

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

-----

**ĐOÀN VĂN HUY**

**QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP  
ĐIỆN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN LÝ KINH TẾ  
CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG THỰC HÀNH**

**Hà Nội - 2015**

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

-----  
**ĐOÀN VĂN HUY**

**QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP  
ĐIỆN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

**Chuyên ngành: Quản lý kinh tế  
Mã số: 60340410**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN LÝ KINH TẾ  
CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG THỰC HÀNH**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: PGS - TS LÊ CAO ĐOÀN**

XÁC NHẬN CỦA  
CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

XÁC NHẬN CỦA CHỦ TỊCH HĐ  
CHẤM LUẬN VĂN

**PGS.TS Lê Cao Đoàn**

**PGS.TS Phạm Văn Dũng**

**Hà Nội - 2015**

## **LỜI CẢM ƠN**

*Để hoàn thành luận văn tốt nghiệp này, tôi xin tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến thầy PGS-TS Lê Cao Đoàn đã tận tình hướng dẫn tôi hoàn thành nghiên cứu luận văn này. Tôi xin cảm ơn các thầy cô giáo giảng dạy các môn học trong quá trình học tập tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội đã tận tình giảng dạy, hướng dẫn và giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập.*

*Xin chân thành cảm ơn các đơn vị, tổ chức, cá nhân và bạn bè đồng nghiệp đã tạo điều kiện thuận lợi trong suốt thời gian tôi học tập, tìm hiểu tình hình thực tế và cung cấp tài liệu, số liệu để tôi hoàn thành luận văn này. Cảm ơn tới tất cả các khách hàng đã giúp tôi thời gian qua.*

*Kính chúc các thầy, cô luôn dồi dào sức khỏe, hạnh phúc và thành công trong sự nghiệp giảng dạy.*

*Tôi xin trân trọng cảm ơn!*

**Tác giả**

**Đoàn Văn Huy**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi dưới sự hướng dẫn của PGS-TS Lê Cao Đoàn. Mọi số liệu, dữ liệu và các thông tin trích dẫn trong luận văn này đã được chỉ rõ nguồn gốc.

**Tác giả**

**Đoàn Văn Huy**

## MỤC LỤC

	Trang
Danh mục các từ viết tắt .....	i
Danh mục các bảng.....	ii
Danh mục các hình .....	ii
Phần mở đầu .....	1
<b>Chương 1. Tổng quan tình hình nghiên cứu và cơ sở lý luận thực tiễn về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện</b>	
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu .....	6
1.2. Những vấn đề lý luận về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện.....	8
1.2.1. Mối liên hệ giữa chất lượng dịch vụ cung cấp điện và sự hài lòng của khách hàng.....	17
1.2.2. Đặc điểm thị trường dịch vụ điện .....	19
1.2.3. Nội dung quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện.....	21
<b>Chương 2. Phương pháp nghiên cứu</b>	
2.1. Phương pháp nghiên cứu .....	35
2.2. Nhóm chỉ tiêu phân tích đánh giá.....	36
<b>Chương 3. Thực trạng quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn TP Hà Nội</b>	
<b>3.1. Giới thiệu về tình hình cung cấp điện ở Hà Nội.....</b>	<b>37</b>
3.1.1. Sơ lược về quá trình hình thành và phát triển của Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội (EVNHANOI) .....	51
3.1.2. Mô hình tổ chức và nguồn lao động .....	39
<b>3.2. Thực trạng quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện .....</b>	<b>41</b>
3.2.1. Đặc điểm nguồn và lưới điện.....	43
3.2.2. Quản lý khách hàng .....	45
3.2.3. Tình hình cung ứng điện.....	47
3.2.4. Quản lý dịch vụ cung cấp điện .....	49
3.2.5. Nội dung dịch vụ điện cho khách hàng .....	52
<b>3.3. Đánh giá chung về công tác quản lý chất lượng dịch vụ điện .....</b>	<b>66</b>
<b>Chương 4. Các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn TP Hà Nội</b>	
4.1. Bối cảnh và định hướng của Tổng Công ty....	76
4.2. Nội dung các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý chất lượng dịch vụ điện cung cấp cho khách hàng trên địa bàn TPHN .....	83
Kết luận.....	91
Danh mục tài liệu tham khảo	

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	Ký hiệu	Nguyên nghĩa
1	CBCNV	Cán bộ công nhân viên
2	CMIS	Hệ thống thông tin quản lý khách hàng
3	CRM	Hệ thống quản lý quan hệ khách hàng
4	CNTT	Công nghệ thông tin
5	DVKH	Dịch vụ khách hàng
6	Điện lực	Công ty Điện lực quận, huyện
7	ĐNTT	Điện năng tiêu thụ
8	EVN HANOI	Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội
9	EVN HCMC	Tổng Công ty Điện lực TP Hồ Chí Minh
10	EVN	Tập đoàn Điện lực Việt Nam
11	EVN NPC	Tổng Công ty Điện lực miền Bắc
12	HĐMBĐ	Hợp đồng mua bán điện
13	HTĐ	Hệ thống điện
14	IVR	Hệ thống ghi âm tự động
15	KH	Khách hàng
16	MBA	Máy biến áp
17	MAIFI	Chỉ số về số lần mất điện thoáng qua trung bình của lưới điện phân phối
18	QCQLNB	Quy chế quản lý nội bộ
18	OMS	Phần mềm tính toán độ tin cậy lưới điện
19	QLKH	Quản lý khách hàng
20	SMS	Tin nhắn chăm sóc khách hàng
21	SAIDI	Chỉ số về thời gian mất điện trung bình của lưới điện phân phối
22	SAIFI	Chỉ số về số lần mất điện trung bình của lưới điện phân phối
23	TBA	Trạm biến áp
24	TCTĐL/CTĐL	Tổng công ty điện lực/công ty điện lực

## DANH MỤC BẢNG

STT	Bảng	Nội dung	Trang
1	Bảng 1.1	Đặc điểm thị trường dịch vụ điện	19
2	Bảng 3.2	Số lượng khách hàng ừ 2010-2013	47
3	Bảng 3.3	Điện năng thương phẩm toàn TCty từ 2010-2013	48
4	Bảng 3.4	Cơ cấu điện năng thương phẩm theo thành phần phụ tải	48
5	Bảng 3.5	Số lượng khách hàng/tình hình tiêu thụ điện các năm 2011 -2013	53
6	Bảng 3.6	Giá điện bậc thang giai đoạn 2010-2013	65
7	Bảng 3.7	Nhóm chỉ tiêu kinh doanh	66
8	Bảng 3.8	Độ tin cậy lưới điện phân phối 13 so với 12	66
9	Bảng 3.8	Các chi phí trong SXKD năm 2013	73

## DANH MỤC HÌNH

STT	Hình	Nội dung	Trang
1	Hình 1.1	Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasurman et al	16
2	Hình 1.2	Quá trình SXKD điện năng	19
3	Hình 3.1	Sơ đồ cơ cấu tổ chức của TCty	40
4	Hình 3.2	Biểu đồ cơ cấu thành phần thụ tải 2013	48
5	Hình 3.3	Các bước thực hiện lắp đặt công tơ điện	55

## **PHẦN MỞ ĐẦU**

### **1. Lý do chọn đề tài**

Trong tình hình kinh tế - xã hội ngày càng phát triển, vấn đề nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng là một mục tiêu quan trọng để các doanh nghiệp hướng tới, nhằm thỏa mãn ngày càng cao nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó toàn cầu hoá đang là xu thế tất yếu hiện nay, diễn ra trong mọi lĩnh vực đời sống xã hội, thúc đẩy sự phát triển đồng thời gia tăng sự cạnh tranh mạnh trong mỗi quốc gia nói chung và trong cộng đồng doanh nghiệp nói riêng, chúng đều được đánh dấu bằng chất lượng các hoạt động cung ứng và trao đổi các sản phẩm, dịch vụ trên thị trường thông qua các chính sách điều hành, quản lý của Nhà nước. Từ đó, để phục vụ khách hàng tốt hơn, các đơn vị cung ứng điện không chỉ chú ý đến giá trị hữu hình mà còn phải quan tâm đến những giá trị vô hình tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cung cấp điện năng. Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) đã có nhiều đóng góp trong việc cung cấp điện đến hầu hết tất cả các địa bàn trên phạm vi toàn quốc, các huyện đảo, các vùng sâu, vùng xa, miền núi và hải đảo... góp phần nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người dân và thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội.

Tuy nhiên, thực tế công tác kinh doanh và dịch vụ khách hàng trên địa bàn thành phố Hà Nội đang còn nhiều tồn tại, hạn chế: năng suất lao động chưa cao, phương pháp quản trị và mô hình tổ chức kinh doanh còn nhiều bất cập, chưa đồng bộ, độ tin cậy cung cấp điện thấp, quy trình thủ tục phức tạp, rườm rà, dịch vụ khách hàng còn yếu, chưa đáp ứng được các nhu cầu của khách hàng. Những tồn tại, hạn chế này nếu để kéo dài sẽ làm ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín của EVN trong mắt khách hàng và xã hội khi mà mọi nhu cầu của con người ngày càng gia tăng thì sản phẩm cung cấp điện năng là chưa đủ mà đòi hỏi các chất lượng dịch vụ cung ứng đi kèm. Bước sang giai đoạn mới, bên cạnh



nhiệm vụ chính trị hết sức quan trọng của EVNHANOI là đảm bảo cung ứng điện cho phát triển kinh tế - xã hội và đời sống của nhân dân Thủ đô thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh và dịch vụ khách hàng là điều kiện tiên quyết, là vấn đề cốt lõi để EVNHANOI có thể phát triển và phát triển ngày càng bền vững.

Như chúng ta biết, điện năng là nguồn năng lượng đặc thù quy ết định sự phát triển kinh tế trong quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa và có thể xem điện là bánh mì của xã hội công nghiệp đô thị. Thiếu điện hoặc mất điện, nền kinh tế và xã hội sẽ hoạt động yếu kém hoặc ngừng hoạt động - thước đo quan trọng để đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp – một yếu tố hết sức quan trọng để doanh nghiệp phát triển bền vững.

Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) là công ty nhà nước được chuyển đổi thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu hoạt động theo quy định của pháp luật. Cơ cấu tổ chức của EVN được tổ chức theo ngành dọc xuyên suốt các khâu phát điện - truyền tải - phân phối, được Nhà nước giao quản lý toàn bộ hệ thống truyền tải và điều độ hệ thống điện Quốc gia, chi phối toàn bộ lĩnh vực phân phối và bán lẻ điện.

Các chiến lược của EVN gắn liền với chiến lược phát triển kinh tế xã hội của đất nước trong từng thời kỳ, phát triển để Tập đoàn đủ năng lực giữ vai trò chính đảm bảo cung cấp đủ điện, ổn định, an toàn, tin cậy cho sự nghiệp phát triển của đất nước, là công cụ tin cậy để Đảng và Chính phủ ổn định chính sách kinh tế vĩ mô, góp phần hưng thịnh quốc gia; bên cạnh đó cần phát triển đồng bộ và hợp lý các khâu sản xuất-truyền tải-phân phối kinh doanh điện, gắn với đổi mới, tái cơ cấu về ngành nghề kinh doanh, về sở hữu và quản trị doanh nghiệp; giải quyết hài hoà mối quan hệ giữa nhiệm vụ kinh doanh với thực hiện nhiệm vụ chính trị của doanh nghiệp nhà nước, phù hợp với khả năng huy động

nguồn lực và yêu cầu phải bảo toàn phát triển vốn, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến để từng bước nâng cao chất lượng điện năng, chất lượng dịch vụ cung cấp điện và năng suất lao động, để sử dụng tiết kiệm hiệu quả các nguồn tài nguyên và nhiên liệu trong sản xuất điện. Phát triển sản xuất kinh doanh gắn với mục tiêu phát triển con người, xây dựng lực lượng lao động chuyên nghiệp có trình độ chuyên môn và kỹ năng cao, mở rộng dân chủ, đảm bảo đời sống và quyền lợi người lao động, khuyến khích, tạo điều kiện cho người lao động phát triển kiến thức, kỹ năng, đề xuất và áp dụng các ý tưởng sáng tạo.

Trong những năm qua, EVN đã tổ chức ghi nhận những ý kiến thắc mắc, phản hồi, khiếu nại của khách hàng để cải tiến các thủ tục, tuy nhiên phương pháp đánh giá chưa mạnh, số liệu thu thập chưa được phân tích định lượng, chưa có kết luận đánh giá về chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên các địa bàn, do đó tập trung nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng là hướng đi mà EVN đang tập trung để xây dựng hình ảnh một EVN luôn vì trách nhiệm của cộng đồng, bên cạnh nhiệm vụ chính trị quan trọng là đảm bảo cung ứng đủ điện để phát triển kinh tế xã hội và đời sống nhân dân.

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh bán điện, việc đưa điện tới người tiêu dùng là một khâu quyết định đến hiệu quả của hoạt động kinh doanh điện. Ở đây chất lượng dịch vụ đối với khách hàng tiêu dùng điện có ý nghĩa chi phối tới quan hệ giữa người bán điện và người mua điện cũng như đến chi phí giao dịch và hiệu quả của hoạt động kinh doanh điện. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để có chất lượng dịch vụ cao làm hài lòng khách hàng, từ đây nâng cao hiệu quả trong hoạt động kinh doanh điện, do đó cần phải nghiêm túc nhìn nhận thực trạng kinh doanh của EVN còn nhiều tồn tại, đó là:

- Hiện tượng mất điện do sự cố hoặc do cắt điện để sửa chữa, chất lượng điện năng chưa ổn định, chưa đồng đều giữa các vùng, độ tin cậy thấp, điều này ảnh hưởng nhiều đến sản lượng điện thương phẩm bán được, ảnh hưởng đến các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam.

- Chất lượng các dịch vụ chưa được thực sự như mong muốn của khách hàng, do đó các quy trình giải quyết nhu cầu của khách hàng cần phải tiếp tục cải tiến và thường xuyên kiểm tra trong quá trình thực hiện để kịp thời ngăn chặn các hiện tượng thiếu trách nhiệm và tiêu cực, gây mất uy tín ngành điện, thời gian giải quyết các yêu cầu dịch vụ vẫn còn chậm, chưa đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng, hệ thống lưới điện chưa khoa học, hoàn chỉnh, số lượng điểm giao dịch khách hàng và nhân viên tiếp nhận hồ sơ khách hàng còn hạn chế, tỷ lệ tổn thất điện năng còn cao... Trong ngành điện lực Việt Nam, khái niệm đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng đối với dịch vụ cung cấp điện năng còn khá mới mẻ và còn chưa được quan tâm thích đáng như một số ngành dịch vụ khác, đôi khi còn mang tính hình thức, thiếu thông tin từ phía nhà cung cấp, cũng như phản ánh của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Điều này làm ảnh hưởng lớn đến hình ảnh và chiến lược phát triển kinh doanh của ngành trong xã hội. Trước sự cấp thiết của việc quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện năng trong quy trình kinh doanh hiện nay, việc nghiên cứu vấn đề **“Quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội”** là hết sức cần thiết và có ý nghĩa lý luận, thực tiễn.

## **2. Mục đích nghiên cứu**

Giúp nâng cao công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn TP Hà Nội nhằm đáp ứng nhu cầu về sử dụng điện an toàn, liên tục cho khách hàng và người dân Thủ đô.

### **3. Câu hỏi nghiên cứu:**

Những yếu tố nào ảnh hưởng đến công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội? Xác định những tồn tại và các nguyên nhân làm hạn chế đến chất lượng dịch vụ cung cấp điện. Cần có các giải pháp quản lý gì để giúp nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng và người dân Thủ đô?.

### **4. Đối tượng nghiên cứu**

Phân tích thực trạng công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng sử dụng điện sinh hoạt trên địa bàn TP Hà Nội trong thời gian 2010-2013.

### **5. Kết cấu của luận văn gồm:**

Lời nói đầu

Chương 1. Tổng quan tình hình nghiên cứu và cơ sở lý luận, thực tiễn về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện

Chương 2. Phương pháp nghiên cứu.

Chương 3. Thực trạng quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Chương 4. Các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Kết luận

Tài liệu tham khảo

# Chương 1

## TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN THỰC TIỄN VỀ QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN

### 1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Điện năng là nguồn năng lượng hết sức quan trọng phục vụ đời sống nhân dân và tạo tiền đề, động lực để thúc đẩy kinh tế xã hội phát triển. Để nâng cao năng lực cạnh tranh trong quá trình hội nhập và lộ trình thị trường điện đã được Chính phủ phê duyệt, đòi hỏi EVNHANOI phải đẩy mạnh công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố.

Trong những năm gần đây, vấn đề nghiên cứu về công tác quản lý chất lượng dịch vụ cũng như sự hài lòng của khách hàng được nhiều nhà nghiên cứu hết sức quan tâm, đã có nhiều đề tài nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với nhiều ngành trong phạm vi toàn quốc, như nghiên cứu của:

+ Ngô Đình Tráng, 2009, *Nghiên cứu mức độ hài lòng của khách hàng với dịch vụ đăng ký kinh doanh của Sở KH&ĐT TP Đà Nẵng, đề tài đã phân tích thực trạng mức hài lòng, làm rõ sự cần thiết phải nâng cao chất lượng dịch vụ và đề xuất giải pháp để hoàn thiện công tác này.*

+ Lê Hoàng Việt, 2010, *nghiên cứu giải pháp nâng cao dịch vụ khách hàng tại Tổng công ty Điện lực TP Hồ Chí Minh, Luận văn Thạc sỹ, Đại học Nông nghiệp Hà Nội. Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và trên số liệu thứ cấp để phân tích dịch vụ khách hàng, nghiên cứu đưa ra 1 số giải pháp nâng cao dịch vụ khách hàng, như xây dựng trung tâm chăm sóc khách hàng, nâng cao chất lượng điện năng.*

+ Nguyễn Huy Phong và Phạm Ngọc Thúy, 2007, *nghiên cứu so sánh trong ngành siêu thị bán lẻ tại Việt Nam, tạp chí phát triển KH&CN, tập 10, số 8. Tác giả đã so sánh 2 mô hình chất lượng*

*SERVQUAL và SERVPERF trong bối cảnh nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tại các siêu thị bán lẻ Việt Nam.*

Những nghiên cứu này đã đánh giá được sự hài lòng của khách hàng đối với các lĩnh vực, được tiếp cận từ nhiều góc độ, đề cập đến nhiều khía cạnh khác nhau đối với việc quản lý chất lượng dịch vụ, cũng như đã đưa ra nhiều giải pháp có tính khả thi cao nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ quản lý trong lĩnh vực kinh doanh nói chung. Song, nhìn chung các nghiên cứu chưa có nghiên cứu nào về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn TP Hà Nội được thực hiện, do đó kết quả nghiên cứu của đề tài sẽ mang lại những ý nghĩa thực tiễn sau:

- Giúp nâng cao năng lực quản lý các hoạt động cung cấp điện nói chung và dịch vụ khách hàng sử dụng điện sinh hoạt nói riêng trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh điện và dịch vụ khách hàng . Xác định mức độ ảnh hưởng của quản lý chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ điện trên địa bàn TP Hà Nội, trên cơ sở đó đề xuất những giải pháp quản lý nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng thêm mức độ hài lòng của khách hàng và từng bước xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh cho phù hợp với quá trình hội nhập cũng như lộ trình thị trường điện của Việt Nam.

- Đề tài tập trung nghiên cứu về quản lý chất lượng dịch vụ điện cho khách hàng sử dụng cho mục đích sinh hoạt mà Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội cung cấp, bao gồm: sản phẩm và các dịch vụ liên quan đến hoạt động quản lý cung cấp điện, kinh doanh điện, chất lượng dịch vụ bán, cung cấp điện cho người dân và các dịch vụ đi kèm. Các hoạt động kinh doanh điện có ảnh hưởng đến chất lượng công tác bán điện cũng như các nhân tố ảnh hưởng đến công tác dịch vụ khách hàng tại địa bàn TP Hà Nội, tác giả không nghiên cứu đến các lĩnh vực quản lý kỹ thuật của hệ

thống điện như: phát điện, đường dây truyền tải điện, máy biến áp, các thiết bị điện sử dụng điện nói chung...

Vấn đề cải tiến nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp điện phục vụ khách hàng trong thời gian qua EVNHANOI quan tâm, nhưng hiệu quả chưa như mong muốn, các quy trình giải quyết nhu cầu cung cấp điện cho khách hàng cần tiếp tục cải tiến và thường xuyên kiểm tra trong triển khai để ngăn chặn các hiện tượng thiếu trách nhiệm và tiêu cực, gây mất uy tín ngành điện, thời gian giải quyết vẫn còn chậm chưa đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng, hệ thống lưới điện chưa hoàn chỉnh, số lượng điểm giao dịch còn hạn chế, tỷ lệ tổn thất điện năng còn cao... Đây là những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu và cải biến chúng thành những cơ hội để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Để làm được điều đó cần thiết phải cải thiện hệ thống dịch vụ điện, nâng cao mức độ đáp ứng nhu cầu điện cho khách hàng, xây dựng nguồn nhân lực chuyên nghiệp, đầu tư cải tiến hệ thống lưới điện. Do đó, nghiên cứu của tác giả cũng sẽ bổ sung như một tài liệu tham khảo về quản lý chất lượng dịch vụ, góp một phần cơ sở lý luận cho các chương trình hoạt động của Tổng Công ty trong các nghiên cứu tiếp theo ở lĩnh vực này.

## **1.2. Những vấn đề lý luận về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện**

### **a) Khái niệm về quản lý**

Xuất phát từ những góc độ nghiên cứu khác nhau, rất nhiều học giả trong và ngoài nước đã đưa ra những định nghĩa về quản lý như sau:

Theo F.W Taylor (1856-1915) là một trong những người đầu tiên khai sinh ra quản lý và là “ông tổ” của trường phái quản lý theo khoa học tiếp cận quản lý dưới góc độ kinh tế - kỹ thuật cho rằng: “Quản lý là hoàn thành công việc của mình thông qua người khác và biết được một cách chính xác họ đã hoàn thành công việc một cách tốt nhất và rẻ nhất”

Theo Henry Fayol (1886-1925) là người đầu tiên tiếp cận theo quy trình và là người có tầm ảnh hưởng to lớn trong lịch sử tư tưởng từ thời kỳ cận hiện đại tới nay, cho rằng: “Quản lý một tiến trình bao gồm tất cả các khâu: lập kế hoạch, tổ chức, phân công điều khiển và kiểm soát các nỗ lực của cá nhân, bộ phận và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực vật chất khác của tổ chức để đạt được mục tiêu đề ra”.

Robert Albanese: "Quản lý là một quá trình kỹ thuật và xã hội nhằm sử dụng các nguồn, tác động tới hoạt động của con người và tạo điều kiện thay đổi để đạt được mục tiêu của tổ chức".

Harold Koontz & Cyril O'Donell: "Quản lý là việc thiết lập và duy trì môi trường nơi mà cá nhân làm việc với nhau trong từng nhóm có thể hoạt động hữu hiệu và có kết quả, nhằm đạt được các mục tiêu của nhóm"

Robert Kreitner: "Quản lý là tiến trình làm việc và thông qua người khác để đạt các mục tiêu của tổ chức trong một môi trường thay đổi. Trọng tâm của tiến trình này là kết quả và hiệu quả của việc sử dụng các nguồn lực giới hạn".

Harold Koontz: "Quản lý là một nghệ thuật nhằm đạt được mục tiêu đã đề ra thông qua việc điều khiển, chỉ huy, phối hợp, hướng dẫn hoạt động của những người khác" (Những vấn đề cốt yếu của quản lý. NXB khoa học - Kỹ thuật, 1993).

"Quản lý là việc đạt tới mục đích của tổ chức một cách có kết quả và hiệu quả thông qua quá trình lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra các nguồn lực của tổ chức" (Khoa học quản lý, tập I, Trường ĐH KTQD, Hà Nội 2001).

Từ những quan niệm này cho thấy, quản lý là một hoạt động liên tục và cần thiết khi con người kết hợp với nhau trong tổ chức. Đó là quá trình tạo nên sức mạnh gắn liền các hoạt động của các cá nhân với nhau trong một tổ chức nhằm đạt được mục tiêu chung.

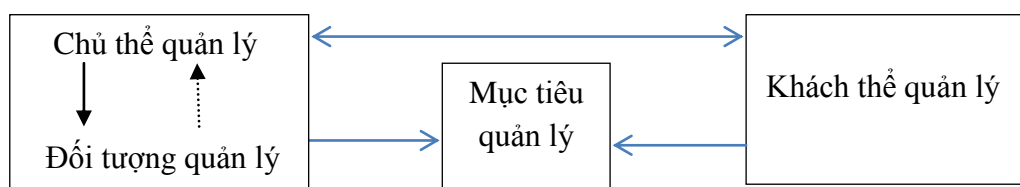


Quản lý bao gồm các yếu tố sau: Chủ thể quản lý, khách thể quản lý và mục tiêu quản lý, trong đó khách thể quản lý là tác nhân tạo ra các tác động và đối tượng bị quản lý tiếp nhận trực tiếp các tác động của chủ thể quản lý và các khách thể khác chịu các tác động gián tiếp từ chủ thể quản lý. Tác động có thể liên tục nhiều lần, muốn quản lý thành công, trước tiên cần phải xác định rõ chủ thể, đối tượng và khách thể quản lý. Chủ thể quản lý phải thực hành việc tác động và phải biết tác động. Vì thế chủ thể phải hiểu đối tượng và điều khiển đối tượng một cách có hiệu quả. Chủ thể có thể là một người, một nhóm người; còn đối tượng có thể là con người (một hoặc nhiều người), giới vô sinh hoặc giới sinh vật.

Tuy nhiên, nếu theo cách tiếp cận hệ thống, mọi tổ chức (cơ quan quản lý nhà nước, đơn vị sự nghiệp, doanh nghiệp...) đều có thể xem như một hệ thống gồm hai phân hệ: chủ thể quản lý và đối tượng quản lý, mỗi hệ thống bao giờ cũng hoạt động trong môi trường nhất định (khách thể quản lý)

Từ đó có thể đưa ra khái niệm: Quản lý là sự tác động có tổ chức, có định hướng của chủ thể quản lý lên đối tượng và khách thể quản lý nhằm sử dụng có hiệu quả nhất các nguồn lực, các thời cơ của tổ chức để đạt mục tiêu đặt ra trong điều kiện môi trường luôn biến động.

Tóm lại: Quản lý là một quá trình tác động, gây ảnh hưởng của chủ thể quản lý đến khách thể quản lý một cách hợp quy luật nhằm đạt được mục tiêu chung. Quá trình tác động này được thể hiện bằng sơ đồ sau:



## **b) Khái niệm về dịch vụ**

Dịch vụ là một khái niệm rộng trong kinh doanh, có nhiều cách hiểu khác nhau về dịch vụ, nhưng theo Valarie A Zeithaml và Mary J Bitner (2000) thì “dịch vụ là những hành vi, quá trình và cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng”.

PGS.TS Nguyễn Văn Thanh cho rằng: *“Dịch vụ là một hoạt động lao động sáng tạo nhằm bổ sung giá trị cho phần vật chất và làm đa dạng hoá, phong phú hoá, khác biệt hoá, nổi trội hoá... mà cao nhất trở thành những thương hiệu, những nét văn hoá kinh doanh và làm hài lòng cao cho người tiêu dùng để họ sẵn sàng trả tiền cao, nhờ đó kinh doanh có hiệu quả hơn”*.

Philip Kotler cho rằng: *“Dịch vụ là mọi hành động và kết quả mà một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một cái gì đó. Sản phẩm của nó có thể có hay không gắn liền với một sản phẩm vật chất”*. Philip Kotler cũng cho rằng: dịch vụ là những hoạt động mà một bên (nhà cung cấp dịch vụ) có thể cung cấp cho khách hàng mà chủ yếu là vô hình và không chuyển giao quyền sở hữu. Dịch vụ có thể gắn liền hay không gắn liền với một sản phẩm vật chất. Do vậy, dịch vụ có những nét đặc trưng cơ bản để phân biệt với các sản phẩm hữu hình như sau:

### *✓ Tính vô hình của dịch vụ*

Dịch vụ không có hình dáng cụ thể, không thể cân đong, đo đếm một cách cụ thể như đối với các sản phẩm vật chất hữu hình. Khi mua sản phẩm vật chất, khách hàng có thể yêu cầu kiểm định, thử nghiệm chất lượng trước khi mua nhưng sản phẩm dịch vụ thì không thể tiến hành đánh giá như thế. Do tính chất vô hình, dịch vụ không có mẫu dùng thử như sản phẩm vật chất. Chỉ thông qua việc sử dụng dịch vụ, khách hàng mới có thể cảm nhận và đánh giá chất lượng dịch

vụ một cách đúng đắn nhất.

✓ *Tính không đồng nhất của dịch vụ*

Đặc tính này còn được gọi là tính khác biệt của dịch vụ. Theo đó, việc thực hiện dịch vụ thường khác nhau tùy thuộc vào cách thức phục vụ, nhà cung cấp dịch vụ, người phục vụ, thời gian thực hiện, lĩnh vực phục vụ, đối tượng phục vụ và địa điểm phục vụ. Vì vậy, việc đánh giá chất lượng dịch vụ hoàn hảo hay yếu kém khó có thể xác định dựa vào một thước đo chuẩn mà phải xét đến nhiều yếu tố liên quan khác trong trường hợp cụ thể và khách hàng dựa nhiều vào cảm nhận cá nhân cũng như trạng thái tâm lý lúc đánh giá.

✓ *Tính không thể tách rời của dịch vụ*

Tính không thể tách rời nghĩa là việc tiêu thụ và sản xuất dịch vụ được thực hiện đồng thời. Những sản phẩm hữu hình sau khi được sản xuất sẽ thông qua các đại lý trung gian, bán sỉ và lẻ rồi mới sử dụng. Còn dịch vụ điện lực việc sản xuất và tiêu thụ diễn ra cùng lúc, có sự hiện diện của người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ. Nói cách khác, sự gắn liền của hai quá trình này làm cho dịch vụ trở nên hoàn tất.

✓ *Tính không thể cất trữ*

Dịch vụ nói chung là không thể lưu trữ được như các sản phẩm hàng hóa, nghĩa là sản phẩm dịch vụ không thể sản xuất sẵn rồi lưu kho chờ tiêu thụ. Vì vậy sản phẩm dịch vụ không thể hoàn trả, thu hồi hay bán lại.

✓ *Dịch vụ không chuyển giao sở hữu được*

Người tiêu dùng không thể nhận quyền sở hữu dịch vụ từ nhà cung cấp, cả hai cùng thực hiện trong quá trình chuyển giao dịch vụ.

Đối với dịch vụ, do tính vô hình và tính không tách rời, các nhà nghiên cứu đã phân chia dịch vụ thành 2 loại:

- *Thứ nhất gọi là dịch vụ cơ bản:* đáp ứng lợi ích cơ bản của khách hàng. Dịch vụ cơ bản là dịch vụ thỏa mãn nhu cầu chính của khách hàng, là lý do chính để khách hàng mua dịch vụ. Tuy nhiên dịch vụ cơ bản không phải là lý do làm cho khách hàng chọn nhà cung cấp dịch vụ, mà chỉ là cơ sở để chọn loại dịch vụ mong muốn.

- *Thứ hai gọi là dịch vụ thứ cấp:* dịch vụ thứ cấp là sự kết hợp của cả yếu tố hữu hình và vô hình (mà phần lớn là dịch vụ khách hàng). Nhờ các dịch vụ thứ cấp mà nhà cung cấp dịch vụ giúp khách hàng phân biệt dịch vụ của mình cung cấp với dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh. Các dịch vụ thứ cấp rất đa dạng, phong phú và thay đổi theo sự cạnh tranh trên thị trường, giúp khách hàng lựa chọn tiêu dùng dịch vụ của nhà cung cấp nào, tức là nó giúp cho nhà cung cấp dịch vụ tăng khả năng cạnh tranh.

Với những đặc tính phân tích ở trên thì dịch vụ khó đo lường, các nhà nghiên cứu đã có nhiều nỗ lực để khám phá ra cách thức để đo lường chất lượng dịch vụ, sự hài lòng dịch vụ.

Vậy có thể hiểu Dịch vụ là một quá trình bao gồm một loạt các hoạt động ít hay nhiều là vô hình, mà các hoạt động này thường xảy ra trong quá trình giao dịch giữa khách hàng và người cung ứng dịch vụ và/hoặc các sản phẩm hữu hình, và/hoặc hệ thống của người cung ứng dịch vụ mà được xem là giải pháp hữu ích cho các vấn đề của khách hàng.

### **Dịch vụ cung cấp điện và chất lượng quản lý dịch vụ cung cấp điện.**

- Dịch vụ cung cấp điện: là các hoạt động cung ứng điện do bên bán điện là “các Công ty điện lực” cung cấp cho “khách hàng” sản phẩm điện nhằm đáp ứng nhu cầu thấp sáng sinh hoạt, sản xuất kinh doanh dịch vụ, công ích, phát triển kinh tế- xã hội... qua đó, bên bán điện thu tiền điện sử dụng của khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ

điện.

- Chất lượng quản lý dịch vụ cung cấp điện: là các dịch vụ trước khi cung ứng điện cho khách hàng, các dịch vụ trong khi cung ứng điện cho khách hàng và các dịch vụ sau khi cung ứng điện cho khách hàng đó là các hoạt động duy trì việc cung cấp điện ổn định liên tục, độ tin cậy và chất lượng điện năng cung cấp, dịch vụ thu tiền điện, dịch vụ sửa chữa điện, ... cho khách hàng sử dụng điện.

### **c) Khái niệm chất lượng dịch vụ**

Chất lượng dịch vụ có nhiều cách hiểu khác nhau tùy thuộc vào đối tượng nghiên cứu, lĩnh vực nghiên cứu và việc tìm hiểu chất lượng dịch vụ là cơ sở cho việc thực hiện các biện pháp cải thiện chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp nói chung. Vì vậy, việc định nghĩa chất lượng dịch vụ không chỉ quan trọng trong việc xây dựng mục tiêu phát triển mà còn định hướng cho doanh nghiệp phát huy được thế mạnh của mình một cách tốt nhất. Nhưng xét một cách tổng thể, chất lượng dịch vụ là mức phù hợp của sản phẩm dịch vụ thỏa mãn các yêu cầu đề ra hoặc định trước của người mua.

Chất lượng dịch vụ tạo nên sự triu tượng khó nắm bắt bởi các đặc tính riêng của dịch vụ, sự tiếp cận chất lượng được tạo ra trong quá trình cung cấp dịch vụ, thường xảy ra trong sự gặp gỡ giữa nhân viên với khách hàng. Thông thường có ba mức cảm nhận về chất lượng dịch vụ:

- Chất lượng dịch vụ tốt: Dịch vụ cung cấp vượt quá sự trông đợi của khách hàng đối với dịch vụ.
- Chất lượng dịch vụ thỏa mãn: Dịch vụ cảm nhận phù hợp với mức trông đợi của khách hàng.
- Chất lượng dịch vụ kém: Dịch vụ cảm nhận dưới mức mong đợi của khách hàng đối với dịch vụ.

#### **d) Mô hình chất lượng dịch vụ**

Chất lượng dịch vụ được xem như khoảng cách giữa mong đợi về dịch vụ và nhận thức của khách hàng khi sử dụng dịch vụ (*Theo Parasurman, Zeithaml and Berry, 1985- 1988*). Parasuraman đã xây dựng mô hình chất lượng dịch vụ với 5 thành phần tạo nên sự khác biệt về dịch vụ như sau:

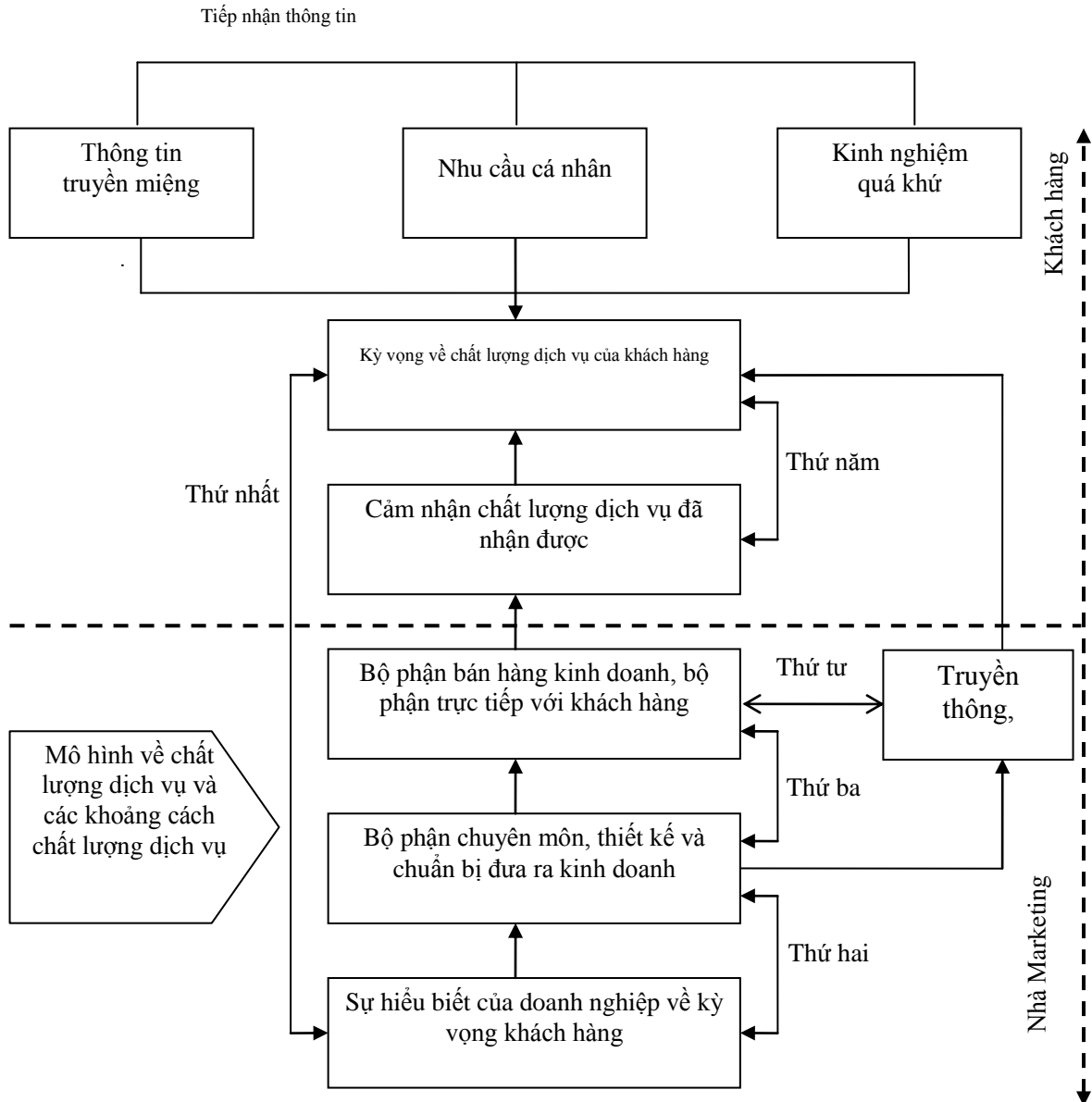
- *Thứ nhất:* Khác biệt giữa mong đợi của khách hàng và nhận thức của nhà quản lý về mong đợi của khách hàng, chúng tạo nên hạn chế khả năng cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp vì không nắm bắt được hết nhu cầu của khách hàng. Để giảm sự khác biệt này, doanh nghiệp cần tăng cường nghiên cứu thị trường, tăng cường tiếp xúc với khách hàng.

- *Thứ hai:* Khác biệt giữa nhận thức của doanh nghiệp về sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của bộ phận chuyên môn, nhà thiết kế sản phẩm, dịch vụ. Khác biệt này xuất phát từ nhà quản lý truyền đạt sai hoặc không truyền đạt được kỳ vọng của khách hàng thành quy trình, quy cách chất lượng để có thể thực hiện và kiểm tra được, chúng phát sinh trong quá trình triển khai thực hiện các mục tiêu chất lượng của doanh nghiệp.

- *Thứ ba:* Khác biệt giữa chuẩn chất lượng dịch vụ và dịch vụ thực tế cung cấp tới khách hàng do nhân viên làm việc không đúng quy trình hoặc các điều kiện để phục vụ (nhân lực, hạ tầng công nghệ) không đáp ứng được yêu cầu của dịch vụ khách hàng.

- *Thứ tư:* Sự khác biệt giữa thực tế phân phối, cung ứng sản phẩm dịch vụ và thông tin cho khách hàng về sản phẩm, dịch vụ đó thông qua các kênh truyền thông. Việc cung cấp thông tin không chính xác, không đầy đủ, ... sẽ làm mất lòng tin của khách hàng đối với Tổng Công ty.

- Thứ năm: Trên cơ sở của 4 khác biệt trên tạo nên sai lệch giữa dịch vụ nhận được và kỳ vọng của khách hàng trong chiến lược kinh doanh.



**Hình 1.1: Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman et al**

Mô hình tại hình 1.1 trên là mô hình tổng quát, mang tính chất lý thuyết về chất lượng dịch vụ.

Parasuraman et al. xây dựng thang đo dùng để đánh giá chất lượng trong lĩnh vực dịch vụ, theo ông bất kỳ dịch vụ nào chất lượng cũng được khách hàng cảm nhận dựa trên 5 thành phần sau:

- *Độ tin cậy*: thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ban đầu.

- *Khả năng đáp ứng*: thể hiện sự mong muốn và sẵn lòng của nhân viên phục vụ cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng

- *Các phương tiện hữu hình*: trang phục, ngoại hình của nhân viên và trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ.

- *Năng lực phục vụ*: thể hiện ở tính chuyên nghiệp của nhân viên phục vụ.

- *Sự cảm thông*: thể hiện sự quan tâm của nhân viên với khách hàng

Mô hình này cũng khẳng định sự không ổn định của chất lượng dịch vụ là do các thành phần của chất lượng dịch vụ thay đổi theo bối cảnh, loại dịch vụ và môi trường khác nhau sẽ tạo ra chất lượng dịch vụ khác nhau. Đó là những đặc trưng cơ bản nhất về chất lượng dịch vụ và các tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ nói chung.

### **1.2.1. Mối liên hệ giữa chất lượng dịch vụ cung cấp điện và sự hài lòng của khách hàng**

Thông thường để đánh giá chất lượng dịch vụ cung cấp điện qua các tiêu chí sau: mức độ tin cậy cung cấp điện, thái độ nhiệt tình, tính đảm bảo, tính hữu hình và sự cảm thông.

***Mức độ tin cậy cung cấp điện***: Là khả năng cung cấp dịch vụ điện ổn định, liên tục điện năng cho hộ tiêu thụ, với chất lượng điện năng (điện áp và tần số) luôn đảm bảo đúng quy định. Chúng phản ánh tính nhất quán và mức độ đáng tin nhiệm về dịch vụ của một đơn vị cung cấp.

***Thái độ nhiệt tình***: Thái độ nhiệt tình phản ánh mức độ thực hiện lời hứa phục vụ của doanh nghiệp, đề cập đến ý nguyện và tính tự giác phục vụ của nhân viên ngành điện. Có khi khách hàng sẽ gặp phải tình huống nhân viên phục vụ coi nhẹ yêu cầu của khách hàng, điều này sẽ



tạo ra tình huống không nhận được sự hưởng ứng của khách hàng. Để khách hàng chờ đợi, đặc biệt là chờ đợi không có lý do, sẽ tạo nên ảnh hưởng tiêu cực đối với cảm giác về chất lượng dịch vụ cung cấp.

**Tính bảo đảm:** Tính bảo đảm chỉ năng lực của doanh nghiệp, sự lịch sự đối với khách hàng và tính an toàn khi vận hành kinh doanh. Năng lực chỉ trí thức và kỹ thuật được thể hiện trong dịch vụ của doanh nghiệp. Lịch sự chỉ thái độ đối đãi, ứng xử của nhân viên phục vụ với khách hàng và tài sản của khách hàng. An toàn là yếu tố quan trọng trong tính bảo đảm, an toàn phản ánh yêu cầu tâm lý không muốn mạo hiểm và nghi ngờ của khách hàng.

**Sự thông cảm:** Đó là đặt mình vào địa vị của khách hàng và nghĩ theo họ, quan tâm, chú ý đặc biệt đến khách hàng. Doanh nghiệp có tính di tình cần hiểu rõ yêu cầu khách hàng, đồng thời có thể cung cấp sự phục vụ cần thiết cho khách hàng.

**Tính hữu hình:** Dịch vụ là yếu tố vô hình, cho nên khách hàng ở mức độ nào đây sẽ dựa vào yếu tố hữu hình là môi trường phục vụ, trong đó bao gồm cơ cấu, thiết bị, ngoại hình của nhân viên phục vụ và tài liệu trao đổi để đưa ra đánh giá phán đoán. Môi trường hữu hình là biểu hiện hữu hình đòi hỏi nhân viên phục vụ tiến hành chăm sóc và quan tâm chu đáo đối với khách hàng. Nếu khoảng cách giữa mong muốn và cảm nhận của khách hàng càng nhỏ thì mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp càng lớn và ngược lại.

Vì vậy, khi nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ cung cấp điện là việc làm rất cần thiết mà việc giúp họ cảm thấy hoàn toàn hài lòng lại quan trọng hơn nhiều. Khi hình thành thị trường điện hoàn hảo, đối với những khách hàng hài lòng thụ động, họ có thể rời bỏ nhà cung cấp sản phẩm - dịch vụ bất cứ lúc nào trong khi nhóm khách hàng cảm nhận “hoàn toàn hài lòng” thì sẽ là những

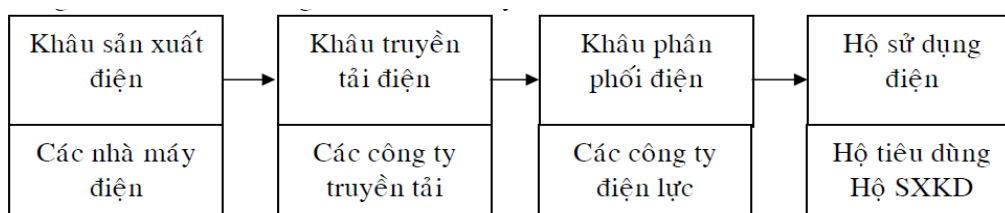
khách hàng trung thành.

### 1.2.2. Đặc điểm thị trường dịch vụ điện

<i>Đặc điểm của dịch vụ</i>	<i>Đặc điểm của hàng hóa</i>	<i>Hàm ý đối với dịch vụ cung cấp điện</i>
Vô hình	Hữu hình	Dịch vụ không lưu kho được. Dịch vụ không được trưng bày sẵn.
Không đồng nhất	Được tiêu chuẩn hóa	Chất lượng dịch vụ cung ứng và sự thỏa mãn của khách hàng tùy thuộc vào hành động của nhân viên. Chất lượng dịch vụ tùy thuộc vào nhiều yếu tố không kiểm soát trước được. Không đảm bảo 100% dịch vụ cung ứng đến khách hàng khớp với những gì đã cam kết hoặc lên kế hoạch và quảng bá
Đồng thời vừa sản xuất vừa tiêu thụ	Quá trình sản xuất tách rời quá trình tiêu thụ	Tác động đến tiến trình giao tiếp giữa nhân viên với khách hàng dẫn đến ảnh hưởng đến kết quả của dịch vụ. Dễ tạo thành làn sóng khách hàng này gây ảnh hưởng đến khách hàng khác. Rất khó để sản xuất đại trà.

Bảng 1.1 đặc điểm thị trường dịch vụ điện

Quá trình sản xuất kinh doanh điện năng gồm 3 giai đoạn chủ yếu có liên quan mật thiết với nhau. Đó là giai đoạn sản xuất điện, truyền tải điện (chuyển điện năng từ các nhà máy điện đến nơi tiêu thụ) và phân phối điện (nhận điện từ trạm truyền tải điện đến cung cấp cho các hộ sử dụng điện). Quá trình sản xuất kinh doanh điện năng có thể tóm tắt trong hình 1.2 sau đây:



Hình 1.2 Quá trình sản xuất kinh doanh điện năng (nguồn EVN)

Dịch vụ điện có những đặc điểm, đặc thù khác với những hình thức dịch vụ khách hàng khác trên thị trường, do đặc thù của sản phẩm và của ngành, cụ thể như sau:

*Thứ nhất:* Sản phẩm điện là một loại hàng hóa rất đặc thù, là động lực thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh, đời sống kinh tế - xã hội và

thu hút đầu tư nước ngoài. Việc đầu tư nhà máy điện và lưới điện, sản xuất điện năng và đưa điện năng vào sử dụng trong sản xuất và đời sống được thông qua hoạt động điện lực; điện là sản phẩm không thể cất trữ được như những sản phẩm khác; Sản phẩm điện có tính chất vô hình nó không nhìn thấy được, thông qua việc dùng điện kế đo đếm để tính toán lượng điện năng tiêu thụ.

*Thứ hai:* hoạt động mua bán điện được gọi là hoạt động điện lực, được quy định tại Điều 1 và Điều 2 của Luật Điện lực, chúng điều chỉnh những vấn đề về quy hoạch và đầu tư phát triển điện lực; tiết kiệm điện; thị trường điện lực; quyền và nghĩa vụ của các tổ chức, cá nhân hoạt động điện lực và sử dụng điện; bảo vệ trang thiết bị điện, công trình điện lực và an toàn điện. Luật được áp dụng đối với mọi tổ chức, cá nhân hoạt động điện lực, sử dụng điện hoặc có các hoạt động khác liên quan đến điện lực trên lãnh thổ Việt Nam.

*Thứ ba:* dịch vụ cung cấp điện mang tính độc quyền tự nhiên cao và hiện nay đang chuyển dịch sang cơ cấu thị trường hàng hoá mang tính cạnh tranh hơn cụ thể: từ ngày thành lập điện lực cho đến nay, thị trường điện lực của chúng ta là thị trường độc quyền, các khâu: sản xuất điện - truyền tải điện - phân phối điện và kinh doanh điện năng đều do ngành điện quản lý; chưa xuất hiện quá trình cạnh tranh trong quan hệ mua bán điện; người sử dụng điện chưa được lựa chọn người bán điện, giữa những người sản xuất điện năng cũng chưa có sự cạnh tranh với nhau trong khâu sản xuất và bán điện cho người mua, các dịch vụ điện cho người dân và doanh nghiệp chưa được quan tâm cải tiến phù hợp.

Nền kinh tế thị trường, vấn đề cạnh tranh trong kinh doanh điện năng là xu thế tất yếu của tất cả các quốc gia. Tuy nhiên hầu hết các nước trên thế giới, Chính phủ vẫn nắm giữ khâu truyền tải điện, khi đó các nhà kinh doanh điện muốn kinh doanh phân phối điện năng phải thuê truyền tải điện từ các nhà máy (nơi sản xuất) về đến khu vực tiêu

thụ điện và phải chi trả một khoản phí truyền tải theo định mức được nhà nước quy định. Hiện nay nhà nước ta đang từng bước để thị trường hóa lĩnh vực điện và hướng đến mô hình hoàn chỉnh từ năm 2022.

*Thứ tư:* Giá điện hiện nay đều do Chính phủ quy định và thống nhất điều tiết để đảm bảo hài hòa cho nền kinh tế phát triển. Vì vậy giá điện thường phụ thuộc vào sản lượng tiêu thụ và nhóm đối tượng khách hàng sẽ có những mức giá khác nhau, việc điều chỉnh giá điện đều phải căn cứ vào các yếu tố biến động tỷ giá, giá nguyên liệu đầu vào (than, khí, dầu...) để cơ quan có thẩm quyền ban hành khung giá.

*Thứ năm:* Thông qua các loại hình dịch vụ điện

- Dịch vụ điện chỉ hoạt động đơn thuần cung cấp điện từ nơi sản xuất đến người sử dụng điện sao cho đảm bảo cung cấp điện liên tục, ổn định với mức giá thấp nhất. Theo quan điểm này khái niệm về dịch vụ điện rất hạn chế, người sử dụng điện không được quyền sử dụng điện theo nhu cầu mà phải tuân thủ theo một khuôn khổ nhất định và dịch vụ ở đây mang đặc tính là trách nhiệm của đơn vị cung ứng điện đối với xã hội và người tiêu dùng cũng phải thực hiện trách nhiệm đối với ngành điện và đối với xã hội, đây là thời kỳ nước ta thiếu nguồn cung ứng điện, hệ thống lưới điện cũ và không đủ cung ứng cho nhu cầu tiêu dùng của người dân và xã hội, chất lượng và quy trình vận hành hệ thống điện không ổn định thường xuyên xảy ra hiện tượng mất điện đột xuất... do đó người sử dụng điện chưa thật sự nhận được quyền lợi của mình.

- Công ty điện lực phải thực hiện song song hai nhiệm vụ đó là nhiệm vụ chính trị, kinh tế - xã hội, đảm bảo an sinh xã hội, luôn cung ứng điện ở mức cao nhất trong khả năng để đáp ứng nhu cầu cho toàn xã hội... và nhiệm vụ thứ hai là đảm bảo nguồn điện cho người tiêu dùng điện, mang lại hiệu quả kinh tế, sử dụng hiệu quả nguồn vốn đầu tư cho hệ thống lưới điện, từng bước chuyển dần sang cơ chế thị trường, ở góc

độ này người sử dụng điện chính là người tiêu dùng, họ được tiêu dùng không giới hạn theo khả năng chi trả, họ được hưởng các dịch vụ điện cụ thể như dịch vụ: cung ứng điện an toàn, liên tục, chất lượng, các dịch vụ tiện ích khác như thu tiền điện, khách hàng tùy theo điều kiện có thể trả tiền điện qua ngân hàng, thu trực tiếp tại nhà, đóng tiền điện tại các điểm thu tiền điện hoặc tại trụ sở đơn vị điện lực, hoặc thanh toán qua thẻ... đồng thời được thông báo trước những trường hợp xảy ra mất điện để kịp thời điều chỉnh kế hoạch sản xuất kinh doanh, nhằm giảm thiệt hại về vật chất do mất điện đột xuất, được hưởng các chính sách xã hội về giá điện như giá điện thấp dành cho công nhân, sinh viên người nghèo có thu nhập thấp, chính sách về giá điện giờ thấp điểm ...

Tác giả tiếp cận theo quan điểm thứ hai nghĩa là phân tích thực trạng các hoạt động dịch vụ khách hàng trong các lĩnh vực liên quan đến tiêu dùng và sử dụng điện tại địa bàn Thành phố Hà Nội, tập trung phân tích, đánh giá đo lường sự hài lòng của khách hàng, qua đó kiến nghị các giải pháp nâng cao công tác quản lý chất lượng dịch vụ điện của Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội, bao gồm các hoạt động dịch vụ chủ yếu liên quan đến việc cung ứng điện cho khách hàng, nhằm khắc phục những nhược điểm cơ bản của thị trường điện lực độc quyền, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh và không đáp ứng được yêu cầu phát triển trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Tại Việt Nam, Tập đoàn Điện lực Việt Nam chịu trách nhiệm quản lý điều hành trong toàn bộ quá trình sản xuất kinh doanh điện năng: sản xuất đồng thời truyền tải và phân phối do đó Ngành điện có những đặc điểm đặc thù như sau:

- ✓ Ngành điện là ngành có nguồn gốc độc quyền.

Nguồn gốc độc quyền của ngành điện xuất phát từ các lý do sau đây:

- Để đảm bảo vấn đề an ninh hệ thống năng lượng quốc gia nên

hầu hết các nước trên thế giới đều kiểm soát và quản lý hệ thống điện truyền tải (hệ thống lưới điện từ các nhà máy sản xuất điện dẫn đến các khu vực tiêu dùng). Tại Việt Nam, việc truyền tải và phân phối điện cũng do nhà nước quản lý.

- Trong khâu kinh doanh điện năng hiện nay tại Việt Nam chưa có đối thủ cạnh tranh để cùng bán sản phẩm điện năng cho cùng một đối tượng khách hàng vì khó có thể xây dựng được thêm một mạng lưới điện phân phối song song với mạng lưới điện hiện hữu để phân phối điện cho khách hàng.

- Với sự phát triển của nền kinh tế thị trường, việc cạnh tranh trong kinh doanh điện năng là xu thế của các quốc gia trên thế giới. Việc kéo dài tình trạng độc quyền của ngành điện hiện nay sẽ dẫn đến thị trường điện thiếu sự cạnh tranh lành mạnh, dịch vụ cung cấp điện chưa được chú trọng cải tiến cũng như sự hài lòng khách hàng chưa được quan tâm đúng mức, từ đó ảnh hưởng đến quyền lợi của người tiêu dùng. Từ sự cần thiết tạo ra cạnh tranh trong lĩnh vực phân phối điện, hiện nay Chính phủ đã xây dựng lộ trình xóa bỏ dần thế độc quyền của ngành điện, do đó thị trường phát điện cạnh tranh đã được vận hành ngay từ năm 2014, thị trường bán buôn điện cạnh tranh sẽ từ năm 2015 và thị trường bán lẻ điện cạnh tranh sẽ thực hiện sau năm 2022. Nhà nước chỉ nắm độc quyền hệ thống truyền tải, còn các mảng kinh doanh khác thì tạo điều kiện để các thành phần kinh tế tham gia, trong môi trường cạnh tranh công bằng, minh bạch do nhà nước quản lý, đảm bảo chất lượng và giá cả hợp lý - được xác định dựa vào cung cầu.

- Ngành điện chịu sự chi phối của chính phủ: Đặc thù của ngành là xây dựng cơ sở hạ tầng để thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, đòi hỏi chi phí đầu tư cao, đầu tư phân bổ trên diện rộng. Hơn nữa, do tầm quan trọng của ngành nên vai trò điều tiết, quản lý của nhà nước là hết

sức cần thiết, không phải vì mục tiêu kinh tế của riêng ngành điện mà nhằm hướng tới các mục tiêu phát triển bền vững nền kinh tế nói chung. Do đó, giá điện phụ thuộc vào quy định của Chính phủ, dựa theo sản lượng tiêu thụ và nhóm đối tượng khách hàng, các Công ty điện lực chỉ thoả thuận ký hợp đồng mua bán điện với khách hàng về sản lượng và phương thức cung cấp điện theo quy định.

Việc xác định vùng, địa phương để đầu tư lưới điện cũng chịu sự quản lý của nhà nước, với mục tiêu phát triển đồng đều giữa các vùng, để ngành điện là động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành khác trong xã hội.

- Ngành điện hoạt động với trách nhiệm và đạo đức kinh doanh cao, như: Quan tâm đến vấn đề an toàn điện trong xã hội, bên cạnh việc kinh doanh điện năng, ngành điện luôn tuyên truyền quy định sử dụng điện an toàn và hạn chế xảy ra tai nạn do điện; hướng dẫn khách hàng cách sử dụng điện một cách tiết kiệm, hiệu quả.

Không chỉ quan tâm đến việc tối đa hoá lợi nhuận, trên cơ sở kinh doanh tốt, hiệu quả giải quyết vấn đề an ninh năng lượng quốc gia. Ngành điện phải đáp ứng đủ nguồn cung cấp cho nhu cầu của xã hội, đặc biệt là trong những thời kỳ nguồn điện khan hiếm. Trong những tình huống cụ thể, công ty điện lực phải mua điện của các khách hàng có máy phát điện với giá cao để bán lại cho khách hàng với giá thấp hơn theo giá quy định của chính phủ. Nếu chỉ xét đến lợi nhuận hoặc lợi ích cục bộ thì cách giải quyết trên không phải là tối ưu.

✓ Khu vực quản lý rộng và số lượng khách hàng lớn.

- Do đặc điểm của ngành có số lượng khách hàng lớn với địa bàn quản lý rộng nên Công ty Điện lực phải phân chia khu vực cụ thể để kinh doanh và phân phối điện cho khách hàng. Tập đoàn Điện lực Việt Nam hiện có 05 Tổng Công ty thực hiện việc kinh doanh và phân phối điện theo từng khu vực, đó là: Tổng Công ty Điện lực

Miền Bắc (NPC), Tổng Công ty Điện lực Hà Nội, Tổng Công ty Điện lực Miền Trung, Tổng Công ty Điện lực Miền Nam và Tổng Công ty Điện lực TP.HCM.

- Việc quản lý phân chia theo khu vực dễ dẫn đến xu hướng tạo ra sự khác biệt trong mức độ hài lòng của khách hàng do tác động của nhiều yếu tố: Năng lực phục vụ, cơ sở hạ tầng, văn hóa vùng miền .... Nhưng ngành điện đang nỗ lực để xóa bỏ sự khác biệt này thông qua việc đầu tư cơ sở hạ tầng đồng bộ, đưa ra các chủ trương, chính sách phục vụ khách hàng, quy trình thủ tục, hướng dẫn thực hiện một cách nhất quán, thống nhất giữa các công ty điện lực và có bộ phận giám sát thực hiện để hạn chế tối thiểu sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa các khu vực.

✓ Tình trạng thiếu điện một cách tự nhiên.

- Ngành điện phụ thuộc nhiều vào các nguồn tài nguyên thiên nhiên hữu hạn như: nước, than, dầu, khí ga. Chính vì sự phụ thuộc lớn vào các nguồn tài nguyên hữu hạn này nên nguồn cung điện của chúng ta chưa thật sự phong phú dẫn đến xảy ra tình trạng thiếu điện một cách tự nhiên và chưa hoàn toàn chủ động về nguồn điện. Mặt khác, trong môi trường mùa khô với nhu cầu về điện cao hơn cho việc sử dụng các thiết bị làm mát (quạt, điều hòa không khí,...), làm cho việc thiếu điện trở nên trầm trọng hơn.

- Ngoài ra, khả năng thu hút vốn đầu tư cho ngành điện không cao do đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn, giá điện theo quản lý của nhà nước (chưa theo cơ chế thị trường),... nên rất ít doanh nghiệp trong nước và quốc tế đầu tư vốn vào ngành điện để xây dựng phát triển nguồn và lưới điện, dẫn đến việc thiếu nguồn cung cấp điện cũng như hệ thống lưới điện bị xuống cấp trong tương lai là lẽ đương nhiên.

- Trong những năm vừa qua, tốc độ tăng trưởng tiêu thụ điện của Việt Nam ngày càng cao, đặt ra bài toán cho ngành điện cần có



một chiến lược lâu dài ổn định để đảm bảo đầy đủ nguồn cung cấp điện, song song với việc nâng cao hiệu quả sử dụng điện năng, giảm thiểu tác hại đến môi trường.

- Những đặc điểm trong hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành điện đã quyết định những chính sách kinh doanh của nội bộ ngành, đồng thời là cơ sở để chính phủ có những quy định và tác động chi phối hoạt động của ngành điện, để ngành điện luôn phải đi trước một bước là động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế khác trong xã hội.

**+ Phân loại các dịch vụ cung cấp điện:**

Dịch vụ điện được thực hiện để cung cấp điện cho khách hàng

*Theo đối tượng phục vụ:* khách hàng chưa có điện có nhu cầu sử dụng cần lắp đặt nguồn điện mới hoặc các khách hàng cần tách hộ sử dụng điện chung và thay đổi công suất sử dụng điện theo nhu cầu thực tế.

*Theo mục đích sử dụng điện:* gồm việc sử dụng điện cho sinh hoạt gia đình, cho sản xuất kinh doanh, cho dịch vụ, thương mại, cho các đơn vị hành chính sự nghiệp, bệnh viện, trường học, cho chiếu sáng công cộng, cho nông lâm ngư nghiệp.

*Theo cấp điện áp sử dụng:* Dưới 6KV, Từ 6 KV đến dưới 22 KV, Từ 22 KV đến dưới 110 KV.

*Theo đối tượng giá sử dụng điện:* Tùy thuộc vào mục đích, nhu cầu sử dụng điện để áp dụng các loại giá điện khác nhau cụ thể như giá: bán điện cho các ngành sản xuất bình thường, giá bán điện sản xuất đặc thù (như hệ thống chiếu sáng công cộng, thủy nông, tưới tiêu), giá bán điện cơ quan hành chính sự nghiệp, giá bán điện sinh hoạt, giá bán buôn, kinh doanh dịch vụ. Ngoài ra còn theo mã giờ: giờ bình thường, giờ cao điểm, giờ thấp điểm, không theo thời gian.

*Dịch vụ trong quá trình sử dụng điện:* là các hoạt động sử dụng

điện như việc hướng dẫn người dân sử dụng điện an toàn, tiết kiệm hiệu quả, hướng dẫn xử lý trong các trường hợp mất điện do sự cố, ...

### **1.2.3. Nội dung quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện**

**Điện năng:** là năng lượng dòng điện dùng cho sản xuất nông nghiệp, công nghiệp, khoa học đời sống, sinh hoạt của nhân dân,...dịch vụ khách hàng sử dụng điện sinh hoạt (gọi tắt là dịch vụ khách hàng) là một loại hình dịch vụ, không những làm thỏa mãn nhu cầu năng lượng cơ bản của mọi tầng lớp dân cư, mà còn là một động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Điện sinh hoạt được xem như là một nhu cầu thiết yếu đối với đời sống nhân dân và đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia.

Bản chất của dịch vụ cung cấp điện được xem xét quá trình vận động của công tác quản lý dịch vụ cung cấp điện, cụ thể như sau:

- Truyền tải điện năng từ lưới điện phân phối qua công tơ đến thiết bị, dụng cụ của người tiêu dùng; giai đoạn này cả người mua và bán cùng thực hiện các nội dung như: làm thủ tục cấp điện; lắp đặt thiết bị để người bán cấp cho người mua; ký kết hợp đồng mua bán điện sinh hoạt; đấu nối; đóng điện để đưa điện năng đến các thiết bị, dụng cụ sinh hoạt của người tiêu dùng từ đó điện sinh năng lượng phục vụ lợi ích sinh hoạt hàng ngày của người tiêu dùng.

- Đảm bảo cho sự truyền tải điện ổn định: Bên bán điện phải thường xuyên kiểm tra, sửa chữa, nâng cấp để đảm bảo lưới điện phân phối và thiết bị đo đếm điện năng hoạt động ổn định; vận hành lưới điện phân phối và thiết bị đo đếm điện năng theo quy trình kỹ thuật điện; kiểm tra sử dụng điện; tư vấn kỹ thuật, chăm sóc khách hàng sử dụng điện an toàn.

- Thông qua sản lượng điện đã tiêu dùng giữa hai bên: là các hoạt động của bên bán, nhằm làm rõ và cung cấp số liệu cho bên mua về sản lượng điện mà bên mua đã sử dụng.

- Thanh toán tiền điện sinh hoạt: Là các hoạt động mà người bán phát hành hóa đơn thu tiền và người mua thực hiện trả tiền điện.

- Chăm sóc khách hàng, công khai chính sách giá bán điện của chính phủ, tuyên truyền chương trình sử dụng điện an toàn, tiết kiệm của chính phủ theo từng thời kỳ; là mặt hàng năng lượng thiết yếu của mọi nhà và độc quyền nhà nước, nên ngoài việc bên cung cấp dịch vụ phải có tinh thần phục vụ cộng đồng rất cao, bên bán còn phải có các hoạt động nhằm cung cấp thông tin về giá bán điện tuyên truyền và hướng dẫn tiết kiệm điện, tư vấn kỹ thuật, chăm sóc khách hàng cho các hộ sử dụng điện theo quy định của pháp luật về điện lực.

Như vậy, ở nước ta dịch vụ điện vừa mang những đặc điểm và nội dung của dịch vụ vừa bao hàm cả hoạt động thương mại bán lẻ, đồng thời bị ràng buộc bởi nhiều quy định của luật điện lực và mang tính phục vụ lợi ích cộng đồng rất cao. Điều này thể hiện rõ nét nhất ở chỗ: Khu vực nông thôn và miền núi, hải đảo và vùng sâu, vùng xa luôn luôn được Đảng và Chính phủ ưu tiên đầu tư lưới điện quốc gia đến từng thôn bản, đến từng hộ gia đình; đồng thời Chính phủ đưa ra khung giá bán lẻ điện sinh hoạt thống nhất cả nước, không phân biệt chi phí đầu tư lưới điện hay sản lượng bán điện nhiều hay ít giữa đô thị và nông thôn, miền núi và hải đảo.

#### **+ Quan niệm về chất lượng dịch vụ điện:**

*Chất lượng điện (điện áp, tần số) và độ ổn định trong cấp điện (mức độ, tần suất mất điện):* Chỉ tiêu này là tiêu chí đánh giá quan trọng đối với dịch vụ điện sinh hoạt. Đây là khó khăn, thách thức vô cùng lớn đối với ngành điện lực Việt Nam.

- *Chất lượng dịch vụ khách hàng sử dụng điện mang tính xã hội hoá cao:* Do điện là mặt hàng năng lượng căn bản, thiết yếu, luôn có ảnh hưởng đến an ninh, chính trị và kinh tế - xã hội, nên dịch vụ điện sinh hoạt có đặc trưng riêng khác với SXKD các sản phẩm,

dịch vụ khác. Cụ thể là: Dịch vụ điện sinh hoạt vừa vì mục tiêu lợi nhuận, vừa mang nhiệm vụ phục vụ cộng đồng, nhằm đảm bảo ổn định an ninh, chính trị - xã hội. Vì vậy, chất lượng dịch vụ điện sinh hoạt luôn được mọi tầng lớp dân cư quan tâm và tất cả những hạn chế, sai sót của bên cung cấp dịch vụ từ chất lượng phục vụ, đến chất lượng điện năng đều để lại những tác động tiêu cực đến hình ảnh của ngành điện trong lĩnh vực kinh doanh phân phối điện.

*Chất lượng dịch vụ điện chịu nhiều ảnh hưởng của pháp luật hơn các dịch vụ khác:* Do đặc thù hệ thống lưới điện là có liên kết với nhau từ nguồn điện (các nhà máy phát điện), đến lưới điện truyền tải (điện cao thế), đến lưới điện phân phối (điện trung thế và hạ thế) theo khu vực hoặc rộng lớn hơn là lãnh thổ quốc gia. Do đó, muốn đảm bảo an ninh năng lượng điện thì việc quản lý điều hành, điều tiết hệ thống điện, đặc biệt là hệ thống truyền tải điện phải có sự can thiệp của nhà nước bằng các công cụ điều chỉnh pháp luật và thông qua việc ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến nhất. Như vậy hoạt động điện lực thường ít nhiều có mang tính pháp lệnh. Hiện nay, khâu mua-bán, truyền tải - phân phối điện là kinh doanh độc quyền nhà nước. Do đó có rất nhiều ý kiến khác nhau về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện sinh hoạt, trong đó phần đông không ủng hộ ngành điện bởi vì quan niệm là dù tốt, dù xấu, dù rẻ, dù đắt thì vẫn phải sử dụng.

Bất kỳ vùng dân cư nào, thì việc cung ứng điện năng đều là tiêu chí đánh giá quan trọng trong việc bảo đảm đời sống nhân dân, do đó quan niệm về quản lý chất lượng dịch vụ điện sinh hoạt có những điểm khác so với quan niệm về chất lượng dịch vụ, sản phẩm hàng hóa, dịch vụ khác. Có thể hiểu quản lý chất lượng dịch vụ điện sinh hoạt chính là làm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu năng lượng điện cho sinh hoạt của các tầng lớp nhân dân với tiêu chí: phải luôn đảm bảo ổn định an ninh, chính trị, phát triển kinh tế - xã hội, tiết kiệm chi phí đầu tư, bảo đảm sự tồn tại

và phát triển bền vững của doanh nghiệp phân phối điện.

**+ Các chỉ tiêu đánh giá về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện:**

*Mức độ thuận tiện của các thủ tục cấp điện, ngừng cấp điện:*

Phải đơn giản, thuận tiện, nhanh chóng, công khai, minh bạch trong việc đáp ứng yêu cầu của mọi tầng lớp nhân dân, nhưng vẫn bảo đảm các quy định của pháp luật và an toàn điện lực. Thông thường, trình độ nhận thức của mỗi người dân là khác nhau và dịch vụ điện sinh hoạt là dịch vụ phục vụ cho mọi người dân đủ điều kiện. Do đó, việc đơn giản hóa các thủ tục nhưng vẫn đảm bảo tuân theo các quy định của pháp luật điện lực cũng như các quy định của ngành là rất quan trọng trong dịch vụ điện sinh hoạt. Do đó cần phải giải quyết nhanh chóng và chính xác các thủ tục theo quy định của pháp luật điện lực và Quy trình kinh doanh điện năng của EVN trong dịch vụ điện sinh hoạt cho mọi tầng lớp nhân dân, nhằm tạo dựng hình ảnh và uy tín của các doanh nghiệp phân phối điện nói riêng và của ngành điện nói chung.

*Chất lượng điện năng như:* Sự không ổn định của điện áp và tần số sẽ dẫn đến giảm tuổi thọ các thiết bị, dụng cụ tiêu thụ điện trong mọi gia đình.

*Thời gian ngừng cấp điện hay xử lý sự cố lưới điện:* Đây là chỉ tiêu khó đo lường, khó đoán trước và rất nhạy cảm, do điện sinh hoạt là nguồn năng lượng cung cấp cho phần lớn các thiết bị, dụng cụ trong mỗi gia đình, vậy nên trong quá trình sử dụng việc xảy ra sự cố là không thể tránh khỏi, cho dù là sự cố bất khả kháng hay do chủ quan của bên bán điện thì với cách nhìn nhận của khách hàng đều ảnh hưởng đến lòng tin của người sử dụng điện.

*Đảm bảo cung ứng điện tin cậy:*

+ Nguồn điện là nhân tố rất quan trọng, trong điều kiện nước ta đang thiếu nguồn điện như hiện nay, nên phần lớn các doanh nghiệp

kinh doanh phân phối điện trong cả nước đều phải cắt điện luân phiên để giảm tải, gây thiệt hại lớn cho toàn bộ nền kinh tế, thể hiện: Đối với doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện, chi phí cho việc đóng cắt điện, điều hành lưới điện tăng đột biến, doanh thu giảm; Đối với người sử dụng không đảm bảo ổn định nguồn điện sinh hoạt hàng ngày.

+ Hạn chế về tài sản lưới điện: không đủ vốn đầu tư dẫn đến lưới điện phân phối bị quá tải, làm tăng tổn thất điện năng, chất lượng điện năng (điện áp và tần số) không đảm bảo ổn định, điều này làm suy giảm khả năng cung ứng điện năng của các Công ty Điện lực.

*Giá bán điện và sự minh bạch của giá bán điện:* Điện năng là mặt hàng độc quyền tự nhiên nhà nước, giá điện do Chính phủ điều tiết và quy định, nên việc tính toán để xác định được giá điện sinh hoạt sao cho vừa đảm bảo cho các doanh nghiệp phân phối điện tồn tại và phát triển, vừa không gây khó khăn về mặt kinh tế cho mọi tầng lớp dân cư là vấn đề hết sức khó khăn.

*Độ chính xác của việc đo đếm sản lượng điện tiêu thụ:* là cơ sở để tính toán điện năng giao nhận, mua bán hàng tháng cho khách hàng, nên việc ghi chỉ số công tơ phải chính xác, công khai, minh bạch và thông báo cho khách hàng biết để theo dõi, tránh sai lệch chỉ số tiêu thụ điện gây ra khiếu kiện giữa khách hàng với ngành điện.

*Tính thuận tiện trong thanh toán:* đa dạng hóa hình thức thanh toán tiền điện hàng tháng để tạo thuận lợi cho khách hàng sử dụng điện.

*Thái độ phục vụ của nhân viên điện lực:* Do tâm lý vẫn bị chi phối bởi độc quyền nhà nước, nên mỗi cá nhân cán bộ, công nhân viên được giao nhiệm vụ giao tiếp với khách hàng luôn làm hài lòng mọi người trên cơ sở quy định.

*Thông tin và chăm sóc khách hàng:* Thiết lập các kênh để chăm sóc khách hàng thuận tiện nhất, thường xuyên cập nhật các hoạt động

nhằm cung cấp thông tin về giá bán điện tuyên truyền và hướng dẫn tiết kiệm điện, tư vấn kỹ thuật, chăm sóc khách hàng sử dụng điện

**+ Các yếu tố ảnh hưởng đến quản lý chất lượng dịch vụ điện:**

✓ ***Yếu tố khách quan:*** Đây là những yếu tố quan trọng, tác động mạnh tới chất lượng hoạt động dịch vụ điện, chủ yếu bao gồm:

- Các chủ trương chính sách của Nhà nước, như: huy động được nguồn vốn tài trợ từ nước ngoài, vốn tín dụng có bảo lãnh của nhà nước để đầu tư nâng cao chất lượng lưới điện, cải thiện chất lượng điện năng. Điện là mặt hàng nhà nước độc quyền, nên pháp luật về điện lực đảm bảo minh bạch, công bằng; và thông thoáng về: trình tự, thủ tục cấp điện, ngừng hoặc giảm cấp điện, giá bán điện, từ đó sẽ tạo hành lang pháp lý đảm bảo cho các doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện năng hoạt động hiệu quả và quyền lợi của người dân cũng được bảo vệ, đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các doanh nghiệp và nhân dân.

- Do sự tăng trưởng, phát triển kinh tế: khi nền kinh tế bị suy thoái, việc chi tiêu của người dân sẽ bị thắt chặt thu nợ tiền điện gặp khó khăn, kéo theo các doanh nghiệp kinh doanh điện năng bị hạn chế nguồn chi phí cho công tác quản lý vận hành, tái đầu tư cải tạo lưới điện, dẫn đến chất lượng dịch vụ điện sẽ bị ảnh hưởng xấu. Ngược lại, khi nền kinh tế phát triển mạnh thì mức tiêu dùng điện tăng nhanh và ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ điện tại doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện sẽ có xu hướng tăng lên, do đầu tư cho hệ thống nguồn và lưới điện không đáp ứng kịp.

- Môi trường tự nhiên: tác động mạnh tới độ bền, tuổi thọ của hệ thống lưới điện, cũng như chất lượng điện áp. Nếu điều kiện môi trường tự nhiên thuận lợi, không có thiên tai, bão lụt thì sẽ giảm sự cố hư hỏng tài sản lưới điện (đường dây và trạm biến áp) tạo thuận lợi cho các hoạt động SXKD của doanh nghiệp phân phối điện, từ đó góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp điện đảm bảo an toàn, liên tục. Nếu thời tiết

khí hậu càng khắc nghiệt thì nhu cầu về điện sinh hoạt trong nhân dân càng tăng do phải sử dụng nhiều thiết bị làm lạnh, làm mát, thiết bị sưởi ấm ... khiến tình trạng phụ tải tăng đột biến dẫn đến xảy ra sự cố, làm giảm hiệu quả kinh doanh và đặc biệt là uy tín của đơn vị cung cấp điện bị giảm sút.

- Môi trường pháp lý: đây là điều kiện để mọi hoạt động kinh doanh diễn ra phù hợp với quy luật kinh tế thị trường. Điện là mặt hàng năng lượng thiết yếu, chiến lược, nên chịu sự điều tiết của nhà nước thông qua các quy định của pháp luật. Do đó, để bảo đảm cho hoạt động của ngành điện nói chung và các doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện nói riêng phù hợp với các quy luật kinh tế thị trường, thì đòi hỏi môi trường pháp lý phải đồng bộ và hoàn thiện sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp điện.

- Nhận thức của người sử dụng điện: Hiện nay trong điều kiện nền kinh tế nước ta còn khó khăn, nguồn vốn để đầu tư xây dựng nguồn điện rất lớn và còn hạn chế, việc thiếu nguồn điện luôn thường trực thì nhận thức trong vấn đề sử dụng điện an toàn, tiết kiệm của mỗi người dân là nhân tố rất quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp tới phương thức quản lý, vận hành lưới điện và chất lượng dịch vụ điện tại mỗi địa bàn.

✓ ***Yếu tố chủ quan:*** Đây là những yếu tố thuộc về nội tại của doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện, gồm:

- Xây dựng chiến lược hoạt động SXKD của doanh nghiệp để sẵn sàng đáp ứng mọi nhu cầu về tăng trưởng điện năng qua từng thời kỳ, phù hợp với xu thế phát triển chung của nền kinh tế và nhu cầu tiêu dùng của người dân, bởi đây là nhân tố ảnh hưởng có tính quyết định tới uy tín và chất lượng dịch vụ. Nếu có chiến lược cụ thể, phù hợp thì sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn.

- Mô hình tổ chức: Xuất phát từ đối tượng khách hàng chính của doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện là các tầng lớp dân cư, phân bố



rộng khắp trên địa bàn thuộc phạm vi hoạt động của doanh nghiệp kinh doanh bán điện sinh hoạt, đặc biệt là ở các vùng sâu, vùng xa, cho nên việc thiết lập mô hình tổ chức hoạt động của doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện cũng phải thích ứng với điều kiện này để đáp ứng mọi nhu cầu về dịch vụ của người dân. Bộ máy tổ chức, quản lý đồng bộ, chặt chẽ, để có thể kiểm soát được mọi hoạt động của đơn vị nhằm tăng cường quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện.

- Cơ sở vật chất, hạ tầng: Nếu cơ sở vật chất được hoàn thiện, sẽ tạo điều kiện để phục vụ các nhu cầu về dịch vụ khách hàng tốt hơn. Nếu cơ sở vật chất, trang thiết bị không đủ, thì ngay bản thân việc thực hiện nhiệm vụ vận hành lưới điện an toàn cũng rất khó, chưa nói đến việc nâng cao chất lượng điện năng, nâng cao chất lượng dịch vụ điện, dẫn đến ảnh hưởng hiệu quả hoạt động SXKD và uy tín đối với khách hàng.

- Yếu tố con người: Đó là trình độ năng lực, phong cách làm việc, đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ CBCNV điện lực, họ chính là những đại sứ của ngành tiếp xúc trực tiếp với khách hàng cuối cùng trong chuỗi hoạt động của ngành điện. Do đó, đạo đức nghề nghiệp, trình độ chuyên môn, phong cách phục vụ của cán bộ, nhân viên có ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ điện sinh hoạt và hình ảnh của ngành điện.

Tóm lại, điện là mặt hàng độc quyền tự nhiên nhà nước, nên khó tránh khỏi các định kiến của khách hàng. Do đó, luôn phải cung cấp thông tin đầy đủ đến khách hàng nhằm tạo ra hình ảnh, trách nhiệm của đơn vị cung cấp dịch vụ điện lực với khách hàng là rất cần thiết, để giúp người dân hiểu và chia sẻ với những muôn vàn khó khăn trong quản lý vận hành lưới điện và kinh doanh bán điện.

## **Chương 2**

### **PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

#### **2.1. Phương pháp nghiên cứu**

Dùng dữ liệu là kết quả của những cuộc điều tra của EVNHANOI được lấy qua công tác thu thập thông tin từ khách hàng dựa trên các bảng câu hỏi và trả lời đã được thiết kế sẵn của EVNHANOI thực hiện (mẫu tại phụ lục 1) và các báo cáo của Tập đoàn Điện lực Việt Nam, Tổng công ty Điện lực TP. Hà Nội, Tạp chí Điện lực, trang thông tin của Tập đoàn Điện lực Việt Nam, báo cáo thường niên, báo cáo tổng kết hoạt động sản xuất kinh doanh; Bộ phận giao dịch khách hàng; Phòng tiếp nhận và giải đáp thông tin khách hàng, kết quả tham khảo thông tin khách hàng của EVNHANOI sau đó tập trung nghiên cứu phân tích, thống kê, tổng hợp và đề ra các giải pháp.

**2.1.1. Phương pháp phân tích thông tin:** Sắp xếp các tài liệu thứ cấp đã thu thập được từ thực tế, hệ thống hoá và tiến hành phân tích, tổng hợp, xử lý bằng phần mềm Microsoft Excel.

**2.1.2. Phương pháp thống kê mô tả:** Phương pháp thống kê mô tả số tuyệt đối, tương đối để xác định sự biến động của kinh tế xã hội trong một thời gian không gian nhất định để phân tích, đánh giá thực trạng tình hình hoạt động của dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn TP Hà Nội.

**2.1.3. Phương pháp so sánh:** Phương pháp so sánh chỉ áp dụng đối với các chỉ tiêu hoạt động dịch vụ có ý nghĩa so sánh nhằm phát hiện những nét nổi bật của hoạt động dịch vụ. Từ đó thấy được những ưu, khuyết điểm, khó khăn, thuận lợi làm cơ sở để đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng các hoạt động dịch vụ của ngành điện.

**2.1.4. Phương pháp chuyên gia:** Về thực chất, phương pháp chuyên gia là phương pháp dự báo mà kết quả là các thông số do các chuyên gia đưa ra. Trên cơ sở tham khảo phương pháp chuyên gia kết

hợp các nội dung phân tích có thể đưa ra được một số dự báo kết quả của các giải pháp đề xuất.

## **2.2. Nhóm chỉ tiêu phân tích đánh giá**

Tổng công ty đã tiến hành tổ chức điều tra đánh giá đối với khách hàng sử dụng điện trên 29 địa bàn quận/huyện/thị xã thuộc quản lý của EVN HN. Tiến hành khảo sát sử dụng bảng hỏi, phỏng vấn sâu tại 29 địa bàn quận/huyện/thị xã bằng phương pháp tổ chức phỏng vấn nhóm để thu thập thông tin định lượng và định tính về mức độ hài lòng của khách hàng sử dụng điện. Sau đó tiến hành phân tích đánh giá và đưa ra các khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, định hướng xây dựng hình ảnh EVN HN và nâng cao sự đồng thuận xã hội với các chính sách của EVN HN.

### **Nhóm yếu tố (chia thành 03 nhóm)**

- Nhận thức về chất lượng
  - Cung cấp điện
  - Thông tin liên lạc với khách hàng
  - Hóa đơn điện
  - Dịch vụ khách hàng
  - Hình ảnh kinh doanh
- Nhận thức về giá
  - Giá điện
- Nhóm yếu tố đánh giá kết quả
  - Đồng thuận xã hội

### **Chương 3**

## **THỰC TRẠNG QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

### **3.1. Giới thiệu về tình hình cung cấp điện ở Hà Nội**

#### **3.1.1. Sơ lược về quá trình hình thành và phát triển của Tổng công ty Điện lực TP Hà Nội (EVNHANOI).**

EVNHANOI tiền thân là Nhà máy đèn Bờ Hồ được khởi công xây dựng từ năm 1892. Năm 1960, nhà máy đèn Bờ Hồ được đổi tên thành Sở quản lý và phân phối điện khu vực I. Năm 1980, Sở quản lý và phân phối điện khu vực I được đổi tên thành Sở Điện lực Hà Nội. Trong thời gian này, Sở Điện lực Hà Nội được củng cố về tổ chức sản xuất, các trạm 110 kV tách khỏi Sở để thành lập Sở truyền tải. Phân xưởng Diezel tách ra, thành lập Nhà máy Diezel. Bộ phận đèn chiếu sáng công cộng tách ra trở thành Xí nghiệp đèn công cộng trực thuộc thành phố Hà Nội.

Năm 1995, Sở Điện lực Hà Nội được thành lập lại và được đổi tên thành Công ty Điện lực TP. Hà Nội, là Công ty Nhà nước; thành viên hạch toán độc lập trong Tập đoàn Điện lực Việt Nam.

Tháng 8 năm 2008, theo Nghị quyết của Quốc hội, Thủ đô Hà Nội được mở rộng trên cơ sở sáp nhập tỉnh Hà Tây, huyện Mê Linh - tỉnh Vĩnh Phúc và 4 xã thuộc huyện Lương Sơn - tỉnh Hoà Bình vào Thủ đô Hà Nội; Tập đoàn Điện lực Việt Nam có quyết định sáp nhập nguyên trạng hoạt động SXKD tại Điện lực Hà Tây, Chi nhánh điện Mê Linh và 4 xã huyện Lương Sơn thuộc Công ty Điện lực 1 vào Công ty Điện lực TP. Hà Nội.

Sau khi mở rộng, diện tích Thủ đô Hà Nội là 3.324,9 km<sup>2</sup>, bằng 0,97% so với cả nước, rộng hơn gấp 3 lần so với Hà Nội cũ; dân số gần 6,5 triệu người, chiếm 6,8% dân số cả nước; mật độ dân số 1.875 người/km<sup>2</sup>, đứng thứ hai trong cả nước. Thủ đô Hà Nội là một trong 17 Thủ đô có diện tích và dân số lớn nhất trên thế giới.

Từ năm 2010 đến nay, trước yêu cầu và nhiệm vụ của thời kỳ mới, thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước, Tổng công ty Điện lực Thành phố Hà Nội được thành lập theo quyết của Bộ Công thương, hoạt động theo mô hình Công ty mẹ - Công ty con và là đơn vị thành viên của Tập đoàn Điện lực Việt Nam.

Tổng công ty Điện lực TP. Hà Nội có chức năng, nhiệm vụ: Quản lý vận hành an toàn lưới điện cấp điện áp từ 110 kV trở xuống; cung cấp điện và kinh doanh điện năng trên phạm vi thành phố Hà Nội và một số ngành nghề kinh doanh khác theo quy định của pháp luật; chịu trách nhiệm trước Tập đoàn Điện lực Việt Nam về bảo toàn, phát triển vốn và các nguồn lực, tài sản được giao.

Ngành nghề kinh doanh của Tổng công ty hiện tại gồm:

- Phát điện, truyền tải điện, phân phối điện, bán buôn điện, bán lẻ điện;
- Thiết kế đường dây và trạm biến áp đến 110 kV;
- Giám sát lắp đặt thiết bị công trình, xây dựng hoàn thiện công trình điện dân dụng công nghiệp, đường dây tải điện và trạm biến áp;
- Lập đầu dự án đầu tư xây dựng công trình và quản lý dự án đầu tư xây dựng công trình;
- Xây lắp các công trình điện, xây dựng đường dây và trạm biến áp không giới hạn quy mô cấp điện áp;
- Dịch vụ tư vấn chuẩn bị, thực hiện, điều hành và quản lý dự án;
- Tư vấn và đầu tư xây dựng công trình;
- Tư vấn đầu tư (không bao gồm tư vấn pháp luật, tư vấn tài chính, kế toán, kiểm toán, thuế, chứng khoán);
- Thí nghiệm hiệu chỉnh thiết bị điện lực;
- Sản xuất và sửa chữa thiết bị điện;
- Xuất nhập khẩu hàng hoá Công ty kinh doanh;

### 3.1.2. Mô hình tổ chức và nguồn lực lao động

Trải qua quá trình hình thành phát triển Tổng công ty, những đặc điểm môi trường kinh doanh, thị trường và khách hàng tại Thủ đô. Mô hình tổ chức được hình thành phù hợp, đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh mang tính chuyên nghiệp, hiệu quả kinh doanh, đáp ứng nhu cầu của khách hàng, mô hình tổ chức tại Tổng công ty được thiết lập như sau:

➤ Cơ cấu tổ chức của Tổng công ty Điện lực TP. Hà Nội, gồm:

- Chủ tịch kiêm Tổng giám đốc;
- Kiểm soát viên trưởng;
- Các Phó Tổng giám đốc;
- Bộ máy tham mưu, gồm: 16 Ban chức năng;
- Các đơn vị sản xuất và phụ trợ sản xuất, gồm:

+ 29 Công ty Điện lực trực tiếp quản lý vận hành lưới điện và kinh doanh bán điện theo địa dư hành chính của các quận, huyện thuộc thành phố.

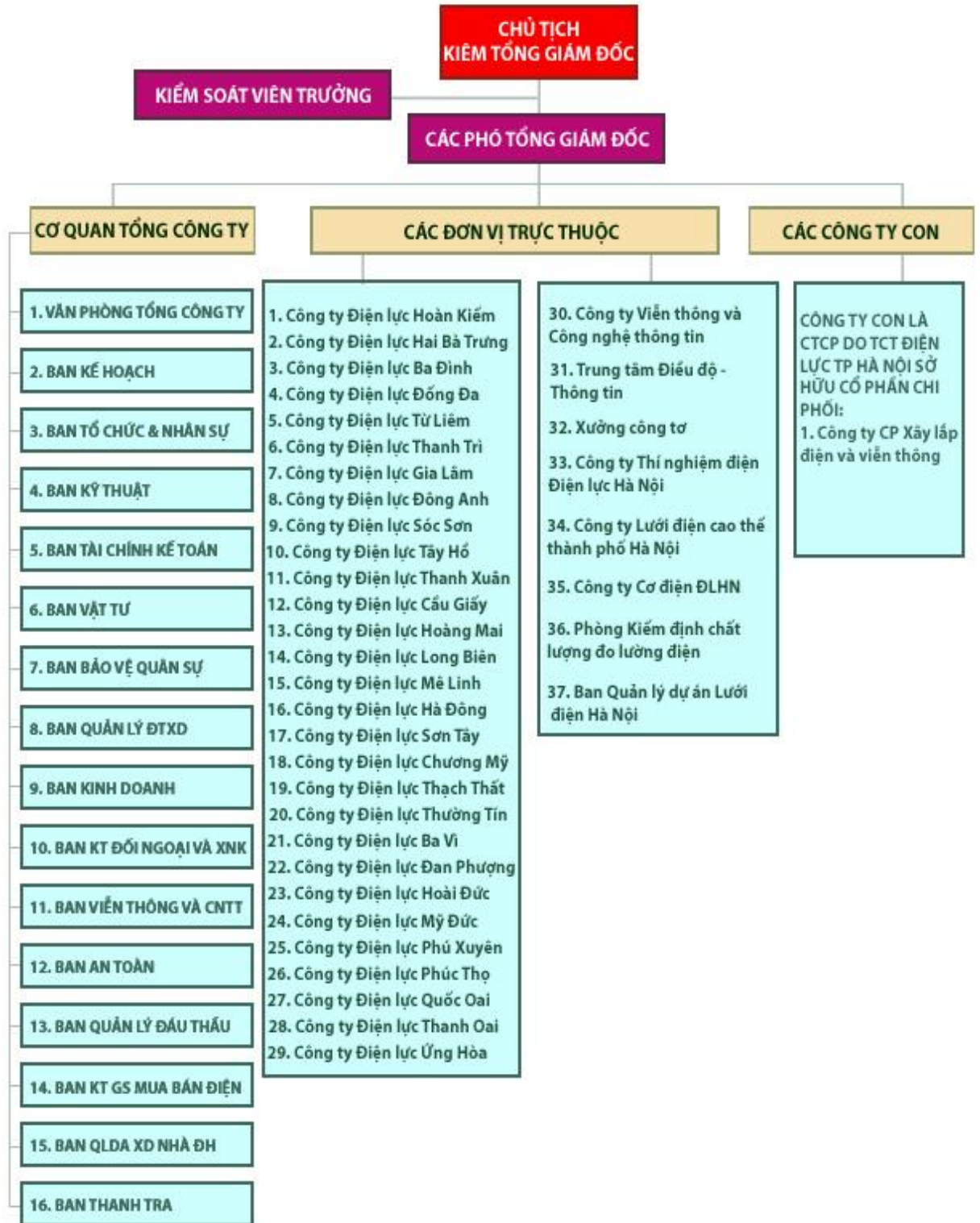
+ 04 Công ty phụ trợ, 01 Trung tâm, 01 Xưởng công tơ, 01 Phòng Kiểm định đo lường chất lượng điện và 01 Ban Quản lý dự án.

- Công ty con do Tổng công ty nắm giữ cổ phần chi phối: 01 Công ty cổ phần xây lắp điện và dịch vụ viễn thông;

- Tổng số CBCNV đến ngày 31/12/2013 : 8.566 người, trong đó: (Nữ: 2.970 ; Nam : 5.596)

+ Tổng công ty: 8.280 người

+ Công ty cổ phần: 286 người



Hình 3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Tổng công ty Điện lực TP. Hà Nội (nguồn EVNHANOI)

### **3.2. Thực trạng quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội**

Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng trên địa bàn Thành phố Hà Nội thông qua các Công ty Điện lực quận/huyện bằng việc ký kết hợp đồng mua bán điện và tính toán điện năng tiêu thụ thông qua điện kế gắn trên hệ thống các cột điện. Tính đến thời điểm 31/12/2013 EVNHANOI có hơn 2,054,890 khách hàng.

**Điện đầu nguồn:** Toàn tổng công ty đạt 12.248,86 tr.kWh tăng trưởng 6,36% so với cùng kỳ năm 2012, tỉ lệ tăng trưởng điện mua đầu nguồn thấp hơn so với tỉ lệ tăng trưởng điện thương phẩm do năm 2013 thực hiện tốt tỷ lệ tổn thất điện năm đạt 6,65% giảm so với cùng kỳ năm 2012: 0,43% và giảm 0,45% so với kế hoạch EVN giao.

**Điện thương phẩm:** đạt 11.283,29 tr.kWh tăng 6,56% so với cùng kỳ năm 2012 và tăng 0,11% so với kế hoạch EVN giao. Điện thương phẩm theo các thành phần phụ tải như sau:

+ Nông nghiệp - Lâm nghiệp-Thủy sản: đạt 82,5 tr.kWh, chiếm tỉ trọng 0,73% tăng trưởng 2,89% so với năm 2012.

+ Công nghiệp-Xây dựng: đạt 3.533,79 tr.kWh, chiếm tỉ trọng 31,32% tăng trưởng 7,55% so với năm 2012.

+ Thương mại-Kinh doanh-Dịch vụ: đạt 790,8 tr.kWh, chiếm tỉ trọng 7,01% tăng trưởng 3,42% so với năm 2012.

+ Quản lý tiêu dùng: đạt 6.622,2 tr.kWh, chiếm tỉ trọng 55,15% tăng trưởng 6,48% so với năm 2012.

+ Thành phần khác: đạt 653,86 tr.kWh, chiếm tỉ trọng 5,8% tăng trưởng 6,46% so với năm 2012.

Do tình hình phục hồi của kinh tế trong nước vẫn duy trì ở mức thấp, dẫn đến sự khó khăn về nguồn vốn khiến cho các thành phần kinh tế phải cắt giảm chi tiêu, co cụm lại quy mô hoạt động sản xuất kinh



doanh, một số doanh nghiệp còn đình trệ sản xuất, hàng loạt các doanh nghiệp giải thể dẫn đến nhu cầu về điện sụt giảm. Số lượng khách hàng phát triển mới trong năm 2013 đã bão hòa chỉ đạt ở mức thấp tăng 2,45% so với năm 2012. Điện thương phẩm cho hoạt động Thương mại-Kinh doanh-Dịch vụ cũng tăng trưởng ở mức thấp đạt 3,42%. Nhu cầu sử dụng điện ở các khu vực quận/huyện chiếm chỉ trọng lớn tăng trưởng ở mức thấp, cụ thể: Hoàn Kiếm, Hai Bà Trưng, Ba Đình, Đống Đa, Tây Hồ, Long Biên tăng trưởng từ 0,5-1,5%; Từ Liêm, Đông Anh, Hoàng Mai, Thường Tín tăng trưởng từ 5-6.5%; một số khu vực có mức tăng trưởng trên 10%: Thanh Xuân, Mê Linh, Hà Đông, Chương Mỹ, Thạch Thất, Ba Vì, Đan Phượng, Mỹ Đức, Phú Xuyên, Quốc Oai, Ứng Hòa đều chiếm tỷ trọng điện thương phẩm thấp nên không làm tăng được tỷ lệ tăng trưởng toàn địa bàn.

Công tác tuyên truyền tiết kiệm điện được duy trì, khách hàng có ý thức trong việc sử dụng năng lượng tiết kiệm hiệu quả, cân nhắc trong việc lựa chọn thiết bị và sử dụng năng lượng, cụ thể: Thành phần Quản lý tiêu dùng tăng 6,48% còn thấp hơn so với mức tăng trưởng chung (6,56%).

**Tổn thất điện năng:** Đẩy mạnh công tác quản lý vận hành và kinh doanh điện năng, tính toán tổ thất kỹ thuật lưới điện 110kV và lưới điện trung áp, nâng cao chất lượng quản lý hệ thống đo đếm điện năng, đẩy mạnh lắp đặt công tơ điện tử với tất cả các đối tượng khách hàng sử dụng điện 3 pha, áp dụng phương pháp đo xa, giám sát thiết bị đo đếm từ xa cho phụ tải, tăng cường công tác kiểm tra xử lý vi phạm, do đó tỷ lệ tổn thất của năm 2013 đạt 6,65% thấp hơn cùng kỳ 2012 là 0,43%.

**Giá bán điện bình quân:** trên địa bàn Hà Nội đạt 1.650,07đ/kwh, vượt 5,37đ/kwh so với kế hoạch nhà nước giao. Giá bán điện bình quân theo các thành phần phụ tải như sau:

+ Nông nghiệp - Lâm nghiệp - Thủy sản: đạt 1.218,41 đ/kWh,

thấp hơn giá bình quân 431,65 đ/kWh.

+ Công nghiệp - Xây dựng: đạt 1,406,61 đ/kWh, thấp hơn giá bình quân 243,44 đ/kWh.

+ Thương mại - Kinh doanh - Dịch vụ: đạt 2.336,28 đ/kWh, cao hơn giá bình quân 686,2 đ/kWh.

+ Quản lý tiêu dùng: đạt 1.706,9 đ/kWh, cao hơn giá bình quân 56,8 đ/kWh.

+ Thành phần khác: đạt 1.649,3 đ/kWh, thấp hơn giá bình quân 0,75 đ/kWh.

**Công tác tiết kiệm điện:** Trên toàn địa bàn năm 2013 đã tiết kiệm được 284,33 triệu kWh (tương đương 2,52% tổng điện thương phẩm) thông qua nhiều hình thức như: hưởng ứng giờ trái đất, tuyên truyền tiết kiệm điện trên các phương tiện thông tin đại chúng...

### **3.2.1. Đặc điểm nguồn và lưới điện**

+ *Nguồn điện:* Khu vực Thủ đô Hà Nội trực tiếp nhận điện từ hệ thống điện Miền Bắc kết nối với hệ thống truyền tải điện Quốc gia và không có hệ thống dự phòng riêng, trong đó các nguồn chính ở phía Bắc tham gia vào hệ thống được kể đến là:

- Các Nhà máy điện trên HTĐ Miền Bắc: Hòa Bình, Thác Bà, Tuyên Quang, Phả Lại, Uông Bí, Ninh Bình.

- Hệ thống điện 500 kV phần phía Bắc gồm: các TBA 500 kV Hòa Bình, Nho Quan, Thường Tín.

+ *Lưới điện 220 kV:* Từ các nhà máy điện, điện năng được đưa tới các TBA 220 kV khu vực qua hệ thống lưới điện 220 kV. Hà Nội hiện được cấp điện chủ yếu từ 06 trạm 220 kV với tổng dung lượng 2.705 MVA gồm:

- Trạm 220 kV Hà Đông (3x250 MVA);

- Trạm 220 kV Chèm (3x250 MVA);

- Trạm 220 kV Mai Động (3x250 MVA);
- Trạm 220 kV Sóc Sơn (2x125 MVA);
- Trạm 220 kV Xuân Mai (1x125 MVA);
- Trạm 220 kV Phố Nối (1x125+1x250 MVA): cấp cho Hà Nội khoảng 80 MVA;

Trong đó khu vực nội thành chủ yếu được cấp điện từ các TBA 220 kV Chèm, Hà Đông, Mai Động qua các MBA và hệ thống lưới 110 kV cấp cho toàn bộ phụ tải khu vực Hà Nội.

+ *Lưới 110 kV*: Hình thành từ phía thứ cấp các trạm 220 kV cấp cho Hà Nội nói trên, lưới 110 kV cấp cho Hà Nội có tổng chiều dài là : 636,25 km, trong đó có 245,10 km mạch đơn và 391,15 km mạch kép.

Các trạm 110 kV cấp cho khu vực Hà Nội gồm 35 TBA với tổng dung lượng 3.319 MVA, trong đó:

- Tổng công ty Điện lực TP Hà Nội quản lý 29 TBA 110 kV với 56 MBA có tổng dung lượng 2.712 MVA.

- Ngoài ra còn 06 TBA 110 kV với 13 MBA có tổng dung lượng 607 MVA cấp điện cho Hà Nội thuộc quyền quản lý của Công ty Truyền tải điện I.

- Khách hàng quản lý 01 TBA 110 kV với 01 MBA dung lượng 63 MVA.

- Tổng ngăn lộ các trạm 110 kV: 985 (trong đó số lộ xuất tuyến trung áp 6-35 kV: 355).

+ *Lưới trung thế*: Hình thành từ phía thứ cấp của các trạm 110 kV khu vực Hà Nội lưới điện trung thế cấp cho Hà Nội có tổng chiều dài 7.114,13 km, trong đó có: 5.061,91 km đường dây không và 2.052,21 km cáp ngầm. Phân bố theo cấp điện áp như sau :

- Đường dây 35 kV : 2.292,11 km
- Đường dây 22 kV : 2.596,88 km

- Đường dây 10 kV : 1.682,89 km

- Đường dây 6 kV : 542,23 km

Trạm phân phối: 12.773 TBA với 14.139 MBA, tổng dung lượng 7.054,81 MVA, vận hành ở các cấp điện áp 35/0.4 kV, 22/0.4 kV, 10/0.4 kV, 6/0.4 kV.

Trạm trung gian (35/6 kV; 35/10 kV): Tổng số 53 trạm với 93 MBA, tổng dung lượng 453,63 MVA

+ *Lưới hạ thế*: Tổng chiều dài đường *trục hạ thế*: 22.138,6 km.

+ *Tổng dung lượng tụ bù đã lắp đặt trên lưới và đang vận hành*:

Tính đến thời điểm hiện tại, tổng dung lượng bù trên toàn lưới là: 970.000 kVAr trong đó lưới hạ áp là 654.500 kVAr, lưới trung áp 280.750 kVAr và lưới 110kV là 40.000 kVAr.

### **3.2.2. Quản lý khách hàng**

Tổng công ty Điện lực TP Hà Nội thực hiện việc phân cấp phân quản lý cho các Công ty Điện lực được phép phê duyệt phương án cấp điện đến điện áp 35 kV và mức công suất đến 2.000 kVA, ký kết hợp đồng mua bán điện và các dịch vụ khác đối với khách hàng thuộc địa bàn quản lý của đơn vị. Về phía Tổng công ty, thực hiện việc phê duyệt phương án cấp điện đấu nối vào lưới 110 kV hoặc các công trình có tổng công suất TBA trên 2.000 kVA. Hiện nay, Tổng công ty đang ký hợp đồng mua bán điện và trực tiếp quản lý bán điện, thu tiền với 01 khách hàng mua điện từ lưới 110 kV (01 MBA 63 MVA). Các khách hàng còn lại được giao cho các Công ty Điện lực quận/huyện trực tiếp quản lý bán điện và thu tiền. Việc kinh doanh bán điện được thực hiện thông qua hợp đồng mua bán điện ký với khách hàng và tuân thủ các quy định của pháp luật, quy trình, quy định của EVN.

Tính đến 31/12/2013, Tổng công ty quản lý và bán điện trực tiếp cho 2.054.890 khách hàng (*trong đó: 1.921.194 khách hàng sinh hoạt và 133.696*

khách hàng ngoài mục đích sinh hoạt), số lượng công tơ bán điện đang quản lý 1.957.050 (trong đó: 1.851.319 công tơ 1 pha cơ khí, 5.781 công tơ 1 pha điện tử, 81.930 công tơ 3 pha cơ khí, 18.020 công tơ 3 pha điện tử).

Số lượng khách hàng của Tổng công ty từ năm 2008 đến nay đã đạt mức tăng trưởng rất mạnh, trong vòng 3 năm đã tăng thêm 65%. Lý do dẫn đến việc tăng trưởng nhanh như trên là kể từ tháng 8/2008 sau khi sáp nhập tỉnh Hà Tây vào, Tổng công ty đã tập trung mọi nguồn lực tiến hành tiếp nhận bán lẻ điện đến từng hộ tại 245 xã với 549.681 hộ dân. Đây là một trong những thuận lợi của Tổng công ty là mở rộng thị trường và bán sản phẩm đến tận tay người tiêu dùng. Song, với việc tiếp nhận quản lý hệ thống lưới điện nông thôn quá cũ nát, Tổng công ty sẽ phải chuẩn bị lượng vốn đầu tư rất lớn để xây dựng, cải tạo lưới điện đảm bảo cung ứng đủ điện cho khách hàng. Mặt khác, số lượng khách hàng tăng nhanh đã gây áp lực lớn đối với công tác kinh doanh điện năng nói chung và công tác dịch vụ khách hàng nói riêng. Tổng công ty vừa phải gấp rút tuyển dụng, đào tạo, tổ chức lại bộ máy quản lý của các đơn vị, lại vừa phải hoàn thiện các quy trình nghiệp vụ cho phù hợp với mô hình thực tế, nhằm giảm tổn thất điện năng, bán đúng, thu đủ đảm bảo kinh doanh có hiệu quả.

Tỷ lệ khách hàng sử dụng điện cho mục đích sinh hoạt chiếm 93,1% , nhưng sản lượng điện tiêu thụ không tương ứng với số lượng khách hàng (sản lượng điện tiêu thụ đạt 54,1%). Bên cạnh đó, mức độ phân bố khách hàng theo địa bàn quản lý không đồng đều, chủ yếu tập trung tại địa bàn quận, huyện thuộc Hà Nội cũ chiếm tỷ lệ 61,57% tổng số khách hàng trên 1/3 diện tích TP Hà Nội, còn lại số khách hàng thuộc địa bàn phía Tây Hà Nội và huyện Mê Linh chỉ chiếm tỷ lệ 38,43%. Do sản lượng điện tiêu thụ không tương ứng với số lượng khách hàng và mật độ phân bố khách hàng không đồng đều, bất ổn công suất, gây khó khăn trong cung tác cung ứng điện, khả năng xảy ra khiêu kiện, thất mất cao.

**Bảng 3.2. Số lượng khách hàng từ 2010 đến tháng 2013 (nguồn EVNHN)**

<b>Năm</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Số lượng khách hàng	1833489	1929562	2005686	2054890

### **3.2.3. Tình hình cung ứng điện**

Giai đoạn từ 2010 đến nay, Tổng công ty Điện lực TP Hà Nội đã tập trung thực hiện triển khai đầu tư xây dựng, đã đưa vào vận hành nhiều công trình trọng điểm đảm bảo cấp điện cho Thành phố Hà Nội.

Bên cạnh đó, trong những năm gần đây khi tình hình kinh tế thế giới và trong nước có nhiều diễn biến phức tạp, giá nguyên liệu đầu vào và nhiều loại vật tư trên thị trường biến động thất thường, sự suy yếu của thị trường tài chính, tình hình lạm phát chưa ổn định, giá than và nguyên nhiên vật liệu tăng cao, thu xếp vốn đầu tư xây dựng khó khăn. Cùng với diễn biến thời tiết khắc nghiệt bất thường, nắng nóng và khô hạn xảy ra trên diện rộng, dẫn đến nhu cầu dùng điện tăng cao, trong khi nguồn điện cung cấp không ổn định, thiếu hụt công suất đã xảy ra tình trạng cắt điện xa thải phụ tải, quá tải cục bộ, chất lượng điện năng không đảm bảo gây mất điện tại một số khu vực làm ảnh hưởng đến uy tín và năng lực quản lý chất lượng dịch vụ cung ứng điện của Tổng công ty.

Năm 2013, là năm có tình hình thời tiết tương đối thuận lợi, nhu cầu sử dụng điện của các phụ tải đặc biệt là một số doanh nghiệp có sản lượng điện năng tiêu thụ lớn không có nhiều đột biến như một vài năm trước, bên cạnh đó ngành điện đã có kế hoạch và thực hiện nhiều giải pháp đầu tư xây dựng, cải tạo hệ thống điện đồng thời có phương án vận hành tối ưu, linh hoạt hệ thống điện trong khu vực nhằm mục tiêu đảm bảo cấp điện an toàn, liên tục và ổn định cho thủ đô Hà Nội.

Cùng với sự phát triển chung của nền kinh tế xã hội, tốc độ đô thị hóa của thủ đô Hà Nội trong những năm trở lại đây là rất mạnh, điều này đòi hỏi phải có sự phát triển tương ứng về lĩnh vực hạ tầng như: điện,

nước, giao thông, bệnh viện, trường học... Do có sự chuẩn bị khá tốt về nguồn lực, Tổng công ty đã tập trung đầu tư phát triển hệ thống lưới điện trên khắp các quận/huyện đáp ứng kịp thời nhu cầu điện ngày một tăng cao của khách hàng và đến năm 2013 đã đạt mức thương phẩm điện 11,283 tỷ kWh.

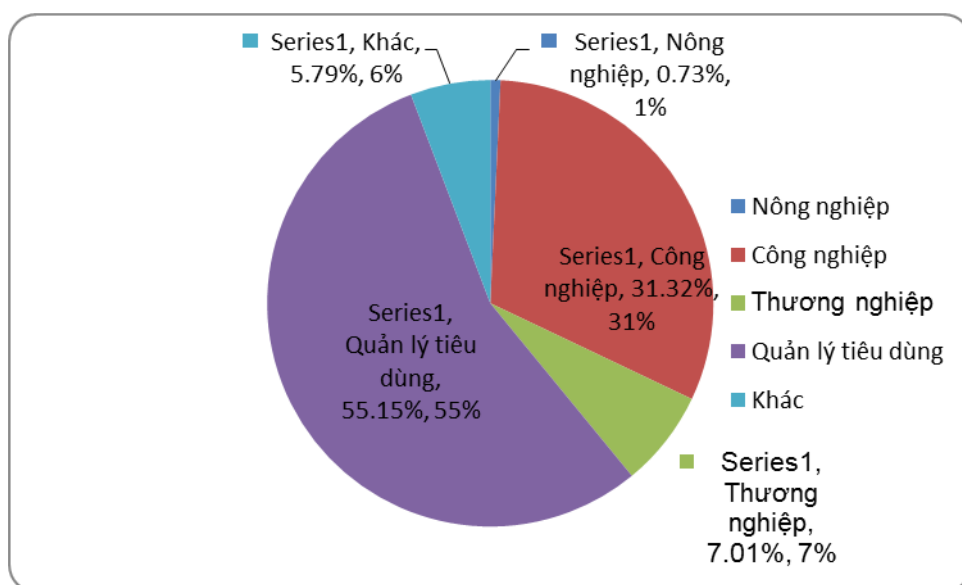
**Bảng: 3.3. Điện năng thương phẩm toàn Tổng công ty từ 2010-2013 (nguồn EVNHN)**

Đơn vị: tr.kWh

Năm	2010	2011	2012	2013
Thương phẩm	8.908,6	9.514,4	10.588,29	11.283,29

**Bảng:3.4 Cơ cấu điện năng thương phẩm theo thành phần phụ tải**

Thành phần phụ tải	Đơn vị	2013	Tỷ trọng
Nông nghiệp	tr. kWh	82,53	0,73%
Công nghiệp	tr. kWh	3.533,79	31,32%
Thương nghiệp	tr. kWh	790,84	7,01%
Quản lý tiêu dùng	tr. kWh	6.222,25	55,15%
Khác	tr. kWh	653,86	5,79%
<b>Tổng thương phẩm</b>	tr. kWh	<b>11.283,29</b>	<b>100%</b>



**Hình: 3.2. Biểu đồ cơ cấu thành phần phụ tải năm 2013**

Nguồn: Báo cáo tổng kết công tác sản xuất kinh doanh.

Theo cơ cấu điện năng thương phẩm theo thành phần phụ tải toàn Tổng công ty cho thấy tỷ trọng điện dùng cho sinh hoạt và quản lý tiêu dùng trên địa bàn Hà Nội chiếm tỷ trọng 55,15% cao nhất trong 5 thành

phần phụ tải, mà đối tượng khách hàng này lại chịu sự tác động, phụ thuộc rất lớn vào tình hình khí hậu thời tiết 4 mùa của Miền Bắc. Chính vì vậy, nên xảy ra tình trạng có những thời điểm thời tiết mát nhu cầu sử dụng điện rất thấp, hệ thống lưới điện và máy biến áp vận hành non tải mặc dù thuận lợi cho việc vận hành cung điện nhưng gây tổn thất điện năng. Song, lại có thời điểm, đặc biệt là vào những ngày hè nắng nóng nhu cầu sử dụng điện tăng đột biến (nhu cầu tải toàn Tổng công ty có lúc tăng 150%, cục bộ tại các TBA phân phối tăng đến 200% so với ngày bình thường), dẫn đến tình trạng quá tải hệ thống điện gây sự cố mất điện. Điều kiện đặc điểm phụ tải như trên không những gây áp lực lớn trong công tác đầu tư, mà còn là thách thức không nhỏ cho việc quản lý vận hành và đảm bảo chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng.

#### **3.2.4. Quản lý dịch vụ cung cấp điện**

**Mục tiêu quản lý:** Với nhiệm vụ chính trị được giao đó là đảm bảo quản lý vận hành cung ứng điện liên tục, an toàn, ổn định với chất lượng cao phục vụ các hoạt động chính trị, an ninh, văn hoá, ngoại giao, phát triển kinh tế xã hội của Thủ đô Hà Nội. Trong những năm qua, Tổng công ty đã tập trung các giải pháp đảm bảo cung ứng điện, phát triển khách hàng chiếm lĩnh thị trường. EVN HANOI luôn xác định khách hàng là động lực thúc đẩy, là người bạn đồng hành của mình, có chiến lược kinh doanh hướng tới khách hàng và mục tiêu hành động: "Luôn đáp ứng đầy đủ nhu cầu về điện của mọi khách hàng với chất lượng ngày càng cao và dịch vụ ngày càng tốt hơn" đã đem lại thành công cho Tổng công ty trong mọi mặt hoạt động, thông qua các khâu quản lý trước, trong và sau bán hàng, với các hoạt động quản lý dịch vụ sau:

- *Trước bán hàng:* Dịch vụ tư vấn các vấn đề liên quan đến hoạt động điện lực và sử dụng điện; giải quyết yêu cầu về điện của khách



hàng: lắp đặt cáp điện, xây dựng công trình điện, đường dây, trạm biến áp... Hoạt động giới thiệu quảng bá về năng lực, phạm vi hoạt động của Tổng Công ty.

- *Trong bán hàng:* Ghi chỉ số công tơ và thông báo tiền điện; Thu và theo dõi nợ tiền điện. Tư vấn và giải đáp các vấn đề liên quan đến hoạt động điện lực và sử dụng điện: Kỹ thuật, An toàn điện; Giá điện; Tiết kiệm điện; Lịch cắt điện. Giải quyết các yêu cầu phát sinh, các kiến nghị, thắc mắc, khiếu nại trong quá trình mua bán điện: Di chuyển, nâng cấp công trình cáp điện; Thay đổi số hộ dùng điện hoặc thay đổi mục đích sử dụng điện; Thay đổi chủ thẻ HĐMBĐ; Chỉ số công tơ; Giá điện; Tiền điện; Lý do mất điện...

Ngoài ra, chủ động gửi thông tin đến khách hàng qua các phương tiện thông tin đại chúng, đăng tải trên trang Web Tổng công ty để quảng bá sản phẩm tiết kiệm điện và tuyên truyền sử dụng điện tiết kiệm hiệu quả; Cảnh báo về an toàn điện; Giới thiệu về các sản phẩm, dịch vụ; Thông báo tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty và của EVN.

- *Sau bán hàng:* Tiếp nhận và giải quyết các yêu cầu liên quan đến quyền lợi và nghĩa vụ của các bên khi chấm dứt HĐMBĐ.

**Mô hình quản lý dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng:** được thiết lập theo 2 cấp Tổng công ty và các Công ty Điện lực. Tại Tổng Công ty gồm có: Phòng Giao dịch khách hàng trực thuộc Văn phòng Tổng công ty; Phòng Tiếp dân trực thuộc Ban Thanh tra và Phòng Giải đáp Thông tin khách hàng (Tổng đài 22222000) thuộc Trung tâm Điều độ Thông tin. Tại các Công ty Điện lực địa phương (Quận, Huyện) có: Phòng Giao dịch khách hàng và Phòng điều độ.

• *Phòng Giao dịch khách hàng:*

- Đặt tại trụ sở Tổng công ty và tại 29 Công ty Điện lực để thực hiện giao dịch với khách hàng theo cơ chế một cửa giải quyết các yêu

cầu cấp điện của khách hàng nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu về cấp mới và các nhu cầu về điện khác.

- Tại các Công ty Điện lực đã thành lập 187 Phòng Giao dịch khách hàng (nâng cấp từ Đội Quản lý khách hàng phường xã) bố trí ở các khu vực dân cư, còn một số tập trung tại trụ sở các Công ty Điện lực. Nhiệm vụ, chức năng của Phòng Giao dịch khách hàng này là thực hiện phối hợp với các Phòng chức năng tại các Công ty Điện lực trong công tác quản lý vận hành, sửa chữa lưới điện, thi công lắp đặt cấp điện mới, ghi chỉ số công tơ, thu tiền điện của khách hàng theo địa bàn quản lý.

- *Phòng Tiếp công dân:*

- Đặt tại trụ sở Tổng công ty để tiếp nhận giải quyết các yêu cầu thắc mắc, khiếu nại, tố cáo của công dân.

Hiện trạng tại các Phòng Giao dịch khách hàng rộng rãi, đầy đủ ghế ngồi, được bố trí ở vị trí thuận tiện giao dịch khách hàng, trang bị thiết bị văn phòng, bảng hiệu theo quy định. Tại các Phòng Giao dịch có niêm yết các văn bản theo quy định như: trình tự thủ tục lắp đặt cấp điện, ký kết HĐMBĐ, ngừng giảm mức cung cấp điện, biểu giá bán điện, chỉ thị tiết kiệm điện của Chính phủ, trích dẫn các quy định của Nhà nước và các văn bản hiện hành.v.v. Nhân viên tiếp khách hàng có đeo thẻ công vụ, bàn tiếp khách hàng có biển ghi tên nhân viên và số điện thoại giao dịch.

- *Phòng Giải đáp thông tin khách hàng (Tổng đài 22222.000):*

Phòng Giải đáp thông tin khách hàng của Tổng Công ty thuộc Trung tâm Điều độ có nhiệm vụ: Tiếp nhận các thông tin khách hàng gọi đến liên quan đến Báo sửa chữa điện, phản ánh thắc mắc, tư vấn sử dụng điện. Hiện nay, số lượng CBCNV làm công tác kinh doanh và Dịch vụ khách hàng tại các Công ty Điện lực và Tổng đài 2222.2000 năm 2013: là 2.203 người (trong đó: trình độ đại học và trên đại học là 764, nhân viên là 1.439).

Do đặc thù nghề nghiệp, đòi hỏi lực lượng lao động phải hiểu rõ chức năng, nhiệm vụ của đơn vị, các quy trình, quy định về cung ứng và sử dụng điện, quy trình an toàn điện và các quy định khác của đơn vị trong phạm vi công việc. Đối với nhân viên làm công tác giao tiếp khách hàng phải am hiểu sâu về quy trình kinh doanh, có hình thức ưa nhìn, giọng nói, khả năng lắng nghe và hướng dẫn khách hàng. Hàng năm, Tổng công ty chỉ đạo các đơn vị tổ chức tập huấn, bồi dưỡng, sát hạch để nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn, ý thức trách nhiệm cho đội ngũ CBCNV làm nhiệm vụ giao tiếp với khách hàng.

### **3.2.5. Nội dung dịch vụ điện cho khách hàng**

Để tìm hiểu dịch vụ điện cho khách hàng trước tiên ta tìm hiểu khách hàng sử dụng điện là tất cả những tổ chức cá nhân đóng trên phạm vi địa bàn Tp. Hà Nội có nhu cầu sử dụng điện với các mục đích khác nhau, các khách hàng tiêu thụ điện được chia thành 5 loại đối tượng khách hàng đó là:

+ *Nhóm khách hàng nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản*: số khách hàng này chiếm tỷ lệ rất ít trong tổng số khách hàng của Tổng Công ty.

+ *Khách hàng Công nghiệp, xây dựng*: nhóm khách hàng sản xuất số lượng khách hàng không nhiều hơn 3,22 % tổng số khách hàng, tuy nhiên nhóm khách hàng này có lượng điện tiêu thụ chiếm hơn 22% tổng điện năng bán ra của Tổng Công ty.

+ *Khách hàng Thương nghiệp, khách sạn, nhà hàng, dịch vụ*: chiếm tỷ lệ gần 2% tổng số khách hàng, nhóm khách hàng này có giá bán điện cao nên sẽ ảnh hưởng hiệu quả kinh doanh của Tổng Công ty.

+ *Quản lý và tiêu dùng dân cư*: có số lượng khách chiếm trên 55,15% tổng số khách hàng của Tổng Công ty, điện năng tiêu thụ chiếm hơn 60% tổng điện năng bán ra, là nhóm khách hàng chủ yếu của Tổng công ty.

+ Nhóm khác (những hoạt động của nền kinh tế quốc dân chưa tính vào nhóm ngành nghề trên).

Hiện tại tính đến năm 2013 tổng số lượng khách hàng của Tổng Công ty Điện lực Thành phố Hà Nội là gần 2,054,890 khách hàng, cụ thể biến động cơ cấu khách hàng theo thành phần phụ tải qua bảng sau:

Bảng 3.5. số lượng khách hàng/tình hình tiêu thụ điện (5 nhóm khách hàng) qua các năm 2011-2013 (nguồn EVNHANOI)

Nhóm đối tượng khách hàng	Năm 2011			Năm 2012			Năm 2013		
	K/hàng	Tỷ trọng % (KH)	ĐNTT (triệu kWh)	K/hàng	Tỷ trọng % (KH)	ĐNTT (triệu kWh)	K/hàng	Tỷ trọng % (KH)	ĐNTT (triệu kWh)
Nông nghiệp	4,466	0,23	70,26	4,571	0,23	80,21	4,824	0,23	82,53
Công nghiệp	59,695	3,09	3,061,63	68,069	3,39	3,285,75	66,081	3,22	2,533,80
Thương nghiệp	33,253	1,72	673,57	36,194	1,80	764,68	40,233	1,96	790,84
Quản lý tiêu dùng	1,813,411	93,98	5,154,71	1,875,681	93,52	5,843,49	1,921,194	93,49	6,222,26
Hoạt động khác	18,737	0,97	554,26	21,171	1,06	614,17	22,558	1,10	653,87
Tổng số	1,929,562	100	9,514,43	2,005,686	100	10,588,30	2,054,890	100	10,283,30

### **Quy trình cung cấp điện cho khách hàng**

Dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội được thực hiện dựa trên quy trình làm việc đó là quy trình cấp điện (quy trình kinh doanh điện năng) được áp dụng cho tất cả các nhóm đối tượng khách hàng, tuy nhiên tùy mức độ yêu cầu về đặc điểm kỹ thuật của khách hàng nội dung thực hiện vẫn căn cứ trên nguyên tắc của quy trình này, trong phạm vi nghiên cứu tác giả muốn làm sáng tỏ quá trình quản lý chất lượng dịch vụ cần thực hiện trong khi giao dịch với các khách hàng sử dụng điện:

- Quy trình cấp điện áp dụng cho việc giải quyết các thủ tục cấp điện cho khách hàng mua điện trực tiếp với Ngành Điện, bao gồm: cấp

mới điện (1 pha, 3 pha, trạm biến thế), tách hộ và thay đổi công suất sử dụng (3 pha, trạm biến thế chuyên dùng).

- Phòng giao dịch các Công ty Điện trên địa bàn thực hiện chế độ 1 cửa, 1 đầu mỗi giao dịch để giải quyết các yêu cầu, thủ tục cấp điện cho khách hàng, từ khâu tiếp nhận yêu cầu mua điện đến thiết kế, thi công, lắp đặt công tơ và ký HĐMBĐ cho khách hàng.

- Trụ sở nơi tiếp khách hàng đến giao dịch mua điện phải đảm bảo theo quy định tại Quy trình giao tiếp với khách hàng sử dụng điện.

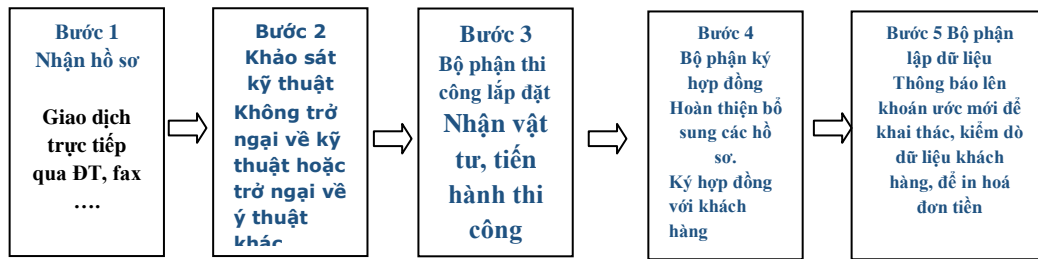
- Người được giao nhiệm vụ tiếp nhận và hướng dẫn khách hàng làm thủ tục mua điện phải đáp ứng yêu cầu và thực hiện đúng quy định tại Quy trình giao tiếp với khách hàng sử dụng điện.

- Các công ty Điện lực phải công khai và phổ biến đến khách hàng các thủ tục hướng dẫn người dân đến giao dịch hợp đồng mua bán điện. Đồng thời phải quy định cụ thể trách nhiệm, quyền hạn nhân viên được giao nhiệm vụ hướng dẫn khách hàng.

### **Các bước lắp công tơ điện cho khách hàng**

Triển khai các thủ tục Quy trình cấp điện là một khâu quan trọng của công tác giao dịch khách hàng, là bước đầu tiên của một quá trình mua bán lâu dài giữa đơn vị cung cấp điện và người sử dụng điện, nên đây là khâu rất phức tạp, dễ xảy ra sai sót vì thế nó rất dễ gây ảnh hưởng đến uy tín của Ngành trong hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ điện. Nguyên nhân ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ điện cụ thể là việc tuân thủ theo quy trình cấp điện chưa được thực hiện nghiêm chỉnh,

Phân tích ví dụ việc để lắp đặt một công tơ điện cho khách hàng để có thể nhận diện những điểm dễ gây trở ngại cho công tác dịch vụ khách hàng



Hình 3.3 Các bước thực hiện lắp đặt công tơ điện (Nguồn Ban kinh doanh EVN).

### **Bước 1: Nhận hồ sơ**

Khi khách hàng đến đăng ký mua điện, nhân viên hướng dẫn khách hàng thực hiện các thủ tục đăng ký mua điện và tiếp nhận hồ sơ đăng ký mua điện của khách hàng; ghi giấy biên nhận hồ sơ và hẹn ngày khảo sát. (Nhân viên chỉ nhận các hồ sơ khi khách hàng có đủ các giấy tờ cần thiết để đăng ký mua điện theo đúng quy định của Bộ Công Thương).

Nhân viên cập nhật hồ sơ vào máy tính và sổ theo dõi; lập danh sách khách hàng đăng ký trong ngày và chuyển hồ sơ cho bộ phận Khảo sát Mắc điện.

Trường hợp khách hàng liên hệ qua điện thoại, nhân viên trực điện thoại ghi lại tên, địa chỉ khách hàng và các thông tin cần thiết khác trên giấy biên nhận, đề nghị khách hàng chuẩn bị hồ sơ theo quy định, hẹn ngày khảo sát. Nhân viên cập nhật hồ sơ và chuyển danh sách đã hẹn khảo sát cho Tổ Khảo sát Mắc điện. Nhân viên khảo sát chuẩn bị đủ các mẫu biểu đăng ký mua điện và đến nhà khách hàng yêu cầu hoàn thiện hồ sơ đăng ký mua điện và viết biên nhận hồ sơ trước khi khảo sát kỹ thuật.

### **Bước 2: Khảo sát kỹ thuật**

Theo ngày hẹn, nhân viên khảo sát đến nhà khách hàng khảo sát kỹ thuật. Sau khi khảo sát thực tế, nhân viên khảo sát phải gửi phiếu

thông báo khảo sát cho khách hàng và lưu 1 bản trong đó ghi rõ họ tên, ngày nhận và chữ ký xác nhận của khách hàng.

- Trường hợp không bị trở ngại kỹ thuật nhân viên khảo sát thông báo số tiền phải đóng, gửi phiếu đăng ký mục đích sử dụng điện và dự thảo hợp đồng mua bán điện cho khách hàng nghiên cứu nội dung Hợp đồng.

- Trường hợp bị trở ngại kỹ thuật, nhân viên khảo sát phải ghi rõ lý do trở ngại và trả lời ngay cho khách hàng. Trường hợp đặc biệt, phải chờ ý kiến của lãnh đạo, nhân viên khảo sát ghi ngày hẹn trả lời cho khách hàng. Thời gian không quá 2 ngày kể từ ngày khảo sát. Sau đó, nhân viên khảo sát trình Trưởng phòng Kinh doanh Điện lực và có thư báo cho khách hàng trước ngày hẹn.

- Nhân viên khảo sát hoàn tất bản vẽ khảo sát, cập nhật tạm sơ đồ lưới hạ thế để phục vụ cho công tác tính tổn thất, lập bảng khối lượng vật tư thi công trình duyệt phương án cấp điện.

### **Bước 3: Thi công mắc dây gấn công tơ cho khách hàng**

Theo ngày hẹn với khách hàng, Đội Quản lý công tơ tổ chức thi công mắc dây và gấn công tơ, gửi lại hợp đồng mua bán điện cho khách hàng. Ngày hợp đồng có hiệu lực là ngày thi công đóng điện hoàn tất.

Hoàn thiện hồ sơ khách hàng để lưu trữ: Biên bản xác nhận; Phiếu khách hàng, ghi đầy đủ, chính xác và có chữ ký xác nhận của khách hàng để lưu hồ sơ. Sau khi hoàn tất thi công chuyển hồ sơ cho bộ phận quản lý hợp đồng.

### **Bước 4: Ký hợp đồng**

Điện lực tổ chức thương thảo và ký kết hợp đồng mua bán điện (khách hàng ký trước). Hoặc ký hợp đồng ngay sau thời điểm thi công.

**Bước 5: Lên khoán ước - cập nhật bảng ghi chỉ số, kiểm dò chống sót bộ công tơ gấn mới**

Căn cứ hồ sơ mắc điện, Điện lực lập thủ tục thông báo khách hàng mới cập nhật hồ sơ lưới điện để tính hiệu suất khu vực và sắp xếp để chuyển Trung tâm Máy tính cập nhật hồ sơ theo lịch trình.

Hàng ngày, bộ phận Quản lý khách hàng phải thông báo cho bộ phận kiểm soát chỉ số các khách hàng mới có phiên lộ trình sẽ ghi điện vào ngày hôm sau để cập nhật hồ sơ ghi chỉ số, khai thác hóa đơn kịp trong kỳ, tránh trường hợp cập nhật chậm, dồn chỉ số.

Căn cứ tập tin khai thác hóa đơn Điện lực in bảng kiểm soát biến động công tơ gắn mới và tổ chức kiểm dò tất cả các thông tin đã thông báo cho Trung tâm Máy tính. Trường hợp có sai sót phải lập phiếu thông báo điều chỉnh ngay trong kỳ kế tiếp.

Qua ví dụ trên cho thấy nội dung công việc phải thực hiện khi cấp điện cho 01 công tơ điện qua khá nhiều công đoạn phải thực hiện, theo đó cũng sẽ phát sinh nhiều yếu tố chủ quan khách quan làm ảnh hưởng đến việc cung cấp điện cho khách hàng được nhận diện ảnh hưởng bởi một số nhân tố:

- *Thời gian giải quyết lắp công tơ:* là khoảng thời gian từ thời điểm mà khách hàng có nhu cầu lắp đặt công tơ làm thủ tục đăng ký nhu cầu tại điện lực trên địa bàn cư trú và chờ giải quyết. Theo quy định hiện nay thời gian thời gian giải quyết lắp công tơ 1 pha không quá 5 ngày làm việc và 7 ngày làm việc với công tơ 3 pha, thời gian giải quyết lắp công tơ bị ảnh hưởng bởi 2 yếu tố sau đây:

- + Yếu tố khách quan: Lý do kỹ thuật: do chưa có lưới điện ở gần vị trí yêu cầu, công suất khả dụng chưa đáp ứng được so với yêu cầu, không đảm bảo chất lượng điện áp, nhà của khách hàng chưa đủ pháp lý để được cấp điện...nên không thể cung cấp điện

- + Yếu tố chủ quan: Do nhân viên điện lực gây những nhiễu với khách hàng, chậm giải quyết hồ sơ (gìm hồ sơ), chậm thi công, khách hàng không bổ sung các giấy tờ hợp lệ...



- *Hướng dẫn của nhân viên giao dịch tại Điện lực:* Nhân viên được giao nhiệm vụ tiếp nhận và hướng dẫn khách hàng làm thủ tục mua điện thực hiện đúng quy định tại Quy trình giao tiếp với khách hàng sử dụng điện, nhiều trường hợp không thực hiện đầy đủ chức năng hướng dẫn, thái độ làm việc mang tính chất cửa quyền, làm phiền hoặc gây khó khăn cho khách hàng....sẽ gây ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ điện.

Nhìn chung công tác giao dịch cung cấp điện cho khách hàng trong những năm qua đã được nhận diện những thiếu sót những điểm cần khắc phục, trên cơ sở đó Tập đoàn Điện lực Việt Nam đã triển khai rất nhiều giải pháp để cải thiện công tác này chẳng hạn như quản lý, kiểm tra việc rút ngắn thời gian lắp đặt công điện cho khách hàng, ứng dụng chương trình giao dịch một cửa nhằm kiểm tra chặt chẽ hơn từng bộ phận, cải thiện nâng cao dịch vụ phục vụ cho khách hàng cao hơn so với trước đây.

### **3.2.6. Các nội dung dịch vụ khác**

#### **a) Ghi chỉ số công tơ điện**

Dịch vụ ghi chỉ số công tơ điện đây là trách nhiệm của bên bán điện đối với bên mua điện sao cho đảm bảo việc ghi chỉ số công tơ đúng kỳ ghi chỉ số, luôn chính xác, nhanh chóng và tạo sự thuận tiện cho khách hàng trong công tác theo dõi.

**Mục đích ghi chỉ số:** Là cơ sở để tính toán điện năng tiêu thụ của khách hàng trong tháng để xác nhận việc giao nhận, mua bán. Được xác định thông qua hệ thống đo đếm, bao gồm các thiết bị: Máy biến điện áp đo lường (TU), máy biến dòng điện đo lường (TI) và chỉ số các loại công tơ như: công tơ đo điện năng tác dụng (kWh), công tơ đo điện năng phản kháng (KVarh), công tơ điện tử đa chức năng đang vận hành trên lưới điện.

- Căn cứ kết quả lộ trình ghi chỉ số công tơ để:

+ Lập hóa đơn tiền điện.

+ Tổng hợp sản lượng điện nhận lưới, sản lượng điện chuyển tải hộ, sản lượng điện thương phẩm. Từ đó tính ra sản lượng điện nhận tiêu thụ, sản lượng điện dùng để truyền tải và phân phối (điện năng tổn thất), tỉ lệ điện tổn thất và tỉ lệ các thành phần sử dụng điện theo ngành nghề.

+ Phân tích, đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty; tính toán tỷ lệ tổn thất điện năng trong truyền tải, phân phối điện; quản lý và dự báo nhu cầu phụ tải.

**Thời gian ghi:** Đây là thời điểm hàng tháng các nhân viên điện lực đến ghi chỉ số tiêu thụ điện năng công tơ đầu mối của khách hàng, thông thường định kỳ hàng tháng phải ghi theo đúng chu kỳ GCS theo lịch quy định. Ghi vào phiếu treo đặt tại công tơ hoặc giao khách hàng giữ, tạo điều kiện để khách hàng giám sát việc GCS, ghi chính xác và ghi trung thực.

**Hình thức ghi:** Ghi bằng thủ công bằng cách nhập số liệu điện năng tiêu thụ vào máy để lưu trữ hoặc ghi bằng phương pháp đọc từ xa bằng sóng điện từ đối với công tơ điện tử có chức năng phát tín hiệu chỉ số tiêu thụ.

Kết quả ghi bị ảnh hưởng rất nhiều bởi ghi điện viên chọn hình thức ghi điện như ghi phỏng đoán chỉ số (không thực hiện đi ghi trực tiếp tại đầu công tơ của khách), ghi dồn số...yếu tố này gây ảnh hưởng rất nhiều đến mức độ hài lòng của khách hàng.

Thái độ của nhân viên ghi điện: Thông thường việc ghi điện tại TP Hà Nội là đến các trụ điện gần nhà khách hàng để đọc chỉ số điện tiêu thụ trong thang, do vậy thường có những ý kiến thắc mắc trực tiếp từ khách hàng trong khi nhân viên làm nhiệm vụ, theo quy định nhân viên phải có thái độ nhã nhặn thực hiện đúng quy trình giao tiếp để giải đáp các thắc mắc của khách hàng. Tuy nhiên do áp lực công việc phải ghi ở nhiều nơi, nhiều vị trí khác nhau lại trong điều kiện thời tiết hết

sức khắc nghiệt (mùa hè thì nắng nóng, mùa đông thì mưa, rét...) nên sẽ ảnh hưởng đến việc trả lời những ý kiến thắc mắc của khách hàng.

### **b) Thu và theo dõi nợ tiền điện**

- Quản lý chặt chẽ hóa đơn, bảng kê hóa đơn, tiền mặt, ngân phiếu và các loại chứng từ chuyển khoản như ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi, báo có, báo nợ . . .

- Thu đúng, thu đủ số tiền của số hóa đơn đã phát hành, không để tồn đọng.

- Nộp đúng, nộp đủ số tiền đã thu và thanh quyết toán kịp thời.

- Kết hợp với việc thu tiền để kiểm soát số lượng HĐMBĐ đã ký kết; phát hiện những trường hợp sử dụng điện nhưng chưa có hóa đơn tiền điện; những trường hợp khách hàng thay đổi mục đích sử dụng, số hộ dùng chung (nếu là hợp đồng sinh hoạt), giá điện, sản lượng điện trên hóa đơn bất hợp lý so với thực tế sử dụng điện và những sai sót trên hóa đơn.

- Kiểm soát chặt chẽ việc thanh toán tiền điện của khách hàng và thanh, quyết toán của bộ phận thu tiền điện với bộ phận kế toán.

- Phát hiện kịp thời những thiếu sót trong thanh toán tiền điện. Quản lý chặt chẽ và có biện pháp giải quyết những trường hợp khách hàng nợ tiền điện quá thời hạn quy định.

### **Các dịch vụ thu tiền điện**

Hiện nay các nước trên thế giới, việc thanh toán tiền điện hàng tháng giữa bên mua và bên bán điện được thực hiện hết sức nghiêm túc theo quy định của luật pháp, nếu bên mua – bán điện vi phạm thì sẽ bị xử phạt theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, ở nước ta, mặc dù Nhà nước đã có nhiều văn bản quy định các chế tài liên quan đến thanh toán tiền điện, nhưng vẫn xảy ra tình trạng không thanh toán hoặc chừa quyền trong thanh toán tiền điện, quyền và lợi ích của mỗi bên không được bảo đảm. Để khắc phục tình trạng trên, đồng thời bảo vệ quyền và lợi ích của

mỗi bên, Luật điện lực (Điều 23) đã quy định cụ thể về các điều kiện và nguyên tắc thanh toán tiền điện. Theo đó, *bên mua điện phải thanh toán đủ và đúng thời hạn số tiền điện ghi trong hóa đơn cho bên bán điện theo biểu giá điện đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt.* Tiền điện được thanh toán tại trụ sở nơi ở của bên mua điện hoặc tại địa điểm thuận lợi do hai bên thoả thuận trong hợp đồng mua bán điện. *Bên mua điện chậm trả tiền điện phải trả cả tiền lãi của khoản tiền chậm trả cho bên bán điện.* Bên bán điện thu thừa tiền điện phải hoàn trả cho bên mua điện, kể cả tiền lãi của khoản tiền thu thừa. Lãi suất của số tiền chậm trả hoặc thu thừa do các bên thoả thuận trong hợp đồng nhưng không vượt quá mức lãi suất cho vay cao nhất của ngân hàng mà bên bán điện có tài khoản ghi trong hợp đồng tại thời điểm thanh toán.

**Dịch vụ thu tiền điện:** Việc thu tiền điện cũng rất quan trọng, đòi hỏi người nhân viên phải trung thực, có trách nhiệm và thực hiện đúng quy trình công tác. Với doanh thu tiền điện hàng năm hàng chục nghìn tỷ đồng công tác thu ngân trên địa bàn là rất quan trọng, cần phải quản lý chặt chẽ bất kỳ sai sót nào cũng có thể dẫn đến mất doanh thu, thiệt hại tài sản của nhà nước, ảnh hưởng đến uy tín ngành điện. Tuy nhiên trong thực tiễn đã có một số sai sót gây ảnh hưởng đến công tác thu ngân:

- Nhân viên thu ngân lưu động giữ qua đêm số hóa đơn chưa thu và số tiền đã thu.
- Nhân viên thu ủy nhiệm thu nhận thu tiền mặt hoặc giữ hóa đơn chưa thu tiền.
- Thu ngân tại quầy giữ hóa đơn chưa thu tiền.
- Nhân viên quản lý hóa đơn làm nhiệm vụ thu tiền.
- Tách phần hóa đơn tiền điện liên 1 (cùi hóa đơn) ra khỏi hóa đơn tiền điện liên 2 khi chưa thu được tiền.
- Sử dụng số tiền thu được vào bất cứ mục đích nào.

- Thu ngân viên giữ lại hóa đơn tiền điện liên 2 khi khách hàng đã trả đủ tiền điện ghi trên hóa đơn.

- Giao hóa đơn tiền điện cho người khác thu hộ.

- Hành động tiêu cực che giấu, đồng lõa với khách hàng để nhận hối lộ và những hành động khác làm tiền khách hàng.

**Các hình thức thu tiền điện:** Trước đây việc thu tiền điện chỉ thực hiện qua hai hình thức đơn giản: hình thức thứ nhất nhân viên điện lực thu tại nhà khách hàng, đây là hình thức thu tiền truyền thống của ngành điện, bao gồm việc thu tiền và gửi hoá đơn tiền điện cho khách hàng, trường hợp không thu được do vắng nhà hoặc chưa có điều kiện đóng tiền thì khách hàng sẽ phải chủ động đến trụ sở điện lực đóng tiền, tại đây lượng khách hàng rất đông, thời gian chờ lâu, nhân viên phục vụ chưa tốt... rất dễ gây ảnh hưởng đến uy tín của ngành và sự hài lòng của khách hàng. Trong những năm gần đây Tập đoàn Điện lực Việt Nam đã không ngừng nỗ lực cải tiến công tác này bằng cách đa dạng hóa các hình thức thu tiền điện như thu tiền qua ngân hàng, đối tác của ngân hàng, đại lý thu tiền điện...

**Ngừng cấp điện do thiếu nợ tiền điện:** Đây là việc làm không mong muốn trong công tác kinh doanh và phát triển dịch vụ khách hàng, có thể nói công tác này có tác động rất lớn đến thái độ của khách hàng, khi khách hàng thiếu nợ tiền điện quá số ngày quy định, điện lực sẽ gửi thư nhắc nợ đến khách hàng 03 lần nhưng vẫn chưa thanh toán tiền điện thì khách hàng sẽ bị ngừng cấp điện và chịu phí đóng cắt điện theo quy định. Tuy nhiên trong thực tế đã xảy ra một số nguyên nhân chính ảnh hưởng đến thái độ khách hàng khi bị ngừng cấp điện như sau:

- Không nhận được thư nhắc nợ nên chưa kịp đóng tiền hoặc không thấy nhân viên đến thu tiền.

- Sau khi bị cắt điện, khách hàng đã đóng tiền nhưng vẫn chưa có điện.

- Thắc mắc tại sao thu phí đóng cắt điện.

### **c) Dịch vụ sửa chữa các hư hỏng sự cố điện cho khách hàng**

Trong quá trình khách hàng sử dụng, việc xảy ra sự cố điện tại hộ gia đình là điều thường xuyên xảy ra bởi nhiều nguyên nhân khác nhau. Thông thường khi mất điện thì khách hàng đánh giá mức độ hài lòng qua 2 tiêu chí đó là: thời gian có mặt tại nhà khách hàng sau khi nhận được thông tin yêu cầu sửa chữa điện tại nhà của khách hàng và chất lượng sửa chữa điện của nhân viên Điện lực sau khi khắc phục xong.

Hiện nay nhằm đáp ứng nhu cầu sửa chữa điện nhanh nhất trong khoảng thời gian ngắn cải tiến dịch vụ sửa chữa điện cho khách hàng, Tập đoàn Điện lực Việt Nam đã quy định các Công ty Điện lực phải thực hiện Thông báo trên các phương tiện thông tin đại chúng số điện thoại nóng để sửa chữa điện theo từng khu vực, in số điện thoại trên hoá đơn của khách hàng, dán số điện thoại nóng trước công tơ điện của khách hàng, làm bảng số điện thoại sửa chữa điện đặt ở vị trí thuận tiện tại trụ sở Điện lực để khách hàng đến giao dịch dễ dàng nhận biết.

### **d) Kiểm tra tình hình sử dụng điện của khách hàng**

Theo quy định thì công tác kiểm tra điện là hoạt động thường xuyên của bên bán điện với mục đích kiểm tra việc sử dụng điện của khách hàng nhằm xem xét giá mua điện của khách hàng có phù hợp hay chưa, việc sử dụng điện có đúng biểu đồ phụ tải và công suất đăng ký theo hợp đồng hay không, kiểm tra việc sử dụng điện an toàn tiết kiệm và hiệu quả đúng quy định pháp luật hay chưa cũng như kiểm tra việc vận hành của công tơ đo đếm điện năng.

Việc kiểm tra được thực hiện theo các hình thức kiểm tra định kỳ và kiểm tra đột xuất cũng như theo yêu cầu của bên mua điện hoặc kiểm tra do khiếu nại..., công tác kiểm tra điện hiện nay diễn ra rất bình thường nếu khách hàng sử dụng điện đúng theo các quy định trong hợp đồng, tuy nhiên trong trường hợp khách hàng có dấu hiệu vi phạm hợp

đồng mua bán điện, câu trộm điện, thì việc tổ chức kiểm tra sẽ trở nên rất khó khăn phải có sự tham gia của chính quyền địa phương trong công tác này, các yếu tố như: thời gian kiểm tra, phản ứng của khách hàng, phản ứng của nhân viên điện lực sự tham gia của chính quyền địa phương qua đó sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ khách hàng.

#### **e) Giá dịch vụ điện**

- Hiện nay theo quy định của Nhà nước thì giá hàng hóa dịch vụ điện được cấu thành bởi các nội dung sau:

+ Giá mua điện đầu nguồn từ thiết bị đo đếm (công tơ tổng) đặt tại các trạm đo đếm ranh giới trên lưới điện trung thế giữa các điện lực hoặc đặt tại các lộ xuất tuyến đường dây trung thế của các trạm biến áp 110kV, 220kV. Giá mua điện đầu nguồn do các Tổng công ty phân phối điện (Đơn vị chủ quản của các điện lực) tính toán, xác định.

+ Chi phí vận hành lưới điện của các công ty điện lực để truyền tải điện năng trên đường dây trung thế, trạm biến áp, đường dây hạ thế đến thiết bị đo đếm điện năng của hộ sử dụng điện, gồm: chi phí tiền lương của công nhân vận hành lưới điện; sửa chữa lớn, sửa chữa thường xuyên lưới điện; chi phí khấu hao tài sản lưới điện; chi phí sửa chữa khắc phục sự cố lưới điện...

+ Tổn thất điện năng truyền tải từ nơi nhận sản lượng điện đầu nguồn đến công tơ đo đếm điện năng của từng hộ dân. Tổn thất điện năng là phần năng lượng điện suy hao trong quá trình truyền tải và đo đếm điện, như: tổn thất kỹ thuật, tổn thất thương mại. Tổn thất điện năng kỹ thuật trong khâu phân phối điện gồm: Tổn thất trên đường dây trung thế, trạm biến áp, đường dây hạ thế đến thiết bị đo đếm điện năng của hộ sử dụng điện.

+ Chi phí bán hàng gồm: Phát triển khách hàng; chi phí tiền lương; ghi chỉ số công tơ; in ấn phát hành thông báo tiền điện, hóa đơn

tiền điện; bộ phận thu tiền điện; bộ phận kiểm tra, phúc tra chỉ số công tơ ...; khấu hao tài sản phục vụ bán hàng; chi phí vật tư, văn phòng phẩm phục vụ bán hàng; chi phí giao dịch, tiếp khách hàng, chi phí thuê thực hiện mỗi phần dịch vụ điện.

Bảng 3.6. Giá điện bậc thang giai đoạn 2010 - 2013

*Đơn vị: đồng/kWh*

<b>Mức sử dụng điện sinh hoạt của một hộ trong tháng</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Cho 50 kWh đầu tiên	600	993	993	993
Cho kWh từ 51 - 100	1.004	1.242	1.350	1.418
Cho kWh từ 0 - 100		1.242	1.350	1.418
Cho kWh từ 101 - 150	1.214	1.369	1.545	1.622
Cho kWh từ 151 - 200	1.594	1.734	1.947	2.014
Cho kWh từ 201 - 300	1.722	1.877	2.105	2.210
Cho kWh từ 301 - 400	1.844	2.008	2.249	2.361
Cho kWh từ 401 trở lên	1.890	2.060	2.307	2.420

*Nguồn: Ban kinh doanh EVN*

- Giá dịch vụ điện sinh hoạt được xác định tối đa bằng giá bán điện sinh hoạt bậc thang được Chính phủ phê duyệt cho từng thời kỳ, được tính theo mức sản lượng điện tiêu thụ hàng tháng, mỗi tháng ghi chỉ số công tơ 1 kỳ vào 1 ngày được ấn định trước trong hợp đồng mua bán điện. Do tình hình thiếu nguồn vốn đầu tư cho các nhà máy phát điện, do đó để hạn chế sử dụng điện, nhà nước dùng công cụ giá lũy tiến (sản lượng mua càng nhiều giá càng cao) để điều tiết tiêu dùng tiết kiệm năng lượng điện trong mọi tầng lớp nhân dân. Mức giá để đảm bảo cho các điện lực hòa vốn theo quy định của Chính phủ là mức giá tương ứng với sản lượng điện tiêu dùng của hộ dân cư ở 100kWh/tháng.

- Chính phủ ủy quyền cho Bộ Công thương công bố, điều chỉnh giá điện theo từng thời kỳ nhất định trên cơ sở biến động các yếu tố đầu vào phục vụ cho SXKD điện, các doanh nghiệp kinh doanh phân phối điện năng có trách nhiệm niêm yết công khai giá điện trên toàn địa bàn.



### 3.3. Đánh giá chung về công tác quản lý chất lượng dịch vụ điện

+ **Chỉ tiêu về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện nhằm tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh:** Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội đã có nhiều giải pháp kịp thời trong công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng nên đã hoàn thành vượt các chỉ tiêu SXKD năm 2013 do Nhà nước giao:

STT	Thành phần	Kế hoạch	Thực hiện	So sánh với KH	So sánh với cùng kỳ
1	Đầu nguồn (tr. kWh)		12.247,86		Tăng 6,36%
2	Thương phẩm (tr. kWh)	11.270	11.283,29	Tăng 0,11%	Tăng 6,56 %
3	Tồn thất (%)	7,1	6,65	Giảm 0,45%	Giảm 0,43%
4	Giá BQ (đ/kWh)	1644,70	1.650,07	Tăng 0,32%	Tăng 10,04%
5	Tiết kiệm điện (tr.kWh)	1,5% tổng thương phẩm	284,33	Tăng 68,19%	Tăng 36,04%

Bảng 3.7. Nhóm chỉ tiêu kinh doanh (nguồn EVNHN)

+ **Thực hiện nhóm chỉ tiêu về độ tin cậy lưới điện:** Tình hình thực hiện độ tin cậy cung cấp điện năm 2013 của EVN HANOI đạt 9/9 chỉ tiêu EVN giao trong đó: SADI = 3510,6 phút (thấp hơn chỉ tiêu EVN giao 1389,4 phút và giảm so với năm 2012: 2872,4 phút), SAIFI = 11,2 lần (thấp hơn chỉ tiêu EVN giao 0.8 lần và giảm so với năm 2012: 9,3 lần), MAIFI = 1,73 (thấp hơn chỉ tiêu EVN giao 0,32 lần và giảm so với năm 2012: 2,74 lần).

Bảng 3.9. Độ tin cậy lưới điện phân phối năm 2013 so với năm 2012

(Nguồn EVHN)

	SAIDI (phút)			SAIFI (lần)			MAIFI (lần)		
	Năm 2013	Năm 2012	So sánh	Năm 2013	Năm 2012	So sánh	Năm 2013	Năm 2012	So sánh
Sự cố	385,6	2500	-2114,4	3,39	9	-5,61	1,44	2,2	-0,76
Kế hoạch	1948,2	3700	-1751,8	3,7	11	-7,3	0,0006	2,5	-2,4994
Tổng	3510,6	6383	-2872,4	11,2	20,5	-9,3	1,73	4,47	-2,74

Trong năm 2013, với sự cố gắng, nỗ lực không ngừng Tổng Công ty đã đạt được 9/9 các chỉ tiêu độ tin cậy cung cấp điện EVN giao. Có được kết quả trên là do Tổng công ty đã chỉ đạo các đơn vị lập chương trình giảm suất sự cố, nâng cao độ tin cậy lưới điện năm 2013 sát với thực trạng vận hành lưới điện các Công ty điện lực và triển khai đầy đủ và nghiêm túc các quy định, quy trình vận hành. Đã đưa phần mềm OMS (Outage Management System) được xây dựng và phát triển nhằm mục đích nâng cao độ tin cậy của lưới điện như: Hệ thống quản lý mất điện và độ tin cậy của lưới điện; quản lý lưới điện và thay đổi phương thức; đăng ký cắt điện theo kế hoạch, đột xuất cho lưới điện trung thế và hạ thế; tích hợp với hệ thống quản lý khách hàng CMIS, tích hợp với tổng đài gửi tin nhắn SMS; tổng đài chăm sóc khách hàn và đề ra các giải pháp kịp giảm suất sự cố, nâng cao độ tin cậy lưới điện. Mặt khác bố trí kế hoạch hợp lý, khoa học, phối hợp nhiều việc nhiều đơn vị công tác trong một lần cắt điện để giảm thời giảm cắt điện kế hoạch, đồng thời nâng cao kỷ luật vận hành, thực hiện nghiêm chỉnh công tác kiểm tra lưới điện như thời gian kiểm tra, nội dung kiểm tra, xử lý các tồn tại, công tác hồ sơ lưu trữ. Thực hiện chương trình củng cố, nâng cao chất lượng công tác quản lý kỹ thuật, thực hiện nghiêm chỉnh các quy trình ISO 9001-2008 về quản lý kỹ thuật, thực hiện đầy đủ các hành động khắc phục phòng ngừa cải tiến. Tổ chức điều tra sự cố theo quy định sau khi các vụ sự cố xảy ra.

+ **Thực hiện nhóm chỉ tiêu về quản trị doanh nghiệp:** Chỉ tiêu điện thương phẩm/CBCNV toàn Tổng công ty là 1.365.025 kWh/người tăng 2% so với năm 2012; chỉ tiêu số khách hàng/số CBCNV là 249 khách hàng/người. Nhóm chỉ tiêu về quản trị doanh nghiệp có mức tăng trưởng chưa cao là do xác định rõ đây là năm đẩy mạnh công tác kinh doanh và dịch vụ khách hàng, để nâng cao chất lượng dịch vụ và phục vụ khách hàng được tốt hơn, Tổng công ty đã bổ sung thêm một số

lượng lao động có trình độ, nghiệp vụ chuyên môn cao đáp ứng được những đổi mới trong công tác kinh doanh điện năng. Đặc biệt, các đơn vị ngoại thành phía tây Hà Nội đã hoàn thành tiếp nhận hầu hết lưới điện nông thôn, để tăng cường chất lượng quản lý, cải tạo hệ thống lưới điện và nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, rất cần tiếp nhận thêm lực lượng lao động mới. Ngoài ra, những yếu tố vĩ mô cũng làm ảnh hưởng đến nhóm chỉ tiêu này: những năm gần đây, do nền kinh tế suy giảm, thị trường bất động sản đóng băng dẫn đến số lượng khách hàng tiếp nhận bán lẻ tại các khu đô thị cũng như khách hàng cấp mới giảm đi rõ rệt; hàng trăm các doanh nghiệp được cấp phép hoạt động điện lực kinh doanh bán lẻ điện đã làm cho nhóm chỉ tiêu này không có được mức tăng trưởng như mong muốn.

+ **Thực hiện nhóm chỉ tiêu về dịch vụ khách hàng:** Tổng công ty đã ban hành và hướng dẫn các đơn vị thực hiện đơn giá cho dịch vụ lắp đặt công tơ sau trạm công cộng từ ngày 01/11/2013, tính toán và niêm yết công khai, minh bạch đơn giá nhân công cũng như vật tư lắp đặt theo từng vùng (căn cứ theo định mức lương tối thiểu theo vùng), từ đó đã giúp đơn giản hóa các thủ tục, đảm bảo thuận tiện, nhanh chóng, tránh gây phiền hà cho khách hàng. Đồng thời áp dụng công nghệ ghi chỉ số công tơ bằng thiết bị di động nhằm hạn chế sai sót trong quá trình ghi chỉ số, từ đó giảm được những thắc mắc, khiếu nại từ phía khách hàng, duy trì, nâng cao hiệu quả của Tổng đài giải đáp thông tin khách hàng. Tổ chức các lớp tập huấn cho đội ngũ tổng đài viên về nghiệp vụ kinh doanh và kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

Tuy nhiên trong công tác dịch vụ khách hàng vẫn còn một số trường hợp chưa đạt chỉ tiêu vì lý do khách quan ví dụ như: phục hồi cấp điện trở lại sau sự cố (>2giờ): Các tháng 7, 8, 9 là mùa mưa, sự cố mất điện thường xảy ra vào buổi đêm, mưa kéo dài, nước chảy thành dòng nên chờ trời tạnh, không được tiến hành sửa chữa ngay theo quy trình an

toàn; việc thay thế thiết bị đóng cắt lưới hạ thế (>1 ngày): kết hợp cắt điện với lịch cắt điện trung thế để tăng độ tin cậy lưới điện; khách hàng đăng ký lịch sửa chữa nhưng khi Cán bộ điện lực đến làm việc thì khách hàng đi vắng hoặc sự phối hợp của khách hàng chưa đầy đủ nên thời gian lắp đặt cũng như giải quyết khiếu nại bị kéo dài hơn so với quy định...đó cũng là nguyên nhân ảnh hưởng đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ.

+ Ứng dụng công nghệ mới và CNTT trong kinh doanh điện năng, cụ thể như: Ứng dụng mã vạch (Barcode) trên hóa đơn tiền điện: Áp dụng mã vạch trên hóa đơn tiền điện cho công tác thu và theo dõi nợ tại Công ty Điện lực Thanh Trì, Công ty Điện lực Gia Lâm, Công ty Điện lực Đan Phượng, Công ty Điện lực Quốc Oai và Công ty Điện lực Ứng Hòa. Triển khai thí điểm thành công hóa đơn điện tử tại Công ty Điện lực Hoàn Kiếm và Công ty Điện lực Cầu Giấy. Xây dựng phương án kỹ thuật “Lắp đặt hệ thống đọc từ xa công tơ đầu nguồn ranh giới” để truyền dữ liệu từ công tơ tại các trạm 110/220 kV và các điểm ranh giới giữa các đơn vị về Tổng công ty. Hoàn thiện việc lắp đặt hệ thống đo xa tại 34 trạm đầu nguồn và 100 điểm ranh giới, việc thu thập dữ liệu đã được tiến hành từ xa bắt đầu từ tháng 1/2014 thông qua một phần mềm thu thập dữ liệu tập trung để xử lý và tổng hợp số liệu công tơ, dữ liệu được xuất theo hệ thống báo cáo theo yêu cầu và có thể xem được trên trang web nội bộ của Tổng công ty. Xây dựng hệ thống thu thập và xử lý dữ liệu công tơ khách hàng lớn nhằm mục đích thu thập dữ liệu từ xa cho 3.093 khách hàng trên địa bàn thành phố (của 29 Công ty Điện lực). Phương thức truyền dữ liệu sử dụng công nghệ GPRS. Dữ liệu được thu thập và xử lý thông qua một phần mềm tập trung do Tổng công ty xây dựng và sẽ được tích hợp với CSDL của phần mềm quản lý khách hàng. Ngoài ra Tổng công ty còn ứng dụng công nghệ ghi chỉ số công tơ trên thiết bị di động, đây là hình thức ghi chỉ số ứng dụng công nghệ mới, số

ghi chỉ số từ hệ thống CMIS (phần mềm quản lý khách hàng) sẽ được xuất ra file và chuyển tới thiết bị di động để phục vụ công tác nhập chỉ số công tơ trực tiếp tại hiện trường, dữ liệu sau khi nhập sẽ được cập nhật trở lại hệ thống CMIS qua phương thức kết nối trực tiếp (qua cổng USB) hoặc phương thức gián tiếp (bằng kết nối wifi/3G) để thực hiện tiếp công tác kiểm soát và in hoá đơn theo quy trình.

+ **Công tác chỉnh trang phòng Giao dịch khách hàng:** Tổng công ty đã xây dựng mô hình Phòng Giao dịch khách hàng kiểu mẫu áp dụng cho nơi giao dịch khách hàng tại trụ sở các Công ty và các trụ sở Đội Quản lý điện phường. Bộ phận này được thiết kế theo hướng thân thiện với khách hàng, theo đó sẽ dành không gian nhiều nhất cho khách hàng thay vì lối giao dịch truyền thống là dành không gian cho các nhân viên của đơn vị. Khách hàng đến điểm giao dịch sẽ được tiếp đón và hướng dẫn tới các vị trí giao dịch cần thiết, được tư vấn chu đáo bởi đội ngũ nhân viên làm công tác giao dịch khách hàng. Đầu tư trang thiết bị văn phòng chủ yếu tại Phòng Giao dịch khách hàng như: hệ thống máy tính và máy in được kết nối mạng và cài đặt các phần mềm hỗ trợ các chức năng tiếp nhận và giải quyết yêu cầu khách hàng; trang thiết bị khác máy photocopy, máy fax, bàn ghế tiếp khách hàng... Thông báo đến chính quyền địa phương các cấp, tổ dân phố để giới thiệu quảng bá về các loại hình dịch vụ, các nơi giao dịch khách hàng trên địa bàn đồng thời tổ chức các khóa đào tạo nâng cao về kỹ năng giao tiếp, nghiệp vụ kinh doanh, thiết kế, lập dự toán, đo lường, tin học cho đội ngũ nhân viên tại Phòng giao dịch khách hàng, các Đội Quản lý điện...

### **Nhóm chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh**

Theo quy định hiện hành, điện là hàng hóa do Nhà nước định giá nên phương án giá điện EVN phải trình Bộ Công Thương và Thủ tướng Chính phủ xem xét quyết định. Do vậy, việc nghiên cứu xây dựng hệ thống định mức vật tư, chi phí cho khâu phân phối điện hợp lý phục vụ

cho công tác điều chỉnh giá bán điện đầu ra đến khách hàng sử dụng điện là yếu tố quan trọng giúp các Công ty Điện lực tiết kiệm chi phí khi tính toán giá bán buôn điện nhằm đạt được mục tiêu cân đối điều hòa tổng thể chung phần đầu lợi nhuận.

+ Vật liệu phân phối (đ/kWh) bao gồm: dầu máy biến thế, dầu mỡ bôi trơn... vật tư cho sửa chữa thường xuyên, công tơ, hộp công tơ (loại trừ công tơ và hộp công tơ đối với phát triển khách hàng mới), vật liệu quản lý vận hành kinh doanh...

+ Dịch vụ mua ngoài (đ/kWh) bao gồm: điện (trừ chi phí mua điện của EVN và các Nhà máy điện dưới 30 MW trên địa bàn), nước, điện thoại, bưu phí, Internet, bảo hiểm tài sản, thuê mặt bằng, thuê tài sản, thuê dịch vụ...

+ Chi phí khác bằng tiền (đ/kWh) bao gồm: (loại trừ tiền ăn ca, các loại thuế, phí, lệ phí, các khoản dự phòng) gồm: tiền hội nghị, tiếp khách, đào tạo, công tác phí, tàu xe đi phép, chi phí khoán (nếu có) cho công tác thu tiền điện, nghiên cứu khoa học, sáng kiến cải tiến, quảng cáo, tuyên truyền...

+ Chi phí sửa chữa lớn bao gồm: toàn bộ chi phí phục vụ cho công tác sửa chữa lớn các công trình phục vụ cho khâu phân phối điện.

+ Chi phí phát triển khách hàng bao gồm: chi phí phục vụ cho việc cấp điện cho khách hàng mới như vật liệu lắp đặt, công tơ, hòm công tơ....

+ Chi phí tiết kiệm điện: Bao gồm các chi phí phục vụ cho công tác tiết kiệm điện.

+ Chi phí chăm sóc khách hàng: bao gồm các chi phí nhằm thông báo nhanh nhất thông tin liên quan đến việc cung cấp điện đối với khách hàng (tin nhắn SMS về lượng điện sử dụng, tiền điện hàng tháng, tiền điện còn nợ, lịch cắt điện sửa chữa...). Đánh giá sự hài lòng của khách hàng, tổ chức hội nghị khách hàng, tổ chức phòng giao dịch khách hàng,

in ấn tài liệu hướng dẫn về quy định, thủ tục cấp điện, thanh toán...phí trả cho ngân hàng các dịch vụ thu tiền qua ngân hàng, qua thẻ ATM, hoá đơn điện tử.

Kết quả sản xuất kinh doanh năm 2013 của Tổng ty như sau:

Tổng doanh thu: 18.958.607 triệu đồng

Tổng chi phí: 18.855.209 triệu đồng

Tổng lãi: 103.398 triệu đồng

Trong đó, kết quả hoạt động kinh doanh điện:

- Tổng doanh thu: 18.660.026 triệu đồng.

- Chi phí điện: 18.603.822 triệu đồng.

- Lãi điện: 56.204 triệu đồng.

*Các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh điện:* Sản lượng điện thương phẩm: 11.283,3 triệu kWh, đạt 100,12 % kế hoạch thương phẩm cả năm và tăng trưởng so với cùng kỳ năm 2012 là 6,5 %. Tỷ lệ truyền tải & phân phối 6,65 % giảm so với kế hoạch 0,45 %.

STT	Yếu tố chi phí	KH (Phương án giá)		Thực hiện		Tăng, giảm	
		Chi phí ( Tr. Đồng)	Giá thành đ/kwh)	Chi phí (tr. Đồng)	Giá thành ( đ/kwh)	Chi phí (Tr.đồng)	Giá thành đ/kwh)
<b>a</b>	<b>B</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
A	Sản lượng điện TP	11,270		11,283			
B	Yếu tố chi phí						

1	Nhiên liệu				-	-	-
2	Vật liệu	177,749	15.73	197,346	17.49	19,597	1.76
3	Lương và BHXH	948,663	83.95	939,768	83.29	(8,895)	(0.66)
	Tiền lương	857,670	75.90	873,670	77.43	16,000	1.53
	Bảo hiểm xã hội	90,993	8.05	66,098	5.86	(24,895)	(2.19)
4	Khấu hao TSCĐ	779,463	68.98	1,012,634	89.75	233,171	20.77
5	Các khoản DVMN	65,653	5.81	73,996	6.56	8,343	0.75
6	Chi phí SCL	182,152	16.12	169,017	14.98	(13,135)	(1.14)
7	Chi phí bằng tiền	542,771	48.03	430,388	38.14	(112,383)	(9.89)
	Thuế tài nguyên		0.00		-	-	-
	Thuế đất	18,051	1.60	26,974	2.39	8,923	0.79
	Lãi tiền vay dài hạn	398,397	35.26	269,708	23.90	(128,689)	(11.35)
	Ăn ca	65,868	5.83	62,713	5.56	(3,155)	(0.27)
	Dự phòng		0.00	-298	(0.03)	(298)	(0.03)
	Chi phí bằng tiền khác	60,455	5.35	71,291	6.32	10,836	0.97
	Chi phí phát triển khách hàng	67,800	6.00	70,692	6.27	2,892	0.27
8	Chi phí tuyên truyền tiết kiệm điện	11,300	1.00	13,483	1.19	2,183	0.19
9	Dịch vụ chăm sóc khách hàng	11,300	1.00	12,561	1.11	1,261	0.11
10	Thiết bị đo đếm	2,300	0.20	0	-	(2,300)	(0.20)
11	Chi phí VH KD lưới điện nông thôn (2012)	10,894	0.96	10,226	0.91	(668)	(0.06)
12	Chi phí SCL lưới điện NT sau tiếp nhận	23,890	2.11	23,183	2.05	(707)	(0.06)
13	Chi phí tiếp nhận lưới điện nông thôn	13,500	1.19	1,445	0.13	(12,055)	(1.07)
	Bổ sung hỗ trợ xăng xe cho công nhân đi thu tiền điện, ghi chi số, vận hành	5,650	0.50		-	(5,650)	(0.50)
14	Chi phí môi trường	18,800	1.66	3,033	0.27	(15,767)	(1.39)
15	Chi phí khác	20,188	1.79	3,606	0.32	(16,582)	(1.47)
16	Chênh lệch tỷ giá	14,543	1.29	12,489	1.11	(2,054)	(0.18)
17	Giảm trừ giá thành do cho thuê cột điện, thanh lý, nhượng bán vật tư, tài sản, vật tư thu hồi...	(20,370)	(1.80)	(24,646)	(2.18)	(4,276)	(0.38)
	Tổng cộng	2,876,246	254.54	2,949,221	261.39	72,975	6.85

Bảng 3.8: các chi phí trong SXKD năm 2013 (nguồn EVNHANOI)

**Kết luận:** Thủ đô Hà Nội là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hoá xã hội của cả nước, nên được Chính phủ ưu tiên đầu tư phát triển hạ tầng, cùng với việc tốc độ đô thị hóa tăng cao sau khi sáp nhập đã kéo theo tăng trưởng lớn nhu cầu điện hàng năm. Thống kê cho thấy, tổng điện năng thương phẩm của Tổng công ty Điện lực TP Hà Nội đạt mức



9,5 tỷ kWh vào năm 2011 và dự kiến đến năm 2015 sẽ đạt mức trên 15 tỷ kWh, đạt mức tăng trưởng bình quân gần 12,5%/ năm.

Việc tốc độ tăng trưởng điện thương phẩm nhanh đồng nghĩa với việc doanh thu tăng. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng cao như vậy sẽ gây ra những tác động trái ngược nhau ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty: một mặt, tốc độ tăng trưởng cao sẽ tạo động lực thúc đẩy việc hợp tác đầu tư giữa các đối tác với Tổng công ty. Mặt khác, tốc độ tăng trưởng cao sẽ tạo áp lực thách thức rất lớn đối với Tổng công ty trong việc đảm bảo đủ điện phục vụ khách hàng. Dự kiến từ nay đến hết năm 2015, Tổng công ty Điện lực TP Hà Nội sẽ phải đầu tư một số vốn lên đến hàng chục ngàn tỷ đồng để nâng cấp và phát triển hệ thống lưới điện đã quá cũ nát sau khi tiếp nhận của tỉnh Hà Tây về.

EVNHANOI có nhiều điều kiện thuận lợi bởi đa số khách hàng là những người hiểu và tôn trọng pháp luật. Tuy nhiên, trên địa bàn Thủ đô thường hay diễn ra các hoạt động văn hóa, chính trị, kinh tế xã hội quan trọng. Nếu quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện tốt, uy tín của Tổng công ty sẽ được khẳng định trên thị trường qua các kênh thông tin, báo chí của Trung ương và địa phương tại Hà Nội. Thêm vào đó, Thủ đô đang trong giai đoạn phát triển, tốc độ đô thị hoá nhanh nên nhu cầu về điện phục vụ cho các mặt của đời sống xã hội sẽ còn tăng mạnh trong thời gian tới. Đây là những điều kiện thuận lợi giúp cho Tổng công ty có thể mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, chiếm lĩnh thị trường.

Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng tồn tại những nguy cơ xuất phát từ môi trường văn hoá, chính trị, xã hội. Do mức sống của người dân cao nên nhìn chung khách hàng đều yêu cầu, đòi hỏi cao hơn về chất lượng điện năng cung cấp và dịch vụ hỗ trợ khách hàng kèm theo. Thành phần khách hàng mua điện rất đa dạng, mặt bằng dân trí cao, là nơi có nhiều cơ quan thông tin đại chúng Trung ương và địa phương đóng trên địa bàn, do vậy đây cũng là nơi thu thập và cung cấp chủ yếu cho thông tin đại chúng trên cả nước. Bên cạnh đó vẫn còn tồn tại một bộ phận khách

hành vi phạm hành lang an toàn lưới điện, lợi dụng sơ hở để cố tình có các hình thức lấy cắp điện tinh vi, gây khó khăn cho Tổng công ty trong việc phát hiện, đấu tranh, ngăn ngừa các hành vi vi phạm đồng thời ảnh hưởng trực tiếp đến quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện.

Mặt khác, cũng do điều kiện nước ta mới chuyển từ cơ chế bao cấp sang kinh tế thị trường, nên phần nào tinh thần thái độ phục vụ của cán bộ, công nhân viên ngành điện nói chung vẫn chịu sự ảnh hưởng không nhỏ của tính độc quyền và cửa quyền, chưa thực sự hướng tới khách hàng, do đó cần thiết phải rà soát để ban hành các quy chế, quy định nhằm tạo hành lang pháp lý quan trọng cho công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện.

## **Chương 4**

### **CÁC GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

#### **4.1. Bối cảnh và định hướng của Tổng Công ty**

Hà Nội là trung tâm chính trị, kinh tế văn hóa, xã hội của cả nước do đó tập trung thu hút lao động từ các tỉnh và thành phố khác đến công tác và sinh sống định cư. Trong các năm qua dân số trên địa bàn TP Hà Nội, đặc biệt sau khi mở rộng Thủ đô năm 2008 theo Nghị quyết của Quốc hội thì diện tích Thủ đô Hà Nội là 3.324,9 km<sup>2</sup> bằng 0,97 % so với cả nước, rộng hơn 3 lần so với Hà Nội cũ, dân số gần 7 triệu người, chiếm 6,8% dân số cả nước, mật độ dân số 1,875 người/km<sup>2</sup>. Dân số tăng, nhu cầu nói chung tăng và nhu cầu về sử dụng điện cũng gia tăng. Ngoài ra, do kinh tế phát triển, tốc độ đô thị hóa trong các năm qua diễn ra hết sức nhanh chóng, các công trình giao thông, xây dựng cơ sở hạ tầng, hệ thống lưới điện chuyển biến hết sức mạnh mẽ, các hoạt động xã hội và đời sống nhân dân đều tăng cao, tạo sự chuyển biến về dân cư, nhu cầu về dịch vụ điện ngày càng cao.

Với nhiệm vụ quản lý và đảm bảo cung cấp điện đầy đủ, ổn định, đóng góp thiết thực cho mục tiêu phát triển kinh tế bền vững của Thủ đô với tốc độ phát triển cao như đã đề ra, đồng thời để chuẩn bị từng bước tiến tới thị trường điện cạnh tranh.

Trong những năm qua hoạt động cung cấp điện còn chưa thỏa mãn sự mong đợi của khách hàng, đặc biệt là tình hình thiếu điện vào các tháng mùa khô các năm gần đây dẫn đến việc gián đoạn cung cấp điện do thiếu công suất nguồn còn gây phiền hà cho khách hàng.

Tiến độ đầu tư xây dựng các công trình điện còn chậm, tỷ lệ hoàn thành còn thấp so với quy hoạch đề ra. Việc cải tạo lưới điện 15kV lên 22kV còn ở mức thấp, nguyên nhân chủ yếu do thiếu vốn và khó khăn trong công tác cải tạo đồng bộ (như cắt điện thi công, thiết bị hiện hữu của khách hàng không đáp ứng yêu cầu,...). Mặt khác, theo đánh giá thì tổn thất điện năng khi chuyển từ cấp điện áp 15kV sang cấp 22kV giảm không đáng kể, nên hiệu quả không tương xứng với chi phí đầu tư.

Công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực mặc dù đã được chú trọng nhưng chưa đáp ứng kịp thời và đồng bộ cho nhu cầu phát triển của Tổng Công ty và chưa có chiến lược dài hạn.

### **Mục tiêu quản lý**

Trong các năm từ 2010 - 2013, EVN HANOI có những bước đột phá lớn về quy mô tài sản và quy mô khách hàng, tỉ lệ hộ dân sử dụng điện lưới quốc gia không ngừng tăng lên, điện năng cung cấp phục vụ đời sống nhân dân ngày càng ổn định hơn, công tác quản lý chất lượng dịch vụ và vận hành kỹ thuật lưới điện đảm bảo an toàn, tin cậy hơn.

Để nâng cao hơn nữa công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trong thời gian từ nay đến năm 2020 phấn đấu phát triển hệ thống lưới điện, dịch vụ điện cho khách hàng tương đồng với các nước trong khu vực, EVNHANOI cần thực hiện các mục tiêu cụ thể như sau:

- Tập trung đào tạo phát triển nguồn lực, nâng cao uy tín, thương hiệu ngành điện, khắc phục cơ chế mang tính độc quyền hướng đến hoạt động chuyên môn hóa dịch vụ điện cho khách hàng.

- Nâng cao khả năng đáp ứng và cung cấp kịp thời thông tin yêu cầu của khách hàng trong vòng 30 phút có thể phản hồi chính xác và cụ thể cho khách hàng.

- Xây dựng và công khai kế hoạch thời gian cắt điện sao cho đảm bảo chính xác thời gian mất điện đến các khách hàng lớn kể cả trong trường hợp mất điện đột xuất. Trong trường hợp thiếu điện vào mùa hè cần có phương pháp truyền thông dự báo khả năng cung ứng điện cụ thể và minh bạch nguồn thông tin để khách hàng chia sẻ cảm thông.

- Rút ngắn thời gian giải quyết các dịch vụ khách hàng như: lắp đặt thay thế công tơ trong 01 ngày (hiện nay là dưới 6 ngày), sửa chữa các hư hỏng nhỏ tại nhà khách hàng trong vòng 02 giờ (hiện nay đang

thực hiện trong vòng 24 giờ có thể cao hơn nữa tùy trường hợp) để vì mục tiêu khách hàng.

- Đầu tư hiệu quả lưới điện, trạm biến áp, công tơ điện, ... nâng cao chất lượng điện năng đáp ứng nhu cầu sử dụng điện ngày càng tăng cũng như sự tăng trưởng kinh tế của Thủ đô, đồng thời tranh thủ sự giúp đỡ của các cơ quan chính quyền ban ngành trong thành phố về vấn đề quy hoạch lưới điện, vấn đề giải phóng mặt bằng trong đầu tư, xây dựng, giải phóng hành lang an toàn lưới điện.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, chính sách của Đảng và nhà nước về quy hoạch, phát triển ngành điện thông qua các phương tiện truyền thông. Quán triệt thực hiện nghiêm các quy trình, quy định của nhà nước và của ngành trong công tác dịch vụ khách hàng sử dụng điện. Phấn đấu từ cuối năm 2015 các tầng lớp dân cư trên địa bàn Thủ đô đều hiểu cơ bản về pháp luật điện lực và đảm bảo vận hành an toàn hành lang lưới điện; giảm bớt các thắc mắc, khiếu nại của khách hàng liên quan đến pháp luật và an toàn điện lực

- Đáp ứng đủ điện cho nhu cầu phát triển kinh tế xã hội của TP. Hà Nội với chất lượng, dịch vụ và độ tin cậy, ổn định nguồn lưới điện ngày càng tốt hơn.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng với phong cách người Thợ điện Thủ đô “Trách nhiệm- Trí tuệ- Thanh lịch”. Khách hàng dễ dàng tiếp cận các dịch vụ, đồng thời tham gia giám sát các hoạt động của ngành điện, tạo dựng được niềm tin của nhân dân với EVN, luôn giữ vững hình ảnh “EVN thấp sáng niềm tin” trong khách hàng.

- Nâng cấp Trung tâm hỗ trợ khách hàng theo mô hình hiện đại, đa dạng hoá các kênh thông tin tương tác giữa khách hàng và Tổng công ty để tiếp nhận yêu cầu các dịch vụ về điện, giải quyết các yêu cầu, thắc mắc, tư vấn trao đổi của khách hàng về các lĩnh vực liên quan đến sử dụng an toàn điện và hoạt động điện lực.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực kinh doanh điện: Phần đầu từ năm 2015 100% cán bộ lãnh đạo, quản lý các cấp về kinh doanh điện năng được đào tạo nâng cao kiến thức về chiến lược kinh doanh dịch vụ khách hàng đạt tiêu chuẩn khu vực, 100% nhân viên kinh doanh điện năng và dịch vụ khách hàng trực tiếp được bồi huấn kiến thức kinh doanh cơ bản theo các khóa ngắn hạn từ 1 đến 3 tháng.

- Nâng cao độ tin cậy chất lượng điện năng (điện áp không chập chờn, tăng không quá 5% và giảm không quá 10% và thời gian mất điện được rút ngắn): Đến cuối năm 2015 100% khu vực phường và tối thiểu 90% khu vực địa bàn thị trấn, xã có chất lượng điện sinh hoạt đảm bảo theo hợp đồng mua bán điện sinh hoạt cam kết.

- Hiện đại hóa cơ sở vật chất, hạ tầng công nghệ thông tin: Đến năm 2015 đảm bảo hệ thống thông tin chăm sóc khách hàng thông suốt 100% tại tất cả các Phòng giao dịch khách hàng và Trung tâm chăm sóc khách hàng, các thông tin giao dịch với khách hàng đều được cập nhật và xử lý thông tin trong vòng 24h và được công khai trên cổng thông tin điện tử của EVN.

- Đa dạng hóa phương thức quản lý và giao dịch khách hàng theo hướng linh hoạt, chủ động hơn, như: Khách hàng sử dụng điện sinh hoạt được tra cứu truy cập thông tin, thanh toán tiền điện theo hướng liên kết tất cả hệ thống các ngân hàng, các tổ chức tín dụng và các đối tác như truyền hình, nước ...nhằm thuận tiện và phù hợp với nguyện vọng của người dân trong công tác thanh toán tiền điện.

- Xây dựng quy hoạch phát triển điện lực đảm bảo sự phát triển cân đối hài hòa hệ thống điện mang tính đồng bộ giữa phát triển nguồn và lưới điện cung cấp cho phụ tải với chất lượng tốt nhất, tin cậy, hiệu quả, đáp ứng kịp thời nhu cầu phát triển kinh tế xã hội nói chung và của Thủ đô Hà Nội riêng.

- Mở rộng hệ thống mạng lưới Phòng giao dịch khách hàng theo mô hình hiện đại đạt tiêu chuẩn, thể hiện thương hiệu ngành điện và dấu ấn về “Người thợ điện Thủ đô”.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng để sẵn sàng đáp ứng được khả năng cạnh tranh theo lộ trình phát triển thị trường bán lẻ điện cạnh tranh giai đoạn sau năm 2022 đã được Chính phủ phê duyệt.

- Đẩy mạnh việc ứng dụng khoa học, kỹ thuật tiên tiến, công nghệ số để đo đếm chỉ số công tơ từ xa, quản lý, vận hành lưới điện và kinh doanh điện năng, phát triển hệ thống lưới điện thông minh có khả năng tương tác giữa khách hàng với hệ thống lưới điện và nhà cung cấp.

## **Quan điểm định hướng**

### **\* Quan điểm**

Trong điều kiện nguồn năng lượng ngày càng khan hiếm, điện năng đã trở thành nguồn năng lượng cơ bản và thiết yếu phục vụ đời sống của mọi tầng lớp nhân dân và đảm bảo cho kinh tế - văn hóa - xã hội phát triển đòi hỏi Ngành điện luôn phải đi trước một bước. Trong bối cảnh đó nhà nước đã đưa ra nhiều công cụ để quản lý như khuyến khích tiết kiệm thông qua công cụ điều tiết về giá, để tiết kiệm chi phí đầu tư cho việc phải xây dựng mới các nhà máy phát điện, từ đó còn góp phần bảo tồn và tiết kiệm nguồn tài nguyên chung của quốc gia.

Trên cơ sở đó EVNHANOI cần có giải pháp quản lý để nâng cao chất lượng cung cấp điện và quán triệt các quan điểm như sau:

- Các công ty Điện lực phải tuyệt đối tuân thủ các quy định của pháp luật và của ngành về kinh doanh phân phối điện năng, các chiến lược, quy hoạch đều phải phù hợp với chính sách của Đảng và nhà nước về tiết kiệm năng lượng, phát triển cân đối đời sống, kinh tế - xã hội giữa các khu vực quận/huyện trong toàn thành phố.

- Trong điều kiện khó khăn về vốn đầu tư, cơ sở vật chất thiếu thốn, về nguồn nhân lực hạn về nhiều mặt. EVN HANOI cần tranh thủ sự giúp đỡ, ủng hộ của ngành và địa phương cả về cơ chế, chính sách, cả về nguồn lực để đầu tư cơ sở vật chất, đào tạo phát triển nâng cao nguồn lực từ đó góp phần nâng cao chất lượng lưới điện, nâng cao chất lượng dịch vụ, nâng cao hiệu quả kinh doanh, nhằm đảm bảo hài hòa về lợi ích kinh tế trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Các hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành điện cần phải được công khai minh bạch để giúp khách hàng hiểu và cảm thông với điều kiện khó khăn chung của ngành cho dù trong điều kiện kinh doanh độc quyền nhà nước.

**\* Định hướng:**

Xuất phát từ quan điểm về quản lý chất lượng dịch vụ điện cho khách hàng sử dụng điện sinh hoạt, tác giả đưa ra định hướng như sau:

- Đầu tư phát triển lưới điện đồng bộ phù hợp với quy hoạch, bố trí cơ cấu tổ chức, nguồn nhân lực đảm bảo luôn đáp ứng kịp và phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.

- Chủ động xây dựng quy hoạch lưới điện, quy hoạch đào tạo nguồn nhân lực, trong đó cần đặc biệt quan tâm đến khu vực lưới điện cũ lạt, đang quá tải, khu vực có đội ngũ nhân viên kinh doanh còn yếu về chuyên môn kỹ thuật vận hành đặc biệt đội ngũ nhân viên trực tiếp tham gia công tác quản lý dịch vụ khách hàng.

- Đẩy mạnh công tác đào tạo, nâng cao chất lượng năng lực đội ngũ cán bộ làm công tác kinh doanh và dịch vụ khách hàng, đầu mối tiếp xúc với khách hàng.

- Có nhiều hình thức thanh toán và phương thức thu tiền điện linh hoạt, phù hợp với xu thế phát triển hiện nay và điều kiện của khách hàng, làm khách hàng hài lòng hơn.



- Tăng cường hơn nữa hiệu quả, hiệu lực của bộ máy quản lý, bộ máy giám sát hoạt động mua bán điện, đảm bảo số liệu kinh doanh chính xác và tin cậy. Đẩy mạnh công tác truyền thông và hình thức công khai các chỉ tiêu về sản lượng, giá điện, chính sách kinh doanh để mọi người được biết.

- Nâng cao chất lượng quản lý dịch vụ cung ứng điện, trọng tâm là dịch vụ chăm sóc khách hàng làm tiền đề cho thắng lợi của kế hoạch 5 năm 2011-2015 và định hướng đến 2020. Xây dựng trung tâm chăm sóc khách hàng để nâng cao khả năng đáp ứng các nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, đáp ứng kịp thời nhu cầu phát triển chung của Thành Phố.

- Xây dựng chiến lược về nguồn nhân lực dài hạn đặc biệt với nguồn nhân lực hiện hữu, cần có phương hướng nâng cao năng lực cán bộ công nhân viên thông qua việc xây dựng môi trường văn hóa doanh nghiệp, đạo đức nghề nghiệp, thuyên chuyển, loại bỏ dần những cá nhân không đủ năng lực đáp ứng công việc...

- Đối với các khách hàng lớn tiếp tục mở rộng số lượng khách hàng được chăm sóc, nâng cao chất lượng nội dung chăm sóc khách hàng, khắc phục những nhược điểm hiện hữu theo một lộ trình thực hiện cụ thể.

- Nâng cao hiệu quả công tác đầu tư lưới điện theo hướng dự báo chính xác nhu cầu để có chiến lược đầu tư sát với thực tế. Cải cách, rút kinh nghiệm việc đầu tư lãng phí kém hiệu quả trong quá khứ.

- Định hướng cơ cấu đa dạng hóa hình thức kinh doanh dịch vụ điện hướng đến thị trường điện cạnh tranh góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ phù hợp với mục tiêu chung phát triển dịch vụ điện tương đồng với các nước trong khu vực.

**4.2. Nội dung các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng trên địa bàn TP**

## **Hà Nội**

Để đáp ứng sự phát triển nhu cầu về điện của Thủ đô Hà Nội trong giai đoạn 2015 đến năm 2020 và tầm nhìn 2025, qua kết quả nghiên cứu lý thuyết, phân tích đánh giá thực trạng công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện, công tác dịch vụ khách hàng và tài liệu thu thập thứ cấp trong EVN, EVNHANOI, tìm hiểu thông tin sơ cấp từ khách hàng. Đề tài đưa ra kiến nghị tập trung vào thực hiện nhóm giải pháp như sau:

### **4.2.1. Xây dựng Trung tâm chăm sóc khách hàng**

Trên địa bàn Hà Nội có 29 Công ty Điện lực quận/huyện, về mặt tổ chức quản lý điều hành, Trung tâm CSKH của EVNHANOI là một phòng thuộc Trung tâm Điều độ thông tin. Do vậy, mức độ chủ động trong các hoạt động cung cấp dịch vụ điện và chăm sóc khách hàng cũng như việc phối hợp cung cấp thông tin và giải quyết các yêu cầu dịch vụ điện với các CTĐL là không cao, trong nhiều trường hợp sẽ gặp vướng mắc, không được cung cấp đầy đủ thông tin.

Về mặt quy mô và năng lực đáp ứng, Trung tâm CSKH của EVNHANOI với 10 bàn giao dịch viên mới chỉ đáp ứng được ở mức độ trung bình đối với nhu cầu của hơn 2 triệu khách hàng thuộc phạm vi quản lý của TCT (nếu theo tỉ lệ khuyến nghị 0.3% số khách hàng của EVNHANOI có nhu cầu gọi điện thì sẽ cần 35 bàn giao dịch viên để đáp ứng được nhu cầu). Mặc dù xét theo các số lượng thống kê, thì 100% các cuộc gọi đến Trung tâm CSKH đều được giải quyết trực tiếp tại Tổng đài CSKH (98.75% tổng số yêu cầu), hoặc chuyển tiếp về các bộ phận nghiệp vụ tại CTĐL để xử lý, tuy nhiên đối với các sự cố lớn xảy ra, nhu cầu của khách hàng tăng cao thì chắc chắn sẽ xảy ra hiện tượng nghẽn mạch, báo bận, không trả lời được cuộc gọi.

Về mặt dịch vụ cung cấp, 5 dịch vụ mà Trung tâm đã cung cấp là các tính năng, chức năng cơ bản nhất, hay được khách hàng yêu cầu nhất

có liên quan đến ngành điện; tuy nhiên các dịch vụ này chỉ được cung cấp qua kênh điện thoại do giao dịch viên trả lời hoặc hệ thống IVR (Interactive Voice Response) tự động trả lời, các kênh giao tiếp khác như SMS, Email, Web CSKH chưa được triển khai nhiều, chiếm tỉ lệ rất nhỏ (0.28% là SMS và 0.73% là hóa đơn điện tử). Thời gian tiếp nhận, giải quyết, xử lý yêu cầu cung cấp dịch vụ không bị kéo dài (trung bình 3-6 phút) do Trung tâm CSKH của TCT và các Ban nghiệp vụ liên quan nằm trong phạm vi trụ sở của Tổng Công ty, các kết nối liên lạc giữa Trung tâm và 29 CTĐL được đảm bảo thông suốt.

Về các hệ thống VT&CNTT bao gồm hạ tầng truyền dẫn, tổng đài, máy chủ, các ứng dụng CNTT, Trung tâm đã triển khai đầy đủ các thành phần chính phục vụ cho hoạt động của một Trung tâm CSKH cỡ nhỏ với các hình thức giao tiếp qua kênh thoại, SMS. Tuy nhiên đối với công tác vận hành hệ thống hạ tầng và ứng dụng CNTT hiện đang do Công ty Công nghệ thông tin đảm nhận, do vậy Trung tâm CSKH không chủ động được trong việc phối hợp, xử lý sự cố phát sinh liên quan đến đường truyền kết nối từ Tổng đài trung tâm tới Tổng Công ty, các CTĐL trực thuộc, cũng như các sự cố liên quan đến hệ thống máy chủ dữ liệu... do đó việc chăm sóc khách hàng hiện nay nằm ở trạng thái thụ động, chủ yếu là 1 chiều từ khách hàng đến các Điện lực mà, còn chiều ngược lại cũng mới bắt đầu, đồng thời việc xử lý sự cố chưa có hệ thống chuyên nghiệp đồng bộ chuẩn bị thông tin cho việc sẵn sàng giải đáp thông tin khách hàng.

### **Các tồn tại:**

Trong mối quan hệ khách hàng, mỗi Công ty Điện lực hiện nay đang giao tiếp với khách hàng theo những luồng thông tin như sau:

- Giải đáp khiếu nại sự cố điện: tại mỗi Công ty Điện lực thường bố trí một số điện thoại chuyên trả lời thắc mắc về các sự cố mất điện, hư hỏng điện... gọi là hot line. Mỗi hot line tùy theo mỗi Điện lực mà phân bố việc trực thường là 24/24. Phần lớn các Điện lực có ngày nhận điện thoại ở số này lên đến trên 150 cuộc, trung bình khoảng 100 cuộc/ngày.

- Giải đáp thông tin liên quan kinh doanh: tại các Điện lực không có số hotline cho việc trả lời thông tin kinh doanh, tùy theo hiểu biết của khách hàng mà họ liên hệ với số điện thoại bất kỳ để hỏi về thắc mắc, khiếu nại của mình, lúc đó có thể họ được trả lời hoặc chỉ qua số điện thoại khác. Lượng khách hàng liên hệ qua điện thoại để hỏi thông tin này khá nhiều (không ít hơn 80 cuộc/ngày/Điện lực), không tập trung vào số điện thoại nào hết, chủ yếu rải rác hầu hết các số điện thoại mà họ biết, chúng ta không thể thống kê được chính xác số cuộc gọi mà khách hàng gọi cho các Điện lực 1 ngày khoảng bao nhiêu cuộc, trong đó bao nhiêu cuộc bị không kết nối thành công... trong một thời gian ngắn.

- Luồng thông tin nội bộ: trong quá trình xử lý sự cố mất điện cũng tồn tại một luồng thông tin khác giữa nội bộ của Điện lực (tạm gọi là khách hàng nội bộ). Chẳng hạn việc phối hợp sửa chữa điện có sự tham gia của Trung tâm Điện độ tùy theo trường hợp cụ thể phân chia. Và khi xuống hiện trường thực hiện việc liên lạc của nhân viên về Trụ sở cũng thường xuyên và cần thiết.

Ngoài ra cũng phải kể đến tuyến liên lạc trực tiếp, khách hàng đến Điện lực gặp trực tiếp để giải quyết các yêu cầu cụ thể như: đăng ký, báo số điện, trả tiền, báo mất điện... trong số này cũng bao gồm cả khách hàng lên để hỏi thông tin, số khách hàng đến trực tiếp có thể giảm xuống nếu có trung tâm chăm sóc khách hàng hướng dẫn trực tiếp họ.

Với hiện trạng trên thì việc giải đáp thắc mắc từ khách hàng của Điện lực khó có thể đảm bảo sự đáp ứng hoàn toàn yêu cầu của khách hàng vì không thể tính được hết các cuộc giao dịch không thành công như: nghẽn mạch, rớt cuộc gọi, kể cả việc nản lòng do không gọi được... Song song theo đó là việc chăm sóc khách hàng hầu như không thể phát huy khi hệ thống giao tiếp với khách hàng không đồng nhất và đồng bộ.

Việc đầu tư Trung tâm chăm sóc khách hàng là nhu cầu rất bức thiết và quan trọng hơn hết, có được một hệ thống tập trung để quản lý và tác nghiệp nhằm đem lại sự hài lòng cho khách hàng, giúp cho các cấp lãnh đạo kiểm soát được đầy đủ thông tin từ phía khách hàng để xây dựng giải pháp quản lý chất lượng dịch vụ phù hợp.

Với một ngành cung cấp năng lượng quan trọng và thiết yếu như Điện lực, việc mở rộng ứng dụng dịch vụ để phát triển hệ thống cả về chiều sâu lẫn chiều rộng là tất yếu và thường xuyên. Đặc biệt trong trường hợp này, khi các dịch vụ của EVNHANOI, trong đó có dịch vụ quản lý chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng, được ứng dụng trên nền tảng công nghệ thông tin, một ngành công nghệ có tốc độ phát triển và phổ cập nhanh nhất trên thế giới. Do đó, việc phát triển hệ thống Trung tâm chăm sóc khách hàng là rất cần thiết và cấp bách.

- Phát triển chiều sâu: mở rộng các ứng dụng dịch vụ đa phương tiện như voice over public Internet (thoại trên nền IP), fax, video (hình ảnh)... tạo nhiều phương thức giao tiếp sinh động và trực quan với khách hàng, đồng thời nâng cao nghiệp vụ của nhân sự trong Công ty.

- Phát triển chiều rộng: toàn hệ thống CNTT của EVNHANOI sẽ được kết nối liên hợp, đa phương với hệ thống của các Công ty Điện lực của các tỉnh thành khác và với Tập Đoàn Điện lực Việt Nam, hình thành một mạng lưới ứng dụng công nghệ hiện đại thể hiện tính chuyên nghiệp ngành Điện lực Việt Nam.

#### **4.2.2. Nâng cao độ tin cậy và chất lượng dịch vụ cung cấp điện**

Để đảm bảo sự hài lòng của khách hàng thì việc quan trọng nhất là phải đảm bảo nguồn cung cấp điện tin cậy cho khách hàng. Mặc dù, khả năng đáp ứng nhu cầu về nguồn điện thời gian qua vẫn còn nhiều tồn tại, như cắt điện luân phiên hoặc sự cố về nguồn vẫn xảy ra gây ảnh hưởng đến đời sống sinh hoạt hàng ngày của khách hàng, do đó EVN HANOI cần tập trung nâng cao hiệu quả công tác quản lý đầu tư lưới điện theo hướng dự báo chính xác nhu cầu sử dụng theo từng quận/huyện, do hiện nay lưới điện trên địa bàn bị cũ nát và thường quá tải, cụ thể:

- Cải tạo nâng cấp và phát triển hệ thống lưới phân phối để vận hành an toàn, giảm tổn thất điện năng, giảm sự cố điện. Phải tự động hóa mạng lưới điện phân phối để cô lập vùng bị sự cố, sẽ tự động truyền tải nguồn điện để hạn chế vùng bị mất điện giảm thiểu thời gian mất điện của khách hàng.

- Xây dựng và đưa vào vận hành các trạm biến áp đúng tiến độ, hệ thống lưới điện phải có sự kết nối dự phòng với các vùng lân cận, có khả năng truyền tải công suất lớn, đảm bảo cung cấp điện ổn định, liên tục cho khách hàng.

- Chủ động kiểm tra, rà soát lại đường dây lưới điện và cải tiến kỹ thuật để đảm bảo điện năng theo tiêu chuẩn quy định trong các hợp đồng mua bán điện.

- Xây dựng phương án nguồn cấp điện dự phòng cho Thành phố trên cơ sở tiêu dùng điện hiệu quả và tiết kiệm, bảo đảm phương án huy động kịp thời cấp điện đầy đủ trong chế độ vận hành đáp ứng mức tải cao nhất kể cả trường hợp sự cố và duy tu bảo dưỡng.

- Hệ thống sơ đồ lưới điện phải có tính dự trữ và tính linh hoạt cao để cung cấp điện an toàn ổn định, bảo đảm chất lượng điện năng (điện áp và tần số) cho sự phát triển kinh tế xã hội của thành phố, đặc biệt là khu vực nội thành, các khu công nghiệp, các khu đô thị.

- Ưu tiên cải tạo hệ thống lưới điện (trung thế, hạ thế) ở những khu vực đã cũ nát và quá tải hoặc tỷ lệ tổn thất điện năng kỹ thuật cao hơn mức cho phép.

- Chủ động xây dựng kế hoạch, quy trình kiểm tra và có chế độ thưởng phạt đối với các đơn vị không đạt tiêu chuẩn quy định về an toàn, chất lượng điện năng theo như cam kết trong hợp đồng mua bán điện, khi đó sẽ làm tăng uy tín, hình ảnh của ngành điện với đông đảo khách hàng.

- Thành lập các tổ/đội phản ứng nhanh trên từng địa bàn để kịp thời xử lý các sự cố điện khi có yêu cầu của khách hàng.

#### **4.2.3. Xây dựng hành lang pháp lý để quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện**

Để tạo hành lang pháp lý đầy đủ cho công tác quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện, EVN HANOI cần rà soát để ban hành các quy chế, quy định, cụ thể gồm:

- Quy chế về tiêu chuẩn độ tin cậy lưới điện, chỉ tiêu chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng và quy trình kiểm tra giám sát.

- Xây dựng Quy chế báo cáo thống kê sự cố lưới điện và các chế tài xử lý để quy định rõ trách nhiệm cá nhân của lãnh đạo, cán bộ nhân viên tham gia vận hành hệ thống lưới điện và thực hiện công tác dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng. Trong đó cần quy định chi tiết về thời gian xử lý các ý kiến, kiến nghị của khách hàng, gắn kết trách nhiệm cá nhân với chất lượng công việc được giao.

- Xây dựng bộ chỉ tiêu về dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng, cần quy định rõ, ví dụ: Thời gian lắp đặt công tơ mới  $\leq 2$  ngày; Việc phục hồi cấp điện trở lại  $\leq 2$  giờ; Thông báo ngừng cấp điện, giảm cung cấp điện khẩn cấp trong vòng 12 giờ....

#### **4.2.4. Nâng cao năng lực quản lý và phục vụ của nhân viên**

Thường xuyên tổ chức khóa đào tạo nâng cao cho đội ngũ nhân viên thường xuyên giao tiếp với khách hàng, phải xác định mỗi nhân viên điện lực được ví như một “đại sứ”, một “tuyên truyền viên” của ngành điện để nâng cao hình ảnh và thương hiệu EVN, để khắc phục những tác động tiêu cực từ cơ chế mang tính độc quyền trước đây trong phục vụ khách hàng, cụ thể:

- Luôn lắng nghe và thực hiện đúng cam kết với khách hàng theo nguyên tắc, trình tự thủ tục mà Nhà nước và ngành điện đã quy định.

- Giải quyết đúng hẹn, đúng nội dung, đầy đủ, rõ ràng những vấn đề mà khách hàng yêu cầu, nếu không thực hiện được phải có lịch hẹn cụ thể để giải quyết. Phục vụ khách hàng với thái độ nhiệt tình, tận tâm, luôn thể hiện sự tôn trọng, lịch sự trong giao tiếp với khách hàng.

- Quan tâm đến các chính sách khen thưởng, đãi ngộ, quyền lợi của nhân viên để họ luôn tận tâm, hài lòng và yêu thích với công việc, từ đó sẽ tạo động lực, ý thức trách nhiệm với việc tiếp xúc, giải quyết các yêu cầu của khách hàng.

#### **4.2.5. Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý cung ứng dịch vụ điện**

- Hoàn thiện hệ thống tự động đọc dữ liệu công tơ từ xa để giám sát mức tiêu thụ điện của khách hàng nhằm tổng hợp nhanh về số liệu đo đếm phục vụ công tác lập báo cáo, phân tích phụ tải, tiết giảm nhân công ghi chỉ số công tơ và in hóa đơn tiền điện, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và tăng năng xuất lao động.

- Nghiên cứu ứng dụng phần mềm in mã vạch để quản lý thông tin khách hàng, triển khai nhân rộng việc áp dụng hóa đơn điện tử để giúp cho quá trình thanh toán tiền điện của khách hàng được nhanh chóng thuận tiện, giảm chi phí in ấn, gửi, bảo quản, lưu trữ hóa đơn, giảm thanh toán tiền mặt...



- Tích hợp hệ thống chăm sóc khách hàng qua tin nhắn SMS với hệ thống CMIS, OMS nhằm cung cấp chính xác, kịp thời cho khách hàng các thông tin như: Thông báo thanh toán tiền điện; thông báo nợ tiền điện; thông báo ngừng giảm mức cung cấp điện theo kế hoạch hoặc giảm công suất do bất khả kháng; thông báo về tiết kiệm điện; thông báo các nguyên nhân chưa khắc phục được sự cố sau 2 giờ...

## **KẾT LUẬN**

Quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội là vấn đề thời sự và quan trọng. Để nâng cao chất lượng dịch vụ này cần nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn của nó bao gồm khái niệm về dịch vụ và dịch vụ điện, sản phẩm dịch vụ điện, phân loại, đặc điểm

dịch vụ điện, các yếu tố ảnh hưởng và nội dung dịch vụ điện cho khách hàng. Phần thực tiễn tìm hiểu thông qua khách hàng và rút kinh nghiệm dịch vụ điện từ việc nghiên cứu, tìm hiểu thêm tại các vùng phụ cận để rút ra bài học kinh nghiệm và có các giải pháp phù hợp.

Thực trạng dịch vụ điện cho khách hàng của EVN trên địa bàn Thành phố Hà Nội cho thấy các kết quả nổi trội như: chăm sóc khách hàng, giải đáp các thắc mắc của khách hàng, mức ổn định của chất lượng điện năng.... vẫn còn nhiều bất cập và hạn chế chủ yếu như tỷ lệ giải quyết dịch vụ chưa cao, thời gian đáp ứng dịch vụ còn chậm, chất lượng việc chăm sóc khách hàng còn hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng.

Qua phân tích thực trạng về quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng và phân tích nguyên nhân dẫn đến các vấn đề tồn tại, từ kết quả dự báo nhu cầu điện năng của Hà Nội, luận văn đã đưa ra một số giải pháp để quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Nhận thức được vai trò quan trọng của ngành năng lượng đối với phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội của đất nước nói chung và thủ đô Hà Nội nói riêng, ngành điện đòi hỏi “luôn phải đi trước một bước”. Vì vậy với đề tài “Quản lý chất lượng dịch vụ cung cấp điện trên địa bàn thành phố Hà Nội” Tác giả rất mong muốn được đóng góp một phần công sức của mình vào sự phát triển của chung của ngành điện. Tuy nhiên luận văn này được viết trong thời kỳ ngành điện Việt Nam đang có nhiều thay đổi quan trọng: thực hiện giá điện theo thị trường có sự điều tiết của nhà nước; đa dạng hoá các hình thức đầu tư; hướng đến thị trường điện cạnh tranh, công nghệ số được đẩy mạnh áp dụng vào ngành điện như: lưới điện thông minh, đo đếm chỉ số công tơ từ xa... và do hạn chế về chuyên môn điện, về kinh nghiệm nghiên cứu khoa học... do đó, bản luận văn này khó có thể tránh khỏi những khiếm khuyết. Tác giả rất

mong Hội đồng, các Thầy cô giáo và các độc giả thông cảm và cho những ý kiến đóng góp quý báu về bản luận văn này

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công nghiệp, 2006. *Quyết định số 31/2006/QĐ-BCN ngày 06/09/2006 Quy trình kiểm tra hoạt động điện lực sử dụng điện, giải quyết tranh chấp hợp đồng mua bán điện.*
2. Bộ Công nghiệp, 2007. *Quyết định số 12/2007/QĐ-BCN ngày 06/03/2007 Sửa đổi, bổ sung một số Quy định kiểm tra hoạt động điện lực và sử dụng điện, giải quyết tranh chấp hợp đồng mua bán điện.*
3. Bộ Công thương, 2010. *Thông tư số 08/2010/TT-BCT ngày 24/02/2010 Quy định về giá bán điện năm 2010 và hướng dẫn thực hiện.*
4. Bộ Công thương, 2011. *Thông tư số 31/2011/TTB-BCT ngày 19/08/2011 Quy định điều chỉnh giá bán điện theo thông số đầu vào cơ bản.*
5. Bộ Công thương, 2012. *Thông tư số 38/2012/TT-BCT ngày 20/12/2012 Quy định về giá bán điện và hướng dẫn thực hiện .*
6. Bộ Công thương, 2013. *Thông tư số 19/2013/TT-BCT ngày 31/07/2013 Quy định về giá bán điện và hướng dẫn thực hiện .*
7. Chính phủ, 2005. *Nghị định số 105/2005/NĐ-CP ngày 17/08/2005 Quy định chi tiết và hướng dẫn thực hành một số điều của luật Điện lực.*
8. Chính phủ, 2009. *Quyết định số 21/2009/QĐ-TTg, ngày 12/02/2009 phê duyệt về giá điện năm 2009 và các năm 2010 theo cơ chế thị trường.*
9. Chính phủ, 2011. *Quyết định số 24/2011/QĐ-TTg ngày 15/04/2011 Điều chỉnh giá điện theo cơ chế thị trường.*
10. Chính phủ, 2011. *Quyết định số 269/2011/QĐ-TTg ngày 23/02/2011 Phê duyệt về giá bán điện năm 2011.*
11. Chính phủ, 2013. *Nghị định số 205/2013/NĐ-CP ngày 06/12/2013 của CP về Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Điện lực Việt Nam.*
12. Hoàng Xuân Bích Loan, 2008. *Nâng cao sự hài lòng của khách hàng tại ngân hàng ĐT&PT, CN TP. HCM, Thành phố Hồ Chí Minh.* Luận văn Thạc sĩ. Trường Đại học Kinh tế TP Hồ Chí Minh.

13. Lê Hoàng Việt, 2010. *Nghiên cứu giải pháp nâng cao dịch vụ khách hàng tại Tổng Công ty Điện lực TP Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sĩ. Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

14. Nguyễn Đức Ngọc, 2005. *Nghệ thuật Marketing*. Hà Nội: NXB Lao động xã hội.

15. Ngô Đình Tráng, 2009. *Nghiên cứu mức độ hài lòng của khách hàng với dịch vụ đăng ký kinh doanh của sở KHĐT TP Đà Nẵng*. Luận văn Thạc sĩ. Trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng.

16. Nguyễn Huy Phong và Phạm Ngọc Thúy, 2007. *Nghiên cứu so sánh trong ngành siêu thị bán lẻ tại Việt Nam*. Tạp chí phát triển KH&CN. Tập 10. Số 8.

17. Philip Kotler, 2008. *Quản trị Marketing*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.

18. Quốc hội khóa XI, 2004. *Luật số 28/2004/QH11 ngày 03/12/2004 Luật điện lực*.

19. Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội, 2010. *Quy trình kinh doanh điện năm*.

20. Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội, 2011. *Báo cáo Tổng kết công tác sản xuất kinh doanh năm 2010*.

21. Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội, 2012. *Báo cáo Tổng kết công tác sản xuất kinh doanh năm 2011*.

22. Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội, 2013. *Báo cáo Tổng kết công tác sản xuất kinh doanh năm 2012*.

23. Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội, 2014. *Báo cáo Tổng kết công tác sản xuất kinh doanh năm 2013*.

24. Tập đoàn Điện lực Việt Nam, 2011. *Quy trình kinh doanh điện năng*. Hà Nội: NXB khoa học và kỹ thuật.

25. Tập đoàn Điện lực Việt Nam, 2014. *Báo cáo Tổng kết công tác sản xuất kinh doanh năm 2013*.

26. Vũ Cao Đàm, 2006. *Giáo trình phương pháp luận nghiên cứu khoa học kinh tế*. Hà Nội: NXB khoa học kỹ thuật.

Trang thông tin điện tử:

27. <http://evnhanoi.com.vn>

28. <http://evn.com.vn>

## Phụ lục 1

### PHIẾU ĐIỀU TRA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG ĐIỆN

Kính thưa Quý Ông (Bà)!

Chúng tôi đang tìm hiểu về công tác dịch vụ khách hàng sử dụng điện tại Tổng Công ty Điện lực TP Hà Nội nhằm phục vụ ngày một tốt hơn và đem lại quyền lợi chính đáng cho khách hàng. Vì vậy ý kiến của Ông (Bà) là những đóng góp vô cùng quý giá đối với EVNHANOI chúng tôi, thông tin thu được cho mục đích nghiên cứu để nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp điện cho khách hàng. Ông (bà) vui lòng khoanh tròn vào số điểm tương ứng của các nội dung câu hỏi dưới đây mà Ông (bà) thấy EVNHANOI đã làm được. Rất mong nhận được sự giúp đỡ của Ông (Bà).

Xin chân thành cảm ơn!

#### 1. ĐÁNH GIÁ VỀ CUNG CẤP ĐIỆN

1.1	Ông/Bà đánh giá thế nào về việc mất điện trong 1 năm trở lại đây?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Không biết / Không trả lời
		Rất không hài lòng	Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng			
1.2	Ông/Bà đánh giá thế nào về <b>chất lượng điện</b> được cung cấp? (ổn định hay tăng giảm, trời sực)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Không biết / Không trả lời
		Rất không hài lòng	Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng			
1.3	Ông/Bà đánh giá thế nào về <b>thời gian từ lúc được thông báo đến lúc cắt điện</b> theo kế hoạch (không phải mất do sự cố)?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Không biết / Không trả lời
		Rất không hài lòng	Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng			
1.4	Điện lực có cắt điện và đóng điện trở lại <b>đúng hẹn</b> như đã thông báo với khách hàng hay không?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Không biết / Không trả lời
		Luôn sai hẹn	Hay sai hẹn		Có lúc sai hẹn		Nói chung đúng hẹn		Luôn đúng hẹn			
1.5	Ông/Bà đánh giá thế nào về <b>thời gian sửa chữa và đóng</b> điện trở lại sau khi xảy ra mất điện?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Không biết / Không trả lời
		Rất không hài lòng	Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng			

## 2. THÔNG TIN ĐẾN KHÁCH HÀNG

2.1	Ông/Bà có được thông báo trước khi Điện lực cắt điện hay không?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Không bao giờ		Hiếm khi		Thỉnh thoảng		Thường xuyên		Thông báo đầy đủ		Không biết / Không trả lời
2.2	Ông/Bà đánh giá thế nào về <b>các hình thức thông báo của Điện lực</b> khi cắt điện theo kế hoạch (không phải mất điện do sự cố)?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời
2.3	Ông/Bà đánh giá thế nào về các hình thức Điện lực <b>trả lời giải đáp thắc mắc</b> của khách hàng?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời
2.4	Ông/Bà đánh giá thế nào về các hình thức Điện lực tuyên truyền về <b>tiết kiệm điện</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời
2.5	Ông/Bà đánh giá thế nào về các hình thức Điện lực tuyên truyền về <b>an toàn điện</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời
2.6	Ông/Bà đánh giá thế nào về các hình thức Điện lực tuyên truyền về <b>giá điện</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời

## 3. HÓA ĐƠN TIỀN ĐIỆN

3.1	Ông/Bà có cho rằng việc xác định điện năng tiêu thụ hàng tháng trên hóa đơn tiền điện là <b>chính xác và đáng tin cậy</b> không?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
3.2	Ông/Bà có cho rằng thông tin và các tính toán trên hóa đơn tiền điện là <b>chính xác và dễ hiểu</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
3.3	Ông/Bà đánh giá thế nào	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	



	về sự dễ dàng và thuận tiện trong <b>thanh toán</b> hóa đơn tiền điện (hình thức và địa điểm)?	<b>Rất không hài lòng</b>	<b>Không hài lòng</b>	<b>Bình thường</b>	<b>Hài lòng</b>	<b>Rất hài lòng</b>	<b>Không biết / Không trả lời</b>
--	--	---------------------------	-----------------------	--------------------	-----------------	---------------------	-----------------------------------

#### 4. DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

4.1	Ông/ Bà đánh giá như thế nào về <b>vị trí và cơ sở vật chất</b> tại điểm giao dịch khách hàng của Điện lực?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
4.2	Ông/Bà đánh giá thế nào về sự <b>dễ dàng thuận tiện</b> trong việc liên hệ trao đổi với Điện lực?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời
4.3	Ông/Bà đánh giá thế nào về sự <b>dễ dàng thuận tiện</b> trong việc liên hệ trao đổi bằng điện thoại với Điện lực?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời
4.4	Ông/Bà cho rằng <b>thời hạn</b> Điện lực giải quyết các yêu cầu của ông/bà là phù hợp?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
4.5	Ông/Bà cho rằng Điện lực đang giải quyết các yêu cầu của Ông/Bà <b>đúng hẹn</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
4.6	Ông/Bà có cho rằng các thông tin của điện lực <b>cung cấp là rõ ràng và dễ hiểu</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
4.7	Ông/Bà có cho rằng các nhân viên của Điện lực giải quyết công việc <b>chuyên nghiệp</b> (đúng quy trình, thái độ, nhanh gọn)?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không chuyên nghiệp		Không chuyên nghiệp		Bình thường		Chuyên nghiệp		Rất chuyên nghiệp		Không biết / Không trả lời
4.8	Ông/Bà đánh giá thế nào về <b>thái độ</b> của nhân viên Điện lực?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không hài lòng		Không hài lòng		Bình thường		Hài lòng		Rất hài lòng		Không biết / Không trả lời
4.9	Ông/Bà có cho rằng nhân viên Điện lực <b>không gây những phiền nhiễu</b> trong giải quyết các yêu cầu của Ông/Bà?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời

## 5. HÌNH ẢNH KINH DOANH

5.1	Ông/Bà có cho rằng Điện lực là một công ty <b>chuyên nghiệp và hiện đại</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
5.2	Ông/Bà có cho rằng Điện lực <b>công khai và minh bạch</b> trong hoạt động?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
5.3	Ông/Bà có cho rằng Điện lực <b>quan tâm đến sự hài lòng</b> của khách hàng?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
5.4	Ông/Bà có cho rằng Điện lực có đóng góp trong việc <b>phát triển cộng đồng</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
5.5	Ông/Bà có cho rằng Điện lực quan tâm đến các vấn đề <b>cảnh quan, an toàn và môi trường</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
5.6	Ông/Bà có cho rằng Điện lực <b>đáng tin cậy</b> trong việc cung cấp điện cho Ông/Bà?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không đồng ý		Không đồng ý		Bình thường		Đồng ý		Rất đồng ý		Không biết / Không trả lời
5.7	Ông/Bà đánh giá thế nào về <b>tính thân thiện</b> của Điện lực với cộng đồng ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất không thân thiện		Không thân thiện		Bình thường		Thân thiện		Rất thân thiện		Không biết / Không trả lời

## 6. NHẬN THỨC VỀ GIÁ ĐIỆN

6.1	Ông/Bà đánh giá thế nào về chi phí tiền điện hàng tháng đang sử dụng <b>so với thu nhập của gia đình</b> ?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất cao		Cao		Bình thường		Thấp		Rất thấp		Không biết / Không trả lời
6.2	Ông/Bà đánh giá thế nào về <b>mức độ dễ hiểu</b> của biểu giá điện đang áp dụng?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Rất khó hiểu		Khó hiểu		Bình thường		Dễ hiểu		Rất dễ hiểu		Không biết / Không trả lời
6.3	Ông/Bà đánh giá thế nào	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

