

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

**NGUYỄN THỊ THU YẾN**

**ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG**  
**VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ 3G CỦA TẬP ĐOÀN**  
**VIỄN THÔNG QUÂN ĐỘI (VIETEL) TẠI THÁI NGUYÊN**

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

**THÁI NGUYÊN - 2017**

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

NGUYỄN THỊ THU YẾN

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG  
VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ 3G CỦA TẬP ĐOÀN  
VIỄN THÔNG QUÂN ĐỘI (VIETEL) TẠI 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. ĐINH HỒNG LINH  
TS. NGUYỄN VĂN HUÂN

THÁI NGUYÊN - 2017

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng, số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận văn được thực hiện nghiêm túc, trung thực và mọi số liệu trong này được trích dẫn có nguồn gốc rõ ràng.

**Tác giả**

*Nguyễn Thị Thu Yến*



## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn này, tôi đã nhận được sự quan tâm, giúp đỡ tận tình từ phía tập thể và cá nhân:

Tôi xin trân trọng bày tỏ lòng biết ơn tới tất cả các thầy, cô giáo trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên, Phòng Đào tạo đã giúp đỡ tôi trong quá trình học tập và nghiên cứu.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đối với **TS. Đinh Hồng Linh**

**TS. Nguyễn Văn Huân**

Thầy đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt thời gian nghiên cứu đề tài.

**Tác giả**

*Nguyễn Thị Thu Yến*

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	iii
MỤC LỤC.....	iv
DANH MỤC CÁC TỪ, CỤM TỪ VIẾT TẮT.....	viii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	ix
DANH MỤC BIỂU ĐỒ, HÌNH.....	x
<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. Đóng góp và ý nghĩa của đề tài.....	3
5. Kết cấu của đề tài .....	4
<b>Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG 3G</b> .....	<b>5</b>
1.1. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. 5	
1.1.1. Khái niệm về dịch vụ .....	5
1.1.2. Đặc tính dịch vụ .....	6
1.1.3. Khái niệm về chất lượng dịch vụ .....	8
1.2. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ di động 3G .....	10
1.2.1. Khái niệm dịch vụ viễn thông .....	10
1.2.2. Dịch vụ 3G và chất lượng dịch vụ di động 3G.....	13
1.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ di động 3G.....	15
1.3. Cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ di động 3G.....	17
1.3.1. Khái niệm sự hài lòng của khách hàng .....	18

1.3.2. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ với sự hài lòng của khách hàng .....	22
1.3.3. Mô hình nghiên cứu về chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.....	24
1.4. Cơ sở thực tiễn về sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ viễn thông nói chung và 3G nói riêng.....	33
1.4.1. Kinh nghiệm của các doanh nghiệp ngoài nước .....	33
1.4.2. Kinh nghiệm của Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (VNPT) .....	37
1.4.3. Bài học kinh nghiệm đối với Viettel Thái Nguyên trong phát triển dịch vụ di động 3G.....	38
<b>Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	39
2.1. Câu hỏi nghiên cứu .....	39
2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu.....	39
2.2.1. Mô hình nghiên cứu .....	39
2.2.2. Giả thuyết nghiên cứu .....	41
2.3. Phương pháp nghiên cứu.....	41
2.3.1. Phương pháp thu thập thông tin .....	41
2.3.2. Phương pháp tổng hợp thông tin.....	45
2.3.3. Phương pháp phân tích thông tin .....	45
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu .....	47
<b>Chương 3. ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG 3G CỦA TẬP ĐOÀN VIỄN THÔNG QUÂN ĐỘI VIETTEL</b> .....	50
3.1. Tổng quan về đặc điểm hệ thống công nghệ thông tin của tỉnh Thái Nguyên.....	50
3.1.1. Điều kiện kinh tế - xã hội tỉnh Thái Nguyên .....	50
3.1.2. Hiện trạng hệ thống viễn thông tỉnh Thái Nguyên .....	55

3.2. Tổng quan về quá trình phát triển của Viettel tại Thái Nguyên .....	59
3.2.1. Quá trình hình thành và phát triển của Viettel tại Thái Nguyên...	59
3.2.2. Cơ cấu tổ chức quản lý.....	60
3.2.3. Kết quả kinh doanh dịch vụ di động của Viettel tại Thái Nguyên	63
3.3. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ di.....	64
3.3.1. Phân tích kết quả điều tra khảo sát.....	64
3.3.2. Phân tích độ tin cậy, kiểm định thang đo và mô hình nghiên cứu	80
3.4. Đánh giá chung về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ di động 3G của Viettel .....	88
3.4.1. Kết quả đạt được .....	88
3.4.2. Một số hạn chế .....	90
<b>Chương 4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DI ĐỘNG 3G CỦA VIETTEL .....</b>	<b>92</b>
4.1. Định hướng phát triển Viettel Thái Nguyên .....	92
4.1.1. Tầm nhìn và sứ mệnh Viettel.....	92
4.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ di động.....	94
4.2. Giải pháp gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ di động 3G của Viettel Thái Nguyên .....	95
4.2.1. Giải pháp chất lượng kết nối.....	95
4.2.2. Giải pháp sự thuận tiện .....	96
4.2.3. Giải pháp dịch vụ giá trị gia tăng.....	98
4.2.4. Giải pháp hỗ trợ khách hàng .....	98
4.2.5. Giải pháp cấu trúc giá .....	99
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>101</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>102</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>105</b>



**DANH MỤC CÁC TỪ, CỤM TỪ VIẾT TẮT**

CBVC	: Cán bộ viên chức
CLKN	: Chất lượng kết nối
CNTT	: Công nghệ thông tin
CSKH	: Chăm sóc khách hàng
CTG	: Cấu trúc giá
DVGTGT	: Dịch vụ giá trị gia tăng
GNP	: Tổng sản phẩm quốc dân
GTGT	: Giá trị gia tăng
HSSV	: Học sinh sinh viên
HTKH	: Hỗ trợ khách hàng
HTKH	: Hỗ trợ khách hàng
MDHL	: Sự hài lòng
STT	: Sự thuận tiện
UBND	: Ủy ban nhân dân