

ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP. HCM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA

BÀI TẬP LỚN MÔN HỌC
KINH TẾ CHÍNH TRỊ MÁC - LÊNIN

ĐỀ TÀI

SỰ PHÁT TRIỂN CỦA ĐIỆN THOẠI Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

LỚP: LO2 - NHÓM: L021.3 - HK241

GVHD: THS. VŨ QUỐC PHONG

SINH VIÊN THỰC HIỆN

STT	MSSV	HỌ	TÊN	% ĐIỂM BTL	ĐIỂM BTL	GHI CHÚ
1	2211656	Trịnh Đăng	Khoa	12.5%		
2	2213093	Phạm Ngọc Vân	Thanh	12.5%		
3	2313946	Phạm Công	Võ	12.5%		
4	2312515	Võ Ngọc Lan	Nhi	12.5%		
5	2213268	Đặng Nguyễn Hưng	Thịnh	12.5%		
6	2210525	Nguyễn Phan	Duy	12.5%		
7	2210991	Lưu Lê	Hiếu	12.5%		
8	2210595	Trần Phan	Dũng	12.5%		
Tổng				100%		

TP. HỒ CHÍ MINH, NĂM 2024

BÁO CÁO KẾT QUẢ LÀM VIỆC NHÓM

STT	Mã số SV	Họ	Tên	Nhiệm vụ được phân công	Ký tên
1	2211656	Trịnh Đăng	Khoa	Phần 2.3	
2	2213093	Phạm Ngọc Vân	Thanh	Phần 1.3	
3	2313946	Phạm Công	Võ	Phần 2.2	
4	2312515	Võ Ngọc Lan	Nhi	Phần 1.2	
5	2213268	Đặng Nguyễn Hưng	Thịnh	Phần 1.1	
6	2210525	Nguyễn Phan	Duy	Mở đầu, Kết luận, Word	
7	2210991	Lưu Lê	Hiếu	Phần 2.1	
8	2210595	Trần Phan	Dũng	Phần 2.3	

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	2
Chương 1: HÀNG HOÁ	5
1.1. Khái niệm và hai thuộc tính của hàng hoá	5
1.1.1. Khái niệm hàng hóa	5
1.1.2. Hai thuộc tính của hàng hoá.....	5
1.2 Tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa.....	6
1.2.1 Lao động cụ thể	6
1.2.2 Lao động trừu tượng.....	7
1.2.3 Ý nghĩa của việc phân tích lao động hai mặt	8
1.3 Lượng giá trị & các nhân tố ảnh hưởng đến lượng giá trị hàng hoá... 8	8
1.3.1 Lượng giá trị của hàng hóa	8
1.3.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến lượng giá trị hàng hóa	9
 Chương 2: SỰ PHÁT TRIỂN CỦA HÀNG HÓA/DỊCH VỤ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY	12
2.1. Lịch sử hình thành & phát triển của Điện Thoại.....	12
2.2 Tình hình phát triển của điện thoại Việt Nam hiện nay.....	17
2.2.1 Thực trạng về sự phát triển điện thoại ở Việt Nam hiện nay	17
2.2.2 Nguyên nhân của Sự phát triển điện thoại ở Việt Nam	27
2.3 Chủ trương và kiến nghị phát triển của điện thoại Việt Nam đến năm 2030	32
2.3.1. Chủ trương của chính phủ Việt Nam trong việc phát triển điện thoại	32
2.3.2 Các kiến nghị thúc đẩy sự phát triển của mặt hàng điện thoại trong tương lai ở thị trường Việt Nam:.....	34
KẾT LUẬN	35
TÀI LIỆU THAM KHẢO	36

PHẦN MỞ ĐẦU

1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Trong đời sống hiện nay, nhu cầu sử dụng điện thoại của người dân đặc biệt là giới trẻ ở Việt Nam tăng mạnh. Thông qua các ứng dụng giải trí như: nghe nhạc, xem phim, chơi game, điện thoại đã trở thành một phần trong cuộc sống hiện tại. Đồng thời, nó cũng là công cụ giúp lan toả truyền thống văn hoá của Việt Nam sang các nước láng giềng. Vì thế điện thoại di động đã trở thành phiên tiện liên lạc chủ yếu của người dân Việt Nam. Theo báo cáo mới đây của Bộ Công Thương, trong năm 2019, sản lượng sản xuất điện thoại di động ước tính đạt 239,6 triệu chiếc, tăng lên tới 12,3% so với năm trước. Về xuất khẩu Việt Nam đang là quốc gia lớn thứ 12 thế giới và thứ 3 trong khối ASEAN, và tất nhiên sự phát triển của điện thoại di động đóng vai trò thiết yếu vào các con số này.

Điện thoại di động đóng một vai trò quan trọng với việc phát triển kinh tế số Ở Việt Nam, thông qua các ứng dụng thanh toán online, ngân hàng và thương mại điện tử. Điện thoại di động giúp người dân dễ dàng tiếp các dịch vụ giáo dục, y tế. Rất nhiều ứng dụng giúp cho người dân thực hiện trực tuyến tại nhà trong thời kỳ dịch bệnh COVID-19. Thêm vào đó điện thoại Việt Nam đã triển khai mạng 5G tại các thành phố lớn. Sự phát triển vô cùng cần thiết của mạng 4G và 5G đã tạo điều kiện rất thuận lợi cho người dân truy cập internet nhanh chóng và chính xác. Song song với đó nó cũng đã thay đổi cách người dân làm việc và giải trí. Các nền tảng Zalo, Facebook có hàng triệu người dùng.

Tuy nhiên, việc phát triển quá nhanh dẫn đến việc vượt quá khả năng quản lý của cơ quan chức năng. Các quy định về việc kiểm soát các thông tin cá nhân, dữ liệu người dùng. Ngoài ra số lượng người mua điện thoại ở thương hiệu Việt Nam tương đối ít do còn tâm lý sính ngoại. Thị trường điện thoại thông minh hiện nay đang có dấu hiệu bão hòa, không chỉ ở Việt Nam mà còn trong khu vực. Các hãng Trung Quốc đã nắm giữ phần lớn phân khúc giá rẻ, trong khi Samsung nổi bật ở phân khúc tầm trung và cao cấp, còn Apple lại chiếm thị phần lớn về lợi nhuận ở phân khúc cao cấp. Điều này khiến các thương hiệu Việt gặp nhiều khó khăn trong việc chiếm lĩnh thị trường, đòi hỏi phải có chiến lược phù hợp và sự hỗ trợ tích cực từ nhà nước cùng sự ủng hộ của người tiêu

dùng trong nước. Chiến lược nhắm vào phân khúc cận cao cấp của Bphone chưa đạt được nhiều thành công, trong khi việc tiếp cận phân khúc giá rẻ của Vsmart và Asanzo cần thời gian để đánh giá hiệu quả. Hiện nay, tỷ lệ nội địa hóa trong ngành điện tử tiêu dùng, đặc biệt là ngành công nghiệp điện thoại thông minh, vẫn còn rất thấp. Phần lớn các sản phẩm điện thoại di động trên thị trường Việt Nam chủ yếu là hàng nhập khẩu nguyên chiếc hoặc được lắp ráp trong nước từ linh kiện chủ yếu nhập khẩu.

Qua phân tích sự phát triển điện thoại ở Việt Nam, chúng ta có thể thấy đây là một lĩnh vực có tác động đến nhiều khía cạnh của cuộc sống hiện tại, từ sự phát triển kinh tế và xã hội đến văn hóa và giao tiếp cá nhân. Phân tích kỹ hơn về đề tài điện thoại giúp chúng tôi hiểu sâu về thị trường các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công hay thất bại của các thương hiệu. Do đó nhóm chúng tôi chọn đề tài “Sự phát triển của Điện thoại ở Việt Nam hiện nay” làm bài tập lớn môn Kinh tế chính trị Mác-Lênin.

2. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU: Sự phát triển của điện thoại.

3. PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Không gian: Việt Nam.

Thời gian: 2018 - 2023.

4. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Thứ nhất, trình bày khái niệm, phân tích hai thuộc tính của hàng hoá và tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hoá.

Thứ hai, phân tích lượng giá trị & các nhân tố ảnh hưởng đến lượng giá trị hàng hoá.

Thứ ba, giới thiệu lịch sử hình thành và phát triển của điện thoại.

Thứ tư, phân tích tình hình phát triển của điện thoại Việt Nam hiện nay.

Thứ năm, giới thiệu chủ trương & đề xuất các kiến nghị phát triển của điện thoại ở Việt Nam đến năm **2030**.

5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đề tài sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng và các phương pháp nghiên cứu như trừu tượng hóa khoa học, phân tích tổng hợp, thống kê mô tả.

6. KẾT CẤU CỦA ĐỀ TÀI

Ngoài mục lục, phần mở đầu, kết luận và tài liệu tham khảo, đề tài gồm 02 chương:

+ Chương 1:**HÀNG HOÁ.**

+ Chương 2: **SỰ PHÁT TRIỂN CỦA ĐIỆN THOẠI CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY.**

CHƯƠNG 1: HÀNG HOÁ

1.1. Khái niệm và hai thuộc tính của hàng hoá

1.1.1. Khái niệm hàng hóa:

“Hàng hoá là sản phẩm của lao động có thể thoả mãn nhu cầu nào đó của con người thông qua trao đổi và mua bán.”¹

1.1.2. Hai thuộc tính của hàng hoá:

Tuỳ vào hình thái kinh tế - xã hội mà sản xuất hàng hoá sẽ có bản chất riêng biệt nhưng hàng hoá đều có chung hai thuộc tính là giá trị sử dụng và giá trị:

Giá trị sử dụng:

“Giá trị sử dụng của hàng hoá là khả năng làm thoả mãn một hoặc nhiều nhu cầu của con người. Một sản phẩm chỉ có thể trở thành hàng hoá khi nó có khả năng thoả mãn một nhu cầu cụ thể của con người.”²

Có nhiều loại hàng hoá và mỗi loại hàng hoá mang giá trị sử dụng khác nhau. Điều này giúp mang lại tính đa dạng cho thị trường.

Giá trị sử dụng của hàng hoá được quyết định bởi thuộc tính tự nhiên của hàng hoá đó, Nó không dựa vào mong muốn chủ quan của người sản xuất mà được qui định dựa trên công dụng và giá trị mà hàng hoá mang lại cho người tiêu dùng, cho xã hội thông qua trao đổi – mua bán.

Khoa học kỹ thuật phát triển kéo theo sự phát triển của hàng hoá. Hàng hoá mới được tạo ra mang theo nhiều thuộc tính mới, tạo ra nhiều giá trị sử dụng mới cho hàng hoá. Một sản phẩm có thể trở nên lỗi thời và mất đi giá trị sử dụng của mình nếu không còn phù hợp với thời đại.

Giá trị của hàng hóa:

“Giá trị hàng hoá là lao động xã hội của người sản xuất hàng hoá kết tinh trong hàng hoá.”³

¹ Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2021). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr. 37.

² Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2021). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr. 37.

³ Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2021). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr. 39.

Giá trị hàng hoá được xác định bởi lượng lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra hàng hoá đó.

Giá trị hàng hoá là cơ sở cho quan hệ trao đổi và quyết định giá cả thị trường.

Sản phẩm nào lao động hao phí để sản xuất ra chúng càng nhiều thì giá trị càng cao.

1.2 Tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa

Trong quá trình sản xuất hàng hóa, lao động của con người đóng vai trò then chốt không chỉ trong việc tạo ra sản phẩm mà còn trong việc hình thành nên giá trị của sản phẩm đó. Để hiểu rõ hơn về quá trình này, C.Mác đã đưa ra khái niệm về tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa, một phát hiện quan trọng trong lý thuyết kinh tế học: “Nghiên cứu về mối quan hệ giữa hai thuộc tính của hàng hóa với lao động sản xuất hàng hóa, C.Mác phát hiện ra rằng, sở dĩ hàng hóa có hai mặt thuộc tính là do lao động của người sản xuất hàng hóa có tính hai mặt: mặt cụ thể và mặt trừu tượng của lao động.”⁴

1.2.1 Lao động cụ thể:

“Lao động cụ thể là lao động có ích dưới một hình thức cụ thể của những nghề nghiệp chuyên môn nhất định.

Mỗi lao động cụ thể có mục đích, đối tượng lao động, công cụ, phương pháp lao động riêng. Lao động cụ thể tạo ra giá trị của hàng hóa.”⁵

Lao động cụ thể thể hiện rõ ràng qua các công việc có mục đích cụ thể và sử dụng công cụ, kỹ năng khác nhau để tạo ra giá trị sử dụng cho hàng hóa, ví dụ một thợ may thực hiện lao động cụ thể khi cắt và khâu vải để tạo ra một chiếc áo. Công việc này có mục đích là tạo ra một sản phẩm có thể mặc được. Công cụ lao động của thợ may bao gồm: máy may, vải, kim chỉ, và phương pháp lao động là cách thức cắt, may và ghép những mảnh vải để tạo ra sản phẩm cuối cùng. Lao động này tạo ra giá trị sử dụng cho chiếc áo vì nó thỏa mãn nhu cầu mặc của con người.

⁴ Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2019). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr. 25.

⁵ Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2019). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr. 25.

Một minh họa điển hình khác về lao động cụ thể là trong ngành công nghệ thông tin, nơi các kỹ sư phần mềm thực hiện công việc có mục đích rõ ràng và sử dụng các công cụ chuyên biệt để tạo ra sản phẩm phần mềm, ví dụ như một kỹ sư phần mềm lập trình một ứng dụng trên điện thoại di động. Công cụ của kỹ sư này là máy tính và phần mềm lập trình. Mục đích lao động là tạo ra một ứng dụng giúp người dùng có thể giao tiếp hoặc giải trí. Ở đây, lao động cụ thể của kỹ sư phần mềm đã tạo ra giá trị sử dụng cho sản phẩm là ứng dụng trên điện thoại di động.

Lao động cụ thể tạo ra vô số giá trị sử dụng khác nhau, đáp ứng nhu cầu đa dạng của xã hội. Nhờ sự phát triển của khoa học và công nghệ, các hình thức lao động cụ thể ngày càng đa dạng và cho phép tạo ra các sản phẩm mới, dịch vụ mới phong phú hơn.

1.2.2 Lao động trừu tượng:

“Lao động trừu tượng là lao động xã hội của người sản xuất hàng hóa không kể đến hình thức cụ thể của nó; đó là sự hao phí sức lao động nói chung của người sản xuất hàng hóa về cơ bắp, tinh thần, trí óc.

Lao động trừu tượng tạo ra giá trị của hàng hóa.

Đến đây, có thể nêu, giá trị hàng hóa là lao động trừu tượng của người sản xuất kết tinh trong hàng hóa. Lao động trừu tượng là cơ sở để so sánh, trao đổi các giá trị sử dụng khác nhau.”⁶

Lao động trừu tượng là yếu tố quan trọng trong việc xác định giá trị trao đổi của hàng hóa, bởi nó phản ánh sự hao phí lao động chung, không phụ thuộc vào tính chất cụ thể của từng ngành nghề. Điều này cho phép so sánh giá trị giữa các loại hàng hóa khác nhau, tạo nền tảng cho việc trao đổi trên thị trường, lấy ví dụ là một chiếc áo mà thợ may đã làm ra thì nó không chỉ có giá trị sử dụng (để mặc) mà còn có giá trị trao đổi. Nếu xét dưới góc độ lao động trừu tượng, chiếc áo này có giá trị vì nó tiêu tốn một lượng thời gian và công sức lao động. Khi một chiếc áo được trao đổi với một mặt hàng khác, ví dụ như một mét vải, sự trao đổi này được dựa trên lượng lao động hao phí để sản xuất ra hai sản phẩm. Lao động trừu tượng chính là cơ sở để so sánh giá trị của các sản phẩm khác nhau.

⁶ Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2019). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr. 25.

Lao động trừu tượng không quan tâm đến ngành nghề cụ thể hay hình thức lao động, mà tập trung vào lượng công sức và thời gian người lao động bỏ ra. Đây chính là yếu tố giúp tạo ra giá trị trao đổi cho sản phẩm, bất kể sự khác biệt về tính chất của hàng hóa. Một ví dụ minh họa rõ ràng cho điều này là trong lĩnh vực công nghệ phần mềm là ứng dụng di động do kỹ sư phần mềm tạo ra thì nó cũng có giá trị trao đổi. Lao động trừu tượng của kỹ sư này có thể được quy ra tiền, hoặc ứng dụng có thể trao đổi với một dịch vụ khác như tư vấn kỹ thuật. Giá trị trao đổi của ứng dụng không dựa trên công dụng của nó (mà là giao tiếp hay giải trí) mà dựa trên lượng thời gian, kỹ năng và nỗ lực mà kỹ sư đã bỏ ra.

Lao động trừu tượng giúp ta hiểu tại sao các loại hàng hóa với giá trị sử dụng khác nhau lại có thể trao đổi với nhau theo tỷ lệ nhất định. Khi so sánh giá trị của hàng hóa, chúng ta không xét đến công dụng của chúng mà xem xét mức độ hao phí lao động của người sản xuất.

1.2.3 Ý nghĩa của việc phân tích lao động hai mặt:

Phân tích tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa giúp làm rõ quá trình hình thành giá trị của hàng hóa trong nền kinh tế. Lao động cụ thể tạo ra giá trị sử dụng, trong khi lao động trừu tượng tạo ra giá trị trao đổi. Để gia tăng giá trị hàng hóa, người sản xuất phải tối ưu hóa cả hai mặt lao động: vừa tạo ra sản phẩm có ích đáp ứng nhu cầu (lao động cụ thể), vừa tối thiểu hóa hao phí lao động (lao động trừu tượng) nhằm cạnh tranh về giá cả trên thị trường.

1.3 Lượng giá trị & các nhân tố ảnh hưởng đến lượng giá trị hàng hoá

1.3.1 Lượng giá trị của hàng hóa:

Lượng giá trị của hàng hóa là một khái niệm cốt lõi trong lý thuyết kinh tế chính trị Mác-Lênin, phản ánh giá trị của một hàng hóa được xác định dựa trên lượng lao động xã hội trừu tượng đã kết tinh trong hàng hóa đó.

“Giá trị của hàng hóa là do lao động xã hội, trừu tượng của người sản xuất hàng hóa kết tinh trong hàng hóa. Vậy lượng giá trị của hàng hóa là lượng lao động hao phí để tạo ra hàng hóa.”⁷

⁷ Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2019). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác – Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr.26 .

Lượng lao động đã hao phí được tính bằng thời gian lao động, Thời gian lao động này được xã hội chấp nhận, không phải là thời gian lao động của đơn vị sản xuất cá biệt, mà là thời gian lao động xã hội cần thiết.

Thời gian lao động cá biệt: thời gian của người sản xuất hoặc đơn vị sản xuất để tạo ra một đơn vị hàng hóa.

Thời gian lao động xã hội cần thiết: thời gian cần thiết để sản xuất ra một hàng hóa trong điều kiện trung bình.

1.3.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến lượng giá trị hàng hóa:

Trong lý thuyết kinh tế chính trị Mác-Lênin, giá trị của hàng hóa không chỉ được quyết định bởi lao động trực tiếp mà còn chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố khác. Các nhân tố này bao gồm năng suất lao động, cường độ lao động, và mức độ phát triển của khoa học kỹ thuật. Ngoài ra, điều kiện tự nhiên, kỹ thuật sản xuất và năng lực quản lý cũng đóng vai trò quan trọng. Sự tác động của các yếu tố này sẽ làm thay đổi lượng lao động xã hội cần thiết, từ đó ảnh hưởng đến giá trị của hàng hóa trong quá trình sản xuất và trao đổi. Hay nói cách khác:

“Tất cả những yếu tố ảnh hưởng tới thời gian lao động xã hội cần thiết đều ảnh hưởng tới lượng giá trị của hàng hóa. Chúng ta xem xét ba yếu tố cơ bản: năng suất lao động, cường độ lao động và mức độ giản đơn hay phức tạp của lao động.”⁸

Thứ nhất, về năng suất lao động:

Khái niệm: Năng suất lao động là năng lực sản xuất lao động, được tính bằng số lượng sản phẩm sản xuất ra trong một đơn vị thời gian hoặc số lượng thời gian cần thiết để sản xuất ra một đơn vị sản phẩm.

Khi tất cả các yếu tố khác không đổi: Năng suất lao động xã hội tăng → Số lượng hàng hóa được sản xuất ra trong cùng 1 đơn vị thời gian tăng: nghĩa là thời gian lao động xã hội cần thiết để sản xuất để sản xuất ra 1 đơn vị hàng hóa giảm → lượng giá trị của một đơn vị hàng hóa giảm.

⁸ Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2006). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác – Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tr 40, 41.

Kết luận: Năng suất lao động là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến lượng giá trị của hàng hóa. Khi năng suất lao động tăng, thời gian lao động xã hội cần thiết để sản xuất một đơn vị hàng hóa giảm, dẫn đến giá trị của hàng hóa cũng giảm theo. Điều này cho thấy, sự phát triển của năng suất lao động trực tiếp làm thay đổi cấu trúc giá trị của sản phẩm trên thị trường.

Các nhân tố ảnh hưởng: Độ thành thạo của người lao động, mức độ ứng dụng khoa học công nghiệp, trình độ quản lý sản xuất, quy mô của tư liệu sản xuất, yếu tố tự nhiên.

Thứ hai, về cường độ lao động:

Khái niệm: Cường độ lao động là đại lượng chỉ mức độ hao phí lao động trong một đơn vị thời gian. Nó cho thấy mức độ khẩn trương, nặng nhọc hay căng thẳng của lao động.

Khi tất cả các yếu tố khác không đổi: Cường độ lao động tăng → mức độ hao phí lao động tăng → tổng số hàng hóa được sản xuất ra trong cùng một đơn vị thời gian tăng đồng thời với sự tăng của tổng lượng hao phí → lượng giá trị của một đơn vị hàng hóa không đổi.

Kết luận: Cường độ lao động phản ánh mức độ căng thẳng trong quá trình làm việc và khi cường độ lao động tăng, tổng sản lượng hàng hóa cũng tăng. Tuy nhiên, mặc dù tổng lượng lao động hao phí tăng, giá trị của một đơn vị hàng hóa không thay đổi do thời gian lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra một đơn vị hàng hóa vẫn được giữ nguyên. Điều này cho thấy cường độ lao động chủ yếu ảnh hưởng đến tổng sản lượng hơn là giá trị đơn lẻ của mỗi hàng hóa.

Các nhân tố ảnh hưởng: Thể chất, tinh thần, tay nghề, kỹ năng, ý thức của người lao động, trình độ quản lý.

Mức độ phức tạp của lao động có ảnh hưởng nhất định đến lượng giá trị của hàng hóa. Chia lao động thành 2 loại: Lao động giản đơn và lao động phức tạp.

Lao động giản đơn: không yêu cầu trình độ chuyên môn quá cao, người lao động không qua đào tạo cũng có thể thực hiện được. Ví dụ: Công nhân, nông dân,...

Lao động phức tạp: đòi hỏi người lao động cần trải qua đào tạo, huấn luyện mới có thể thực hiện được. Ví dụ: Kỹ sư, giáo viên, bác sĩ,...

Trong cùng một thời gian, lao động phức tạp tạo ra nhiều giá trị hơn lao động giản đơn. Lao động phức tạp thực chất là lao động giản đơn được nhân lên. Trong quá trình trao đổi hàng hóa, mọi lao động phức tạp đều được quy về lao động giản đơn trung bình, và điều đó được quy đổi một cách tự phát sau lưng những hoạt động sản xuất hàng hóa, hình thành những hệ số nhất định thể hiện trên thị trường.

Chương 2: SỰ PHÁT TRIỂN CỦA HÀNG HÓA/DỊCH VỤ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Lịch sử hình thành & phát triển của Điện Thoại

2.1.1 Lịch sử phát minh của điện thoại trên thế giới

“Điện thoại là một thiết bị viễn thông dùng để trao đổi thông tin thông dụng nhất là truyền giọng nói - tức là "thoại" (nói), từ xa giữa hai hay nhiều người.”⁹

Hình 2.1.1: Alexander Graham Bell nói chuyện qua điện thoại năm 1892



Nguồn: Trading.vn

Nguyên lý hoạt động của điện thoại: Chuyển các tín hiệu tiếng nói thành tín hiệu điện và truyền trong cùng 1 mạng lưới điện thoại thông qua các thiết bị đầu cuối thu phát tín hiệu.

Đó chính là những định nghĩa ban đầu của điện thoại. Ngày nay, điện thoại không chỉ là thiết bị nghe gọi đơn giản. Nó được tích hợp rất nhiều chức năng khác nhau với kích thước nhỏ gọn, ‘thông minh’, nên định nghĩa ban đầu là không đầy đủ.

⁹ Wikipedia. (2024, 23 tháng 7). *Điện thoại*. Trích từ: <https://vi.wikipedia.org/wiki/>.

Năm 1860, một giáo viên người Đức Philippe Reiss thực hiện một máy có thể truyền những âm thanh về nhạc bằng cách dùng điện. Ông đã chào bán thiết bị của mình nhưng không được phổ biến bởi nó không quá hữu ích và không thể truyền đạt lời nói trực tiếp. Phát minh của P. Reiss được trình bày tại Mỹ.

Tới tận năm 1975, hai người Mỹ là Alexander Graham Bell và Eliza Gray cùng có những mẫu máy truyền âm thanh hoàn chỉnh. Ngày 14/02/1876, cả hai cùng trình bằng sáng chế điện thoại của họ. Tuy nhiên, lịch sử chỉ công nhận Alexander Graham Bell là người phát minh với bằng phát minh số 74465 ngày 7/03/1876 sau cuộc tranh chấp pháp luật.

Chiếc điện thoại đầu tiên:

“Chiếc điện thoại đầu tiên được cho là “di động” được quảng cáo vào năm 1967 với tên gọi là “Carry phone” đánh dấu một bước tiến gần hơn đến mẫu điện thoại di động nguyên bản. Mang danh là di động nhưng việc sử dụng nó thì vô cùng bất tiện khi người ta cứ phải vác “kè kè” bên mình một chiếc hộp máy to sụ nặng tới 4,5 kg. Giá thành lại rất cao nên nó hầu như không được phổ biến rộng rãi cho đến khi phiên bản nhỏ gọn của nó được tung ra thị trường.”¹⁰

Hình 2.1.2: Chiếc điện thoại đầu tiên carry phone



Nguồn: Wikipedia.

¹⁰ Wikipedia. (2024, 23 tháng 7). *Điện thoại*. Trích từ: <https://vi.wikipedia.org/wiki/>.

Hình 2.1.3: Điện thoại di động cầm tay đầu tiên



Nguồn: Mediamart.vn

Với nhu cầu và sự phát triển ngày càng to lớn của công nghệ viễn thông dẫn đến sự xuất hiện của một trong những thiết bị công nghệ quan trọng và không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của con người, chiếc điện thoại di động cầm tay đầu tiên trên thế giới ra đời.

“Motorola DynaTAC 8000x đời đầu có trọng lượng lên tới 1,13 kilogram Thiết bị này có thời lượng pin cho phép đàm thoại liên tục trong khoảng 20 phút cùng thời gian sạc đầy pin lên tới 10 giờ.”¹¹

Hình 2.1.4: Motorola DynaTAC 8000



Nguồn: Tạp chí Time

¹¹ Nguyễn Mạnh Hải. (2021, 23 tháng 10). *Chiếc điện thoại di động đầu tiên trên thế giới*. Truy cập từ: <https://mediamart.vn/dien-thoai-review/chiec-dien-thoai-di-dong-dau-tien-tren-the-gioi>.

Điện thoại không ngừng phát triển về cả công nghệ và kiểu dáng, không chỉ đơn giản dùng để liên lạc nữa mà còn cung cấp nhiều chức năng khác phục vụ cho nhu cầu của con người. Các thương hiệu điện thoại của các quốc gia lần lượt ra đời và tạo ra nhiều dấu mốc ấn tượng, đặc biệt là sự ra đời của chiếc điện thoại thông minh (smartphone):

“IBM Simon, được giới thiệu vào năm 1992 và chính thức ra mắt vào năm 1994, được coi là chiếc điện thoại thông minh đầu tiên trên thế giới¹². Tuy nhiên, dung lượng bộ nhớ của nó chỉ là 1 MB, không phải 1 GB¹. IBM Simon có màn hình cảm ứng và cung cấp nhiều tiện ích như lịch, đồng hồ toàn cầu, thông báo cuộc hẹn, ứng dụng ghi chú, và khả năng gửi và nhận email cũng như fax¹². Đây là một bước tiến lớn trong công nghệ di động, mở đường cho các thiết bị thông minh hiện đại ngày nay.”¹²

Nokia 9000 Communicator là sản phẩm đầu tiên trong dòng Communicator của Nokia, được công bố tại CeBIT 1996 và được giới thiệu ra thị trường vào ngày 15 tháng 8 năm 1996. Điện thoại nặng 397 gram (14,0 oz), được trang bị CPU Intel i386 24 MHz, và có bộ nhớ 8 MB. Communicator là một trong những điện thoại thông minh sớm nhất trên thị trường vào thời điểm đó.

“Communicator rất tiên tiến, có tính năng gửi và nhận e-mail và fax thông qua modem CSD (Dữ liệu chuyển mạch mạch), để truyền dữ liệu qua mạng GSM ở tốc độ bit 9,6 kbit/s, [6] in tài liệu bằng cổng IrDA, và nó cũng có trình duyệt web và các chương trình kinh doanh.”¹³

Hình 2.1.5: NOKIA 9000



Nguồn: Wikipedia

¹² Wikipedia. (2024, 23 tháng 7). *Điện thoại*. Trích từ: <https://vi.wikipedia.org/wiki/>.

¹³ Wikipedia. (2024, 7 tháng 9). *Nokia Communicator*. Trích từ: https://vi.wikipedia.org/wiki/Nokia_9000_Communicator.

Thế kỉ 21 là một bước tiến nổi bật của điện thoại, Sony Ericsson ra mắt W800i, chiếc điện thoại Walkman đầu tiên trên thế giới. Sự ra mắt của W800i không chỉ đánh dấu bước phát triển của các thiết bị di động nghe nhạc mà còn mở đầu cho kỷ nguyên của những thiết bị di động đa năng. W800i kết hợp giữa điện thoại di động và máy nghe nhạc kỹ thuật số chất lượng cao, với khả năng phát nhạc lên đến 30 giờ và camera 2 megapixel.

Với sự xuất hiện của Chiếc iPhone đầu tiên có mặt trên thị trường vào ngày 29 tháng 6 năm 2007. iPhone là một chiếc máy tính cầm tay đẹp và mang tính đột phá" đã đặt ra một chuẩn mực mới cho ngành công nghiệp điện thoại thông minh, và giao diện cảm ứng ngón tay thông minh của nó, không cần bút stylus và hầu hết các nút bấm, hoạt động tốt, mặc dù đôi khi nó thêm các bước vào các chức năng thông thường. Chính sự ra đời này đã dẫn tới hàng loạt những bước tiến đáng kể như hệ điều hành Android ra đời năm 2007 để đối đầu với IOS

Hình 2.1.6: Chiếc iPhone đầu tiên



Nguồn: Cộng đồng iphone VN

Chính sự ra đời này đã dẫn tới hàng loạt những bước tiến đáng kể như hệ điều hành Android ra đời năm 2007 để đối đầu với IOS. Samsung đã ra mắt S II vào ngày 13 tháng 2 năm 2011 tại Mobile World Congress (MWC) ở Barcelona. Đây là một trong những điện thoại thông minh mỏng nhất thời bấy giờ, chủ yếu dày 8,49 mm, ngoại trừ hai chỗ lõm nhỏ làm tăng độ dày tối đa của điện thoại lên 9,91 mm. "[7] Galaxy S II có bộ xử lý hệ thống trên một chip (SoC) lõi kép "Exynos" 1,2 GHz , [8] RAM 1 GB , màn hình

WVGA Super AMOLED Plus 10,8 cm (4,3 in) và camera 8 megapixel có đèn flash và quay video độ nét cao đầy đủ 1080p.”¹⁴

Ngày nay với sự phát triển vượt bậc, chiếc điện thoại đã có thể dễ dàng sở hữu bởi tất cả mọi người cùng với nhiều nhiều công nghệ mới ngày càng được đưa vào hiện nay để ngày càng đáp ứng nhu cầu cao của người tiêu dùng như là màn hình tràn viền, sạc siêu nhanh(chỉ trong vòng 30p có thể sạc đầy chiếc điện thoại có dung lượng pin đủ dùng cho 1 ngày. Chiếc điện thoại ngày càng nâng cấp đã thay thế nhiều thiết bị ngày nay như máy định vị, máy nghe nhạc, máy ảnh....Những mẫu mã mới vô cùng độc lạ như vào năm 2018 chiếc điện thoại màn hình gập samsung galaxy fold là tiêu biểu cho sự đi đầu trong công nghệ của samsung. Điện thoại dần trở thành thiết bị không thể thiếu của mỗi người và sẽ luôn là một trong những nền tảng công nghệ đi đầu của tương lai.

2.2 Tình hình phát triển của điện thoại Việt Nam hiện nay

2.2.1 Thực trạng về sự phát triển điện thoại ở Việt Nam hiện nay:

Từ chiếc điện thoại đầu tiên với thiết kế thô sơ của Alexander Graham Bell, chỉ có một nam châm điện và ống nghe hình phễu, điện thoại đã trải qua một hành trình phát triển đầy ngoạn mục, trở thành một phần thiết yếu của cuộc sống hiện đại. Những chiếc điện thoại ban đầu, nặng nề và hạn chế về tính năng, chủ yếu chỉ để truyền tải âm thanh, nhanh chóng được thay thế bằng các thiết bị di động nhỏ gọn hơn, đem lại khả năng giao tiếp tiện lợi mọi lúc, mọi nơi. Nhưng bước đột phá thực sự lại đến từ cuộc cách mạng công nghệ số, khi chiếc điện thoại di động được nâng cấp thành một chiếc máy tính nhỏ gọn với khả năng kết nối mạng internet, giúp người dùng không chỉ liên lạc mà còn có thể tiếp cận thông tin, giải trí, và quản lý công việc hàng ngày ngay trong tầm tay. Những chiếc điện thoại thông minh (smartphone) đã trở thành biểu tượng của sự kết nối và tiến bộ, liên tục được cải tiến và phát triển không ngừng.

Tại Việt Nam, sự thay đổi trong thói quen và nhu cầu của người tiêu dùng đã đẩy mạnh thị trường điện thoại thông minh, đưa Việt Nam lọt vào top 15 thị trường smartphone phát triển nhanh nhất thế giới. Trở thành một vật dụng không thể thiếu trong

¹⁴ Hoàng Nguyễn. (2022, 29 tháng 3). *Top 5 công nghệ đột phá mà đang áp dụng cho điện thoại thông minh*. Truy cập từ: <https://thinkview.vn/top-5-cong-nghe-dot-pha-ma-dang-duoc-ap-dung-cho-dien-thoai-thong-minh-4543.html>.

cuộc sống hàng ngày, đặc biệt đối với giới trẻ, điện thoại thông minh đã thực sự thay đổi cách chúng ta giao tiếp, làm việc và tận hưởng cuộc sống. Theo một khảo sát gần đây, tỷ lệ người sử dụng điện thoại thông minh ở Việt Nam đã lên tới 84% tổng số người dùng điện thoại di động. Ngay cả ở các thành phố thứ cấp, 71% dân số đã sở hữu smartphone, một con số ấn tượng cho thấy sự tiếp cận công nghệ không chỉ giới hạn ở các đô thị lớn. Những thay đổi này còn thể hiện rõ rệt hơn khi nhìn vào khu vực nông thôn – nơi vốn dĩ được coi là chậm bắt kịp với xu hướng công nghệ. Tại đây, 89% dân số sử dụng điện thoại di động, và trong số đó, 68% đã chuyển sang sử dụng smartphone. Điều này phản ánh sự thay đổi sâu sắc trong cách thức tiếp cận thông tin và giao tiếp của người dân Việt Nam, từ những vùng thành thị sầm uất đến các khu vực nông thôn xa xôi. Các chương trình hỗ trợ phát triển hạ tầng mạng từ chính phủ, cùng với chiến lược mở rộng thị trường của các hãng điện thoại di động, đã mang lại những cơ hội mới, giúp các thiết bị di động hiện đại tiếp cận được mọi tầng lớp dân cư.

Thực tế, sự bùng nổ của điện thoại thông minh tại Việt Nam không chỉ đơn thuần là kết quả của tiến bộ công nghệ mà còn gắn liền với sự phát triển kinh tế và sự gia tăng nhanh chóng của tầng lớp trung lưu. Sự cải thiện hạ tầng mạng viễn thông, từ việc phủ sóng mạng 4G khắp cả nước đến các thử nghiệm thành công của mạng 5G, đã tạo ra một môi trường lý tưởng để các dịch vụ di động phát triển mạnh mẽ. Người dân Việt Nam ngày càng quen thuộc với việc sử dụng điện thoại thông minh cho các hoạt động như mua sắm trực tuyến, học tập từ xa, giải trí và thậm chí cả quản lý tài chính cá nhân. Các ứng dụng như Zalo, TikTok, Shopee, và MoMo đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày, cung cấp các dịch vụ từ trò chuyện, xem video, mua sắm, đến thanh toán không dùng tiền mặt. Không chỉ là phương tiện giao tiếp, điện thoại thông minh còn là chìa khóa mở ra thế giới số, đưa người dùng Việt Nam đến gần hơn với những tiến bộ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Hơn nữa, sự phổ biến của điện thoại thông minh đã đóng góp vào việc thu hẹp khoảng cách số giữa các khu vực, giúp người dân nông thôn và vùng sâu, vùng xa có thể tiếp cận thông tin, dịch vụ và cơ hội mới một cách bình đẳng hơn. Đại dịch COVID-19 càng làm gia tăng sự phụ thuộc của người dân vào các thiết bị di động, khi mà nhu cầu về làm việc từ xa, học tập trực tuyến và duy trì kết nối xã hội trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Chính vì vậy, Việt Nam đang

trên đà trở thành nền kinh tế kỹ thuật số phát triển nhanh nhất Đông Nam Á, với tốc độ tăng trưởng ấn tượng và các khoản đầu tư lớn vào hạ tầng công nghệ và kỹ thuật số.

Nhìn lại, từ một phát minh nhỏ bé của thế kỷ 19, điện thoại đã trải qua những thay đổi phi thường, trở thành công cụ mang tính cách mạng, kết nối hàng tỷ người trên toàn thế giới. Tại Việt Nam, điện thoại không chỉ là một thiết bị liên lạc mà đã trở thành biểu tượng của sự hiện đại hóa, thúc đẩy sự phát triển xã hội và kinh tế, và tạo ra một tương lai nơi mọi người đều có thể tiếp cận và hưởng lợi từ những tiến bộ công nghệ. Cuộc hành trình này, với sự kết hợp của cải tiến công nghệ và nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, hứa hẹn sẽ còn tiếp tục với những bước tiến xa hơn nữa trong những năm tới.

Thị trường điện thoại di động tại Việt Nam đã chứng kiến sự phát triển vượt bậc trong hai thập kỷ qua, đánh dấu một cuộc cách mạng công nghệ làm thay đổi hoàn toàn thói quen và lối sống của người dân. Năm 2014, theo khảo sát của IDC (International Data Corporation), điện thoại thông minh đã chiếm 41% tổng thị trường điện thoại di động, và chỉ một năm sau đó, dòng sản phẩm này được dự báo sẽ vượt qua điện thoại phổ thông để chiếm lĩnh thị trường. “Số thuê bao điện thoại smartphone tại Việt Nam tính đến quý 3/2021 đạt 90,3 triệu (chiếm 73,4% số thuê bao điện thoại di động), tăng 9,03% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, số người sử dụng smartphone từ 15 tuổi là 53,5 triệu, đạt tỷ lệ 84,6% tổng số người sử dụng điện thoại từ 15 tuổi trở lên (theo kế hoạch năm 2021 là đạt tỷ lệ 90% người sử dụng điện thoại từ 15 tuổi trở lên có smartphone).”¹⁵ Điều này phản ánh sự chuyển mình mạnh mẽ của công nghệ, cũng như sự tiếp nhận nhanh chóng của người tiêu dùng Việt Nam đối với các sản phẩm hiện đại. Đặc biệt, trong bối cảnh công nghệ số phát triển bùng nổ toàn cầu, quy mô của ngành điện thoại tại Việt Nam đã đạt mức ấn tượng, với tổng giá trị ước tính lên tới 4 tỷ USD (khoảng 100.000 tỷ đồng). Mặc dù điện thoại thông minh trở thành xu hướng chủ đạo, những chiếc điện thoại phổ thông – điện thoại phím bấm vẫn giữ vững một vị trí đáng kể trên thị trường. Vào năm 2019, dòng điện thoại này vẫn chiếm tới 40% doanh số, với 20 triệu chiếc được bán ra, cho thấy sự bền vững của nhu cầu đối với sản phẩm có tính năng đơn giản nhưng hiệu quả. Tuy nhiên, xu hướng giảm dần của điện thoại phổ thông

¹⁵ Tạp chí điện tử Nhip sống kinh tế Việt Nam & Thế giới. (2021, 15 tháng 10). *Điện thoại smartphone đã “phủ sóng” hơn 73% người dùng viễn thông di động*. Truy cập từ: <https://vneconomy.vn/dien-thoai-smartphone>.

là không thể phủ nhận khi người tiêu dùng dần chuyển sang các dòng sản phẩm hiện đại hơn, đặc biệt là những thiết bị có khả năng kết nối mạng, phục vụ tốt hơn nhu cầu công việc và giải trí trong thời đại số.

Theo dữ liệu của GfK vào năm 2019 cho hay: “Báo cáo mới nhất của Công ty nghiên cứu thị trường GfK cho biết, trong 3 tháng gần đây nhất, doanh số bán điện thoại tại thị trường Việt Nam giảm sút, kéo theo kết quả cả năm 2019 kém hơn so với năm 2018. Theo đó, trong 9 tháng đầu năm, thị trường điện thoại di động nói chung giảm gần 10% so với cùng kỳ năm ngoái (tiêu thụ hơn 15 triệu chiếc, giảm hơn 1,3 triệu chiếc). Cùng với số lượng máy bán ra giảm, doanh thu của toàn thị trường điện thoại di động cũng giảm theo. Trong 9 tháng đầu năm 2019, doanh thu điện thoại di động tại Việt Nam chỉ đạt gần 53.000 tỷ đồng, so với mức 58.000 tỷ đồng của cùng kỳ năm trước.”¹⁶ Đây là dấu hiệu cho thấy thị trường điện thoại tại Việt Nam đang dần bão hòa, khi hầu hết người tiêu dùng đã sở hữu ít nhất một chiếc smartphone, và chu kỳ nâng cấp thiết bị không còn diễn ra nhanh chóng như trước. Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng thị trường điện thoại di động tại Việt Nam vẫn có tiềm năng phát triển lớn trong tương lai. Dữ liệu từ Statista cho thấy thị trường điện thoại di động tại Việt Nam dự kiến sẽ đạt 3,44 tỷ USD vào năm 2024, với tốc độ tăng trưởng hàng năm là 5,4% từ năm 2020 đến 2024. Đặc biệt, sự phục hồi tích cực sau thời kỳ suy giảm do bão hòa có thể sẽ đến nhờ sự xuất hiện của các công nghệ mới như mạng 5G và nhu cầu ngày càng cao về các thiết bị có hiệu suất cao hơn. Báo cáo tháng 6 năm 2021 chỉ ra rằng, thị trường điện thoại tại Việt Nam đã có sự tăng trưởng dương, và đặc biệt là mảng điện thoại thông minh đang dần phục hồi, hứa hẹn sự phát triển ấn tượng trong tương lai.

Đáng chú ý là tỷ lệ thâm nhập internet và người dùng điện thoại di động tại Việt Nam. Theo báo cáo của We Are Social vào đầu tháng 1 năm 2024, “Việt Nam đang chứng kiến sự gia tăng đáng kể trong việc sử dụng Internet và mạng xã hội. Trong tháng 1/2024, Việt Nam có 78,44 triệu người dùng Internet, với tỷ lệ sử dụng Internet ở mức 79,1%. Điều này cho thấy Internet đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của người dân Việt Nam, nguyên nhân phần lớn là nhờ vào sự phổ biến

¹⁶ Tạp chí điện tử Báo Đầu tư. (2019, 26 tháng 12). *Thị trường smartphone 2019: Sự trỗi dậy của thương hiệu Việt*. <https://baodautu.vn/thi-truong-smartphone-2019-su-troi-day-cua-thuong-hieu-viet-d113511.html>.

của các thiết bị thông minh và cải thiện trong cơ sở hạ tầng mạng. Khoảng 72,70 triệu người dùng mạng xã hội, tương đương 73,3% tổng dân số. Như vậy, mạng xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối cộng đồng và chia sẻ thông tin. Sự phổ biến của mạng xã hội đã tạo ra một môi trường trực tuyến đa dạng và phong phú, ảnh hưởng đến cách mà người dân tiêu thụ thông tin và tương tác với nhau.”¹⁷ Điều này chứng tỏ vai trò không thể thiếu của smartphone trong việc kết nối và tiếp cận thông tin hàng ngày. Cũng từ đó cho thấy, không chỉ điện thoại thông minh trở thành thiết bị phổ biến mà còn là công cụ quan trọng giữa người dùng Việt Nam và thế giới số.

Về thị phần, các thương hiệu nước ngoài như Samsung, Apple, Oppo, Xiaomi, và Huawei tiếp tục chiếm lĩnh thị trường, được người tiêu dùng Việt Nam tin dùng. Samsung và Apple vẫn giữ vững vị trí dẫn đầu nhờ những cải tiến công nghệ liên tục và sức hút từ các sản phẩm cao cấp. Tuy nhiên, sự vươn lên của thương hiệu nội địa VinSmart cũng là một hiện tượng đáng chú ý. Chỉ sau 15 tháng ra mắt, VinSmart đã chiếm 16,7% thị phần điện thoại thông minh tại Việt Nam, đứng thứ ba sau Samsung và Oppo. Sự thành công này không chỉ là niềm tự hào của công nghệ Việt mà còn chứng minh rằng, với chiến lược đúng đắn và sản phẩm chất lượng, các thương hiệu trong nước hoàn toàn có thể cạnh tranh với các “ông lớn” quốc tế. Song song với đó, các tập đoàn bán lẻ điện thoại như FPT Shop và Thế Giới Di Động cũng đạt được những thành tựu ấn tượng. Không chỉ tập trung vào phân phối sản phẩm, các doanh nghiệp này còn mở rộng dịch vụ hậu mãi, bảo hành và chăm sóc khách hàng, tạo nên một hệ sinh thái toàn diện giúp gia tăng trải nghiệm người dùng. Doanh thu từ các tập đoàn này đã đóng góp lớn vào sự phát triển chung của toàn ngành, tạo nên một thị trường sôi động và đầy tiềm năng.

Nhìn chung thị trường điện thoại di động tại Việt Nam đã có dấu hiệu bão hòa, đặc biệt khi tỷ lệ sở hữu điện thoại di động của người tiêu dùng đã đạt mức cao, tiềm năng phát triển của phân khúc điện thoại thông minh vẫn rất lớn. Một trong những yếu tố quan trọng thúc đẩy sự phát triển này là việc mở rộng hạ tầng viễn thông 4G và 5G trên khắp cả nước, tạo ra cơ hội nâng cấp thiết bị cho người tiêu dùng và đáp ứng nhu cầu

¹⁷ PVM. (2024, January 1). *We are Social: Toàn cảnh digital tại Việt Nam đầu tháng 1/2024 - Thời gian trung bình người Việt sử dụng Internet là 6 giờ 18 phút*: <https://www.pvm.vn/we-are-social-toan-canhh-digital-tai-viet-nam-dau-thang-1-2024>.

ngày càng tăng về kết nối tốc độ cao. Việc sử dụng các thiết bị di động để truy cập internet, giải trí, và làm việc từ xa đang trở thành nhu cầu thiết yếu. Ngoài ra, sự gia tăng của tầng lớp trung lưu, với mức thu nhập và khả năng chi tiêu ngày càng cao, cũng góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy tiêu thụ các sản phẩm công nghệ cao cấp, bao gồm điện thoại thông minh. Người tiêu dùng không chỉ dừng lại ở việc sở hữu một thiết bị mà còn có xu hướng nâng cấp định kỳ để bắt kịp các công nghệ mới nhất, đặc biệt là các dòng sản phẩm có tính năng hiện đại. Với những yếu tố này, các thương hiệu điện thoại thông minh, từ nội địa đến quốc tế, đều có cơ hội lớn để mở rộng thị phần tại Việt Nam. Thị trường không chỉ đón nhận sự cạnh tranh mạnh mẽ về chất lượng sản phẩm mà còn về giá cả, dịch vụ hậu mãi và trải nghiệm người dùng. Đặc biệt, cuộc chạy đua về chất lượng và thiết kế công nghệ mới ngày càng trở nên sôi động, khi các hãng không ngừng giới thiệu những tính năng đột phá như camera cao cấp, màn hình gập, hoặc công nghệ AI hỗ trợ hiệu suất. Những cải tiến này không chỉ thu hút người dùng nâng cấp thiết bị mà còn tạo ra sự khác biệt cho các thương hiệu trong mắt người tiêu dùng. Điều này hứa hẹn rằng thị trường điện thoại thông minh tại Việt Nam sẽ tiếp tục duy trì đà tăng trưởng mạnh mẽ trong tương lai, mang lại nhiều cơ hội phát triển bền vững cho các doanh nghiệp, khi nhu cầu trải nghiệm công nghệ cao ngày càng trở thành xu hướng chủ đạo.

Hiện nay, thiết kế của điện thoại thông minh đã tiến xa vượt bậc, từ những chiếc điện thoại cồng kềnh với nhiều nút bấm, nay đã trở thành những thiết bị nhỏ gọn, thanh lịch và có thể mang đi bất cứ đâu. Các nhà sản xuất không ngừng cải tiến kiểu dáng và công nghệ nhằm tạo sự khác biệt, thu hút người tiêu dùng trong cuộc đua cạnh tranh khốc liệt trên thị trường. Hiện nay, công nghệ “*màn hình gập*” đang nổi lên như một trong những xu hướng thiết kế tiên tiến nhất trong lĩnh vực điện thoại thông minh. Không giống như những chiếc điện thoại truyền thống, công nghệ màn hình gập cho phép người dùng trải nghiệm một thiết bị linh hoạt, có thể mở rộng màn hình lớn hơn khi cần thiết. Với những sản phẩm như Samsung Galaxy Z Fold và Huawei Mate X, người dùng có thể dễ dàng chuyển đổi giữa chế độ điện thoại và máy tính bảng, tạo ra trải nghiệm sử dụng độc đáo mà không cần mang theo thiết bị cồng kềnh. Tính năng chia đôi màn hình cho phép chạy nhiều ứng dụng cùng lúc, giúp tối ưu hóa hiệu suất và tiết kiệm thời gian, chẳng hạn như nhắn tin trong khi lướt web hay xem video. Màn hình lớn với độ phân

giải cao mang đến trải nghiệm giải trí tuyệt vời, từ việc xem phim cho đến chơi game, tất cả đều sống động và chân thật hơn bao giờ hết. Không chỉ vậy, thiết kế gập giúp điện thoại trở nên nhỏ gọn và dễ dàng bỏ vào túi, thuận tiện cho những ai thường xuyên di chuyển. Hơn nữa, vẻ ngoài sang trọng và hiện đại của những chiếc điện thoại này tạo điểm nhấn thu hút mọi ánh nhìn, khiến người sử dụng tự hào khi sở hữu một sản phẩm công nghệ tiên tiến. Công nghệ màn hình gập không chỉ định hình lại cách chúng ta tương tác với điện thoại thông minh mà còn mở ra một kỷ nguyên mới đầy hứa hẹn trong thế giới di động, nơi mà sự sáng tạo và đổi mới không ngừng phát triển.

Hình 2.2.1: Điện thoại Samsung Galaxy Fold – công nghệ màn hình gập



Nguồn: Azmobile – Hàng chất giá thật

Song song đó, các hãng như OnePlus, Sony, và Google cũng không ngừng đẩy mạnh xu hướng “màn hình viền mỏng (*thin-bezel display*)”, giúp tối ưu hóa không gian hiển thị, mang lại cảm giác hiện đại và cao cấp. Tỷ lệ màn hình siêu rộng như 21:9 được Sony Xperia áp dụng cho các dòng sản phẩm cao cấp của mình, tạo nên trải nghiệm xem phim và chơi game mượt mà. Google Pixel, đặc biệt là dòng Pixel 7 Pro, cũng đã không ngừng cải tiến về thiết kế, với viền siêu mỏng và tích hợp công nghệ trí tuệ nhân tạo để nâng cao trải nghiệm người dùng.

Tại thị trường Việt Nam, sự phát triển mạnh mẽ của ngành công nghệ đã thúc đẩy nhiều tập đoàn lớn trong nước tham gia sản xuất điện thoại. Tiêu biểu là VinSmart và Bphone – hai đại diện cho thương hiệu điện thoại Việt Nam. VinSmart Aris Pro, với thiết kế tràn viền cùng camera ẩn dưới màn hình, là một trong những sản phẩm đáng

chú ý, không thua kém các dòng smartphone quốc tế. Tuy nhiên, tập đoàn Vingroup đã quyết định ngừng sản xuất điện thoại để tập trung hoàn toàn vào mảng ô tô điện của VinFast. Trước khi ngừng hoạt động, VinSmart đã kịp tung ra nhiều mẫu điện thoại tiên tiến, thể hiện rõ tiềm năng cạnh tranh của công nghệ Việt. Đối với Bphone, dù không có thiết kế bắt mắt như VinSmart hay các thương hiệu quốc tế, sản phẩm này vẫn ghi điểm nhờ tính bảo mật cao và hiệu năng ổn định. Sự kiên trì của Bphone trong việc tạo dựng tên tuổi đã giúp thương hiệu này duy trì được lượng người dùng trung thành ủng hộ hàng Việt.

Bên cạnh thiết kế, vật liệu cũng là một phần quan trọng trong cuộc cạnh tranh của các nhà sản xuất. Apple, với iPhone 15 Pro Max, đã chuyển sang sử dụng khung hợp kim titan, giúp sản phẩm vừa nhẹ nhàng vừa có độ bền cao hơn. Trong khi đó, các dòng điện thoại cao cấp khác như Xiaomi Mi 11 Ultra sử dụng kính gốm, không chỉ tạo vẻ sang trọng mà còn có khả năng chống trầy xước và va đập vượt trội. Việc áp dụng những vật liệu tiên tiến này không chỉ nâng cao tính thẩm mỹ mà còn cải thiện hiệu suất và độ bền của sản phẩm, tạo ra sự khác biệt rõ rệt trên thị trường.

Một trong những cải tiến đáng chú ý khác là “*công nghệ sạc không dây ngược (reverse wireless charging)*”. Các hãng như Huawei và Samsung đã tích hợp tính năng này vào các dòng sản phẩm cao cấp của họ, giúp người dùng có thể sạc các thiết bị khác như tai nghe không dây, đồng hồ thông minh, và thậm chí là điện thoại khác chỉ bằng cách đặt chúng lên mặt sau của điện thoại. Điều này không chỉ mang đến sự tiện lợi vượt trội mà còn góp phần xây dựng hệ sinh thái công nghệ đồng bộ, giúp người dùng dễ dàng quản lý và sử dụng các thiết bị.

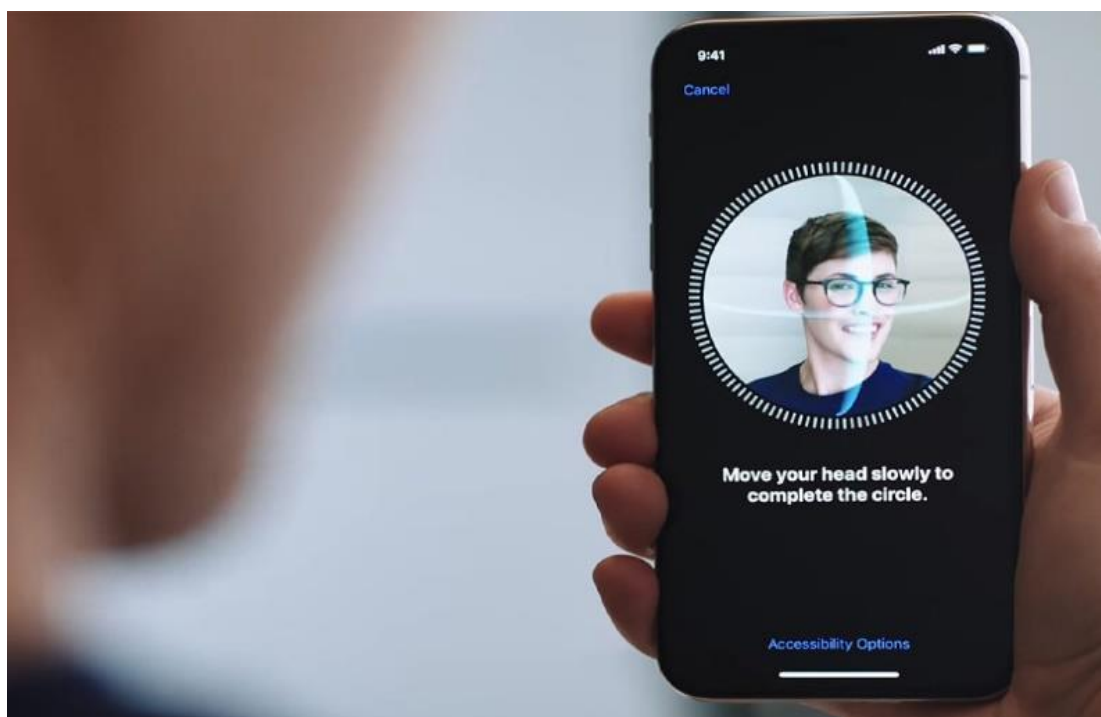
Hình 2.2.2: Ứng dụng công nghệ sạc ngược không dây



Nguồn: Di Động Mới

Không thể không nhắc đến sự phổ biến của “*cảm biến vân tay dưới màn hình*” và “*mở khóa bằng khuôn mặt 3D*”, vốn là các tính năng nâng cao bảo mật cho thiết bị. Oppo, Vivo, và Xiaomi đã triển khai công nghệ cảm biến vân tay dưới màn hình trên nhiều mẫu sản phẩm của mình, giúp quá trình mở khóa trở nên tiện lợi hơn, trong khi Apple vẫn giữ vững vị thế dẫn đầu với Face ID – công nghệ nhận diện khuôn mặt 3D tiên tiến nhất hiện nay.

Hình 2.2.3: Tính năng bảo mật khuôn mặt 3D trên điện thoại

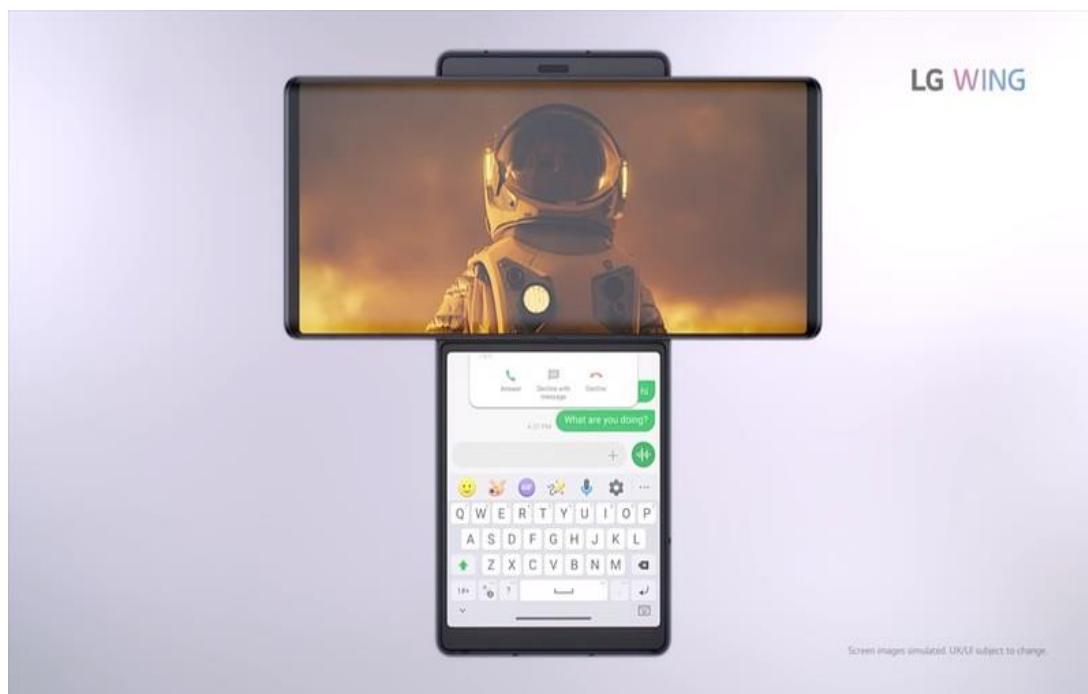


Nguồn: Thế giới di động

Cuối cùng, “*thiết kế xoay (rotating design)*” cũng tạo nên dấu ấn không nhỏ trước khi LG rút khỏi thị trường smartphone. Sản phẩm LG Wing với màn hình xoay độc đáo đã mang lại một luồng gió mới, giúp người dùng có thể tận dụng màn hình phụ để thực hiện các tác vụ đa nhiệm một cách linh hoạt. Màn hình xoay độc đáo của LG Wing không chỉ thu hút ánh nhìn bởi kiểu dáng khác lạ mà còn mang lại một trải nghiệm sử dụng thú vị, cho phép người dùng dễ dàng tận dụng màn hình phụ để thực hiện các tác vụ đa nhiệm một cách linh hoạt. Với thiết kế này, người dùng có thể xem video trên màn hình chính trong khi sử dụng màn hình phụ để trò chuyện, kiểm tra thông báo hoặc thậm

chỉ điều chỉnh các thiết lập khác, tạo ra sự tiện lợi và hiệu quả trong việc quản lý công việc hàng ngày.

Hình 2.2.4: Điện thoại LG Wing – Thiết kế màn hình xoay độc đáo



Nguồn: LG Phone

Tóm lại, thực trạng điện thoại thông minh ngày nay không chỉ thể hiện sự tiến bộ vượt bậc về mặt công nghệ và thiết kế mà còn phản ánh sự thay đổi sâu sắc trong nhu cầu và thói quen của người tiêu dùng. Những chiếc điện thoại hiện đại ngày nay không chỉ đơn thuần là công cụ giao tiếp mà đã trở thành một phần thiết yếu trong cuộc sống hàng ngày, cung cấp những tiện ích đa dạng và nâng cao chất lượng cuộc sống. Công nghệ như màn hình gập cho phép người dùng tận hưởng trải nghiệm đa nhiệm một cách linh hoạt, trong khi camera ẩn dưới màn hình mang đến thiết kế tinh tế mà không làm giảm đi chất lượng hình ảnh. Hơn nữa, sự đổi mới trong bảo mật như cảm biến vân tay dưới màn hình và nhận diện khuôn mặt 3D đã tạo ra một lớp bảo vệ an toàn cho thông tin cá nhân, giúp người dùng yên tâm hơn trong việc lưu trữ dữ liệu nhạy cảm. Các tính năng sạc tiên tiến như sạc không dây và sạc ngược cũng không chỉ mang lại sự tiện lợi mà còn thúc đẩy một lối sống hiện đại và tiết kiệm không gian. Những đổi mới này không chỉ khẳng định vị thế của smartphone trong đời sống mà còn mở ra những khả năng mới, biến điện thoại thông minh trở thành một phần không thể thiếu, đồng hành

cùng con người trong mọi khía cạnh cuộc sống. Với mỗi bước tiến công nghệ, từ màn hình gập, camera ẩn đến công nghệ AI tích hợp, smartphone ngày càng chứng minh được sự vượt trội trong việc đáp ứng nhu cầu của người dùng, từ giải trí, công việc, đến giáo dục và y tế. Các tính năng như trợ lý ảo, bảo mật sinh trắc học hay thậm chí tích hợp công nghệ AR/VR đang định hình lại cách con người tương tác với thế giới xung quanh. Chúng ta đang tiến vào một tương lai mà smartphone không chỉ là công cụ giao tiếp, mà còn là cánh cổng kết nối con người với không gian số, giúp cải thiện chất lượng cuộc sống và mở ra vô vàn tiềm năng mới mà có lẽ hiện tại chúng ta chưa thể tưởng tượng hết. Với những đột phá liên tục, có thể thấy điện thoại thông minh sẽ ngày càng tích hợp sâu hơn vào cuộc sống hàng ngày, đóng vai trò quan trọng trong việc định hình tương lai.

2.2.2 Nguyên nhân của Sự phát triển điện thoại ở Việt Nam:

Sự bùng nổ của thị trường điện thoại di động tại Việt Nam không chỉ là một hiện tượng ngẫu nhiên, mà còn là kết quả của nhiều yếu tố sâu sắc hòa quyện trong bối cảnh xã hội và kinh tế đầy năng động. Trong giai đoạn hội nhập và phát triển mạnh mẽ, điện thoại di động đã trở thành một phần thiết yếu của cuộc sống hàng ngày, vượt ra ngoài vai trò đơn thuần của một công cụ giao tiếp để trở thành biểu tượng của sự kết nối, tiện ích và khả năng tiếp cận thông tin toàn cầu. Điện thoại thông minh (smartphone) không chỉ đáp ứng nhu cầu giao tiếp và giải trí mà còn định hình lại cách thức mà người Việt tương tác với thế giới xung quanh. Từ nhu cầu kết nối cộng đồng đến yêu cầu công việc và giải trí, điện thoại di động đã khẳng định vai trò không thể thiếu trong cuộc sống hiện đại. Chính những yếu tố này đã tạo nên một thực trạng mạnh mẽ, phản ánh sự phát triển kinh tế và xã hội của đất nước, đồng thời mở ra những cơ hội mới cho người dân trong kỷ nguyên số.

Việt Nam, trong bối cảnh hiện tại, là một quốc gia đang trên đà phát triển mạnh mẽ, điều này thể hiện rõ nét qua sự chuyển mình của nền kinh tế năng động. Nhu cầu tiêu dùng ngày càng gia tăng, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ, đã thúc đẩy người dân tìm kiếm các thiết bị tiên tiến nhằm đáp ứng yêu cầu cuộc sống hiện đại. Trong số đó, điện thoại di động nổi bật như một biểu tượng của sự kết nối và tiện ích, không chỉ đơn thuần là công cụ giao tiếp mà còn là phương tiện thể hiện phong cách sống và sự

phát triển cá nhân. Điện thoại di động không chỉ thu hút người tiêu dùng bởi những tính năng hiện đại mà còn đáp ứng nhu cầu sâu sắc về giao tiếp và kết nối của người Việt. Với truyền thống đề cao giá trị đoàn kết, sự gắn bó cộng đồng, người dân luôn tìm kiếm cách để duy trì mối quan hệ với gia đình, bạn bè và đồng nghiệp. Những chiếc điện thoại thông minh ngày nay không chỉ giúp họ trao đổi thông tin dễ dàng, mà còn cung cấp các ứng dụng xã hội, giải trí, và thông tin tức thời, qua đó làm phong phú thêm cuộc sống hàng ngày. Sự bùng nổ của thị trường điện thoại di động cũng có tác động đáng kể đến nền kinh tế. Theo thống kê từ công ty nghiên cứu thị trường GfK, trong năm 2022, Việt Nam tiêu thụ khoảng 23 triệu chiếc điện thoại di động, tăng đáng kể so với con số 17 triệu chiếc trong năm 2013. Ngoài ra, người tiêu dùng Việt Nam chi khoảng 1,5 tỷ USD mỗi năm cho việc mua sắm điện thoại di động. Tốc độ tăng trưởng của thị trường smartphone tại Việt Nam đạt khoảng 10% trong năm 2022, cho thấy nhu cầu không chỉ mạnh mẽ mà còn ổn định. Điều này không chỉ thúc đẩy các doanh nghiệp công nghệ gia tăng sản xuất mà còn tạo ra nhiều cơ hội việc làm, góp phần vào sự phát triển chung của nền kinh tế quốc gia. Từ những yếu tố trên, có thể thấy rằng điện thoại di động không chỉ là một thiết bị công nghệ, mà còn là một phần không thể thiếu trong cuộc sống của người Việt Nam. Sự phát triển của nó không chỉ phản ánh sự tiến bộ về mặt công nghệ mà còn gắn liền với giá trị văn hóa, xã hội, và kinh tế của đất nước trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày nay.

Nhu cầu về điện thoại di động tại Việt Nam ngày càng gia tăng mạnh mẽ, không chỉ do sự cần thiết trong cuộc sống hàng ngày mà còn xuất phát từ sự phát triển vượt bậc của công nghệ và các dịch vụ liên quan. Một yếu tố quan trọng là sự bùng nổ của mạng Internet và hạ tầng mạng di động, giúp việc truy cập thông tin và kết nối trở nên nhanh chóng, liền mạch và dễ dàng. Những tiến bộ này đã biến chiếc điện thoại di động từ một phương tiện liên lạc thông thường thành một thiết bị đa năng không thể thiếu. Đặc biệt, các mạng xã hội như Facebook, Tik Tok, Instagram và Twitter đã trở thành những nền tảng phổ biến, thu hút hàng triệu người dùng tại Việt Nam. Theo thống kê của tạp chí CeoWorld : “Việt Nam đứng thứ 12 trên thế giới về số lượng người dùng mạng xã hội, với khoảng 70 triệu người dùng vào đầu năm 2024.” Điều đó cho thấy sự phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội tại Việt Nam, đặc biệt là với dân số trẻ và am hiểu công nghệ. Với sự tiện lợi của điện thoại thông minh, người dùng có thể dễ dàng kết

nổi, chia sẻ thông tin, hình ảnh và theo dõi hoạt động của bạn bè, gia đình, và cả những người nổi tiếng một cách liên tục. Điều này đã thúc đẩy việc sử dụng điện thoại trở thành thói quen không thể thiếu đối với đại bộ phận dân cư, từ người trẻ đến người lớn tuổi. Không chỉ dừng lại ở mạng xã hội, hàng loạt các ứng dụng giải trí khác như nghe nhạc, xem phim, chơi game cũng không ngừng phát triển, mang đến nhiều sự lựa chọn phong phú cho người dùng. Chỉ cần một chiếc điện thoại thông minh với kết nối Internet, chúng ta có thể cập nhật tin tức, theo dõi các chương trình truyền hình yêu thích, chơi những trò chơi giải trí hấp dẫn hay kết nối với bạn bè, gia đình ở bất cứ đâu. Các trò chơi điện tử trên di động cũng là một nhân tố quan trọng làm gia tăng nhu cầu sử dụng điện thoại, đặc biệt là trong giới trẻ, với sự đa dạng về thể loại và tính năng ngày càng cải tiến.

Bên cạnh đó, một trong những yếu tố then chốt thúc đẩy nhu cầu điện thoại di động tăng mạnh tại Việt Nam chính là đặc điểm dân số trẻ. Với cơ cấu dân số vàng, nơi phần lớn dân số thuộc độ tuổi thanh niên và lao động, Việt Nam đang chứng kiến sự gia tăng vượt bậc của tầng lớp người trẻ năng động, nhiệt huyết và nhanh nhạy với công nghệ. Đây không chỉ là nhóm đối tượng sử dụng điện thoại với tần suất cao mà còn là động lực chính thúc đẩy các xu hướng công nghệ mới, biến điện thoại di động trở thành vật dụng không thể thiếu trong đời sống hàng ngày. Với xu hướng toàn cầu hóa và số hóa, thế hệ trẻ Việt Nam ngày càng tiếp cận nhiều hơn với công nghệ, và điều này đã thay đổi hoàn toàn cách họ tương tác và giao tiếp. Điện thoại di động, với khả năng truy cập Internet mọi lúc mọi nơi, đã trở thành công cụ quan trọng để người trẻ không chỉ kết nối với bạn bè, gia đình mà còn với các cộng đồng lớn hơn trên mạng xã hội. Nhóm người này đặc biệt ưa chuộng các nền tảng như Facebook, TikTok, Instagram, nơi họ có thể chia sẻ cuộc sống, thể hiện cá tính và theo dõi những xu hướng mới nhất từ trong nước và quốc tế. Không chỉ dừng lại ở việc sử dụng mạng xã hội, người trẻ còn tận dụng điện thoại để học tập và làm việc. Trong thời đại công nghệ 4.0, khi mà công việc từ xa và học tập trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến, điện thoại di động là công cụ không thể thiếu giúp họ truy cập tài liệu, tham gia các khóa học trực tuyến, và thậm chí là xây dựng sự nghiệp từ xa. Sự linh hoạt và đa chức năng của điện thoại thông minh đã đáp ứng hoàn hảo những yêu cầu đó. Hơn nữa, thế hệ trẻ cũng chính là động lực chính thúc đẩy sự phát triển của thị trường game di động, một lĩnh vực đang bùng nổ mạnh mẽ tại Việt Nam. Các trò chơi điện tử ngày càng đa dạng, từ những tựa game giải trí nhẹ nhàng đến

những trò chơi đòi hỏi kỹ năng cao và chiến lược, đã thu hút sự chú ý của giới trẻ, khiến điện thoại trở thành phương tiện chính để tiếp cận với thế giới game. Đối với nhiều bạn trẻ, chơi game không chỉ là một hình thức giải trí mà còn là một cách để kết nối với bạn bè, đồng đội và thậm chí là xây dựng các mối quan hệ mới qua mạng. Dân số trẻ không chỉ đóng vai trò là nhóm tiêu dùng chính, mà họ còn là lực lượng tiên phong trong việc định hình và dẫn dắt các xu hướng công nghệ mới. Sự năng động và tính cách thích nghi nhanh với cái mới của thế hệ trẻ đã khiến thị trường điện thoại tại Việt Nam không ngừng phát triển. Họ không chỉ đòi hỏi những tính năng cơ bản, mà còn mong muốn những sản phẩm điện thoại thông minh ngày càng đa dạng, hiện đại hơn, phù hợp với phong cách sống số hóa của mình. Điều này đã và đang góp phần đưa Việt Nam trở thành một trong những thị trường tiêu thụ điện thoại di động hàng đầu thế giới.

Người tiêu dùng ngày nay ngày càng ưa chuộng điện thoại di động bởi những cải tiến vượt bậc về công nghệ và thiết kế, khiến sản phẩm trở nên thu hút hơn bao giờ hết. Trước hết, sự phát triển mạnh mẽ về công nghệ đã mang lại những tính năng tiên tiến mà người dùng khó có thể cưỡng lại. Điện thoại hiện đại không chỉ đơn thuần là công cụ liên lạc mà đã trở thành một trung tâm giải trí, làm việc và thậm chí là phương tiện hỗ trợ cuộc sống hàng ngày. Những công nghệ đỉnh cao như màn hình OLED, camera độ phân giải cao, tính năng bảo mật vân tay, nhận diện khuôn mặt, và kết nối 5G đã đáp ứng trọn vẹn nhu cầu của người tiêu dùng về một thiết bị đa năng, tiện lợi và mạnh mẽ. Ngoài ra, mẫu mã của điện thoại liên tục được cải tiến để phù hợp với thị hiếu ngày càng cao của người tiêu dùng. Thiết kế ngày càng mỏng, nhẹ, sang trọng với chất liệu cao cấp như kính cường lực hay kim loại nguyên khối đã biến điện thoại thành một phụ kiện thời trang, thể hiện phong cách và đẳng cấp của người sở hữu. Sự thay đổi này không chỉ đáp ứng nhu cầu sử dụng mà còn đánh vào tâm lý muốn thể hiện cá nhân của người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ. Sự phát triển của công nghệ và mẫu mã đã tạo ra một cuộc chạy đua không ngừng giữa các hãng sản xuất. Điều này dẫn đến việc người dùng luôn bị cuốn hút bởi những phiên bản mới, liên tục được ra mắt với những cải tiến vượt bậc. Mong muốn sở hữu những chiếc điện thoại hiện đại nhất, tinh xảo nhất đã khiến nhu cầu tiêu thụ điện thoại tăng lên không ngừng.

Cuối cùng, ta có thể thấy cuộc đua giữa các tập đoàn sản xuất điện thoại di động đang diễn ra ngày càng quyết liệt, trở thành động lực thúc đẩy sự đổi mới và phát triển

công nghệ. Khi thị trường ngày càng bão hòa, nơi mà hầu như ai cũng sở hữu một chiếc điện thoại, các công ty buộc phải dồn lực đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để cho ra mắt những sản phẩm đột phá và thu hút người tiêu dùng. Những điểm nhấn công nghệ mới mẻ và thiết kế ấn tượng chính là yếu tố quan trọng giúp các thương hiệu khẳng định vị thế trên thị trường cạnh tranh khốc liệt này. Hơn nữa, điện thoại di động không chỉ đơn thuần là công cụ giao tiếp; nó đã trở thành biểu tượng của phong cách sống và sự thành công cá nhân. Áp lực từ sự cạnh tranh không chỉ giữa các hãng sản xuất mà còn giữa từng cá nhân với nhau càng khiến người tiêu dùng cảm thấy cần thiết phải sở hữu những mẫu smartphone hiện đại. Khi điện thoại trở thành vật dụng thiết yếu, người tiêu dùng không ngừng nỗ lực để có cho mình một chiếc điện thoại mới hoặc mua cho người thân một sản phẩm sang trọng. Tuy nhiên, smartphone thường có tuổi thọ ngắn, chỉ từ một đến vài năm, do dễ bị hỏng hóc và không có nhiều lựa chọn chống nước. Tình trạng này càng làm gia tăng nhu cầu thay thế và mua sắm, khiến người dùng phải liên tục tìm kiếm những sản phẩm mới để thay thế cho chiếc điện thoại đã cũ và lỗi thời. Chính vòng luẩn quẩn này đã kích thích sự phát triển mạnh mẽ của ngành công nghiệp điện thoại, không chỉ đáp ứng nhu cầu thiết yếu mà còn tạo ra một cuộc chạy đua không ngừng nghỉ, nơi mọi người luôn phấn đấu để sở hữu những thiết bị công nghệ tiên tiến nhất.

Tóm lại, trong kỷ nguyên số hóa, điện thoại di động không chỉ là công cụ liên lạc mà đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hàng ngày. Từ khả năng truy cập Internet nhanh chóng, hỗ trợ các ứng dụng công việc, giải trí, cho đến việc kết nối với mạng xã hội toàn cầu, điện thoại thông minh đã mang đến những tiện ích vượt trội, phục vụ mọi nhu cầu của con người trong thời đại công nghệ. Không dừng lại ở đó, các thiết bị này còn được cải tiến liên tục về mặt công nghệ lẫn thiết kế, biến chúng trở thành biểu tượng của sự đổi mới và phong cách cá nhân. Mỗi chiếc điện thoại ngày nay không chỉ đáp ứng nhu cầu sử dụng mà còn thể hiện đẳng cấp và cá tính riêng của người sở hữu. Sự cạnh tranh khốc liệt giữa các tập đoàn công nghệ đã tạo ra những sản phẩm ngày càng đột phá, từ màn hình sắc nét, camera độ phân giải cao, cho đến tính năng bảo mật tiên tiến. Các hãng không ngừng ra mắt những mẫu điện thoại mới, đáp ứng nhu cầu thay đổi nhanh chóng của người tiêu dùng, tạo nên một cuộc đua không hồi kết trong việc sở hữu những sản phẩm hiện đại nhất. Hơn nữa, tính đa năng và khả năng cập nhật liên tục các tính năng mới đã khiến điện thoại trở thành thiết bị không thể thiếu, đặc biệt

trong bối cảnh làm việc và học tập từ xa đang ngày càng phổ biến. Chính sự kết hợp hài hòa giữa công nghệ tiên tiến, thiết kế hiện đại và nhu cầu không ngừng gia tăng của xã hội đã làm cho điện thoại di động trở thành sản phẩm tiêu thụ rộng rãi và mạnh mẽ. Trong thời đại mà kết nối và thông tin là trung tâm, điện thoại không chỉ là thiết bị công nghệ mà còn là biểu tượng của sự tiến bộ và gắn kết trong cuộc sống số hóa.

2.3 Chủ trương và kiến nghị phát triển của điện thoại Việt Nam đến năm 2030

2.3.1. Chủ trương của chính phủ Việt Nam trong việc phát triển điện thoại:

Hiện nay, xã hội số đang là xu hướng tất yếu và đang diễn ra sôi động ở nhiều quốc gia trên thế giới, đặc biệt trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra rất nhanh và mạnh mẽ. Những năm qua, Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả quan trọng trong xây dựng chính phủ điện tử, tuy nhiên vẫn còn những bất cập, vướng mắc, đòi hỏi cần có giải pháp đột phá để tiếp tục xây dựng chính phủ điện tử, hướng tới chính phủ số hiệu lực, hiệu quả, đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong giai đoạn hiện nay.

Hiểu rõ được tình hình đó, Chính phủ Việt Nam đã có nhiều chủ trương và chính sách nhằm thúc đẩy phát triển công nghệ số, bao gồm cả lĩnh vực điện thoại di động. Một số điểm nổi bật bao gồm:

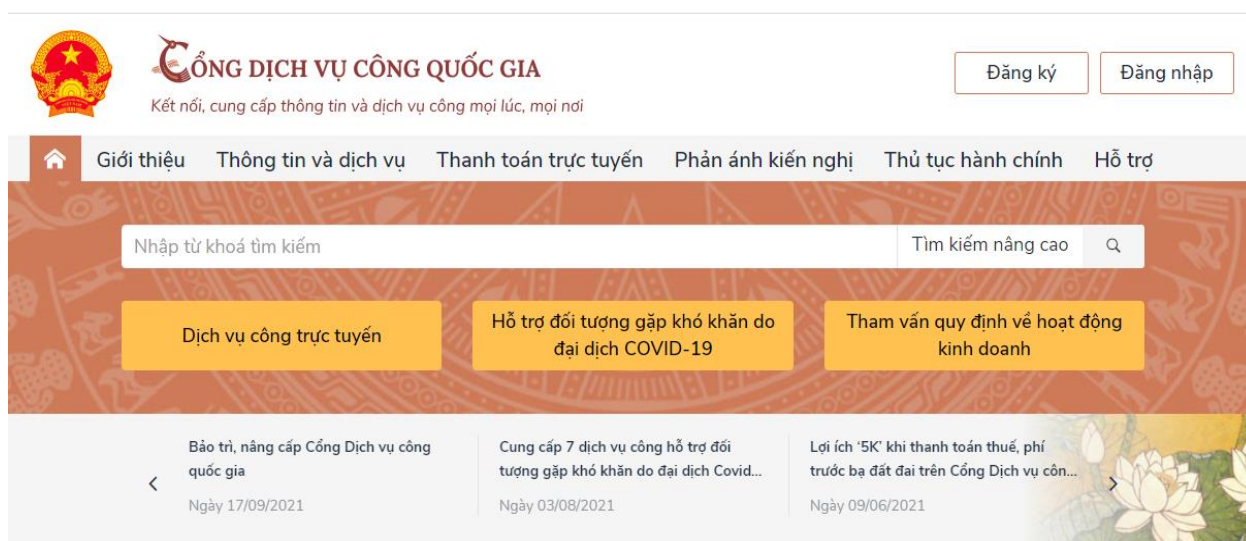
- + Tăng cường chính sách phát triển công nghệ thông tin: Từ những năm 2000, Chính phủ đã nhận thức sâu sắc về vai trò quan trọng của công nghệ thông tin trong cải cách hành chính và xây dựng Chính phủ điện tử. Nghị quyết số 36-NQ/TW và Nghị quyết số 36a/NQ-CP đã tạo ra một nền tảng pháp lý vững chắc cho quá trình này. Những chính sách này hướng đến việc số hóa hoạt động của cơ quan nhà nước và cung cấp dịch vụ công trực tuyến, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý và minh bạch hóa.

- + Nâng hạng trong bảng xếp hạng Chính phủ điện tử toàn cầu: Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể, liên tiếp tăng hạng trong 4 kỳ đánh giá của Liên hợp quốc từ năm 2014 đến nay. Hiện tại, Việt Nam xếp thứ 86/193 quốc gia và thứ 6 tại khu vực Đông Nam Á. Các chỉ số thành phần như hạ tầng viễn thông, nguồn nhân lực và dịch vụ trực tuyến đều có những cải thiện đáng kể.

+ Ứng dụng các hệ thống thông tin hiện đại: một số hệ thống thông tin nền tảng của Chính phủ điện tử đã đi vào hoạt động, điển hình là hệ thống e-Cabinet, giúp quản lý và tổ chức các phiên họp Chính phủ hiệu quả, cũng như thực hiện biểu quyết điện tử. Hệ thống thông tin báo cáo Chính phủ ra mắt vào tháng 3/2020 đã kết nối 16 bộ, giúp cải thiện quy trình báo cáo và tiết kiệm ngân sách nhà nước lên đến 460 tỷ đồng mỗi năm.

+ Cổng Dịch vụ công quốc gia: được ra mắt vào cuối năm 2019, đến tháng 8/2020, Cổng Dịch vụ công quốc gia đã tích hợp 990 dịch vụ công trực tuyến và thu hút hơn 55,6 triệu lượt truy cập. Hệ thống này không chỉ giúp người dân thực hiện các thủ tục hành chính dễ dàng hơn mà còn tiết kiệm tổng chi phí xã hội khoảng 6.722 tỷ đồng mỗi năm. Người dân và doanh nghiệp có thể truy cập Cổng Dịch vụ công quốc gia qua điện thoại di động để nộp hồ sơ, tra cứu và nhận kết quả trực tuyến. Nhiều dịch vụ công đã được tích hợp để người dân có thể truy cập qua một điểm duy nhất.

Hình 2.1. Cổng dịch vụ công quốc gia



Nguồn: Báo tin tức

+ Phổ biến văn bản điện tử và chữ ký số: hầu hết các bộ, ngành đã triển khai gửi, nhận văn bản điện tử qua Trục liên thông văn bản quốc gia và áp dụng chữ ký số trong các giao dịch hành chính. Điều này không chỉ giảm thiểu việc sử dụng giấy tờ truyền thống mà còn tăng tốc độ xử lý công việc.

+ Kết quả trong cải cách hành chính: các bộ, ngành đã nỗ lực rà soát và đơn giản hóa các thủ tục hành chính, cắt giảm các điều kiện kinh doanh và kiểm tra chuyên ngành, giúp tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp và người dân.

+ Chương trình Chuyển đổi số quốc gia: vào tháng 6/2020, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình Chuyển đổi số quốc gia, đặt mục tiêu đến năm 2025, 80% dịch vụ công trực tuyến đạt mức độ 4. Chương trình cũng nhắm đến việc nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia thông qua phát triển chính phủ số, kinh tế số và xã hội số.

+ Hội thảo quốc gia về Chính phủ điện tử: đây là một sự kiện quan trọng, thu hút sự tham gia của các lãnh đạo, chuyên gia trong và ngoài nước để thảo luận và đề xuất các mô hình, giải pháp phát triển Chính phủ điện tử, hướng đến xây dựng Chính phủ số. Hội thảo năm 2020 đánh dấu cột mốc 15 năm của sự kiện này, nhấn mạnh vai trò của công nghệ thông tin trong việc thúc đẩy chuyển đổi số toàn diện.

Các chính sách này tập trung vào việc cải thiện khả năng truy cập dịch vụ công bằng cách sử dụng công nghệ, giúp người dân có thể sử dụng điện thoại di động để tham gia vào quá trình hành chính số, từ nộp hồ sơ đến thanh toán và tra cứu kết quả. Những chuyển biến tích cực này cho thấy Việt Nam đang tiến gần hơn đến mục tiêu trở thành một trong bốn quốc gia hàng đầu về Chính phủ điện tử tại Đông Nam Á vào năm 2025 và nằm trong nhóm 70 quốc gia dẫn đầu thế giới.

2.3.2 Các kiến nghị thúc đẩy sự phát triển của mặt hàng điện thoại trong tương lai ở thị trường Việt Nam:

Sự phát triển của điện thoại không chỉ mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp mà còn đóng góp vào sự phát triển của kinh tế số tại Việt Nam. Trong bối cảnh hiện nay, nhà nhà người người đều sở hữu cho mình một chiếc điện thoại cá nhân, thị trường điện thoại được xem như bão hòa và không có nhiều tiềm năng. Với bối cảnh đó nhóm nghiên cứu xin đưa ra một số kiến nghị sau:

Tăng cường tập trung phát triển công nghệ cao, mạng lưới liên kết của điện thoại để cho ra đời những sản phẩm độc đáo, nhiều tiện ích hơn:

+ Tập trung vào xu hướng phát triển mạnh mẽ của mạng lưới 5G tại Việt Nam và thế giới. Bộ Thông tin và Truyền thông đặt mục tiêu “100% các khu công nghệ cao, khu

công nghệ thông tin tập trung, trung tâm nghiên cứu phát triển, đổi mới sáng tạo, khu công nghiệp, nhà ga, cảng biển, sân bay quốc tế có sóng dịch vụ 5G”¹⁸.

+ Internet vạn vật (IoT: Internet of Things) là mạng lưới kết nối của các thiết bị điện tử mà trong đó điện thoại thông minh đóng vai trò thiết yếu. Các doanh nghiệp cần chú trọng hơn trong lĩnh vực này. “Số lượng thiết bị IoT trên toàn thế giới được dự báo sẽ tăng gần gấp 3 lần từ 9,7 tỷ trong năm 2020 lên hơn 29 tỷ thiết bị IoT vào năm 2030. Trường hợp sử dụng quan trọng nhất đối với các thiết bị IoT trong phân khúc người tiêu dùng là điện thoại thông minh, trong đó số lượng thiết bị IoT được dự báo sẽ tăng lên hơn 17 tỷ vào năm 2030.”¹⁹

Bảo mật bí mật doanh nghiệp là một vấn đề quan trọng trong quá trình sản xuất điện thoại. Các vụ rò rỉ thông tin và tấn công mạng có thể gây ra thiệt hại vô cùng nghiêm trọng. Do đó, pháp luật cần có thêm những điều luật nhằm bảo vệ bí mật doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp sẽ cần chủ động đầu tư vào các biện pháp bảo mật, cũng như tuân thủ những điều luật nhằm bảo vệ bí mật doanh nghiệp của pháp luật.

Bộ Tài chính nên xem xét việc điều chỉnh mức thuế xuất nhập khẩu của mặt hàng điện thoại trong biểu thuế xuất khẩu, biểu thuế nhập khẩu ưu đãi.

Sản xuất ra nhiều điện thoại với từng chức năng khác nhau và phù hợp với khách hàng sử dụng từ giới trẻ đến người già, từ những người có mức thu nhập cao đến những người có mức thu nhập thấp. Nếu khách hàng là người già thì cần sử dụng những chiếc điện thoại dễ sử dụng, có những chức năng như theo dõi sức khỏe, nhắc nhở họ ăn uống nghỉ ngơi. Đối tượng là trẻ em thì nên có những chiếc điện thoại chỉ nên phục vụ cho việc liên lạc với người thân, chức năng định vị để tránh đi lạc, màn hình có ánh sáng phù hợp cho mắt và hạn chế chức năng giải trí như chơi game.

Để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần không ngừng đổi mới, cải tiến sản phẩm, chú trọng dịch vụ chăm sóc khách hàng, bảo mật thông tin khách hàng

¹⁸ Mộc Miên & Hải Yến. (2024, 10 tháng 7). *Các tỉnh, thành phố sẽ được phủ sóng 5G vào năm 2025*. Truy cập từ: <https://diendandothi.kinhthadothi.vn/cac-tinh-thanh-pho-se-duoc-phu-song-5g-vao-nam-2025-2581.html>.

¹⁹ Phan Văn Hòa. (2023, 22 tháng 11). *10 xu hướng công nghệ sẽ định hình thế giới vào năm 2024*. Truy cập từ: <https://baonghean.vn/10-xu-huong-cong-nghe-se-dinh-hinh-the-gioi-vao-nam-2024-10264191.html>.

cũng như xây dựng chiến lược marketing hiệu quả. Khi đó những sản phẩm mới ra mắt sẽ có được sự chú ý, tin tưởng từ khách hàng.

Thu hút vốn đầu tư nước ngoài để phát triển công nghiệp hỗ trợ là một trong những chính sách tối quan trọng để phát triển mặt hàng điện thoại tại Việt Nam. Tuy nhiên, chính sách thu hút đầu tư nước ngoài ở Việt Nam còn tồn tại một số vướng mắc như là chỉ quy định sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ nói chung thuộc lĩnh vực ngành nghề ưu đãi đầu tư mà chưa có các quy định đặc thù cho các ngành công nghiệp hỗ trợ có hàm lượng kỹ thuật cao như công nghiệp hỗ trợ ngành điện thoại. Công nghiệp hỗ trợ điện thoại gồm rất nhiều công đoạn, đòi hỏi sự đa dạng về công nghệ và kỹ thuật vì thế pháp luật nên điều chỉnh cho phù hợp để khuyến khích đầu tư vào công đoạn có kỹ thuật cao hoặc lĩnh vực đem lại lợi thế cho Việt Nam thay vì chỉ khuyến khích xu hướng đầu tư để hưởng ưu đãi. Thêm nữa, trong giai đoạn đầu phát triển để khắc phục tình trạng thiếu vốn, cần phải khuyến khích các dự án quy mô vốn lớn vào công nghiệp hỗ trợ điện thoại.

Chú trọng tìm kiếm thị trường mới, tìm hiểu nhu cầu của thị trường, thu thập những ý kiến khách hàng để nắm bắt được nhu cầu của họ và phát hiện những rào cản để nhanh chóng tìm cách ứng phó kịp thời.

Điện thoại càng ngày càng được sản xuất nhiều hơn, tốt hơn nên sẽ dẫn đến hệ quả là dư thừa hàng cũ, gây tác động xấu đến phát triển kinh tế xã hội và ô nhiễm môi trường khi không xử lý tốt. Nhà nước, doanh nghiệp cần có những biện pháp chung để xử lý vấn đề điện thoại không sử dụng nữa. Iphone là một trong những hãng điện thoại tiên phong trong vấn đề này. “Theo PhoneArena, Apple có những mục tiêu trong việc tìm cách giảm tác động đến môi trường từ rác thải điện tử, bao gồm robot tái chế iPhone Daisy nhằm tháo dỡ những chiếc iPhone cũ.”²⁰

Các vùng miền, không chỉ thành phố mà cả nông thôn, vùng miền núi cần được cập nhật sự tiện lợi và ưu việt của điện thoại di động để nhằm phủ sóng lượng người tiêu dùng rộng rãi.

Mở ra dịch vụ sản xuất điện thoại theo nhu cầu riêng của một hay một nhóm khách hàng từ chức năng, kiểu dáng, ...

²⁰ Kiến Văn (2023, 2 tháng 9). *Con đường trở lại thị trường của iPhone tái chế*. Truy cập từ: <https://thanhnien.vn/con-duong-tro-lai-thi-truong-cua-iphone-tai-che-185230817101159738.htm..>

Nỗ lực làm mới, nâng tầm trải nghiệm người dùng, tạo ra một hệ sinh thái riêng của điện thoại.

KẾT LUẬN

Khép lại quá trình nghiên cứu về sự phát triển của điện thoại tại Việt Nam, nghiên cứu đã mang lại cái nhìn sâu sắc về tác động của công nghệ này đối với đời sống và sự phát triển xã hội. Bắt đầu từ việc phân tích khái niệm, thuộc tính và giá trị của điện thoại như một hàng hóa, nghiên cứu đã làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị sản phẩm, các giai đoạn phát triển, và thực trạng thị trường. Đồng thời, nghiên cứu cũng đánh giá các chủ trương và kế hoạch phát triển điện thoại tại Việt Nam đến năm 2030, mở ra tiềm năng phát triển bền vững, theo kịp xu hướng toàn cầu và đáp ứng tốt hơn nhu cầu người dùng trong nước.

Ngoài ra, nghiên cứu cũng chỉ ra những thách thức lớn mà ngành công nghiệp điện thoại Việt Nam đang đối mặt. Trước sự cạnh tranh gay gắt từ các thương hiệu quốc tế, các thương hiệu nội địa gặp khó khăn trong việc khẳng định vị thế. Mặc dù điện thoại thông minh phổ biến tại các thành phố lớn, nhưng ở nông thôn, khả năng tiếp cận công nghệ còn hạn chế do thiếu cơ sở hạ tầng và mức giá cao. Để khắc phục, nghiên cứu đã đưa ra các giải pháp thiết thực như cải thiện hạ tầng, hỗ trợ doanh nghiệp nội địa và tăng cường khả năng tiếp cận công nghệ tại các vùng khó khăn.

Một điểm nổi bật khác trong nghiên cứu là tầm quan trọng của điện thoại đối với nhiều lĩnh vực khác nhau như giáo dục, kinh tế và văn hóa xã hội. Điện thoại di động không chỉ đóng vai trò là công cụ giao tiếp mà còn trở thành một phương tiện quan trọng trong việc tiếp cận tri thức, mở rộng kết nối kinh tế và thúc đẩy các hoạt động văn hóa số. Nghiên cứu nhấn mạnh rằng việc đầu tư phát triển công nghệ một cách hợp lý và bền vững là cần thiết để khai thác tối đa tiềm năng của điện thoại, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và xây dựng một xã hội hiện đại, hội nhập.

Tóm lại, nghiên cứu về sự phát triển của điện thoại tại Việt Nam đã mang lại những nhận thức sâu rộng và đề xuất các định hướng quan trọng cho sự phát triển bền vững của ngành công nghiệp này. Với sự đầu tư đúng đắn và các chiến lược phát triển hợp lý, điện thoại không chỉ là công cụ công nghệ mà còn là nhân tố thúc đẩy sự tiến bộ, hiện đại hóa, góp phần định hình tương lai của Việt Nam trong thời đại số hóa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2006). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
2. Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2019). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
3. Bộ Giáo dục & Đào tạo. (2021). *Giáo trình Kinh tế chính trị Mác-Lênin*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
4. Wikipedia. (2024, 23 tháng 7). *Điện thoại*. Trích từ: <https://vi.wikipedia.org/wiki/>.
5. Wikipedia. (2024, 7 tháng 9). *Nokia Communicator*. Trích từ: https://vi.wikipedia.org/wiki/Nokia_9000_Communicator.
6. Hoàng Nguyễn. (2022, 29 tháng 3). *Top 5 công nghệ đột phá mà đang áp dụng cho điện thoại thông minh*. Truy cập từ: <https://thinkview.vn/top-5-cong-nghe-dot-pha-ma-dang-duoc-ap-dung-cho-dien-thoai-thong-minh-4543.html>.
7. Mộc Miên, & Hải Yến. (2024, 10 tháng 7). *Các tỉnh, thành phố sẽ được phủ sóng 5G vào năm 2025*. Truy cập từ: <https://diendandothi.kinhtedothi.vn/cac-tinh-thanh-pho-se-duoc-phu-song-5g-vao-nam-2025-2581.html>.
8. Nguyễn Mạnh Hải. (2021, 23 tháng 10). *Chiếc điện thoại di động đầu tiên trên thế giới*. Truy cập từ: <https://mediamart.vn/dien-thoai-review/chiec-dien-thoai-di-dong-dau-tien-tren-the-gioi>.
9. Phan Văn Hòa. (2023, 22 tháng 11). *10 xu hướng công nghệ sẽ định hình thế giới vào năm 2024*. Truy cập từ: <https://baonghean.vn/10-xu-huong-cong-nghe-se-dinh-hinh-the-gioi-vao-nam-2024-10264191.html>.
10. Tạp chí điện tử Nhip sống kinh tế Việt Nam & Thế giới. (2021, 15 tháng 10). *Điện thoại smartphone đã “phủ sóng” hơn 73% người dùng viễn thông di động*. Truy cập từ: <https://vneconomy.vn/dien-thoai-smartphone>.
11. Tạp chí điện tử Báo Đầu tư. (2019, 26 tháng 12). *Thị trường smartphone 2019: Sự trỗi dậy của thương hiệu Việt*. <https://baodautu.vn/thi-truong-smartphone-2019-su-troi-day-cua-thuong-hieu-viet-d113511.html>.

12. PVM. (2024, January 1). *We are Social: Toàn cảnh digital tại Việt Nam đầu tháng 1/2024 - Thời gian trung bình người Việt sử dụng Internet là 6 giờ 18 phút*: <https://www.pvm.vn/we-are-social-toan-canhh-digital-tai-viet-nam-dau-thang-1-2024>.
13. Kiến Văn. (2023, 2 tháng 9). *Con đường trở lại thị trường của iPhone tái chế*. Truy cập từ: <https://thanhnien.vn/con-duong-tro-lai-thi-truong-cua-iphone-tai-che-185230817101159738.htm>.