



Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt, Bold, Font color: Red, Text Outline, Shadow

Tr

ĐẠI HỌC HUẾ

Formatted: Font: 13 pt

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt, Bold, Font color: Text 2

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Justified

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt, Bold, Font color: Red, Character scale: 90%, Shadow

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Justified

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Formatted: Font: 26 pt

PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN

Formatted: Font: 13 pt

QUY TRÌNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ 4G MOBIFONE CỦA KHÁCH HÀNG

Formatted: Indent: Left: 0,25 cm, Right: 0,25 cm, Space Before: 0 pt

TẠI MOBIFONE TỈNH THẠM THIÊN HUY - CÔNG TY DỊCH VỤ

MOBIFONE KHU VỰC 3 - TỈNH CÔNG TY VIỄN THÔNG MOBIFONE

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

TRẦN HOÀNG BẢO NGUYỄN

Niên khóa 2016 – 2020

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

ĐẠI HỌC HUẾ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ NHẬP NGập

QUY ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ 4G MOBIFONE CỦA KHÁCH HÀNG

TỔNG MOBIFONE TÍNH THUA THIÊN HUẾ - CÔNG TY DỊCH VỤ
MOBIFONE KHU VỰC C 3 - TỔNG CÔNG TY VIỄN THÔNG MOBIFONE

Sinh viên thực hiện

Giáo viên hướng dẫn

Trần Hoàng Bảo Ngọc

Th.Sĩ Trần Văn Việt Báo Hoàng

Lớp: K50 Marketing

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt, Bold, Font color: Red, Text Outline, Shadow

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt, Bold, Font color: Text 2

Formatted: Centered

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt, Bold, Font color: Red, Character scale: 90%, Shadow

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 26 pt

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Centered

Formatted: Tab stops: 2 cm, Left + Not at 1,27 cm

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Centered

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt

Formatted: Font: 18 pt

Hu 2019

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 cm, Right: 0,5 cm, Space After: 8 pt

Tailieu.vn

Tr

ng Đại học Kinh tế Huế



ic

: (Single solid
)

Times New
(U.S.)

Formatted: Indent: First line: 2,5 cm, Space
Before: 0 pt, After: 8 pt

Formatted

Formatted: Font: (Default) Times New
Roman, 23 pt, Font color: Red

Formatted: Indent: First line: 2,5 cm, Line
spacing: 1,5 lines, No widow/orphan
control

ngle solid line,

Times New

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khóa luận này, ngoài sự nỗ lực của bản thân, tôi đã nhận được sự giúp đỡ tận tình và quý báu từ Giáo viên hướng dẫn, toàn thể Cán bộ, công nhân viên của MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế - Công ty dịch vụ MobiFone khu vực 3 - Tùng công ty Viễn thông MobiFone, đặc biệt là các anh chị phòng Khách hàng doanh nghiệp thuộc công ty trong suốt quá trình thực tập và thực hiện khóa luận.

Là một sinh viên lần đầu tiên thực tập tại một doanh nghiệp và chưa có nhiều kinh nghiệm thực tế, qua gần ba tháng thực tập tại doanh nghiệp các anh chị trong công ty đã tận tình chỉ bảo, giúp đỡ em rất nhiều. Tuy thời gian thực tập không dài nhưng tôi đã được các anh chị của Phòng Khách hàng doanh nghiệp cũng như các phòng ban khác tạo điều kiện và môi trường làm việc thực tế giúp em nắm vững, hiểu thực tế những kiến thức đã học trong Nhà trường để liên hệ vào thực tế công việc, có nhiều kinh nghiệm thực tiễn trong quá trình thực hiện khóa luận tốt nghiệp.

Cuối cùng với sự biết ơn sâu sắc, tôi xin chân thành cảm ơn đến thầy giáo Th.S Tùng Việt Bảo Hoàng – người hướng dẫn khóa luận đã dành nhiều thời gian quý báu của mình để chỉ dẫn về đồ tài và định hướng phương pháp nghiên cứu trong thời gian thực hiện luận văn này.

Ngoài ra, tôi xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo, cán bộ, công nhân viên của công ty đã tạo điều kiện về thời gian, địa điểm và giúp đỡ tôi trong việc khảo sát khách hàng, nhà chuyên môn cũng như môi trường thích hợp cho tôi thực tập, học hỏi tại công ty.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên

Trần Hoàng Bảo Ngọc

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Indent: First line: 2,5 cm

Formatted: Justified, Indent: First line: 1 cm, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Justified, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Centered, Indent: First line: 10 cm, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Font: Not Bold

Tailieu.vn

Trường Đại học Kinh tế Huế

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ	xii
DANH MỤC BẢNG	xiii
PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
2.1. Mục tiêu tổng quát	2
2.2. Mục tiêu cụ thể	3
3. Câu hỏi nghiên cứu	3
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4.1. Đối tượng nghiên cứu	3
4.2. Phạm vi nghiên cứu:	3
5. Phương pháp nghiên cứu	4
5.1. Phương pháp thu thập dữ liệu	7
5.1.1. Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp	7
5.1.2. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp	7
5.1.2.1. Phương pháp tiếp cận mẫu	7
5.1.2.2. Phương pháp xác định cỡ mẫu	8
5.2. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu	9
PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	14
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG QUYẾT ĐỊNH MUA CỦA KHÁCH HÀNG	14
1.1. Cơ sở lý luận	14
1.1.1. Khách hàng và hành vi mua của khách hàng	14
1.1.1.1. Khái niệm khách hàng	14
1.1.1.2. Khái niệm và mô hình hành vi mua của khách hàng	14
1.1.1.2.1. Khái niệm	14
1.1.1.2.2. Mô hình hành vi khách hàng	15
1.1.1.2.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng	21
1.1.2. Quyết định mua của khách hàng	25
1.1.3. Tầm quan trọng dịch vụ	27

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Centered

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

1.1.3.1. Khái niệm dịch vụ	27
1.1.3.2. Khái niệm và chức năng dịch vụ	28
1.1.3.3. Lý thuyết về dịch vụ 4G	29
1.1.3.3.1. Khái niệm dịch vụ 4G	29
1.1.3.3.2. Tính năng của dịch vụ 4G	30
1.1.3.3.3. Ưu điểm và nhược điểm của dịch vụ 4G	30
1.1.3.3.4. Các dịch vụ di động triển khai trên nền tảng 4G	32
1.1.3.3.5. Các lĩnh vực ứng dụng công nghệ 4G	32
1.1.3.3.6. Các ưu điểm nổi bật	34
1.1.3.3.7. Tham khảo thông số trung bình về tốc độ	35
1.1.4. Các mô hình nghiên cứu liên quan	35
1.1.4.1. Mô hình nghiên cứu liên quan đến hành vi khách hàng	36
1.1.4.1.1. Mô hình thuyết hành động hợp lý (TRA – theory of reasoned action)	36
1.1.4.1.2. Thuyết hành vi dự định - Theory of Planned Behavior – TPB	37
1.1.4.1.3. Mô hình chấp nhận công nghệ - Technology Acceptance Model – TAM	38
1.1.4.1.4. Mô hình về xu hướng tiêu dùng	39
1.1.4.2. Đề xuất mô hình nghiên cứu	40
1.1.4.2.1. Xây dựng mô hình nghiên cứu	40
1.1.4.2.2. Phát triển các giả thiết nghiên cứu	42
1.1.4.2.3. Thiết kế thang đo dùng cho dữ liệu	45
1.2. Các số thực tiễn	46
1.2.1. Thực trạng các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ 4G ở Việt Nam hiện nay	46
1.2.2. Đặc điểm của thị trường Việt Nam	49
1.2.3. Thị trường dịch vụ 4G tại Thành phố Thiên Hộ	50
CHƯƠNG 2: NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH	
SỬ DỤNG DỊCH VỤ 4G CỦA MOBIFONE TẠI THÀNH PHỐ THIÊN HỘ - CÔNG TY	
DỊCH VỤ MOBIFONE KHU VỰC C3 – CÔNG TY VIỆT NAM THÔNG MOBIFONE	
.....	52
2.1. Giới thiệu tổng quan về MobiFone Thành phố Thiên Hộ	52
2.1.1. Quá trình hình thành MobiFone Thành phố Thiên Hộ	54
2.1.2. Lĩnh vực hoạt động của Mobifone Thành phố Thiên Hộ	55

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

2.1.3. Các câu hỏi về các nhà Mobifone Tỉnh Thừa Thiên Huế	57
2.1.4. Tình hình nguồn nhân lực của Mobifone Thừa Thiên Huế	61
2.1.5. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh	64
2.1.6. Tình hình phát triển thuê bao	65
2.2. Thúc đẩy công nghệ di động dịch vụ 4G tại Mobifone Thừa Thiên Huế	66
2.2.1. Sim 4G và các chính sách của Mobifone cho sim 4G.....	66
2.2.2. Tốc độ gia tăng lưu lượng 4G bình quân	67
2.2.3. Tình hình kinh doanh dịch vụ 4G của MobiFone tại Thừa Thiên Huế.....	68
2.2.4. Thách thức và điểm yếu cạnh tranh.....	70
2.3. Kết quả nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G của khách hàng tại MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế - Công ty dịch vụ MobiFone khu vực 3 - Tổng công ty Viễn thông MobiFone.....	71
2.3.1. Mô tả đặc điểm mẫu điều tra.....	71
2.3.2. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G của khách hàng tại MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế - Công ty dịch vụ MobiFone khu vực 3 - Tổng công ty Viễn thông MobiFone.	73
2.3.2.1. Đánh giá tín cậy thang đo.....	74
2.3.2.2. Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA)	79
2.3.2.3. Phân tích hệ số quy tuyến tính.....	85
2.3.2.4. Phân tích phương sai (ANOVA).....	91
CHƯƠNG 3: ĐÌNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẨY XUẤT NHỮNG NÂNG CAO VIẾT SỬ DỤNG DỊCH VỤ 4G CỦA MOBIFONE TỈNH THỪA THIÊN HUẾ - CÔNG TY DỊCH VỤ MOBIFONE KHU VỰC 3 – TỔNG CÔNG TY VIỄN THÔNG MOBIFONE	96
3.1. Định hướng phát triển dịch vụ 4G tại MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế	96
3.1.1. Định hướng chung về phát triển dịch vụ viễn thông đến năm 2020	96
3.1.1.1. Chiến lược đầu tư công nghệ lõi của Điện thoại và nhà mạng	96
3.1.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ Viễn thông của Tỉnh Thừa Thiên Huế	97
3.1.1.3. Định hướng chung cho dịch vụ 4G MobiFone.....	98
3.1.1.4. Định hướng cho dịch vụ 4G MobiFone tại Thừa Thiên Huế	99

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

3.2. Mối quan hệ pháp liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ 4G	100
3.2.1. Đối với nhóm nhân tố về “Ảnh hưởng nhóm tham khảo”	100
3.2.2. Đối với nhóm nhân tố về “Nhận thức độ sẵn sàng”	100
3.2.3. Đối với nhóm nhân tố “Nhận thức hữu ích”	101
3.2.4. Đối với nhóm nhân tố “Sức tin nhiệm vụ công nghệ hiện tại”	101
3.2.5. Đối với nhóm nhân tố “Năng lực phục vụ”	102
3.2.6. Mối quan hệ pháp liên quan đến nhân tố bất ngờ phát triển dịch vụ 4G tại MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế	103
3.2.6.1. Nâng cao hiệu quả Marketing	103
3.2.6.2. Tăng cường chất lượng dịch vụ	104
3.2.6.3. Hỗ trợ và phát triển kênh phân phối	104
3.3. Những hạn chế của đề tài	106
PHẦN III: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	107
1. Kết luận	107
2. Kiến nghị	108
2.1. Đối với Tổng công ty viễn thông MobiFone – Chi nhánh Huế	108
2.2. Đối với tỉnh Thừa Thiên Huế	108
TÀI LIỆU THAM KHẢO	110

LIÊN MẠC

MỤC LỤC

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Justified, Space Before: 0 pt, Tab stops: 0,5 cm, Left + 1,25 cm, Left + 1,5 cm, Left + 1,75 cm, Left + 2 cm, Left

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Justified

Formatted: Font: Not Bold

Formatted: Heading 1, Justified, Space Before: 0 pt, Line spacing: single

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt

Formatted: Justified

Formatted: Font: Times New Roman

Formatted: Justified, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

2G	: Second-generation technology (Công nghệ thế hệ thứ hai)
2,5G	: Công nghệ chuyển giao giữa 2G và 3G
3G	: Third-generation technology (Công nghệ thế hệ thứ ba)
3,5G	: Công nghệ chuyển giao giữa 3G và 4G
4G	: Fourth-generation technology (Công nghệ thế hệ thứ tư)
LTE	: Long Term Evolution – Công nghệ dài hạn
BTTTT	: Bộ thông tin truyền thông
ĐBH	: Điểm bán hàng
ĐL	: Đề tài
EPGE	: Enhanced Data Rates for GSM Evolution (web di động)
GPS	: Global Positioning System (Hệ thống định vị toàn cầu)
GPRS	: General Packet Radio Service (Dịch vụ vô tuyến gói tin)
VMS	: Vietnam Mobile Telecom Services Company (Công ty dịch vụ thông tin di động Việt Nam)

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Font: Times New Roman, 15 pt

Formatted: Centered, Space Before: 0 pt, After: 8 pt, Line spacing: Multiple 1,08 li

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 13 pt

Formatted: Justified, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

DANH MỤC BẢNG, BIỂU

Bảng 1: Tốc độ tăng trưởng/tỷ lệ lên đời của34
Bảng 2: Thông số trung bình và tốc độ của các thị trường35
Bảng 3: Các biến quan sát của thị trường nhân tố nghiên cứu45
Bảng 4: Các loại hình dịch vụ kinh doanh của MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế56
Bảng 5: Tình hình lao động của MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế qua các năm 2016 – 201863
Bảng 6: Kết quả hoạt động kinh doanh của MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế64
Bảng 7: Tình hình tăng trưởng thuê bao di động của MobiFone Thừa Thiên Huế qua 3 năm 2016 – 201865
Bảng 8: Số lượng thuê bao phát sóng di động BTS 2G tại Thừa Thiên Huế từ năm 2016 đến 201768
Bảng 9: Số lượng thuê bao phát sóng 2G, 3G và 4G qua hai năm 2017 và 2018 của MobiFone68
Bảng 10: Doanh thu từ dịch vụ Mobile Internet của MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2016– 201869
Bảng 11: Thị phần thuê bao di động tại Thừa Thiên Huế qua 3 năm 2016 – 201870
Bảng 12: Đặc điểm mẫu điều tra71
Bảng 13: Kết quả thang đo Cronbach's Alpha đo lường các biến trong mẫu quan sát 74
Bảng 14: Bảng KMO và kiểm định Bartlett's Test80
Bảng 15: Ma trận xoay nhân tố các biến để lập82
Bảng 16: Bảng kết quả kiểm định KMO và Bartlett's Test biến phụ thuộc Quyết định sử dụng84
Bảng 17: Kết quả xoay nhân tố giá trị cộng nhân chung85
Bảng 18: Tình quan hệ của các biến trong mô hình86
Bảng 19: Mô hình tóm tắt sử dụng phương pháp88
Bảng 21: Kết quả phân tích hồi quy và đánh giá mức độ quan trọng của thị trường nhân tố 89
Bảng 22: Kiểm định Test of Homogeneity of Variances cho phân tích phương sai ANOVA theo giới tính92

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Centered, Space Before: 0 pt, After: 8 pt, Line spacing: Multiple 1,08 li

Formatted: Font: Times New Roman, 15 pt

Formatted: Font: Times New Roman, 15 pt

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

Bảng 23: Kiểm định Test of Homogeneity of Variances cho phân tích phân phối sai ANOVA theo giới tính.....	93
Bảng 24: Kiểm định ANOVA so sánh giữa khách hàng có giới tính khác nhau	93
Bảng 25: Kiểm định Test of Homogeneity of Variances cho phân tích phân phối sai ANOVA theo thu nhập	94
Bảng 26: Kiểm định ANOVA so sánh giữa khách hàng có thu nhập khác nhau.....	95
Bảng 27: Kiểm định Test of Homogeneity of Variances cho phân tích phân phối sai ANOVA theo nghề nghiệp	96

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Justified, Space After: 0 pt, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Centered, Level 1, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Tailieu.vn

Trường Đại học Kinh tế Huế

Tr

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Centered, Level 1, Space Before: 0 pt, After: 8 pt

Formatted: Font color: Auto

Sơ đồ 1: Mô hình hành vi khách hàng.....	18
Sơ đồ 2: Sơ đồ quá trình quyết định mua	25
Sơ đồ 3: Các bước của việc đánh giá và quyết định mua	27
Hình 1: Thuyết hành động hợp lý - Theory of Reasoned Action – TRA.....	36
Hình 2: Thuyết hành vi dự định - Theory of Planned Behavior – TPB	38
Hình 3: Mô hình Chấp nhận công nghệ - Technology Acceptance Model - TAM.....	39
Sơ đồ 4: Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ 4G MobiFone.....	42
Sơ đồ 5: Cấu trúc chung.....	57
Sơ đồ 6: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh	87
Sơ đồ 7: Mô hình nghiên cứu sau khi đã loại bỏ biến	91

<u>Sơ đồ 1: Sơ đồ quy trình nghiên cứu.....</u>	<u>13</u>
<u>Sơ đồ 2: Sơ đồ quá trình quyết định mua</u>	<u>20</u>
<u>Sơ đồ 3: Các bước của việc đánh giá và quyết định mua</u>	<u>21</u>
<u>Hình 1: Thuyết hành động hợp lý - Theory of Reasoned Action – TRA.....</u>	<u>32</u>
<u>Hình 2: Thuyết hành vi dự định - Theory of Planned Behavior – TPB</u>	<u>33</u>
<u>Hình 3: Mô hình Chấp nhận công nghệ - Technology Acceptance Model - TAM.....</u>	<u>34</u>
<u>Sơ đồ 5: Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ 4G MobiFone.....</u>	<u>37</u>
<u>Bảng 3: Các biến quan sát của từng nhân tố nghiên cứu.....</u>	<u>40</u>
<u>Sơ đồ 6: Cấu trúc chung.....</u>	<u>47</u>
<u>Sơ đồ 7: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh</u>	<u>82</u>
<u>Sơ đồ 8: Mô hình nghiên cứu sau khi đã loại bỏ biến</u>	<u>85</u>

PHẦN I: DANH MỤC BÍ U Đ

Biểu đồ 1: Thành phần thông tin tìm hiểu.....	73
---	----

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Normal, Centered, Level 1, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Justified, Space After: 0 pt, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Normal, Centered, Level 1, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Font: Times New Roman, Bold, English (U.S.)

Formatted: Normal, Justified, Line spacing: 1,5 lines, No widow/orphan control

Formatted: Font: 13 pt

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, Font color: Auto, English (U.S.)

Formatted: Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

PHẦN I: ĐỀ TÀI VÀ NỘI DUNG

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh thế giới đang trong thời kỳ cách mạng khoa học công nghệ 4.0 cũng như việc phát triển toàn cầu hóa, Internet là một nhu cầu không thể thiếu của tất cả mọi người dân trên thế giới trong tất cả mọi lĩnh vực. Tất cả các nhu cầu cá nhân cho đến các nhu cầu xã hội ngày càng cao đòi hỏi Internet phải phát triển mạnh mẽ tới mức không dây và đó chính là xu hướng phát triển trong thời đại mới. Các thế hệ mạng không dây phát triển từ 2G (GSM), 2,5G (GPRS), 2,75G (EDGE) cho đến 3G, 3.5G, 3.75G và đến bây giờ là 4G (~~LTE~~) đánh dấu tiêu chuẩn mới cho Internet di động tại Việt Nam. Điều này hứa hẹn sẽ cung cấp nhiều dịch vụ tiện ích hơn, chất lượng dịch vụ cao và nó sẽ mang đến tính cá nhân công nghệ Web 2.0 vào không gian di động nhằm tối ưu hóa thu nhập trong việc chia sẻ, hợp tác và sáng tạo giữa các người dùng. Ngoài ra, sự phát triển của 4G (~~LTE~~) sẽ đóng một vai trò quan trọng trong kỷ nguyên kết nối của thế giới, là cơ sở để phát triển bùng nổ các loại hình dịch vụ trên mạng 4G. Với tốc độ kết nối dữ liệu tăng, các dịch vụ Internet truyền thống nhanh chóng dịch chuyển, đáp ứng nhu cầu người dùng mỗi lúc một mới. Bên cạnh đó hàng loạt các dịch vụ, ứng dụng sẽ phát triển trên nền tảng [internet of things](#), thành phố thông minh,... nên việc đa dạng hóa các dịch vụ trên nền tảng 4G (~~LTE~~) không chỉ đem lại doanh thu và lợi nhuận cho nhà mạng mà sẽ thúc đẩy phát triển hệ sinh thái trên môi trường này.

Theo đánh giá của các chuyên gia, sự triển khai mạnh mẽ mạng 4G (~~LTE~~) sẽ tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng trên nền tảng 4G nhằm mở rộng thị trường và nâng cao trải nghiệm khách hàng trong quá trình sử dụng. Các dịch vụ mới như dung lượng, các dịch vụ IoT, dịch vụ truyền hình, nghe nhìn trực tuyến, giao dịch điện tử, thương mại điện tử, mạng xã hội, các ứng dụng phát triển thành phố thông minh... Tuy nhiên, để thực hiện các quy định quản lý của Bộ [Thông tin & Truyền thông](#) và các dịch vụ giá trị gia tăng đảm bảo quy định của người tiêu dùng trong thời gian qua, các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam buộc phải nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng, đồng thời đổi mới phương thức kinh doanh dịch vụ viễn thông. Bên cạnh đó, các nhà mạng viễn thông phải đổi mới với những thách thức không hề nhỏ.

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Heading 1, Left, Space Before: 0 pt, Line spacing: single

Formatted: Level 2, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: 1,5 lines, Tab stops: 0,5 cm, Left + Not at 0,75 cm

Formatted: Line spacing: 1,5 lines

Formatted: Right, Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

liên quan tới cơ sở hạ tầng kỹ thuật như: nâng cấp hệ thống mạng lõi kỹ thuật, các đầu cuối truy cập tốc độ cao, quản trị lưu lượng hiệu quả, cải thiện các phần mềm quản lý thuê bao, phát triển các thiết bị đầu cuối thích công nghệ 4G và báo mốt thông tin trên nền tảng mạng 4G-LTE.

MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế chủ trì đầu tư nghiên cứu dịch vụ 4G trong năm 2017 và bây giờ đang trong giai đoạn phát triển. Với mức tăng trưởng 4.6%/năm, đây là mức tăng trưởng khá cao, nhưng việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G của công ty MobiFone trên địa bàn thành phố Huế còn chưa được chú trọng. Nên việc nắm bắt được các nhân tố tác động đến việc sử dụng 4G giúp cho doanh nghiệp có thể cải thiện dịch vụ và nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ 4G và các dịch vụ đi kèm để có thể thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và là tiền đề để MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển các loại hình dịch vụ khác trong tương lai.

Ngoài ra, xu hướng Internet trên thế giới hiện nay là Internet di động. Công nghệ 4G, 5G đang và sẽ là nền tảng của kỷ nguyên cho sự phát triển Internet tại Việt Nam. Đặc biệt, công nghệ 5G sẽ là một nền tảng quan trọng để phát triển nền kinh tế số, hệ sinh thái số, công nghệ Cách mạng công nghiệp 4.0. Hiện nay rất nhiều dịch vụ giải trí, truy cập hình, thông tin mới điện tử, GTVT, y tế... đã được cung cấp trên nền công nghệ viễn thông hiện hành.

Xuất phát từ những thực tế đó, tôi quyết định chọn đề tài “Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G MobiFone của khách hàng tại MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế - Công ty dịch vụ MobiFone khu vực 3 – Tổng công ty Viễn Thông MobiFone” để làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

Formatted: Line spacing: 1,5 lines

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu tổng quát

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G tại Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ 4G MobiFone của khách hàng tại Tổng công ty viễn thông MobiFone – Chi nhánh tổng công ty viễn thông tại MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế - Công ty dịch vụ MobiFone khu vực 3 – Tổng công ty Viễn Thông MobiFone. Để từ đó xây dựng giải pháp thúc đẩy khách hàng sử dụng dịch vụ 4G của MobiFone.

Formatted: Level 2, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: 1,5 lines, Tab stops: 0,5 cm, Left + Not at 0,75 cm

Formatted: Level 3, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: 1,5 lines

Formatted: Right, Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

2.2. Mục tiêu của đề tài

Hệ thống hóa các số lý luận và thực tiễn và các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G của MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế.

Phân tích, đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G của khách hàng tại thành phố Huế.

Đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến quyết định sử dụng dịch vụ 4G Mobifone của khách hàng tại thành phố Huế.

Đề xuất các giải pháp chủ yếu nhằm thúc đẩy khách hàng tại thành phố Huế sử dụng dịch vụ 4G của công ty.

3. Câu hỏi nghiên cứu

- Câu hỏi 1: Các nhân tố nào ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sử dụng dịch vụ 4G Mobifone của khách hàng tại thành phố Huế?

- Câu hỏi 2: Các nhân tố đó ảnh hưởng với mức độ như thế nào?

- Câu hỏi 3: Đánh giá của khách hàng về dịch vụ 4G của MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế?

- Câu hỏi 3: Công ty cần áp dụng những biện pháp gì để thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ 4G của MobiFone?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng về dịch vụ 4G của MobiFone.

4.2. Phạm vi nghiên cứu:

Đối tượng khảo sát: Những khách hàng cá nhân đã và đang sử dụng dịch vụ 4G MobiFone Tỉnh Thừa Thiên Huế.

Thời gian khảo sát: 2016 – 2018

o Địa điểm thu thập dữ liệu: 2016 – 2018.

o Địa điểm thu thập dữ liệu tiến hành bằng việc khảo sát, thu thập thông tin khách hàng qua bảng khảo sát.

- Không gian: Thành phố Huế

Formatted: Font: 12 pt, Italic

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt, Italic, English (U.S.)

Formatted: Border: Bottom: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Level 3, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: 1,5 lines

Formatted: Line spacing: 1,5 lines

Formatted: Level 2, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: Multiple 1,45 li, Tab stops: 0,5 cm, Left + Not at 0,75 cm

Formatted: Line spacing: Multiple 1,45 li

Formatted: Level 2, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: Multiple 1,45 li, Tab stops: 0,5 cm, Left + Not at 0,75 cm

Formatted: Level 3, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: Multiple 1,45 li

Formatted: Line spacing: Multiple 1,45 li

Formatted: Level 3, Indent: First line: 0 cm, Line spacing: Multiple 1,45 li

Formatted: Line spacing: Multiple 1,45 li

Formatted: Right, Border: Top: (Single solid line, Auto, 0,5 pt Line width)

Formatted: Font: (Default) Times New Roman, 12 pt