

Kinh doanh mạng điện thoại di động: CUỘC CHẠY ĐUA QUYẾT LIỆT

ThS. Nguyễn Thị Phương Nhung (*)

Theo đánh giá của Liên Minh Viễn Thông Quốc Tế ITU 2008, thị trường mạng điện thoại di động (ĐTDD) ở Việt Nam là một trong những thị trường phát triển nhanh, đứng hàng thứ hai trên thế giới chỉ sau Trung Quốc. Với dân số khoảng 86 triệu người, Việt Nam có 8 mạng di động. Trong khi đó, người khổng lồ láng giềng Trung Quốc với dân số khoảng 1,3 tỷ người chỉ có 6 mạng di động và tiến tới sáp nhập để chỉ còn lại 3 nhà cung cấp dịch vụ di động. Điều này đã và đang đặt ra câu hỏi lớn cho các nhà quản lý mạng ĐTDD Việt Nam.

THỜI CỬA PHÁT TRIỂN ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG

Kinh doanh dịch vụ ĐTDD là một trong những nền công nghiệp phát triển nhanh nhất ở Việt Nam. Chính vì thế, Chính phủ đã không ngừng gia tăng nỗ lực để hội nhập với nền viễn thông quốc tế bằng cách giảm mức độ độc quyền, chấp nhận mạng quốc tế vào Việt Nam như Beeline hay lần lượt cổ phần hoá các doanh nghiệp viễn thông của nhà nước như MobiFone, VinaPhone và Viettel Mobile.

Tên mạng ĐTDD	Năm ra đời	Đầu số
MobiFone	1993	090
VinaPhone	1995	091
S-Fone	2003	095
Viettel	2004	098
EVN Telecom (E-Mobile)	2005	096
Hanoi Telecom (HT mobile)	2006	092
Beeline	Tháng 7-2009	0199
Đồng Dương	Tháng 8 -2009	099 (dự kiến)

Các nhà kinh doanh mạng ĐTDD ở Việt Nam
Nguồn: <http://www.mic.gov.vn/vn/index.mic>

Vào năm 2000, Việt Nam chỉ có khoảng 300 nghìn người đăng ký thuê bao điện thoại, nhưng đến giữa năm 2004 con số này đã tăng lên 3,4 triệu. Năm 2005 tiếp tục tăng lên 8,4 triệu người sử dụng với tỷ lệ phủ khoảng 10%. Năm 2006 tiếp tục phát triển lên 12,2 triệu và tỷ lệ phủ là 18,98%. Theo các chuyên gia phân tích, đến năm 2011, Việt Nam sẽ gia tăng tỷ lệ người đăng ký lên 36 triệu người sử dụng và tỷ lệ phủ là 40%.

Số lượng người sử dụng ĐTDD và tỷ lệ phủ của các mạng di động so với dân số từ năm 2001 - 2010 (ước đoán).

Theo chu kỳ sống của sản phẩm, thị trường viễn thông Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn phát triển. Hiện nay Việt Nam đã có đến 8 mạng điện thoại bao gồm MobiFone, Viettel, VinaPhone, SFone, Vietnamobile, EVN telecom, Đồng Dương Telecom, Beeline và VTC (chuẩn bị được cấp phép). Thị phần của 3 hãng dẫn đầu gồm có MobiFone, VinaPhone và Viettel chiếm khoảng 90% thị phần mạng di động ở Việt Nam. Theo cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO, Việt Nam không hạn chế cung cấp giấy phép cho các doanh nghiệp (DN) tham gia vào thị trường viễn thông. Rõ ràng, chúng ta chỉ có một cơ hội ổn định số lượng nhà kinh doanh mạng khi sản phẩm và thị trường này đi vào giai

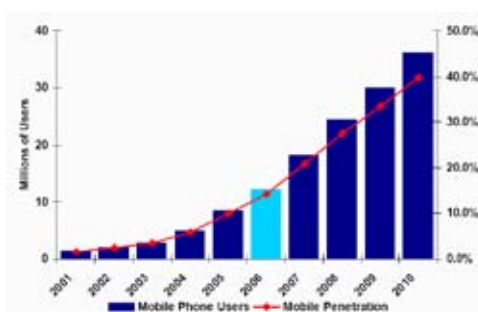
đạt và khốc liệt trên nhiều mặt, từ cơ sở hạ tầng viễn thông đến loại hình thuê bao trả trước (pre-paid) và trả sau

(post-paid), công nghệ, lần cuộc đua giảm giá cước.

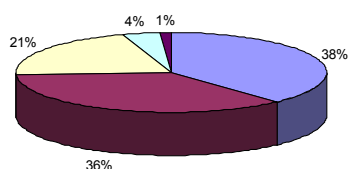
Về cơ sở hạ tầng: Các nhà kinh doanh mạng ĐTDD đang phân chia thành hai nhóm. Một nhóm xây dựng hệ thống trạm truy cập vô tuyến (BTS) và một nhóm thuê và sử dụng hạ tầng của các hãng khác để kinh doanh.

Tính đến giữa năm 2009, chỉ riêng 3 mạng lớn như MobiFone, Viettel, VinaPhone đã có tới 26.000 trạm BTS trên toàn quốc. Đây là con số đáng kể ngay cả đối với những mạng viễn thông lớn trên thế giới. Mức phát triển "nóng" của viễn thông trong thời gian qua khiến các nhà kinh doanh mạng phải chạy đua vùng phủ sóng của mình. Mật độ trạm BTS quá dày đặc vừa lãng phí vừa gây mất cảnh quan môi trường. Xu hướng mạng di động ảo sẽ khai thác triệt để năng lực các mạng di động sẵn có, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn Nhà nước trong đầu tư vào cơ sở hạ tầng viễn thông.

Ngoài ra, cũng có các nhà cung cấp dịch vụ di động dưới hình thức bán lại như Đồng Dương Telecom và VTC. Đồng Dương sử dụng hạ tầng của Viettel để cung cấp dịch vụ di động cho khách hàng. Hãng này được cung cấp dịch vụ di động nhưng không được cấp tần số mà được chia sẻ hạ tầng vô tuyến 3G với Viettel và được roaming với các mạng GSM (2G và 2,5G) khác. Đây là mô hình mạng di động dùng chung



Nguồn: VNNIC, Ministry of Post and Teleomatics in 2008



Biểu đồ thị phần mạng điện thoại di động tại Việt Nam năm 2008
Nguồn: Ministry of Posts and Teleomatics, Viet Nam, 2008
đoạn bảo hoà, được dự báo là sẽ vào cuối năm 2010.

CẠNH TRANH GAY GẮT GIỮA CÁC HÃNG

Kinh doanh mạng ĐTDD tại Việt Nam đang bước vào cuộc đua gay

tài nguyên tần số đầu tiên được phép triển khai tại Việt Nam. Bản thân các DN bán như Viettel cũng phải cân cứ vào năng lực mạng lưới của họ để xem có bán được hạ tầng hay không.

Vấn đề thuê bao trả trước và trả sau: Một đặc điểm nổi bật nữa của mạng ĐTDD Việt Nam là tỷ lệ khác nhau giữa khách hàng trả trước và trả sau. Có khoảng gần 28 triệu người đăng ký thuê bao (tính cả người kích hoạt dịch vụ và không kích hoạt), thì có hơn 80% là thuê bao trả trước. Chẳng hạn, MobiFone có khoảng 7 triệu thuê bao đăng ký sử dụng thì đã có 70% là thuê bao trả trước. Tương tự, VinaPhone có khoảng 6 triệu thuê bao thì có khoảng 5 triệu là thuê bao trả trước. Bởi vì những nhà cung cấp dịch vụ cho rằng khách hàng không muốn ràng buộc bởi thủ tục rườm rà của hợp đồng trả sau hoặc khách hàng luôn muốn dễ dàng chuyển sang mạng khác vì khuyến mãi, giá rẻ hơn. Ngoài ra, sim-card dễ dàng được mua và kích hoạt, hầu như không có cơ quan quản lý vì thế trả trước luôn là lựa chọn đầu tiên. Do vậy, các nhà cung cấp đang chạy đua khốc liệt để thu hút thuê bao trả trước. Vấn đề công nghệ: có tính chất quyết định trong cạnh tranh giữa các mạng.

Chúng ta có hai công nghệ viễn thông GSM và CDMA. GSM (Global System for Mobile Communication) là hệ thống mạng tế bào sử dụng kỹ thuật TDMA (Time Division Multi Access) - Đa truy cập phân chia theo thời gian. Mỗi một cuộc gọi được phát trên tần số chung nhưng theo các khoảng thời

gian khác nhau. Khoảng thời gian này rất ngắn để người sử dụng không thấy có sự rời rạc khi nghe người khác nói. Tuy nhiên theo thời gian, nhu cầu phục vụ đồng đảo người dùng yêu cầu số kênh phải nhiều hơn nữa. Còn CDMA (Code Division Multi Access) thì mạng nghĩa đa truy cập phân chia theo mã. Mỗi một cuộc gọi được phát trên tần số chung nhưng theo các khoảng mã khác nhau. CDMA có thể thực hiện nhiều cuộc gọi cùng trong một kênh, mỗi cuộc gọi gán với một chuỗi mã xác định. Vì vậy dung lượng cuộc gọi trong một kênh được tăng lên đáng kể.

Cuộc chạy đua giảm giá cước: Giá cước là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến việc lựa chọn hàng cung cấp của khách hàng. Đây vẫn là cuộc chạy đua của các hãng lớn như MobiFone, VinaPhone, Viettel và những hãng mới xâm nhập thị trường như Beeline.

Trong năm 2009, Viettel giảm giá 15-20% cước gọi di động cho các gói cước của mình. Gần như ngay lập tức Mobifone và VinaPhone cũng tuyên bố giảm giá cước, với mức giảm còn mạnh hơn Viettel. Với việc giảm giá này, giá cước di động tại Việt Nam đã ngang bằng các nước khác trong khu vực. Còn các mạng nhỏ hơn như EVN Telecom, SFone, Vietnamobile lại lo lắng vì cuộc đua không cân sức với các hãng lớn.

Giá cước hiện nay đã khá thấp nên các doanh nghiệp thực sự sẽ khó giảm thêm nữa, đặc biệt là trong hoàn cảnh các mạng lớn đang đầu tư cho mạng 3G. Tuy nhiên về lâu dài, khi số lượng thuê bao các mạng nhiều hơn, khấu

hao máy móc thiết bị đã hết, dịch vụ dữ liệu đã phát triển nhiều, giá cước di động sẽ tiếp tục giảm.

GIẢI PHÁP

Dựa vào phân tích trên, chúng ta có thể xem xét để nêu ra giải pháp cho các vấn đề cạnh tranh trong cung ứng dịch vụ mạng điện thoại di động như sau:

Chúng ta đang ở giai đoạn đầu phát triển thị trường với sự cạnh tranh gay gắt trên thị

trường. Quy luật sáp nhập các công ty nhỏ để tạo thành công ty lớn để tăng sức cạnh tranh trên thị trường có lẽ là một quy luật tất yếu và là giải pháp để bình ổn thị trường mạng ĐTDD tại Việt Nam.

Kiến nghị cơ quan quản lý Nhà nước cần bảo đảm cho việc quy hoạch các băng tần, tài nguyên, các quy chuẩn, tiêu chuẩn kỹ thuật sao cho hạ tầng viễn thông được phát triển một cách bền vững nhất. Bên cạnh đó, cần lấy tiêu chí lợi ích của khách hàng sử dụng là quan trọng nhất. Từ đó, quản lý việc giảm giá sao cho hợp lý nhất, vừa đảm bảo quyền lợi chính đáng của hàng chục triệu khách hàng vừa mở ra giải pháp cho các doanh nghiệp nhỏ, mới gia nhập ngành cùng phát triển.

Để bảo đảm hoạt động viễn thông có hiệu quả, chúng ta phải sử dụng và phân bổ nguồn tài nguyên viễn thông như tần số, kho số... một cách hiệu quả nhất để trên cơ sở đó tạo điều kiện cho các DN tham gia vào thị trường này một cách công bằng.

Cuối cùng, các nhà kinh doanh mạng ĐTDD cần tạo sự khác biệt độc đáo trong cung cách phục vụ khách hàng, gia tăng tiện ích cộng thêm và có giải pháp về việc sở hữu lòng trung thành khách hàng dựa vào việc đem lại sự thỏa mãn cho khách hàng hơn là cuộc chạy đua phát sim-card miễn phí (Jones, Mothersbaugh & Beatty, 2000; Kaveh, 2007). Với việc lôi kéo và sở hữu được khách hàng sẽ giúp họ ở lại lâu hơn và chi trả nhiều hơn cho các sản phẩm và dịch vụ của công ty cung cấp (Oliver, 2000). Vì thế các nỗ lực và giải pháp marketing tập trung vào khách hàng hiện hữu sẽ có giá trị hơn nhiều so với việc tìm kiếm những khách hàng mới.

(*) Giảng viên Khoa Quản trị Kinh doanh ĐH Tôn Đức Thắng

Tài liệu tham khảo:
Jones, Mothersbaugh & Beatty. Telecommunication Services in the US (2000)
Kaveh. Rural Telecommunications Policy (2007).
Tran Thi Thuy Duong. Modeling Customer Retention in the Vietnamese Mobile (2007).
Oliver. The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Index Model (2000).
Các Website của Bộ Thông tin và Truyền thông, Mobifone, Vinaphone, Viettel, Báo Xã hội thông tin, Tin nhanh CNTT-TT, ICT-News

So sánh 2 công nghệ cốt lõi GSM và CDMA cho mạng ĐTDD

Tiêu chí so sánh	GSM	CDMA
Số lượng mạng sử dụng	MobiFone, VinaPhone, Viettel	S-Fone, EVN Telecom và Hà Nội Telecom
Thị phần	85%	15%
Quản lý số lượng thuê bao	Ít	Nhiều gấp 5-20 lần
Chất lượng cuộc gọi	Trung bình	Tốt hơn
Tính bảo mật	Thấp	Cao
Lợi thế triển khai hạ tầng	Ít tốn kém	Chi phí đắt hơn
Mua thiết bị	Mạng mở, có thể mua từ nhiều hãng khác nhau	Phải đồng bộ
Ưu điểm nổi trội	Phổ cập hơn	Có khả năng kết hợp nhiều dịch vụ gia tăng cho người sử dụng (download, truyền tải dữ liệu, chia sẻ thông tin, công nghệ 3G).

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của Báo Xã hội thông tin