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

PHẠM THÙY HƯƠNG

QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI DỊCH VỤ DI ĐỘNG CỦA VIỄN THÔNG THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN - 2016

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

PHẠM THÙY HƯƠNG

QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI DỊCH VỤ DI ĐỘNG CỦA VIỄN THÔNG THÁI NGUYÊN

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 60.34.01.02

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. Phan Văn Hùng

THÁI NGUYÊN - 2016

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của riêng tôi, chưa công bố tại bất kỳ nơi nào, mọi số liệu sử dụng trong luận văn này là những thông tin xác thực.

Tôi xin chịu mọi trách nhiệm về lời cam đoan của mình.

Thái Nguyên, ngày 07 tháng 8 năm 2016

Tác giả luận văn

Phạm Thùy Hương

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới TS. Phan Văn Hùng, người đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn.

Tôi xin trân trọng cảm ơn các thầy giáo, cô giáo khoa Kinh tế, khoa Sau Đại học - Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên - Đại học Thái Nguyên đã đóng góp nhiều ý kiến quý báu giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu, hoàn thành luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn tới Ban lãnh đạo, các bạn bè đồng nghiệp, đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn này.

Do bản thân còn nhiều hạn chế nên luận văn không tránh khỏi những thiếu sót, tôi rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo và các bạn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày 07 tháng 8 năm 2016

Tác giả luận văn

Phạm Thùy Hương

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN i
LỜI CẢM ƠN ii
MỤC LỤC iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT vi
DANH MỤC CÁC BẢNG vii
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ VÀ ĐỒ THỊ viii
MỞ ĐẦU 1
1. Lý do chọn đề tài 1
2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài 2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 2
4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài 3
5. Bố cục đề tài 3
Chương 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ KÊNH PHÂN PHỐI VÀ QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI DỊCH VỤ DI ĐỘNG 4
1.1. Cơ sở lý luận 4
1.1.1. Cơ sở lý luận về kênh phân phối 4
1.1.2. Khái quát về viễn thông 18
1.1.3. Cơ sở lý luận về quản trị kênh phân phối 20
1.2. Cơ sở thực tiễn 26
1.2.1. Một số kinh nghiệm về tổ chức và quản lý kênh phân phối ở một số nước trên thế giới 26
1.2.2. Một số kinh nghiệm về tổ chức và quản lý kênh phân phối ở một số doanh nghiệp viễn thông trong nước 28
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU 31
2.1. Câu hỏi nghiên cứu 31
2.2. Phương pháp nghiên cứu 31
2.2.1. Phương pháp nghiên cứu điểm 31
2.2.2. Phương pháp thu thập thông tin 31

2.2.3. Phương pháp tổng hợp thông tin 32
2.2.4. Phương pháp phân tích thông tin 32
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu 33
2.3.1. Doanh thu 33
2.3.2. Chi phí 34
2.3.3. Lợi nhuận 34
2.3.4. Số lượng thuê bao 34
2.3.5. Chất lượng kênh bán hàng 34
Chương 3: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI DỊCH VỤ DI ĐỘNG CỦA VIỄN THÔNG THÁI NGUYÊN.....36
3.1. Tổng quan về Viễn thông Thái Nguyên.....36
3.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Viễn thông Thái Nguyên.....36
3.1.2. Cơ cấu tổ chức của Viễn thông Thái Nguyên 36
3.1.3. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Viễn thông Thái Nguyên 42
3.2. Thực trạng công tác quản trị kênh phân phối dịch vụ di động Vinaphone của Viễn thông Thái Nguyên 45
3.2.1. Tổ chức bộ máy quản lý kênh phân phối 45
3.2.2. Công tác tuyển chọn thành viên kênh phân phối 49
3.2.3. Chính sách khuyến khích, duy trì và phát triển kênh phân phối.....50
3.2.4. Đánh giá hoạt động của các thành viên trong kênh phân phối 52
3.2.5. Mối quan hệ giữa kênh phân phối với các biến số marketing-mix khác 56
3.2.6. Quản trị hậu cần trong kênh phân phối 60
3.2.7. Kết quả quản trị kênh phân phối của Viễn thông Thái Nguyên.....61
3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động quản trị kênh phân phối của Viễn thông Thái Nguyên.....62
3.3.1. Các yếu tố bên ngoài.....62
3.3.2. Các yếu tố bên trong 65
3.4. Đánh giá công tác quản trị kênh phân phối của Viễn thông Thái Nguyên 66
3.4.1. Những thành công trong quản trị kênh phân phối của Viễn Thông Thái Nguyên.....66

3.4.2. Những tồn tại cần khắc phục trong quản trị kênh phân phối 69
Chương 4: **MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẰM NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI** 71
4.1. Quan điểm, định hướng chiến lược về hệ thống kênh phân phối dịch vụ di động Vinaphone 71
4.1.1. Môi trường kinh doanh và thị trường viễn thông di động 71
4.1.2. Những định hướng chiến lược phát triển chung của VNPT-Vinaphone 72
4.1.2. Những định hướng chiến lược phát triển chung của VNPT-Thái Nguyên 74
4.1.3. Định hướng chiến lược về quản trị kênh phân phối của VNPT Thái Nguyên.....75
4.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động quản trị kênh phân phối 76
4.2.1. Xây dựng chiến lược và chính sách nhất quán với việc cung cấp sản phẩm ra thị trường.....76
4.2.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu mới tại Trung tâm.....77
4.2.3. Định vị lại về sản phẩm.....77
4.2.4. Hoàn thiện công cụ Marketing - Mix, quản trị hậu cần 78
4.2.5. Hoàn thiện công tác lựa chọn thành viên kênh 81
4.2.6. Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát, đánh giá các thành viên kênh trong hệ thống kênh phân phối.....82
4.2.7. Hệ thống, bổ sung kênh phân phối tại VNPT Thái Nguyên 83
4.2.8. Bồi dưỡng, đào tạo nâng cao trình độ cho các đội ngũ cán bộ trên kênh 83
KẾT LUẬN 85
TÀI LIỆU THAM KHẢO 87
PHỤ LỤC 88

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CBCNV	: Cán bộ công nhân viên
CNTT	: Công nghệ thông tin
CSKH	: Chăm sóc khách hàng
CTV	: Cộng tác viên
ĐBL	: Điểm bán lẻ
DV	: Dịch vụ
ĐVT	: Đơn vị tính
KHDN	: Khách hàng doanh nghiệp
VNPT	: Viễn thông Thái Nguyên
VT	: Viễn thông

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1: Thống kê số lượng kênh phân phối của VNPT Thái Nguyên 48
Bảng 3.2: Tỷ lệ chiết khấu thương mại bán SIM trắng, SIM thuê bao chưa hòa mạng 50
Bảng 3.3: Tỷ lệ chiết khấu thương mại bán mệnh giá tiền nạp 50
Bảng 3.4: Mức hoa hồng cho phát triển thuê bao trả sau.....51
Bảng 3.5: Tiêu chí xét thi đua điểm bán 51
Bảng 3.6: Giải thưởng của Viễn thông Thái Nguyên 52
Bảng 3.7: Doanh thu của Viễn thông qua các năm.....53
Bảng 3.8: Các gói cước của Viễn thông Thái Nguyên 56
Bảng 3.9: Các sản phẩm của Viễn thông Thái Nguyên 57

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ VÀ ĐỒ THỊ

Sơ đồ 1.1: Kênh phân phối truyền thống 5
Sơ đồ 1.2: Kênh phân phối dọc 5
Sơ đồ 1.3: Sức đẩy của kênh 6
Sơ đồ 1.4: Sức kéo của kênh 7
Sơ đồ 1.5: Mối quan hệ giữa sức kéo và đẩy của kênh 7
Sơ đồ 1.6: Kênh phân phối hàng hoá tiêu dùng 10
Sơ đồ 3.1: Tổ chức, bộ máy của VNPT Thái Nguyên 37
Sơ đồ 3.2: Tổ chức, bộ máy của VNPT Thái Nguyên 47
Đồ thị 3.1: Kênh phân phối VNPT Thái Nguyên 49
Đồ thị 3.2: Doanh thu nạp thẻ của đơn vị từ 2013-2015.....53
Đồ thị 3.3: Doanh thu tiêu dùng tài khoản chính của đơn vị từ 2013 - 2015 53
Đồ thị 3.4: Lợi nhuận của đơn vị từ 2013 - 2015.....54