

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

DƯƠNG MẠNH CƯỜNG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ
MẠNG LƯỚI KÊNH PHÂN PHỐI TẠI TRUNG TÂM
THÔNG TIN DI ĐỘNG KHU VỰC I - CÔNG TY
THÔNG TIN DI ĐỘNG (MOBIFONE)**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ

THÁI NGUYÊN - 2016

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

DƯƠNG MẠNH CƯỜNG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ
MẠNG LƯỚI KÊNH PHÂN PHỐI TẠI TRUNG TÂM
THÔNG TIN DI ĐỘNG KHU VỰC I - CÔNG TY
THÔNG TIN DI ĐỘNG (MOBIFONE)**

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế

Mã số: 60.34.04.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: GS.TSKH LÊ DU PHONG

THÁI NGUYÊN - 2016

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Luận văn này là công trình nghiên cứu thực sự của cá nhân tôi, chưa được công bố trong bất cứ một công trình nghiên cứu nào. Các số liệu, nội dung được trình bày trong luận văn này là hoàn toàn hợp lệ và đảm bảo tuân thủ các quy định về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Tôi xin chịu trách nhiệm về đề tài nghiên cứu của mình.

Thái Nguyên, ngày tháng 5 năm 2016

Tác giả luận văn

Dương Mạnh Cường

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện đề tài, tôi đã nhận được sự giúp đỡ và được tạo điều kiện thuận lợi từ nhiều cá nhân và tập thể.

Trước hết tôi xin nói lời cảm ơn chân thành nhất tới người hướng dẫn khoa học: GS.TSKH LÊ DU PHONG; thầy đã giúp đỡ tận tình và trực tiếp hướng dẫn tôi trong suốt thời gian tôi thực hiện nghiên cứu đề tài.

Tôi xin chân thành cảm ơn các ý kiến đóng góp và hướng dẫn của các Thầy, Cô giáo của trường Đại học kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên trong suốt thời gian học tập.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo, các ban ngành liên quan và bạn bè đồng nghiệp đã giúp tôi trong suốt quá trình thực hiện Luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn./.

Thái Nguyên, ngày tháng 5 năm 2016

Tác giả luận văn

Dương Mạnh Cường

MỤC MỤC

| | |
|---|------|
| LỜI CAM ĐOAN | i |
| LỜI CẢM ƠN | ii |
| MỤC MỤC | iii |
| DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT | vii |
| DANH MỤC BẢNG | viii |
| DANH MỤC SƠ ĐỒ | ix |
| MỞ ĐẦU | 1 |
| 1. Tính cấp thiết của đề tài | 1 |
| 2. Mục tiêu nghiên cứu | 2 |
| 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu..... | 3 |
| 3.1. Đối tượng nghiên cứu | 3 |
| 3.2. Phạm vi nghiên cứu | 3 |
| 4. Đóng góp khoa học dự kiến của luận văn..... | 3 |
| 5. Kết cấu của luận văn..... | 3 |
| Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ MẠNG LƯỚI KÊNH PHÂN PHỐI CỦA DOANH NGHIỆP | 4 |
| 1.1. Cơ sở lý luận..... | 4 |
| 1.1.1. Khái quát về phân phối và kênh phân phối | 4 |
| 1.1.2. Khái quát về viễn thông | 18 |
| 1.2. Nội dung quản lý kênh phân phối sản phẩm của doanh nghiệp..... | 20 |
| 1.2.1. Yêu cầu quản lý kênh phân phối | 20 |
| 1.2.2. Quản lý kênh phân phối | 21 |
| 1.2.3. Quản trị hậu cần trong kênh phân phối và mối quan hệ giữa kênh phân phối với các biến số marketing-mix | 24 |
| 1.2.4. Các nguyên tắc và chỉ tiêu đánh giá hiệu quả quản lý kênh phân phối..... | 26 |
| 1.3. Cơ sở thực tiễn | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 1.3.1. Một số kinh nghiệm về tổ chức và quản lý kênh phân phối ở một số nước trên thế giới..... | 27 |
| 1.3.2. Một số kinh nghiệm về tổ chức và quản lý kênh phân phối ở một số doanh nghiệp viễn thông trong nước | 29 |
| Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU..... | 33 |
| 2.1. Câu hỏi nghiên cứu..... | 33 |
| 2.2. Phương pháp nghiên cứu..... | 33 |
| 2.2.1. Phương pháp chọn điểm nghiên cứu..... | 33 |
| 2.2.2. Phương pháp thu thập thông tin..... | 33 |
| 2.2.3. Phương pháp tổng hợp thông tin | 34 |
| 2.2.4. Phương pháp phân tích thông tin..... | 34 |
| 2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu..... | 35 |
| 2.3.1. Doanh thu..... | 35 |
| 2.3.2. Chi phí | 37 |
| 2.3.3. Lợi nhuận | 37 |
| Chương 3. THỰC TRẠNG TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ MẠNG LƯỚI KÊNH PHÂN PHỐI CỦA TRUNG TÂM THÔNG TIN DI ĐỘNG KHU VỰC I.... | 39 |
| 3.1. Khái quát về Trung tâm thông tin di động khu vực I..... | 39 |
| 3.1.1. Quá trình hình thành và phát triển..... | 39 |
| 3.1.2. Cơ cấu tổ chức của Trung tâm | 40 |
| 3.1.3. Tổ chức hoạt động kinh doanh của Trung tâm | 43 |
| 3.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của Trung tâm | 45 |
| 3.2. Đặc điểm môi trường hoạt động của Trung tâm | 49 |
| 3.2.1. Môi trường vĩ mô | 49 |
| 3.2.2. Môi trường vi mô | 53 |
| 3.3. Thực trạng tổ chức và quản lý mạng lưới kênh phân phối của Trung tâm..... | 58 |
| 3.3.1. Cấu trúc kênh phân phối của Trung tâm | 58 |
| 3.3.2. Tổ chức và quản lý hệ thống kênh phân phối của Trung tâm..... | 66 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3.3. Mối quan hệ giữa kênh phân phối với các biến số marketing-mix khác | 75 |
| 3.3.4. Thực trạng về việc xử lý các mẫu thuẫn, xung đột trong hệ thống kênh phân phối của Trung tâm thông tin di động khu vực I | 78 |
| 3.3.5. Quản trị hậu cần trong kênh phân phối | 79 |
| 3.4. Đánh giá chính sách phát triển, mở rộng kênh phân phối của Trung tâm TTDD Khu vực I qua phiếu điều tra | 82 |
| 3.5. Đánh giá chung | 85 |
| 3.5.1. Thực trạng phát triển, mở rộng, hoàn thiện kênh phân phối của Trung tâm | 85 |
| 3.5.2. Các giải pháp đã áp dụng phát triển, mở rộng và hoàn thiện kênh phân phối của Trung tâm | 86 |
| 3.5.3. Kết quả việc mở rộng hệ thống kênh phân phối của Trung tâm thông tin di động Khu vực I..... | 88 |
| 3.5.4. Một số vấn đề hạn chế trong quản trị kênh phân phối của Trung tâm thông tin di động khu vực I..... | 88 |
| 3.5.5. Đánh giá chung | 89 |
| Chương 4. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ MẠNG LƯỚI KÊNH PHÂN PHỐI CỦA TRUNG TÂM THÔNG TIN DI ĐỘNG KHU VỰC I..... | 91 |
| 4.1. Những định hướng chiến lược về kênh phân phối tại Trung tâm | 91 |
| 4.1.1. Dự báo về môi trường kinh doanh và thị trường viễn thông di động ... | 91 |
| 4.1.2. Những định hướng chiến lược phát triển chung của Trung tâm thông tin di động Khu vực I..... | 93 |
| 4.1.3. Quan điểm, định hướng chiến lược về quản trị kênh phân phối của Trung tâm..... | 96 |
| 4.2. Giải pháp hoàn thiện tổ chức và quản lý kênh phân phối sản phẩm của Trung tâm..... | 97 |

| | |
|---|-----|
| 4.2.1. Xây dựng chiến lược và chính sách nhất quán với việc cung cấp sản phẩm ra thị trường | 97 |
| 4.2.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu mới tại Trung tâm | 98 |
| 4.2.3. Định vị lại về sản phẩm..... | 99 |
| 4.2.4. Hoàn thiện công cụ Marketing -Mix trong quản trị kênh phân phối ... | 100 |
| 4.2.5. Hoàn thiện công tác lựa chọn thành viên kênh | 102 |
| 4.2.6. Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát, đánh giá các thành viên kênh trong hệ thống kênh phân phối..... | 103 |
| 4.2.7. Hệ thống, bổ sung kênh phân phối tại Trung tâm | 104 |
| 4.2.8. Bồi dưỡng, đào tạo nâng cao trình độ cho các đội ngũ cán bộ trên kênh.. | 106 |
| KẾT LUẬN | 108 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | 109 |
| PHỤ LỤC | 110 |

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

| | |
|-----------|---------------------------------|
| BHTT | : Bán hàng trực tiếp |
| CBNV | : Cán bộ nhân viên |
| CN | : Chi nhánh |
| CNTT | : Công nghệ thông tin |
| CSKH | : Chăm sóc khách hàng |
| ĐBL | : Điểm bán lẻ |
| ĐL | : Đại lý |
| GDV | : Giao dịch viên |
| HTPP | : Hệ thống phân phối |
| KHBH | : Kế hoạch bán hàng |
| KH-BH&Mar | : Kế hoạch, bán hàng &Marketing |
| PN | : Pháp nhân |
| PTM | : Phát triển mới |
| TĐL | : Tổng đại lý |
| TT&TT | : Thông tin - Truyền thông |
| TTĐĐ | : Thông tin di động |

DANH MỤC BẢNG

| | |
|--|----|
| Bảng 3.1. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu HĐKD chính năm 2014 | 46 |
| Bảng 3.2. Doanh thu thông tin theo Chi nhánh năm 2014 | 48 |
| Bảng 3.3: Số lượng kênh phân phối Trung tâm thông tin di động khu vực I | 64 |
| Bảng 3.4: Doanh thu theo kênh phân phối | 65 |
| Bảng 3.5: Chính sách chiết khấu thương mại cho Tổng Đại lý từ 2012..... | 68 |
| Bảng 3.6. Mức hỗ trợ hoàn thành chỉ tiêu đối với tổng đại lý | 70 |
| Bảng 3.7: Chính sách chiết khấu thương mại cho Đại lý cấp chi nhánh | 70 |
| Bảng 3.8: Chính sách hoa hồng cho Đại lý chuyên, Đại lý bán hàng trực tiếp | 71 |
| Bảng 3.9: Chính sách hoa hồng cho Đại lý ủy quyền | 72 |
| Bảng 3.10: Mức lưu hàng tối đa tại các kho của Trung tâm..... | 81 |