và các thông tin hữu ích phục vụ nghiên cứu.

Xin cảm ơn gia đình, bạn bè và đồng nghiệp đã giúp đỡ, động viên tôi trong suốt quá trình thực hiện đề tài tốt nghiệp.

*Thái Nguyên, ngày tháng 9 năm 2015*

**Tác giả luận văn**

**Hoàng Tuấn Tú**

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....	viii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	ix
DANH MỤC CÁC HÌNH.....	xi
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu .....	3
4. Ý nghĩa khoa học và những đóng góp mới của đề tài.....	3
5. Kết cấu của luận văn .....	4
<b>Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TẾ VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ, SỰ THỎA MÃN VÀ LÒNG TRUNG THÀNH KHÁCH HÀNG</b> .....	<b>5</b>
1.1. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ, sự thỏa mãn và lòng trung thành khách hàng.....	5
1.1.1. Khái niệm về internet băng rộng.....	5
1.1.2. Chất lượng dịch vụ.....	5
1.1.2.1 Khái niệm về chất lượng dịch vụ .....	5
1.1.2.2 Những đặc điểm cơ bản của chất lượng dịch vụ.....	7
1.1.2.3. Tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ.....	8
1.1.2.4 Khoảng cách của chất lượng dịch vụ .....	9
1.1.2.5 Công cụ đo lường của chất lượng dịch vụ .....	9
1.1.3 Thỏa mãn của khách hàng.....	13
1.1.3.1. Khái niệm về sự thỏa mãn khách hàng .....	13
1.1.3.2. Tầm quan trọng của sự thỏa mãn khách hàng.....	14
1.1.4 Lòng trung thành đối với dịch vụ được cung cấp .....	15
1.1.4.1. Khái niệm về lòng trung thành khách hàng .....	15
1.1.4.2. Tầm quan trọng của lòng trung thành khách hàng .....	16
1.1.4.3. Biện đo lường lòng trung thành khách hàng .....	17

1.1.5. Các công trình nghiên cứu liên quan tới mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng .....	17
1.1.6. Mối quan hệ giữa sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng.....	20
1.1.7. Mô hình nghiên cứu .....	21
1.1.7.1. Mô hình chất lượng dịch vụ .....	21
1.2 Kinh nghiệm nâng cao chất lượng dịch vụ trong và ngoài nước .....	22
1.2.1. Kinh nghiệm về nâng cao chất lượng dịch vụ ADSL của một số nước trên thế giới.....	22
1.2.2. Kinh nghiệm về nâng cao chất lượng dịch vụ ADSL của một số đơn vị trong nước .....	26
<b>Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>29</b>
2.1 Câu hỏi nghiên cứu .....	29
2.2 Phương pháp thu thập thông tin .....	29
2.2.1. Số liệu thứ cấp.....	29
2.2.2. Số liệu sơ cấp .....	29
2.3 Mô hình lý thuyết và các giả thuyết nghiên cứu .....	30
2.3.1 Mức độ tin cậy và sự hài lòng của khách hàng.....	30
2.3.2 Khả năng đáp ứng và sự hài lòng của khách hàng.....	31
2.3.3 Phương tiện hữu hình và sự hài lòng của khách hàng .....	31
2.3.4 Năng lực phục vụ và sự hài lòng của khách hàng.....	31
2.3.5 Mức độ đồng cảm và sự hài lòng của khách hàng .....	32
2.3.6 Cảm nhận giá cả và sự hài lòng của khách hàng .....	32
2.3.7 Sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng đối với dịch vụ ADSL: .....	33
2.3.8 Chất lượng dịch vụ và lòng trung thành của khách hàng đối với dịch vụ ADSL ...	33
2.3.9 So sánh sự khác biệt về sự thỏa mãn khách hàng giữa các nhóm đối tượng nghiên cứu.....	33
2.4 Phương pháp xử lý dữ liệu .....	34
2.5 Phương pháp phân tích.....	34
2.6 Chỉ tiêu nghiên cứu .....	35

<b>Chương 3: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ADSL CỦA VNPT THÁI NGUYÊN TẠI TRUNG TÂM VIỄN THÔNG HỖ</b> .....	36
3.1 Giới thiệu về địa bàn nghiên cứu .....	36
3.1.1 Giới thiệu về huyện Đồng Hỷ Vị trí địa lý.....	36
3.1.2 Giới thiệu về VNPT Thái Nguyên và Trung tâm Viễn thông huyện Đồng Hỷ....	36
3.1.2.1 Giới thiệu tổng quan về VNPT Thái Nguyên .....	36
3.1.2.2 Giới thiệu tổng quan về Trung tâm Viễn thông Đồng Hỷ .....	39
3.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ ADSL, thỏa mãn và lòng trung thành khách hàng tại Trung tâm Viễn thông Đồng Hỷ .....	40
3.2.1. Thông tin chung về đối tượng nghiên cứu .....	40
3.2.2. Đánh giá chức năng chất lượng dịch vụ , sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng đối với dịch vụ ADSL của VNPT Đồng Hỷ của đối tượng nghiên cứu .....	43
3.2.2.1. Độ tin cậy .....	44
3.2.2.2. Mức độ phản hồi .....	45
3.2.2.3. Năng lực phục vụ .....	46
3.2.2.4. Sự đồng cảm của công ty .....	47
3.2.2.5. Yếu tố hữu hình.....	49
3.2.2.6. Sự thỏa mãn khách hàng .....	50
3.2.2.7. Lòng trung thành của khách hàng .....	51
3.2.3. Phân tích so sánh sự thỏa mãn với chất lượng dịch vụ của khách hàng theo đặc điểm chung của đối tượng nghiên cứu.....	53
3.2.3.1. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo giới tính .....	53
3.2.3.2. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo hôn nhân .....	56
3.2.3.3. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo độ tuổi.....	58
3.2.3.4. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo vị trí công tác .....	59
3.2.3.5. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo nghề nghiệp .....	61
3.2.3.6. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo trình độ học vấn .....	62
3.2.3.7. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo thâm niên công tác ...	63
3.2.3.8. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo thu nhập .....	64

3.2.3.9. So sánh sự khác biệt về sự hài lòng khách hàng theo thời gian sử dụng.....	65
3.2.4. Phân tích nhân tố.....	66
3.2.4.1. Độ tin cậy.....	66
3.2.4.2. Khả năng đáp ứng.....	67
3.2.4.3. Năng lực phục vụ.....	67
3.2.4.4. Mức độ đồng cảm.....	68
3.2.4.5. Phương tiện hữu hình.....	69
3.2.4.6. Sự thỏa mãn của khách hàng.....	70
3.2.4.7. Lòng trung thành của khách hàng.....	71
3.2.5. Kiểm định tương quan.....	72
3.2.6. Mô hình hồi Quy.....	73
3.2.6.1. Mô hình 1: Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự thỏa mãn khách hàng.....	73
3.2.6.2. Mô hình 2: Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới lòng trung thành của khách hàng.....	76
3.2.6.3. Mô hình 3: Ảnh hưởng của sự thỏa mãn khách hàng đối với lòng trung thành khách hàng.....	79
3.3. Đánh giá chung.....	81
3.3.1. Những thành công, ưu điểm.....	81
3.3.2. Những hạn chế, tồn tại.....	82
<b>Chương 4: GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ADSL, SỰ THỎA MÃN VÀ LÒNG TRUNG THÀNH KHÁCH HÀNG TẠI TRUNG TÂM VIỄN THÔNG ĐỒNG HỖ, VNPT THÁI NGUYÊN.....</b>	<b>86</b>
4.1. Định hướng phát triển dịch vụ ADSL tại Trung tâm Viễn thông Đồng Hỷ - VNPT Thái Nguyên.....	86
4.1.1. Đầu tư, phát triển cơ sở hạ tầng mạng.....	86
4.1.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ trên cơ sở duy trì hiệu lực và hiệu quả của hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2000.....	87
4.2. Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, sự thỏa mãn và lòng trung thành khách hàng đối với dịch vụ ADSL tại Trung tâm Viễn thông Đồng Hỷ.....	88
4.2.1. Nâng cao khả năng đáp ứng và tốc độ phục vụ khách hàng.....	88



4.2.2. Nâng cao năng lực phục vụ của Trung tâm .....	88
4.2.3. Nâng cao cơ sở vật chất phục vụ khách hàng .....	92
4.2.4. Tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng .....	93
4.2.5. Một số biện pháp khác .....	100
<b>KẾT LUẬN</b> .....	105
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	106
<b>PHỤ LỤC</b> .....	108

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

BCVT	: Bưu chính viễn thông
CBCNV	: Cán bộ công nhân viên
ĐH	: Đại học
FPT	: Công ty Đầu tư và phát triển công nghệ
GTGT	: Giá trị gia tăng
HCM	: Hồ Chí Minh
TP.HCM	: Thành phố Hồ Chí Minh
TTVT	: Trung tâm viễn thông
Viettel	: Công ty Viễn thông Quân đội
VNPT	: Tập đoàn bưu chính viễn thông