

**ĐẠI HỌC HUẾ**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**  
-----



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG CHO DỊCH VỤ INTERNET CỦA FPT**  
**TẠI THỊ XÃ HUYỀN NGUYỄN**  
**SINH VIÊN THỰC HIỆN: NGUYỄN ĐỨC DUY KHÁNH**

**Lớp: K49A-QTKD**

**Địa điểm thực tập: Công ty con phần viễn thông FPT chi nhánh Huế**

**Thời gian thực tập: 31/12/2018-21/4/2019**

**Giáo viên hướng dẫn: TS. HOÀNG QUANG THÀNH**

**Khóa học 2015- 2019**

## LỜI CAM ĐOAN

Tác giả xin cam đoan luận văn “Phân tích pháp phát triển thị trường dịch vụ Internet của FPT tại Thị xã Hồng Lĩnh” là kết quả nghiên cứu của tác giả đối với sự hướng dẫn khoa học của giáo viên. Các số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận văn này là hoàn toàn trung thực và chưa được sử dụng để báo cáo về một khóa luận tốt nghiệp nào. Những thông tin trích dẫn trong luận văn đều có nguồn gốc rõ ràng.

**Tác giả**

**Nguyễn Đức Duy Khánh**

## LỜI CẢM ƠN!!!

Qua những năm học tập và rèn luyện tại trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế, được sự truy cập, hỗ trợ và giảng dạy nhiệt tình của quý thầy cô đã giúp cho tôi những kiến thức hết sức quý báu. Và trong thời gian học tập tại CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT HUẾ CHI NHÁNH HUẾ ( FPT Chi nhánh Huế )nhờ được sự giúp đỡ tận tình của ban giám đốc cũng như đồng nghiệp cán bộ, nhân viên quý công ty đã giúp tôi có cơ hội áp dụng những kiến thức học được vào thực tiễn và đóng góp những kinh nghiệm thực tế phục vụ cho công việc sau này. Cùng với sự nỗ lực của bản thân, và sự giúp đỡ từ quý thầy cô cũng như quý Công ty đã giúp tôi hoàn thành khóa luận tốt nghiệp với đề tài “ **Phát Triển Thị Trường Cho Dịch Vụ Internet Của FPT Tại Thị Xã Hương Thủy**”

Từ những kết quả đạt được này, tôi xin chân thành cảm ơn: Quý thầy cô trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế, đã truy cập cho tôi những kiến thức bổ ích trong thời gian qua được biết là TS. HOÀNG QUAN THÀNH đã tận tình giúp đỡ, hướng dẫn, hỗ trợ kiến thức để em có thể hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp này.

Chân thành cảm ơn Ban Giám đốc và toàn thể công nhân viên CÔNG TY CỔ PHẦN VIỄN THÔNG FPT HUẾ CHI NHÁNH HUẾ đã tạo mọi điều kiện thuận lợi, giúp đỡ cho tôi trong thời gian học tập vừa qua. Trong quá trình học tập cũng như bài báo cáo không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tôi rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của quý thầy cô và Ban lãnh đạo các anh chị trong Quý Công Ty để bài báo cáo thực tập ngày càng hoàn thiện hơn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

**Tác giả**

**Nguyễn Đức Duy Khánh**

## MỤC LỤC

|                                                                                                                                          |                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| PHẦN 1: ĐỀ CƯƠNG NỘI DUNG .....                                                                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu.....                                                                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2. Mục tiêu nghiên cứu .....                                                                                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1 Mục tiêu chung .....                                                                                                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2 Mục tiêu cụ thể .....                                                                                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3. Mục tiêu của đề tài. ....                                                                                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....                                                                                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5. Giới pháp nghiên cứu, thực hiện đề tài.....                                                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.1. Giới pháp thu thập số liệu thực tế, số liệu và tính cụ thể... ..                                                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.2. Giới pháp phân tích, tổng hợp, xử lý số liệu và phân tích thông tin.....                                                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 6. Kết cấu nội dung.....                                                                                                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| PHẦN 2: NỘI DUNG NGHIÊN CỨU .....                                                                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| CHƯƠNG 1.....                                                                                                                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| CƠ SỞ LÝ LÝ LUẬN VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ PHƯỜNG CHO DỊCH VỤ INTERNET TỈNH ĐOÀN CAO CẤP A FPT TẠI THỊ XÃ HỒ LƯNG THUY.....           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1. Các khái niệm cơ bản, tổng quan về phát triển thị trường cho dịch vụ internet tỉnh đoàn cao cấp A FPT tại Thị Xã Hồ Lũng Thuy ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1 Giới thiệu về Internet, các dịch vụ Internet hiện nay. ....                                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.1. Internet là gì? .....                                                                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.2. ADSL là gì?.....                                                                                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.2.1. Quan niệm về ADSL .....                                                                                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.2.2. Ý nghĩa của ADSL .....                                                                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.2.3. Ưu điểm của ADSL .....                                                                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.3. FTTH là gì? .....                                                                                                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.3.1. Ưu điểm của FTTH .....                                                                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1.1.3.2. Đặc điểm dịch vụ FTTH.....                                                                                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                                                                                                |                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1.1.2. Lý luận và thực tiễn, phát triển thực tiễn, các khái niệm cơ bản.....                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                                   |                                     |
| 1.1.2.1. Dịch vụ là gì?.....                                                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.2.2. Dịch vụ Internet là gì? .....                                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.2.3. Khái niệm và thực tiễn.....                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.2.4. Khái niệm phát triển thực tiễn .....                                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.2.5. Sự cần thiết của phát triển thực tiễn .....                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2. Phát triển thực tiễn dịch vụ .....                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.1. Nội dung phát triển thực tiễn của doanh nghiệp.....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.2. Phát triển thực tiễn theo chiều rộng:.....                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.3. Phát triển thực tiễn theo chiều sâu.....                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.3. Giới pháp phát triển thực tiễn dịch vụ Internet... ..                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển thực tiễn dịch vụ Internet của FPT .....           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                                   |                                     |
| 1.2.5. Chỉ tiêu phản ánh kết quả phát triển thực tiễn dịch vụ Internet .....                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                                   |                                     |
| 1.3. Kinh nghiệm phát triển thực tiễn dịch vụ Internet. ....                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>defined.</b>                                                                                |                                     |
| 1.3.1. Đối với các doanh nghiệp nước ngoài .....                                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3.1.1 Kinh nghiệm của Tập đoàn Krone.....                                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3.1.2. Kinh nghiệm của Tập đoàn viễn thông Orange France Telecom.....                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                                   |                                     |
| 1.3.1.3. Kinh nghiệm của Tập đoàn AT&T.....                                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3.2. Kinh nghiệm phát triển thực tiễn dịch vụ Internet của các doanh nghiệp trong nước ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3.2.2. Kinh nghiệm VNPT Đà Nẵng .....                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.4. Tóm tắt Chương 1.....                                                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| CHƯƠNG 2.....                                                                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỰC TIỄN DỊCH VỤ INTERNET TẠI ĐƠN VỊ CAO CẤP A FPT HUỖ .....            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1. TỔNG QUAN VỀ FPT HUỖ .....                                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                                                                               |                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 2.1.1. Giới thiệu khái quát về FPT và FPT chi nhánh Huế . ....                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.2. Tổng nhìn, hệ thống giá trị cốt lõi và văn hóa doanh nghiệp .....      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.2.1. Tổng nhìn.....                                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.2.2. Hệ thống giá trị cốt lõi.....                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.2.3. Văn hóa doanh nghiệp .....                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.3. Cơ cấu tổ chức .....                                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.3.1. Sơ đồ về cơ cấu tổ chức quản lý của FPT Chi nhánh Huế ..             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.3.2. Chức năng nhiệm vụ .....                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.3.3. Chức năng các phòng ban.....                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.4. Tình hình nhân sự .....                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của FPT Chi nhánh Huế .....      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5.1. Tình hình tài sản và nguồn vốn .....                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5.2. Kết quả sản xuất kinh doanh của FPT Chi nhánh Huế ...                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.5.3. Tình hình doanh số Internet của FPT Chi nhánh Huế ....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2. Thúc đẩy phát triển thị trường Internet của FPT tại Huế .....            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.1. Tổng quan về thị trường internet tại thị trường Huế . ....             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.2. Sản phẩm dịch vụ và giá cả .....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.3. Các chính sách phát triển thị trường của đơn vị...                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.3.1. Kênh phân phối.....                                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.3.2. Xúc Tiến .....                                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3. Thúc đẩy mở rộng thị trường dịch vụ Internet của FPT Chi nhánh Huế ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3.1. Thúc đẩy mở rộng thị trường của FPT Chi nhánh Huế theo chiều rộng ...  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                                                                                                                     |                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 2.3.1.1.Mô hình theo phạm vi địa lý .....                                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3.2.Thức ăn phát triển thức ăn theo chiều sâu.....                                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3.2.1.Đa dạng hóa các gói dịch vụ. ....                                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| A1.....                                                                                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3.2.2.Xâm nhập sâu hơn vào thức ăn.....                                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.3.2.3.Công tác phân độ thức ăn .....                                                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.Đánh giá của khách hàng đối với việc phát triển thức ăn dịch vụ Internet tại thị xã Hoàng Thới.....             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.Đặc điểm nghiên cứu.....                                                                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.1.Về tổ chức kinh tế.....                                                                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.2.Về đầu tư.....                                                                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.3.Về ngành nghề.....                                                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.4.Về thu nhập.....                                                                                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.5.Về thời gian sử dụng Internet do FPT Chi nhánh Huế cung cấp của khách hàng: .....                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1.6.Về lý do quyết định sử dụng dịch vụ Internet của FPT Chi nhánh Huế: ..                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                                                        |                                     |
| 2.4.1.7.Về yêu cầu quan tâm nhất khi khách hàng lựa chọn dịch vụ: ..                                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>not defined.</b>                                                                                                 |                                     |
| 2.4.1.8.Về mục đích sử dụng Internet của khách hàng: ..                                                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.2.Đánh giá của khách hàng về yêu cầu kinh doanh phát triển thức ăn dịch vụ Internet của FPT Chi nhánh Huế ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.3.Đánh giá của khách hàng về các yêu cầu nhằm phát triển thức ăn dịch vụ Internet của FPT Chi nhánh Huế .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.5. Đánh giá công tác phát triển thức ăn dịch vụ Internet của FPT Chi nhánh                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>Bookmark not defined.</b>                                                                                        |                                     |
| 2.5.1.Những kết quả đạt được .....                                                                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.5.2. Những hạn chế .....                                                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.5.6.Tổng kết chương 2.....                                                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| CHƯƠNG 3.....                                                                                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

ĐƠN H Ờ NG, GI Ờ I PHÁP PHÁT TRI Ờ N TH Ờ TR Ờ NG D Ờ CH V Ờ INTERNET C Ờ A FPT CHI NH Ờ NH Ờ HU Ờ T Ờ I TH Ờ X Ờ H Ờ NG TH Ờ Y.. **Error! Bookmark not defined.**

3.1.Đ Ờ nh h Ờ ng phát tri Ờ n th Ờ tr Ờ ng d Ờ ch v Ờ Internet ..**Error! Bookmark not defined.**

3.2. Các gi Ờ i ph Ờ p nh Ờ m phát tri Ờ n th Ờ tr Ờ ng d Ờ ch v Ờ Internet t Ờ i Th Ờ x Ờ H Ờ ng Th Ờ y  
.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.1.Gi Ờ i pháp hoàn thi Ờ n chính sách s Ờ n ph Ờ m, d Ờ ch v Ờ đ Ờ n v Ờ **Error! Bookmark not defined.**

3.2.1.1.Hoàn thi Ờ n d Ờ ch v Ờ hi Ờ n t Ờ i mà đ Ờ n v Ờ cung c Ờ p ..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.1.2.Nghiên c Ờ u phát tri Ờ n các g Ờ i d Ờ ch v Ờ m Ờ i .....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.1.3.Gi Ờ i pháp hoàn thi Ờ n công tác h Ờ tr Ờ khách hàng. .... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.1.4.Gi Ờ i pháp hoàn thi Ờ n v Ờ Marketing .....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.1.5.Gi Ờ i pháp hoàn thi Ờ n kênh phân ph Ờ i.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.1.6.Gi Ờ i pháp hoàn thi Ờ n quá trình cung c Ờ p d Ờ ch v Ờ ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.1.7.Gi Ờ i pháp hoàn thi Ờ n chính sách giá.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.2. K Ờ t lu Ờ n ch Ờ ng 3 .....**Error! Bookmark not defined.**

PH Ờ N 3: K Ờ T LU Ờ N V Ờ KI Ờ N NGH Ờ.....**Error! Bookmark not defined.**

3.1.K Ờ t lu Ờ n.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.Ki Ờ n ngh Ờ.....**Error! Bookmark not defined.**

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ADSL: Dòng dây thuê bao số không đối xứng (Asymmetric Digital Subscriber Line)

FTTH: Cáp quang tới nhà khách hàng (Fiber To The Home)

KH: Khách hàng

PKSYKHH: Phiếu khảo sát ý kiến khách hàng

VIETTEL Tập đoàn Công nghiệp – Viễn thông Quân đội

VNPT Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam

AT&T: Công ty viễn thông đa quốc gia Hoa Kỳ

NetNam: Công ty cổ phần NetNam

CMC: Công ty Cổ phần đầu tư CMC Commercial Metals Company

2G: Mạng di động thế hệ thứ hai

3G: Mạng di động thế hệ thứ ba

4G: Mạng di động thế hệ thứ tư

5G: Mạng di động thế hệ thứ năm

iPTV: Truyền hình giao thức Internet

## PHẦN 1: ĐẶT VẤN ĐỀ

### 1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

- Ngày nay cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, nhu cầu đi kèm trong phương thức, cách thức liên lạc đã làm cho thế giới ngày càng bé đi, bất chấp thời gian, không gian. Là một trong những phát minh vĩ đại nhất của loài người từng tạo ra được gọi là công nghệ tuyệt hảo, Internet đóng góp rất nhiều vào đời sống xã hội, và sự phát triển vững mạnh của các quốc gia hùng mạnh và công nghệ thông tin, thông tin liên lạc.

- Trong xu thế đó Việt Nam cũng không ngoại lệ. Ở nước ta cũng có thế thấy internet đã làm thay đổi chuyển hóa xã hội, thay đổi cấu trúc kinh tế, các mô hình kinh doanh lan tỏa tri thức...

- Trong những buổi đầu khi đang có cuộc cách mạng công nghệ lần thứ 4 (4.0) Internet bằng thông tin đóng vai trò quan trọng trong việc chia sẻ thông tin giữa các quốc gia qua đó thể hiện tình hữu nghị giữa các nước vì vậy Việt Nam cũng chú trọng đầu tư và liên tục nâng cấp hạ tầng Internet bằng thông tin trong nước đáp ứng nhu cầu học tập, nghiên cứu, trao đổi thông tin của người dân... góp phần biến Việt Nam thành công nghệ phẩm.

- Hiện nay theo thống kê thì internet chính thức được thông tin hóa tại Việt Nam 1995 cho đến nay nhu cầu sử dụng internet của người Việt Nam ngày càng tăng cao từ 804.528(2003) - 55.190.000 (2018). Theo thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông tại Việt Nam, có gần 50 triệu người sử dụng Internet, đạt tỷ lệ trên 53% dân số, cao hơn mức trung bình thế giới là 46,64%, mức tiêu thụ trong thời gian tới là tăng người sử dụng Internet lên mức 80-90% dân số, ngang bằng với các nước phát triển hiện nay.

- Hiện nay trên thị trường Việt Nam có rất nhiều nhà cung cấp dịch vụ internet bằng thông tin trong đó top 5 nhà cung cấp dịch vụ và thị phần hiện tại là :

+ VNPT : chiếm khoảng 54,6% thị trường internet toàn quốc.

+ FPT Telecom: chiếm khoảng 29,68% thị trường cá nhân.

+ Viettel Telecom: chiếm khoảng 11,43%

+ NetNam

+ CMC : chiếm 1.54% thị phần công nghệ .

Sự cạnh tranh của các nhà mạng này diễn ra ngày càng gay gắt đẩy thị trường này trở nên là một mảnh đất vàng cho các doanh nghiệp cung cấp. Liên tục các doanh nghiệp trẻ ra đời, với sự năng động và sáng tạo trong chiến lược Marketing thu hút sự quan tâm của khách hàng, nhằm tăng trưởng và chiếm lĩnh thị phần cho riêng mình. Với một doanh nghiệp ra đời từ sớm khi Internet mới chỉ mới tại Việt Nam Công Ty cổ phần viễn thông FPT ( FPT được thành lập ngày 31 tháng 1 năm 1997 ) phải có những hướng đi riêng trong chiến lược kinh doanh của mình nhằm giữ vững thị phần trong tình hình cạnh tranh ngày càng gay gắt, công nghệ phát triển nhanh như vũ bão.

Tại Huế, tình hình cạnh tranh trên thị trường Internet cũng vô cùng gay gắt và vẫn chưa có dấu hiệu hạ nhiệt trong những năm tới đây bởi là địa bàn Thị xã Hương Thủy khi các nhà cung cấp dịch vụ Internet đang gấp rút chuyển đưa về các vùng nông thôn.

Theo thống kê địa bàn Thị xã Hương Thủy có 101.353 người chiếm một phần 10 dân số toàn tỉnh Thừa Thiên Huế. Tuy là một thị trường nhỏ tuy là một thị trường khá nhỏ so với toàn tỉnh nhưng với mức đô thị hóa là 51.7% thì có gần một nửa là vùng nông thôn. Vì vậy cơ hội kinh doanh là rất lớn.

Hiện nay dịch vụ internet của FPT ngoài phải gặp sự cạnh tranh của các nhà cung cấp dịch vụ khác tại khu vực thành thị, thì lại gặp phải sự cạnh tranh của các dịch vụ Internet di động 2G, 3G, 4G tới đây là 5G. Tuy rằng FPT chi nhánh Huế luôn nỗ lực, linh động tìm kiếm khách hàng nhưng vì thị trường đã bão hòa cho nên việc gia tăng thị phần và doanh số không cao. Hiện nay việc mở rộng thị phần của FPT và các đối thủ tại các vùng nông thôn của Thị xã Hương Thủy vẫn còn manh mún, vẫn chưa triển khai được vì vậy có một phần thị trường chưa ai đặt chân đến, nếu có thì chỉ là những dịch vụ có thể vẫn chưa bắt kịp với khu vực Thành Thị.

Từ khi Thị trường Chính phủ Việt Nam phê duyệt chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2010-2020 ngày 4 tháng 6 năm 2010. Bộ mặt nông

thôn toàn quốc nói chung v  Th       ng Th  y n i riêng c  nhi u th y   i r  r t, nhu cầu v  s    ng Internet ngày c ng t ng cao h a h n   y l  mi ng b nh ngon cho c c nhà cung cấp   c bi t   i v i FPT 1 doanh nghiệp c  t i 21 năm kinh nghiệm trong việc cung cấp dịch v  Internet.

T  th c trang trên, FPT muốn phát triển th  tr  ng dịch v  Internet t i Th     ng Th  y thời ph i c  nh ng Gi i ph p phát triển nh m khi th c th  tr  ng m i n y, l p ch  tr  ng th  tr  ng ,   c bi t phát huy h t m c nguồn lực v n c  của doanh nghiệp   ng thời th  th c l ng nhiệt huyết c ng nh  r n luyện   i ngu  nh n vi n tr  trên con đường h i nhập v  phát triển.

## **2. M c tiêu nghiên cứu**

### **2.1 M c tiêu chung**

Tr n c  s  nghiên cứu thực trạng phát triển dịch v  Internet t i Th     ng Th  y    xuất c c Gi i ph p    phát triển th  tr  ng dịch v  Internet của FPT trong thời gian t i.

### **2.2 M c tiêu c  th **

- H  th ng h a c  s  l y l n v  th c ti n v  phát triển th  tr  ng dịch v  Internet.
- Ph n bi t,   nh gi  th c tr ng phát triển th  tr  ng dịch v  Internet của FPT Chi nhánh Huế t i Th     ng Th  y.
-    xuất c c gi i ph p phát triển th  tr  ng dịch v  FPT Chi nhánh Huế t i Th     ng Th  y trong thời gian t i.

## **3.   i t  ng v  ph m vi nghiên cứu**

-   i t  ng nghiên cứu: Nh ng v n    liên quan t i phát triển th  tr  ng dịch v  Internet của FPT Chi nhánh Huế.
- Ph m vi nghiên cứu : Các    thu c Th     ng Th  y n i c  c  s  h  t ng v  n i   ng x y d ng h  th ng c  s  h  t ng của FPT.

- Thời gian nghiên cứu: thu thập số liệu, dữ liệu nghiên cứu, phân tích đánh giá về thực trạng khách hàng của FPT ở các vùng nông thôn hiện nay trong 3 năm 2016.2017.2018. Giai pháp dự xuất xây dựng đến năm 2020.

#### 4. Phương pháp nghiên cứu

##### 4.1. Phương pháp thu thập số liệu

###### \*Số liệu thứ cấp

Số liệu thứ cấp được tổng hợp từ các số liệu thống kê, báo cáo của FPT, của Sở Thông tin và Truyền thông Tỉnh Thừa Thiên Huế, của Bộ Thông tin và Truyền thông và sách, báo, tạp chí, website.

###### \*Số liệu sơ cấp

Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua các phiếu điều tra khách hàng, số đồng ý bằng câu hỏi trực tiếp hoặc qua mạng, qua điện thoại trực tiếp của tác giả

Đề tài này được nghiên cứu dựa trên việc kết hợp cả hai Giới pháp định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua việc phỏng vấn sâu với 10 khách hàng theo hình thức câu hỏi mở và với ban lãnh đạo của doanh nghiệp. Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua thông qua việc phỏng vấn sâu với 10 khách hàng bằng bảng hỏi sơ bộ, sau đó điều chỉnh bảng hỏi để điều tra chính thức.

Theo quy tắc kinh nghiệm của Hair và các cộng sự (1998): Cỡ mẫu tối thiểu phải gấp 5 lần số biến định lượng cần đưa vào phân tích. Nghiên cứu chọn độ tin cậy 95%, mức sai số cho phép 5%, n là cỡ mẫu cần lấy.

Ta có:  $n = (\text{tổng số biến định lượng}) \times 5$

$$n = 29 \times 5 = 145$$

Vậy, tác giả chọn cỡ mẫu là 145 khách hàng

##### 4.2. Phương pháp phân tích, tổng hợp, xử lý số liệu và phân tích thông tin

- Phương pháp tổng hợp: Phương pháp thống kê mô tả.

- Phƣơng pháp xử lý số liệu: Microsoft Office Excel
- Phƣơng pháp đƣi chiƣu, so sánh.
- Phƣơng pháp chƣu sƣ.

## 5. Kĩ t ƣu c ƣa khóa luận

Ngoài phần Đ Ƣ T V Ƣ N Đ Ƣ và K Ƣ T LU Ƣ N, n ƣi dung c ƣa luận g ƣm 3 ch ƣ ƣng.

**Ch ƣ ƣng 1:** C ƣ S ƣ LÝ LÝ LU Ƣ N VÀ TH Ƣ C TR Ƣ NG PHÁT TI Ƣ N TH Ƣ PH Ƣ N CHO D ƢCH V Ƣ INTERNET T Ƣ C Đ Ƣ CAO C Ƣ A FPT T Ƣ I TH Ƣ X Ƣ H Ƣ Ƣ NG TH Ƣ Y

**Ch ƣ ƣng 2:** TH Ƣ C TR Ƣ NG PHÁT TRI Ƣ N D ƢCH V Ƣ INTERNET C Ƣ A FPT CHI NH ƢNH HU Ƣ T Ƣ I TH Ƣ X Ƣ H Ƣ Ƣ NG

**Ch ƣ ƣng 3:** Đ ƢNH H Ƣ Ƣ NG VÀ GI Ƣ I PH ƢP PHÁT TRI Ƣ N TH Ƣ TR Ƣ Ƣ NG D ƢCH V Ƣ INTERNET C Ƣ A FPT CHI NH ƢNH

## PHẦN 2: NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

### CHƯƠNG 1

## CƠ SỞ LÝ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ INTERNET CỦA DOANH NGHIỆP KINH DOANH DỊCH VỤ THÔNG TIN

### 1.1. Tổng quan về phát triển thị trường dịch vụ internet

#### 1.1.1. Một số khái niệm

##### 1.1.1.1. Khái niệm về Internet

Internet là một hệ thống thông tin toàn cầu có thể được truy nhập công cộng gồm các mạng máy tính được liên kết với nhau. Hệ thống này truyền thông tin theo kiểu nối chuyển gói dữ liệu (packet switching) dựa trên một giao thức liên mạng đã được chuẩn hóa (giao thức IP). Hệ thống này bao gồm hàng ngàn mạng máy tính như hiện có các doanh nghiệp, các viện nghiên cứu và các trường đại học, các người dùng cá nhân và các chính phủ trên toàn cầu.

##### 1.1.1.2. Khái niệm về ADSL

Hiện một cách đơn giản nhất, ADSL là sự thay thế với tốc độ cao cho thiết bị Modem hoặc ISDN giúp truy nhập Internet với tốc độ cao và nhanh hơn. Các biểu đồ sau chỉ ra các tốc độ cao nhất có thể đạt được giữa các dịch vụ cung cấp.

ADSL viết tắt của Asymmetric Digital Subscriber Line - đó là đường thuê bao số không đối xứng, kỹ thuật truyền dữ liệu số dùng trên đường dây thoại modem của thuê bao tại Nhà cung cấp dịch vụ.

Asymmetric: Tốc độ truyền không giống nhau ở hai chiều. Tốc độ của chiều xuống (tải mạng từ thuê bao) có thể nhanh gấp hơn 10 lần so với tốc độ của chiều lên (tải thuê bao từ mạng). Điều này phù hợp một cách tuyệt vời cho việc khai thác dịch vụ Internet khi mà chủ nhân nhận chủ (tải mạng xuống với lưu lượng thông tin mà thuê bao gửi đi) là có thể nhận được một lưu lượng lớn dữ liệu từ Internet.

Digital: Các modem ADSL hoạt động ở mức bit (0 & 1) và dùng để chuyển thông tin số hoá giữa các thiết bị số như các máy tính PC. Chính vì khía cạnh này thì ADSL không có gì khác với các Modem thông thường.

Subscriber Line: ADSL thì nó chỉ hoạt động trên đường dây thuê bao bình thường nối từ mạng dài nối hết. Đường dây thuê bao này vẫn có thể được tiếp tục sử dụng cho các cuộc gọi đi hoặc nghe điện thoại cùng một thời điểm thông qua thiết bị gọi là "splitters" có chức năng tách thoại và dữ liệu trên đường dây.

Ưu điểm của ADSL gồm có: "luôn bật/ always-on" tức kết nối trực tiếp, chỉ chuyển tải dữ liệu từ Internet, kết nối chúng ta với mạng ISP định trước, có thể tải dữ liệu với tốc độ tới 8Mbps, cho phép vào sử dụng Internet trong khi vẫn có thể thực hiện cuộc gọi đồng thời.

#### 1.1.1.3. Khái niệm về FTTH

Công nghệ FTTH (Fiber To The Home) là công nghệ mạng viễn thông băng thông rộng bằng cáp quang được nối đến tận nhà để cung cấp các dịch vụ tốc độ cao như điện thoại, Internet tốc độ cao và tivi (FTTH/xPON). Đây là dịch vụ truy cập Internet băng cáp quang, thay cho cáp đồng tiêu chuẩn từ trước đến nay. Điểm khác biệt giữa truy cập FTTH và ADSL (cáp đồng), là FTTH có tốc độ nhanh hơn gấp nhiều lần, và có tốc độ tải lên và tải xuống như nhau, trong khi ADSL có tốc độ tải lên luôn nhỏ hơn tốc độ tải xuống.

Dịch vụ FTTH có một số ưu điểm như không cách truyền dẫn thích hợp cho việc phát triển thuê bao viễn thông; Băng thông lớn có thể chịu tải nhiều yêu cầu và mạng đồng hiện đại. Tuy đó dịch vụ FTTH mang lại những tiện ích như: Chất lượng truyền dẫn tin cậy: Bên bờ biển không bị suy hao tín hiệu bất kỳ đâu, thời gian hay chiều dài cáp; Độ bền rất cao: Với FTTH thì hầu như không thể bị đánh cắp tín hiệu trên đường dây; Mạng đồng hiện đại với các dịch vụ như Hosting Server riêng, VPN (mạng riêng ảo), Truy cập dữ liệu, Game Online, IPTV (truyền hình tương tác), VoD (xem phim theo yêu cầu), Video Conference (hội nghị truyền hình), IP

Camera...với ưu thế băng thông truyền tải dữ liệu cao, có thể nâng cấp lên băng thông lên tới 1Gbps, an toàn dữ liệu; Độ ổn định cao, không bị nhiễu sóng bởi nhiễu điện, từ

**Ưu điểm của FTTH gồm:**

Với công nghệ FTTH/xPON, nhà cung cấp dịch vụ có thể cung cấp tốc độ download lên đến 10 Gigabit/giây, nhanh gấp 200 lần so với ADSL 2+ (hiện chỉ có thể đáp ứng 20 Megabit/giây). Tốc độ truyền dẫn với ADSL là không cân bằng, có tốc độ tải lên luôn nhỏ hơn tốc độ tải xuống (Bớt đi xấp xỉ, Download > Upload) và tải đa 20 Mbps. Còn FTTH/xPON cho phép cân bằng, tốc độ tải lên và tải xuống như nhau (Đều xấp xỉ, Download = Upload) và cho phép tải đa là 10 Gbps, có thể phục vụ cùng một lúc cho hàng trăm máy tính.

**Các đặc điểm của FTTH**

\* Đặc điểm nổi bật của dịch vụ FTTH là:

- Độ ổn định truyền có tốc độ ổn định; tốc độ truy cập Internet cao.
- Không bị suy hao tín hiệu bởi nhiễu điện từ, thời tiết hay chi phí dài cáp.
- An toàn cho thiết bị, không sợ sét đánh lan truyền trên đường dây.
- Nâng cấp băng thông dễ dàng mà không cần kéo cáp mới.

#### 1.1.1.4. Khái niệm và dịch vụ

Do tính chất phức tạp, đa dạng và vô hình của dịch vụ nên hiện nay các nhà nghiên cứu vẫn chưa đưa ra được một định nghĩa thống nhất về dịch vụ.

Trong cuốn “Lựa chọn bước đi và giải pháp cho Việt Nam mặt của và dịch vụ thông tin”, tác giả đã đưa ra khái niệm dịch vụ: “Dịch vụ là các lao động của con người được kết tinh trong giá trị của kết quả hay trong giá trị các lợi ích sản phẩm vô hình và không thể cảm nhận được”.

Tuy các quan điểm khác nhau, có thể đưa ra một khái niệm về dịch vụ như sau: “Dịch vụ là các lao động của con người được kết tinh trong các sản phẩm vô hình nhằm thỏa mãn nhu cầu sống và sinh hoạt của con người”.

#### 1.1.1.6. Khái niệm về dịch vụ Internet

Dịch vụ Internet được quy định tại Khoản 2 Điều 3 Nghị định 72/2013/NĐ-CP và quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng, theo đó:

+ Dịch vụ Internet là một loại hình dịch vụ viễn thông, bao gồm dịch vụ truy cập Internet và dịch vụ kết nối Internet.

+ Dịch vụ truy cập Internet là dịch vụ cung cấp cho người sử dụng Internet khả năng truy cập đến Internet;

+ Dịch vụ kết nối Internet là dịch vụ cung cấp cho doanh nghiệp cung cấp dịch vụ truy cập Internet, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ mạng viễn thông khả năng kết nối với nhau để chuyển tải lưu lượng Internet.

#### 1.1.1.5. Khái niệm về thị trường

Lúc đầu thuật ngữ thị trường được hiểu là nơi mà người mua và người bán gặp nhau để trao đổi hàng hóa, chứng minh như một cái chợ của làng. Các nhà kinh tế sử dụng thuật ngữ thị trường để chỉ một tập thể những người mua và người bán giao dịch với nhau về một sản phẩm hay một loại sản phẩm cụ thể, như thị trường nhà đất, thị trường ngũ cốc... Tuy nhiên, những người làm marketing lại coi người bán hợp thành ngành sản xuất, coi người mua hợp thành thị trường.

Thực tế thì những nhà kinh tế hiện đại đều hoạt động theo nguyên tắc phân công lao động trong đó mỗi người chuyên sản xuất một thứ gì đó, nhận tiền thanh toán rồi mua những thứ cần thiết bằng số tiền đó. Như vậy là những nhà kinh tế hiện đại có rất nhiều thị trường. Chủ yếu các nhà sản xuất tìm đến các thị trường tài nguyên (thị trường nguyên liệu, thị trường sức lao động, thị trường tiền tệ...) mua tài nguyên, biến chúng thành hàng hóa và dịch vụ, bán chúng cho những người trung gian để những người trung gian sẽ bán chúng cho những người tiêu dùng. Người tiêu dùng bán sức lao động của mình lấy tiền thu nhập để thanh toán cho những hàng hóa và dịch vụ mà họ mua. Nhà nước là một thị trường khác có một số vai trò. Nhà nước mua hàng hóa từ các thị trường tài nguyên, thị trường nhà sản xuất và thị trường người trung gian, thanh toán

tiền cho họ, đánh thu các thuế trong đó (kể cả thuế trong nội tiêu dùng), rồi đem bán những dịch vụ công cộng cần thiết. Như vậy là mọi nền kinh tế quốc gia và toàn bộ nền kinh tế thế giới hợp thành những tập hợp thuế trong phạm vi tác động qua lại với nhau và liên kết với nhau thông qua các quá trình trao đổi.

Như vậy, khái niệm thuế trong đã đưa ta quay lại điểm xuất phát là khái niệm marketing. Marketing có nghĩa là hoạt động của con người diễn ra trong mối quan hệ với thuế trong. Marketing có nghĩa là làm việc với thuế trong để biến những trao đổi tiềm ẩn thành hiện thực với mục đích là thỏa mãn những nhu cầu và mong muốn của con người.

Thuế trong bao gồm tất cả các khách hàng hiện tại và tiềm ẩn cùng có một nhu cầu hay mong muốn cần thiết, sẵn sàng và có khả năng tham gia trao đổi để thỏa mãn nhu cầu hay mong muốn đó. Như vậy quy mô của thuế trong phụ thuộc vào một số người có nhu cầu và có những tài nguyên để các người khác quan tâm, và sẵn sàng đem lại những tài nguyên đó để đổi lấy cái mà họ mong muốn.

“Theo quan điểm Marketing, thuế trong bao gồm con người hay tổ chức có nhu cầu hay mong muốn cần thiết, sẵn sàng mua và có khả năng mua hàng hóa dịch vụ để thỏa mãn các nhu cầu mong muốn đó”. Theo định nghĩa này, cần quan tâm đến con người và tổ chức có nhu cầu, mong muốn, khả năng mua của họ và hành vi mua của họ.

#### 1.1.1.7. Khái niệm và phát triển thuế trong

Đối với mọi loại hàng hóa đều có một lượng nhu cầu nhất định. Song không phải doanh nghiệp nào cũng chiếm được toàn bộ nhu cầu đó mà chỉ chiếm được một phần nhất định gọi là thị phần của doanh nghiệp và thị phần này cũng luôn biến đổi. Để đem bán kinh doanh có hiệu quả thì doanh nghiệp phải kinh doanh có lợi nhuận trên cơ sở tăng khả năng tiêu thụ được sản phẩm, tức là chiếm được nhiều thị phần trên thị trường đó. Muốn vậy cách tốt nhất để đạt được điều đó là doanh nghiệp phải phát triển thị trường. Vậy phát triển thị trường là gì?

Theo Philip Kotler (1995), phát triển thị trường là tổng hợp các cách thức, biện pháp của doanh nghiệp để đưa khách hàng sản phẩm tiêu thụ trên thị trường đến mức tối đa. Phát triển thị trường sản phẩm của doanh nghiệp ngoài việc đưa sản phẩm hiện tại vào bán trong thị trường mới còn bao gồm cả việc khai thác tốt thị trường hiện tại để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng từ đó gia tăng và mở rộng thị phần.

Theo Nguyễn Minh Chiến (2005), đối với bất kỳ doanh nghiệp nào thì thị trường tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp cũng là vấn đề sống còn.

Thứ nhất, mục đích của nhà sản xuất là để bán để thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Vì vậy còn thị trường thì còn sản xuất kinh doanh, một thị trường thì sản xuất kinh doanh bấp bênh trôi.

Thứ hai, thị trường hàng hóa đòi hỏi để sản xuất kinh doanh. Các nhà sản xuất kinh doanh căn cứ vào cung cầu, giá cả thị trường để quyết định sản xuất cái gì? bao nhiêu? cho ai?.

Thứ ba, thị trường phân chi tiêu để sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Qua công tác nghiên cứu thị trường sẽ thấy được các đặc điểm, trình độ và quy mô của hoạt động sản xuất kinh doanh.

Thứ tư, thị trường là nơi quan trọng để đánh giá, kiểm nghiệm, chứng minh tính đúng đắn của các chủ trương, chính sách, biện pháp phát triển sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Thị trường còn phản ánh các quan hệ xã hội, hành vi giao tiếp của con người, đào tạo và bồi dưỡng cán bộ quản lý kinh doanh.

Hơn nữa, khi chuyển sang nền kinh tế thị trường bất cứ doanh nghiệp nào cũng gặp phải sự cạnh tranh gay gắt và quyết liệt trên thị trường không chỉ là với sản phẩm nhập khẩu mà còn ngay cả với các đơn vị sản xuất kinh doanh trong nước.

Vì vậy, để tồn tại và phát triển đòi hỏi mỗi doanh nghiệp cần phải huy động tất cả tiềm năng nội lực của mình, phải không ngừng chiếm lĩnh và mở rộng thị trường. Thị trường luôn luôn biến động, do vậy để thành công trong hoạt động sản xuất kinh doanh các doanh nghiệp phải thường xuyên nắm bắt, quan tâm đến thị trường và không