

DỊCH VỤ THÔNG TIN TRUYỀN THÔNG TRONG BỐI CẢNH HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - EU

Commented [e1]: The paper needs to emphasize the EVFTA's impact on the sector. Topic doesn't come up until page 14. Please rewrite/reorganize to make the focus of the paper on the impact of the trade agreement and the opportunities for Vietnamese businesses.

- 1. Giới thiệu về Hiệp định thương mại tự do EU-Việt Nam (EU-VFTA)
- 2. Các nội dung chính trong EU-VFFTA
- 3. Tổng quan chung về ngành dịch vụ thông tin truyền thông:
 - 3.1. Phạm vi nghiên cứu

Báo cáo này nghiên cứu những định hướng cho doanh nghiệp trong bối cảnh Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU đối với ngành dịch vụ thông tin truyền thông. Theo phân loại CPC của Liên hợp quốc được sử dụng trong GATS thì ngành dịch vụ thông tin truyền thông được định nghĩa bao gồm 4 phân ngành chính: dịch vụ bưu điện, chuyển phát, viễn thông và nghe nhìn. Trong phạm vi nghiên cứu của báo cáo này, dịch vụ thông tin truyền thông bao gồm dịch vụ chuyển phát, sản xuất phim ảnh, phân phối phim ảnh và viễn thông (không tính đến sản xuất phần cứng), trong đó tập trung vào hai mảng chính là bưu chính và chuyển phát, và viễn thông.

Bảng 1: Phân loại CPC liên quan trong lĩnh vực thông tin truyền thông

Mã CPC	Tên ngành
<i>Các Hiệp định của EU</i>	
CPC 7541	Cho thuê thiết bị viễn thông
CPC 7542	Thương mại dịch vụ bán buôn các thiết bị đầu cuối trong viễn thông
CPC 7543	Dịch vụ kết nối viễn thông
CPC 7544	Dịch vụ tư vấn viễn thông
<i>Các Hiệp định của Việt Nam</i>	
CPC 7511	Dịch vụ bưu chính thư
CPC 7512	Các dịch vụ chuyển phát, bao gồm dịch vụ chuyển phát nhanh và xử lý các vật phẩm không ghi địa chỉ người nhận
CPC 7521	Các dịch vụ thoại

CPC 7522	Dịch vụ cho thuê chuyển mạch riêng
CPC 7523	Dịch vụ truyền dữ liệu chuyển mạch gói, dịch vụ truyền dữ liệu chuyển mạch kênh, dịch vụ điện tín (telex), dịch vụ telegraph, và dịch vụ thuê kênh riêng
CPC 7529	Dịch vụ facsimile

Nguồn: MUTRAP (2014)

Trong phạm vi quy định của pháp luật hiện hành tại Việt Nam:

- Dịch vụ bưu chính là dịch vụ chấp nhận, vận chuyển và phát bưu gửi bằng các phương thức từ địa điểm của người gửi đến địa điểm của người nhận qua mạng bưu chính, trừ phương thức điện tử (Luật Bưu Chính 2010);
- Dịch vụ viễn thông là dịch vụ gửi, truyền, nhận và xử lý thông tin giữa hai hoặc một nhóm người sử dụng dịch vụ viễn thông, bao gồm dịch vụ cơ bản và dịch vụ giá trị gia tăng (Luật Viễn Thông 2009)
- Dịch vụ ứng dụng viễn thông là dịch vụ sử dụng đường truyền dẫn viễn thông hoặc mạng viễn thông để cung cấp ứng dụng trong lĩnh vực công nghệ thông tin, phát thanh, truyền hình, thương mại, tài chính, ngân hàng, văn hóa, thông tin, y tế, giáo dục và các lĩnh vực khác.

3.2. ***Hiện trạng và đặc điểm của ngành dịch vụ thông tin truyền thông***

Ngành bưu chính

Lĩnh vực bưu chính tiếp tục có những bước chuyển biến, đổi mới hoạt động, mở rộng các loại hình dịch vụ, phương thức kinh doanh, phân định rõ giữa kinh doanh và nhiệm vụ công ích, phù hợp với xu thế đổi mới, phát triển chung của đất nước. Các dịch vụ giá trị gia tăng được nâng cao chất lượng, mở rộng về số lượng, khách hàng ngày càng dễ tiếp cận. Thị trường bưu chính tiếp tục được mở rộng với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế. Hệ thống bưu chính từng bước được mở rộng vùng phục vụ đến nông thôn, vùng sâu, vùng xa, đáp ứng nhu cầu trao đổi thông tin và giao lưu văn hoá của nhân dân, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo an ninh - quốc phòng của đất nước.

Đến cuối năm 2016, với sự phát triển mạnh mẽ của các dịch vụ bưu chính công cộng, mạng lưới bưu chính công cộng hiện có 12.738 điểm phục vụ. Trong đó có 63 bưu cục giao dịch cấp 1; 760 bưu cục giao dịch cấp 2; 1.793 bưu cục giao dịch cấp 3; 8.113 Điểm Bưu điện - Văn hóa xã; 434 đại lý bưu điện; 43 kiot; 1.460 thùng thư công cộng độc lập. Bán kính phục vụ bình quân 2,93 km/điểm, đảm bảo mỗi xã có tối thiểu 1 điểm phục vụ, số dân phục vụ bình quân đạt 7.164 người/điểm. Các Điểm Bưu điện - Văn hóa xã tiếp tục phát huy được vai trò, phục vụ công tác tuyên truyền chủ trương chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước đến với nông dân thông qua sách, báo và

phương tiện thông tin liên lạc. Thị trường dịch vụ bưu chính những năm gần đây đã có sự cạnh tranh khá mạnh mẽ giữa các nhà cung cấp dịch vụ với số lượng các doanh nghiệp tham gia hoạt động trong lĩnh vực này tăng lên nhanh chóng và thành phần doanh nghiệp cũng đa dạng hơn, trong đó có cả các doanh nghiệp có 100% vốn nước ngoài.

Về kết quả sản xuất kinh doanh: Năm 2016, tổng doanh thu lĩnh vực bưu chính ước đạt 16.800 tỷ đồng (ước tăng 12% so với năm 2015); nộp NSNN năm 2016 ước đạt 607 tỷ đồng (ước tăng 11,5% so với năm 2015)

Về số lượng doanh nghiệp và mạng lưới bưu chính: Đến nay, số lượng các doanh nghiệp tham gia hoạt động trong lĩnh vực này tăng lên nhanh chóng và thành phần doanh nghiệp cũng đa dạng hơn. Tính đến nay có 172 doanh nghiệp được cấp giấy phép bưu chính (trong đó: 37 doanh nghiệp được cấp phép trong nước và quốc tế; 6 doanh nghiệp cấp phép quốc tế; 129 doanh nghiệp được cấp phép trong nước) và 172 doanh nghiệp được xác nhận thông báo hoạt động bưu chính (trong đó: 36 doanh nghiệp được xác nhận thông báo phạm vi trong nước và quốc tế; 6 doanh nghiệp được xác nhận thông báo hoạt động phạm vi quốc tế; 130 doanh nghiệp được xác nhận thông báo hoạt động phạm vi trong nước).

Bảng 2: Một số chỉ tiêu của ngành thông tin truyền thông trong năm 2015-2016

Chỉ tiêu	2015	2016
1. Tổng doanh thu toàn ngành: (không tính công nghiệp CNTT)	520.000 tỷ đồng	ước đạt 570.000 tỷ đồng
2. Tổng nộp ngân sách nhà nước	63.880 tỷ đồng	145.915 tỷ đồng
3. Tỷ lệ thuê bao di động	140 thuê bao/100 dân	131 thuê bao/100 dân
4. Tỷ lệ thuê bao internet băng rộng cố định	8,2 thuê bao/100 dân	10,11 thuê bao/100 dân
5. Tỷ lệ thuê bao băng rộng di động	40 thuê bao/100 dân	50 thuê bao/100 dân
6. Tỷ lệ người sử dụng internet	52% dân số	62,76% dân số
7. Tỷ lệ phủ sóng di động	94%	94%
8. Tỷ lệ xã có máy điện thoại	100%	100%
9. Tỷ lệ xã có Điểm Bưu điện-văn hoá xã	98%	100%
10. Tỷ lệ phủ sóng phát thanh	trên 98% diện tích cả nước	trên 98% diện tích cả nước
11. Tỷ lệ phủ sóng truyền hình	trên 98% diện tích cả nước	trên 98% diện tích cả nước

Nguồn: www.mic.gov.vn và tổng hợp của tác giả

Ngành viễn thông

Lĩnh vực viễn thông tiếp tục phát triển bền vững, có tác động trực tiếp, tích cực đến sự phát triển của nền kinh tế, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu phát triển của nền kinh tế - xã hội, đảm bảo an ninh - quốc phòng của đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế, đóng góp nguồn thu không nhỏ vào ngân sách nhà nước. Hạ tầng mạng lưới viễn thông, internet tiếp tục hoạt động ổn định, thị trường dịch vụ viễn thông và internet cạnh tranh mạnh. Đến cuối năm 2015, số lượng thuê bao internet băng rộng ước đạt khoảng 7,6 triệu thuê bao. Số lượng thuê bao di động đạt khoảng 122 triệu thuê bao, giảm so với năm 2014 do tăng cường công tác quản lý nên số sim rác giảm. Trong số thuê bao di động, thuê bao 3G có chiều hướng tăng nhanh và số thuê bao 2G giảm mạnh. Số lượng thuê bao cố định tiếp tục giảm chậm, còn khoảng 5,9 triệu thuê bao. Doanh thu trong lĩnh vực viễn thông năm 2016 ước đạt 365.500 tỷ đồng (ước tăng 7,5% so với năm 2015) và đóng góp khoảng 27,32% vào tổng doanh thu toàn Ngành năm 2016; tổng nộp NSNN lĩnh vực viễn thông năm 2016 ước đạt 50.396 tỷ đồng (ước tăng 7,5% so với năm 2015) và đóng góp khoảng 34,54% vào tổng nộp NSNN của Ngành năm 2016.

Tổng số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực viễn thông: Tính đến tháng 11/2016, cả nước có 70 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực viễn thông, trong đó:

- Số doanh nghiệp được cấp phép thiết lập mạng viễn thông công cộng: 06 doanh nghiệp;
- Số doanh nghiệp được cấp phép chỉ cung cấp dịch vụ viễn thông: 33 doanh nghiệp;
- Số doanh nghiệp được cấp phép đồng thời thiết lập mạng viễn thông công cộng và giấy phép cung cấp dịch vụ viễn thông: 31 doanh nghiệp.

Đến nay, tổng số tên miền “.vn” hiện đang duy trì trên hệ thống là 383.747 tên miền, nâng tổng số tên miền tiếng Việt đăng ký trên hệ thống là hơn 988.997 tên miền; trong đó số lượng tên miền đã được đưa vào sử dụng thực tế trên các loại dịch vụ là 273.885 tên miền, chiếm khoảng 27,69% tổng số tên miền đăng ký. Hiện nay, Việt Nam liên tục có số lượng tên miền quốc gia có đăng ký cao nhất khu vực Đông Nam Á – ASEAN. Số lượng địa chỉ IPv4 được cấp cho các thành viên ở thời điểm hiện tại là 15.847.168 địa chỉ. Việt Nam đứng thứ 02 khu vực Đông Nam Á, đứng thứ 8 Khu vực Châu Á, đứng thứ 30 trong tổng số các quốc gia giữ nhiều IPv4 nhất toàn cầu. Về địa chỉ IPv6, đã cấp 50 khối/48 và 27 khối/32. Về số hiệu mạng ASN, đã cấp phát tổng số 256 cho các thành viên địa chỉ IP và đang được sử dụng tại Việt Nam. Đến nay, số nhà đăng ký tên miền quốc tế tại Việt Nam là 96, với 153.364 tên miền quốc tế.

Bảng 3: Một số chỉ tiêu về hoạt động SXKD của ngành viễn thông

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014
----------	------	------	------	------	------

Số DN đang hoạt động SXKD	867	1.305	1.308	1.413	1.757
Số lao động trong các DN (người)	117.413	107.941	101.214	109.820	96.377
Số lao động nữ (người)	45.214	36.224	33.512	36.704	19.909
Vốn SXKD bình quân (tỷ đồng)	131.823	274.634	287.662	288.988	276.493
Giá trị TSCĐ và đầu tư dài hạn (tỷ đồng)	93.814	195.511	184.468	180.138	153.302
Doanh thu thuần (tỷ đồng)	89.026	211.834	239.209	231.061	241.408

Nguồn: Tổng cục Thống kê

3.3. Cấu trúc của ngành trong nền kinh tế

Ngành dịch vụ thông tin truyền thông luôn đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân với ý nghĩa là một ngành đa lĩnh vực và tác động đến mọi mặt của đời sống xã hội. Được xác định là một ngành mũi nhọn, trong giai đoạn 2010-2015, mặc dù chỉ chiếm một tỷ trọng khiêm tốn trong cơ cấu toàn nền kinh tế quốc dân, nhưng ngành thông tin truyền thông đã cho thấy tốc độ tăng trưởng ở mức cao vượt bậc (Bảng 4)

Bảng 4: Đóng góp vào cơ cấu GDP của dịch vụ thông tin truyền thông

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GDP hiện hành – toàn nền kinh tế (tỷ đồng)	2.157.828	2.779.880	3.245.419	3.584.262	3.937.856	4.192.862
GDP hiện hành – ngành TTLL (tỷ đồng)	19.895	21.090	22.781	24.652	26.974	29.392
Cơ cấu ngành TTLL (%)	0,92	76,00	0,70	0,69	0,68	0,70
GDP so sánh – toàn nền kinh tế	2.157.828	2.292.483	2.412.778	2.543.596	2.695.796	2.875.856
GDP so sánh – ngành						

TTL	19.895	21.549	23.752	25.827	28.068	30.459
Tốc độ tăng trưởng chung (%)		6,24	5,25	5,42	5,98	6,68
Tốc độ tăng trưởng ngành TTL (%)		8,31	10,23	8,73	8,68	8,52

Nguồn: Tổng cục thống kê

Trong bối cảnh 2015-2016, nhiều ngành kinh tế đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức, ngành thông tin và truyền thông (TT&TT) tiếp tục khẳng định vị trí là một ngành dịch vụ phát triển nhanh và đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - chính trị và xã hội của đất nước, góp phần đưa Việt Nam cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Doanh thu và chỉ số phát triển lĩnh vực bưu chính, viễn thông luôn có xu hướng tăng cao hơn so với năm trước và cao hơn mức tăng trung bình của toàn nền kinh tế (Bảng 5).

Bảng 5: Doanh thu bưu chính, viễn thông

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Doanh thu (tỷ đồng)						
Toàn ngành	182.182,6	150.755,1	182.086,6	306.654,0	336.680,0	366.812,0
Bưu chính	4.017,6	5.129,1	5.701,2	8.256,0	8.708,0	8.811,0
Viễn thông	178.165,1	145.626,0	176.388,4	298.398,0	327.972,0	358.001,0
Chỉ số phát triển (% - năm trước=100%)						
Toàn ngành	144,2	82,7	120,8	168,4	109,8	108,9
Bưu chính	127,9	127,7	111,2	144,8	105,5	101,2
Viễn thông	144,6	81,7	121,1	169,2	109,9	109,2

Nguồn: Tổng cục thống kê

Đến cuối năm 2015, tổng số lao động đang làm việc trong ngành thông tin truyền thông đạt khoản 338.000 người, chiếm 0,6% tổng lao động của toàn nền kinh tế. Trong đó 75,2% lao động của ngành đã qua đào tạo, năng suất lao động trung bình toàn ngành đạt 87 triệu đồng/người/năm (Bảng 6), cao hơn mức trung bình toàn nền kinh tế là 79,3 triệu đồng/người/năm.

Bảng 6: Một số chỉ tiêu về lao động trong ngành thông tin truyền thông

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tổng số lao động (nghìn người)	257,4	269	283,6	297,7	317,9	338
Cơ cấu (%)	0,5	5	0,6	0,6	0,6	0,6
Tỷ lệ đã qua đào tạo (%)	69,8	71,8	72,7	78,5	77,7	75,2
Năng suất lao động (triệu đồng/người)	77,3	78,4	80,3	82,8	84,9	87

Nguồn: Tổng cục thống kê

Theo dự báo của Bộ Thông tin và Truyền thông, thị trường Viễn thông sẽ chứng kiến:

- Một số doanh nghiệp trong nước lớn vẫn chiến thị phần chủ đạo bất chấp việc thực thi các hiệp định FTAs (WTO, EVTFA). Tuy vậy, các doanh nghiệp sẽ chịu sức ép từ các dịch vụ giá trị gia tăng (như OTT) của các nhà khai thác dịch vụ quốc tế (như Facebook, Google, Viber).
- Tăng trưởng doanh thu thị trường thông tin truyền thông đạt khoảng 8.5%/năm. Doanh thu của các dịch vụ như thoại, SMS sẽ tiếp tục suy giảm với sự lên ngôi của các dịch vụ OTT và các nhà mạng chuyển từ nhà khai thác viễn thông thuần túy sang nhà khai thác dịch vụ và giải pháp.
- Dịch vụ 4G được triển khai một cách thận trọng ở những nhà mạng và ở các đô thị, thành phố lớn trong nước. Tuy nhiên, chưa đến thời điểm bùng nổ 4G do chưa có dịch vụ cho 4G và giá thiết bị đầu cuối cho 4G còn cao so với mặt bằng chung của xã hội.
- Ưu tiên phát triển dịch vụ về Video (VOD, Video Streaming) để đón đầu việc triển khai mạng 4G.
- Các nhà khai thác dịch viễn thông sẽ tập trung nhiều vào chất lượng dịch vụ, cải tiến và nâng cao hoạt động chăm sóc khách hàng nhằm hướng tới thay đổi về chất từ cạnh tranh về giá sang cạnh tranh về chất lượng dịch vụ
- Công nghệ IoT (Internet Of Things - Internet kết nối với mọi vật), M2M (machine to machine, giao tiếp giữa máy với máy) sẽ được triển khai và có bước phát triển trong năm tới. So với thế giới, thị trường IoT, M2M của Việt Nam mới ở mức độ sơ khai và còn rất nhiều tiềm năng.

- Các nhà mạng sẽ có nhiều dự án triển khai phân tích dữ liệu lớn (big data analytics) trong việc tìm hiểu hành vi, nhu cầu khách hàng để từ đó ra quyết định hợp lý và phản ứng kịp thời với thị trường.

3.4. Khung khổ các quy định, quy hoạch, chiến lược, chương trình, kế hoạch về phát triển dịch vụ thông tin truyền thông

Về môi trường pháp lý và chính sách phát triển dịch vụ thông tin truyền thông, nhiều văn bản pháp luật quan trọng đã được ban hành như Luật Công nghệ thông tin năm 2006, Luật giao dịch điện tử năm 2005, Luật sở hữu trí tuệ năm 2006, Luật Công nghệ cao năm 2008, Luật Bưu Chính 2010, Luật Viễn Thông 2009 và các văn bản hướng dẫn thi hành các luật trên. Những văn bản này đã hình thành nên hành lang pháp lý cơ bản để điều chỉnh các hoạt động ứng dụng và phát triển thông tin truyền thông, tạo điều kiện thuận lợi để từng bước phát triển xã hội tri thức, phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Liên quan cụ thể đến lĩnh vực thông tin truyền thông, khung khổ pháp luật Việt Nam hiện hành bao gồm một số văn bản chính sau đây:

- Luật Bưu Chính 2009: quy định về hoạt động bưu chính; quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân trong hoạt động bưu chính và quản lý nhà nước về hoạt động bưu chính và áp dụng đối với tổ chức, cá nhân thực hiện, tham gia thực hiện hoạt động bưu chính tại Việt Nam. Luật Bưu Chính được Quốc hội Việt Nam thông qua ngày 17 tháng 6 năm 2010 và có hiệu lực thi hành từ 1 tháng 1 năm 2011. Chương III đưa ra những quy định cụ thể về đầu tư, kinh doanh trong lĩnh vực bưu chính, trong đó chỉ rõ điều kiện cấp phép kinh doanh dịch vụ bưu chính bao gồm:
 - Doanh nghiệp cung ứng dịch vụ thư có địa chỉ nhận có khối lượng đơn chiếc đến 02 kilôgam (kg) phải có giấy phép kinh doanh dịch vụ bưu chính (sau đây gọi là giấy phép bưu chính) do cơ quan nhà nước có thẩm quyền về bưu chính cấp;
 - Doanh nghiệp được cấp giấy phép bưu chính khi có đủ các điều kiện sau đây: (i) Có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hoạt động bưu chính hoặc giấy chứng nhận đầu tư trong lĩnh vực bưu chính; (ii) Có khả năng tài chính, nhân sự phù hợp với phương án kinh doanh theo nội dung đề nghị được cấp giấy phép; (iii) Có phương án kinh doanh khả thi phù hợp với quy định về giá cước, chất lượng dịch vụ bưu chính; và (iv) Có biện pháp đảm bảo an ninh thông tin và an toàn đối với con người, bưu gửi, mạng bưu chính.
- Luật Viễn thông 2009 quy định về hoạt động viễn thông, bao gồm đầu tư, kinh doanh viễn thông; viễn thông công ích; quản lý viễn thông; xây dựng công trình viễn thông; quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động viễn thông; được thông qua ngày 23 tháng 11 năm 2009 và có hiệu lực thi hành từ 1

tháng 7 năm 2007. Hoạt động kinh doanh viễn thông được quy định tại Chương II của Luật, bao gồm hình thức, điều kiện kinh doanh, đầu tư, cạnh tranh trong ngành viễn thông. Liên quan đến các cam kết về dịch vụ viễn thông trong EVFTA:

- Nhà đầu tư nước ngoài tiến hành hoạt động đầu tư lần đầu kinh doanh dịch vụ viễn thông tại Việt Nam phải thực hiện các quy định sau đây: (i) Có dự án đầu tư và thực hiện thủ tục đăng ký đầu tư hoặc thẩm tra đầu tư tại cơ quan quản lý nhà nước về đầu tư để được cấp Giấy chứng nhận đầu tư. Giấy chứng nhận đầu tư đồng thời là Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh; và (ii) Xin cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ viễn thông theo quy định tại các điều 34, 35 và 36 của Luật này;
 - Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã thành lập tại Việt Nam tiến hành hoạt động đầu tư kinh doanh dịch vụ viễn thông phải thực hiện các quy định sau đây: (i) Làm thủ tục sửa đổi, bổ sung Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, Giấy chứng nhận đầu tư đã có; (ii) Xin cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ viễn thông theo quy định tại các điều 34, 35 và 36 của Luật này
 - Doanh nghiệp Việt Nam không có vốn đầu tư nước ngoài, nhà đầu tư trong nước tiến hành hoạt động đầu tư kinh doanh dịch vụ viễn thông phải thực hiện các quy định sau đây: (i) Đăng ký kinh doanh theo quy định của Luật doanh nghiệp và các quy định khác của pháp luật có liên quan; (ii) Xin cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ viễn thông theo quy định tại các điều 34, 35 và 36 của Luật này và không phải làm thủ tục đăng ký đầu tư, thẩm tra đầu tư.
- Quy hoạch phát triển viễn thông quốc gia đến năm 2020 (Quyết định số 32/2012/QĐ-TTg ngày 27/2/2012 của Thủ tướng Chính phủ với các mục tiêu chính:
 - Xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng viễn thông hiện đại, an toàn có dung lượng lớn, tốc độ cao, vùng phủ sóng rộng đến vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn, góp phần, bảo đảm quốc phòng, an ninh và nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân.
 - 2. Cung cấp các dịch vụ viễn thông với chất lượng tốt, giá cước hợp lý trên cơ sở cạnh tranh nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người sử dụng dịch vụ. Tăng cường phát triển các dịch vụ ứng dụng viễn thông trên cơ sở hạ tầng viễn thông đã được xây dựng nhằm phát huy tối đa sự hội tụ của công nghệ và dịch vụ.
 - Phát triển bền vững thị trường viễn thông, bảo đảm môi trường cạnh tranh lành mạnh thông qua việc kiểm soát chặt chẽ hoạt động kinh

doanh của các doanh nghiệp viễn thông theo các quy định của pháp luật về cạnh tranh. Phát huy nội lực, tạo điều kiện thuận lợi cho các thành phần kinh tế tham gia phát triển viễn thông.

- Ưu tiên áp dụng các công nghệ viễn thông tiên tiến, hiện đại, tiết kiệm năng lượng, thân thiện với môi trường và sử dụng hiệu quả tài nguyên viễn thông.
- Bảo đảm an toàn cơ sở hạ tầng viễn thông và an ninh thông tin cho các hoạt động ứng dụng viễn thông, công nghệ thông tin, đặc biệt là trong việc thúc đẩy phát triển chính phủ điện tử, thương mại điện tử.

Các chỉ tiêu phát triển đến 2020:

- Tỷ lệ đường dây thuê bao cố định 20 - 25 đường/100 dân; tỷ lệ thuê bao Internet băng rộng cố định 15-20 thuê bao/100 dân; tỷ lệ thuê bao băng rộng di động 35 - 40 thuê bao/100 dân;
 - Tỷ lệ hộ gia đình có điện thoại cố định 40 - 45%; tỷ lệ hộ gia đình có truy cập Internet 35 - 40%; tỷ lệ người sử dụng Internet 55 - 60%;
 - Phủ sóng thông tin di động đến trên 95% dân số cả nước, các tuyến đường giao thông, quốc lộ, tỉnh lộ, các điểm trọng yếu kinh tế, quốc phòng, an ninh;
 - 100% các xã có điểm cung cấp dịch vụ viễn thông công cộng được kết nối Internet băng rộng;
 - Tốc độ tăng trưởng viễn thông đạt khoảng 1,2 - 1,5 lần tốc độ tăng trưởng của GDP. Tổng doanh thu viễn thông đạt từ 15 - 17 tỷ USD, chiếm khoảng 6 - 7% GDP.
- Chương trình cung cấp dịch vụ viễn thông công ích giai đoạn 2011-2015 (Quyết định 1643/2011/QĐ-TTg ngày 21/9/2011 của Thủ tướng chính phủ)
 - Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành Quyết định 82/QĐ-BTTTT ngày 20/1/2015 về việc ban hành chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 3/1/2015 của Chính phủ về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu chỉ đạo điều hành thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách năm 2015, trong đó tập trung vào những chủ yếu nhiệm vụ chủ yếu: (i) đẩy mạnh công tác thông tin tuyên truyền; (ii) tăng cường quản lý nhà nước về thông tin, an toàn thông tin; (iii) hoàn thiện môi trường pháp lý lĩnh vực thông tin và truyền thông; (iv) thực hiện chính sách tài khóa chặt chẽ, triệt để tiết kiệm; (v) tái cơ cấu DNNN hoạt động trong lĩnh vực thông tin và truyền thông; (vi) phát triển thị trường, tăng cường kiểm soát thị trường, giá cả; (vii) đổi mới cơ chế hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công lập; (viii) hiện đại hóa hành chính, cải cách thủ tục hành chính, kiện toàn tổ chức bộ máy, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; và (ix) đảm bảo an sinh xã hội, phúc lợi xã hội.

Về tổ chức quản lý, bên cạnh việc hoàn thiện môi trường pháp lý, thể chế trong lĩnh vực thông tin truyền thông đang dần được hoàn thiện hướng tới mục tiêu minh bạch, thủ tục thuận lợi, chính sách rõ ràng và đảm bảo việc thực thi pháp luật nghiêm minh. Ở cấp quốc gia, Ủy Ban quốc gia về ứng dụng công nghệ thông tin được thành lập, đứng đầu là Thủ tướng Chính phủ, với các thành viên là đại diện các Bộ ngành có liên quan. Ủy ban có các nhiệm vụ, quyền hạn theo quy định tại Điều 2 Quyết định số 109/QĐ-TTg ngày 15 tháng 01 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ, cụ thể:

- Tham mưu giúp Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về chủ trương, chiến lược, cơ chế chính sách để thúc đẩy phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin trong các cơ quan nhà nước, các ngành, lĩnh vực trọng điểm và trong toàn xã hội;
- Chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương trong việc phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin nhằm đẩy mạnh tái cơ cấu nền kinh tế, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, phát triển kinh tế - xã hội;
- Cho ý kiến về các cơ chế, chính sách, các chương trình, dự án lớn về phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin
- Giúp Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ điều phối, đôn đốc việc thực hiện các chiến lược, chương trình, dự án quan trọng có tính chất liên ngành về phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin
- Các nhiệm vụ khác theo yêu cầu của Thủ tướng Chính phủ và cấp có thẩm quyền.

Bộ Thông tin và Truyền thông là cơ quan của Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về báo chí; xuất bản; bưu chính; viễn thông; tần số vô tuyến điện; công nghệ thông tin, điện tử; phát thanh và truyền hình; thông tấn; thông tin đối ngoại; thông tin cơ sở và hạ tầng thông tin và truyền thông quốc gia; quản lý nhà nước các dịch vụ công trong các ngành, lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ. Bộ Thông tin và Truyền thông thực hiện chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn quy định tại Nghị định số 132/2013/NĐ-CP ngày 16/10/2013 của Chính phủ.

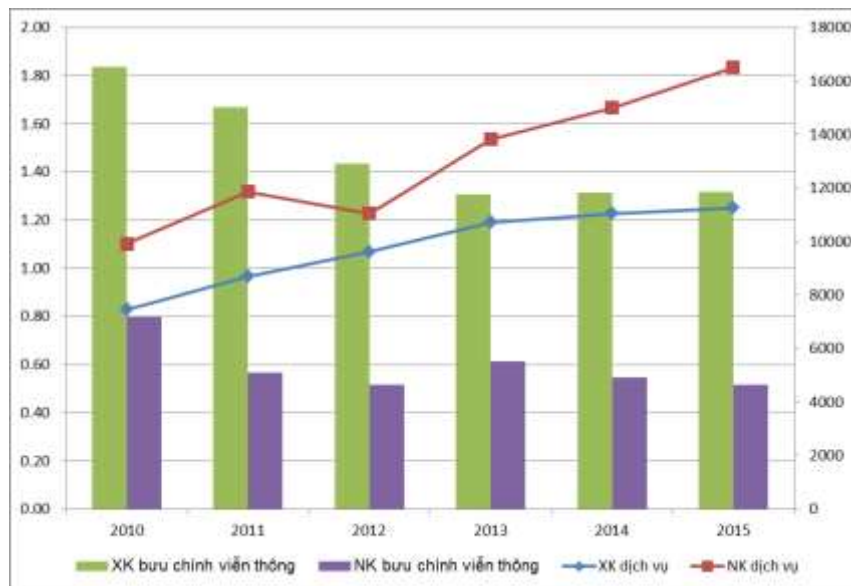
Cục Viễn thông, được thành lập năm 2011, là cơ quan quản lý chuyên ngành về viễn thông, thực hiện chức năng tham mưu, giúp Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông quản lý nhà nước và tổ chức thực thi nhiệm vụ quản lý nhà nước về viễn thông trên phạm vi cả nước theo Quyết định số 35/2011/QĐ-TTg ngày 27 tháng 6 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Viễn thông trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông. Việc thành lập Cục Viễn thông cũng cho thấy một bước tăng cường hệ thống cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực viễn thông và Internet.

4. Thương mại dịch vụ thông tin truyền thông của Việt Nam

4.1. Xuất nhập khẩu dịch vụ thông tin truyền thông (đang bổ sung)

Xuất khẩu dịch vụ thông tin truyền thông: thị phần xuất khẩu (thế giới, EU, và các đối tác chính); tập trung vào phân tích những mode cung cấp dịch vụ chính của ngành

Nhập khẩu dịch vụ thông tin truyền thông: thị phần nhập khẩu chính (thế giới, EU và các đối tác chính,...); phân tích cơ cấu nhập khẩu



Nguồn: Tổng cục thống kê

4.2. Năng lực cạnh tranh của ngành dịch vụ thông tin truyền thông

Một trong những lợi thế của ngành thông tin truyền thông là có hạ tầng công nghiệp tương đối phát triển và hiện đại. Từ một ngành lạc hậu về kỹ thuật, thiếu thốn về cơ sở vật chất và nhiều hạn chế trong quản lý, kinh doanh, trải qua các giai đoạn phát triển, đến nay, ngành thông tin truyền thông đã trở thành một ngành có kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại, bắt kịp xu thế phát triển của thế giới; có tốc độ phát triển cao về quy mô, doanh thu và thị trường; có tỷ trọng đóng góp cho ngân sách nhà nước lớn.

Viễn thông, hạ tầng mạng lưới viễn thông, Internet của Việt Nam được đánh giá là phát triển hiện đại, bao trùm rộng khắp, băng rộng tốc độ cao, hoạt động ổn định. Với việc phóng thành công 02 vệ tinh lên quỹ đạo trái đất, Việt Nam đã ghi tên mình vào danh sách các nước đã có chủ quyền trên quỹ đạo vệ tinh và kết cấu hạ tầng thông tin của Việt Nam đã được đảm bảo bằng tất cả các hình thức liên lạc tiên tiến hiện đại nhất thế giới. Đồng thời, Việt Nam tiếp tục là một trong những thị trường viễn

thông có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong khu vực và trên thế giới trong suốt 10 năm qua.

Lĩnh vực viễn thông của Việt Nam trong những năm gần đây chứng kiến sự phát triển mạnh, tiêu biểu như việc sử dụng công nghệ hiện đại để đáp ứng khả năng tiếp cận, phục vụ sử dụng các dịch vụ công nghệ thông tin cho mọi người dân. Dịch vụ 3G đã bắt đầu triển khai thương mại từ cuối năm 2009 và chỉ trong 2 năm, số lượng thuê bao 3G đã tăng gấp đôi, góp phần làm mật độ thuê bao nói chung của Việt Nam tăng từ 87% lên 175% vào thời điểm 2010.

Một số điểm mạnh có thể kể đến của ngành dịch vụ thông tin truyền thông:

- Theo báo cáo đánh giá phát triển xã hội thông tin của Liên minh Viễn thông quốc tế (ITU), đến cuối năm 2015, Việt Nam xếp thứ 102/167 nền kinh tế về mức độ phát triển công nghệ thông tin (với 4,28 điểm). Trước đó, chỉ số phát triển CNTT-TT của Việt Nam năm 2012 tiếp tục tăng 5 bậc, từ 86/152 lên 81/161, vươn lên xếp vị trí thứ 4 khu vực Đông Nam Á, và đứng 12/27 nước châu Á - Thái Bình Dương. Nếu tính cả giai đoạn 10 năm (2002-2012), Việt Nam đã bứt phá ngoạn mục từ vị trí 107 lên vị trí 81, tăng 26 bậc. Việc xếp hạng về Chỉ số phát triển CNTT-TT này được đánh giá dựa trên 3 yếu tố chính là truy nhập mạng, ứng dụng CNTT và kỹ năng CNTT, trong đó Việt Nam được ITU đánh giá cao về ứng dụng CNTT với thứ hạng 76/161 (2012).
- Chỉ số sẵn sàng kết nối: Theo xếp hạng được công bố trong Báo cáo CNTT toàn cầu của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, thứ hạng NRI của Việt Nam đã được cải thiện đáng kể trong giai đoạn 2001-2011, tăng 19 bậc từ vị trí 74 lên vị trí 55 toàn cầu. Tuy nhiên, đến năm 2012, do sự thay đổi phương pháp đánh giá của Diễn đàn Kinh tế Thế giới đã khiến Việt Nam cũng như nhiều nước bị tụt hạng so với năm 2011. Mặc dù vậy, Việt Nam vẫn là nước đứng thứ 5 về chỉ số này trong khu vực Đông Nam Á. Báo cáo đánh giá chỉ số sẵn sàng kết nối dựa trên 4 yếu tố: sự sẵn sàng của chính phủ, sẵn sàng của người dân, sẵn sàng của doanh nghiệp và tác động của CNTT-TT (mới được bổ sung trong báo cáo năm 2012). Trong đánh giá này, mức độ sẵn sàng của Chính phủ Việt Nam được thế giới đánh giá cao nhất trong các yếu tố sẵn sàng này.

Dịch vụ thông tin truyền thông là ngành có tốc độ phát triển nhanh, thị trường tương đối cạnh tranh đối với các doanh nghiệp mức độ cạnh tranh trên do đòi hỏi đầu lớn (vốn và tài sản cố định). Chính bởi vậy, trong những năm gần đây, thị trường viễn thông Việt Nam đã chứng kiến sự hiện diện của các đối tác EU trong ngành (VNSAT1, VNSAT2,...). Tuy nhiên, thị trường này cũng được dự báo ngày càng khốc liệt hơn khi thị trường đã bước vào giai đoạn bão hòa và trên thị trường xuất hiện thêm nhiều nhà cung cấp dịch vụ mới theo lộ trình cam kết gia nhập các FTAs gần đây.

5. Các cơ hội và thách thức từ việc tham gia Hiệp định Thương mại tự do EU-Việt Nam đối với các doanh nghiệp

5.1. Các cam kết về viễn thông của Việt Nam trong một số hiệp định thương mại và các cam kết cụ thể trong EVFTA.

Trong khuôn khổ Hiệp định EVFTA, các cam kết của Việt Nam đối với lĩnh vực thông tin và truyền thông bao gồm:

(i) Cam kết đối với dịch vụ bưu chính:

Việt Nam cam kết không hạn chế dịch vụ chuyển phát, ngoại trừ các dịch vụ công ích và dịch vụ dành riêng. Việc cung cấp dịch vụ qua biên giới có thể được thực hiện thông qua liên kết với một nhà cung cấp dịch vụ trong nước đối với các khâu thu gom và chuyển phát. Với các dịch vụ được cung cấp cạnh tranh trên thị trường, dịch vụ và nhà cung cấp dịch vụ của EU sẽ được dành đối xử không kém thuận lợi hơn đối xử dành cho Tổng công ty Bưu chính Việt Nam cũng như các công ty thành viên.

(ii) Cam kết đối với dịch vụ viễn thông:

Đối với việc cung cấp dịch vụ qua biên giới, Việt Nam quy định:

- Dịch vụ hữu tuyến và đi động mặt đất phải được cung cấp thông qua thỏa thuận thương mại với pháp nhân được thành lập tại Việt Nam và được cấp phép cung cấp dịch vụ viễn thông quốc tế
- Dịch vụ viễn thông vệ tinh phải được cung cấp thông qua thỏa thuận thương mại với nhà cung cấp dịch vụ viễn thông vệ tinh quốc tế Việt Nam được cấp phép, trừ trường hợp dịch vụ viễn thông vệ tinh cung cấp cho:
 - Các khách hàng kinh doanh ngoài biển, các cơ quan chính phủ, các nhà cung cấp dịch vụ có hạ tầng mạng, các đài phát thanh và truyền hình, các văn phòng đại diện chính thức của các tổ chức quốc tế, các cơ quan đại diện ngoại giao và lãnh sự, các khu phát triển phần mềm và khu công nghệ cao đã được cấp phép sử dụng trạm vệ tinh mặt đất;
 - Các công ty đa quốc gia đã được cấp phép sử dụng trạm vệ tinh mặt đất.

Đối với việc thành lập hiện diện thương mại, Việt Nam cam kết:

- Dịch vụ viễn thông cơ bản không có hạ tầng mạng: cho phép liên doanh trong đó mức vốn góp của nước ngoài không quá 65% vốn pháp định ngay khi Hiệp định có hiệu lực và không quá 75% sau 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực.
- Dịch vụ viễn thông cơ bản có hạ tầng mạng: cho phép liên doanh với nhà cung cấp dịch vụ viễn thông được cấp phép tại Việt Nam trong đó vốn góp nước ngoài không quá 49% vốn pháp định
- Dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng không có hạ tầng mạng: cho phép liên doanh trong đó mức vốn góp của nước ngoài không quá 65% vốn pháp định ngay khi

Hiệp định có hiệu lực và cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài sau 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực.

- Dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng có hạ tầng mạng: cho phép liên doanh với nhà cung cấp dịch vụ viễn thông được cấp phép tại Việt Nam trong đó vốn góp nước ngoài không quá 50% vốn pháp định ngay khi Hiệp định có hiệu lực và không quá 65% sau 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực.

Cũng liên quan đến lĩnh vực thông tin truyền thông, phía EU cam kết không hạn chế đối với dịch vụ bưu chính và EU cũng cam kết không hạn chế đối với tất cả các dịch vụ viễn thông bao gồm hoạt động truyền tải và thu nhận sóng qua bất kỳ phương tiện điện từ nào, ngoại trừ dịch vụ phát thanh.

Bảng 7: Các cam kết về dịch vụ thông tin trong các FTAs

Dịch vụ	WTO	EVFTA	Đánh giá
Dịch vụ bưu chính thư (CPC 7511)	Không cam kết mở cửa lĩnh vực này	Không hạn chế	Việt nam không cam kết mở cửa lĩnh vực CPC 7511 trong WTO nhưng lại mở hoàn toàn trong TPP và EVFTA
Các dịch vụ chuyển phát (CPC 7512**)	Cam kết với : - Dịch vụ chuyển phát nhanh; - xử lý các vật phẩm không ghi người nhận Mode 3: không hạn chế, ngoại trừ tỷ lệ vốn góp của phía nước ngoài trong liên doanh bị hạn chế ở mức 51% trong vòng 5 năm khi gia nhập, và cho phép thành lập công ty 100% vốn nước ngoài sau 5 năm gia nhập.		Việt Nam mở cửa hạn chế lĩnh vực CPC 7512 (bưu chính gói, kiện hàng hóa) với nhiều điều kiện liên quan tới từng loại hoạt động, đối tượng bưu gửi riêng trong WTO. Việt Nam cam kết mở hoàn toàn lĩnh vực này trong TPP và EVFTA
Dịch vụ viễn thông (CPC 7521**, CPC 7523**, CPC 7529**)	- Các dịch vụ không có hạ tầng mạng: Nhà cung cấp không có hạ tầng mạng được phép sở hữu các trang thiết bị viễn thông trong phạm vi trụ sở hoạt động của mình và tại các điểm cung cấp	- Các dịch vụ không có hạ tầng mạng: + Dịch vụ cơ bản: cho phép liên doanh trong đó mức vốn góp của nước ngoài không quá 65% vốn pháp định ngay khi Hiệp định có hiệu lực và không quá	Việt Nam cam kết mở cửa gần tương tự nhau trong WTO, TPP và EVFTA. Khác biệt chủ yếu là ở tỷ lệ vốn nước ngoài tối đa được phép trong liên doanh. Tuy nhiên, mức mở cửa dè dặt và có nhiều điều kiện

Dịch vụ	WTO	EVFTA	Đánh giá
	dịch vụ công cộng được cho phép Về cơ bản không hạn chế, ngoại trừ ngay sau khi gia nhập cho phép liên doanh với các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông được cấp phép tại Việt nam. Phần vốn góp của phía nước ngoài trong liên doanh không vượt quá 51% vốn pháp định liên doanh. Sau 3 năm gia nhập, cho phép liên doanh và tự chọn đối tác.	75% sau 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực. + Dịch vụ GTGT: cho phép liên doanh trong đó mức vốn góp của nước ngoài không quá 65% vốn pháp định ngay khi Hiệp định có hiệu lực và cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài sau 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực. - Các dịch vụ có hạ tầng mạng: + Dịch vụ cơ bản: cho phép liên doanh với nhà cung cấp dịch vụ viễn thông được cấp phép tại Việt nam trong đó vốn góp nước ngoài không quá 49% vốn pháp định + Dịch vụ GTGT: cho phép liên doanh với nhà cung cấp dịch vụ viễn thông được cấp phép tại Việt Nam trong đó vốn góp nước ngoài không quá 50% vốn pháp định ngay khi Hiệp định có hiệu lực và không quá 65% sau 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực	

5.2. Các cơ hội đối với doanh nghiệp Việt Nam từ Hiệp định EU-VFTA

Thứ nhất là cơ hội để tiến hành đổi mới, thu hút vốn nước ngoài, đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng thông tin và truyền thông quốc gia, qua đó thúc đẩy phát triển kinh tế quốc dân. Bên cạnh đó, các hiệp định thương mại cam kết mở cửa thị trường, dần cho phép các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư đến 100% vốn. Một loạt các rào cản trong nước gần như được cam kết gỡ bỏ như: cho phép doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông nước ngoài được quyền tiếp cận và đặt trang thiết bị tại trạm cáp bờ cáp biển; được tiếp cận hạ tầng viễn thông thụ động, cột, cống bể cáp; được cung cấp dịch vụ thuê kênh, bán lại dịch vụ viễn thông, kết nối viễn thông, chuyển mạng giữ số thuê bao. Cơ sở hạ tầng thông tin và truyền thông quốc gia đòi hỏi vốn đầu tư lớn và có thời gian thu hồi vốn dài nên phát triển nhanh mạnh cơ sở hạ tầng thông tin truyền thông và thu hút đầu tư nước ngoài giúp nâng cao hiệu quả của cả nền kinh tế, sức cạnh tranh quốc gia, thu hẹp khoảng cách với các nước phát triển.

Thứ hai là tạo điều kiện thuận lợi để tiếp thu kinh nghiệm quản lý tiên tiến, chuyển giao công nghệ hiện đại đáp ứng sự thay đổi rất nhanh của công nghệ cũng như môi trường kinh doanh. Theo các chuyên gia viễn thông, có 3 yếu tố tạo nên sự cạnh tranh của các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông là vùng phủ sóng, chất lượng dịch vụ và giá cước thấp. Tại thị trường viễn thông Việt Nam hiện nay, phương thức cạnh tranh được các DN sử dụng nhiều nhất vẫn là giảm giá cước nhằm kích thích nhu cầu sử dụng của khách hàng. Song, cũng theo nhận định của các chuyên gia viễn thông, đó cũng chỉ có thể là một biện pháp cạnh tranh trong một thời điểm nhất định. Còn về lâu dài, các DN sẽ phải cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ. Cho nên, với các DN viễn thông Việt Nam khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế thì cạnh tranh phải đi đôi với hợp tác, phải nhấn mạnh đến hợp tác thì mới bảo đảm hiệu quả.

Trong lịch sử phát triển, thị trường viễn thông Việt Nam đã chứng đón nhận 3 đối tác nước ngoài lớn gia nhập vào thị trường di động: SK Telecom, Hutchison và Vimpelcom. Hai cái tên đã chính thức ra đi, bỏ lại một doanh nghiệp viễn thông “chết lâm sàng” là Sfone và một cũng trong tình trạng “cầm cự” dù đã được bán tháo cho đối tác trong nước. Hutchison hiện vẫn kiên trì đầu tư cho mạng Vietnamobile và trong nhiều năm nay thị phần thuê bao di động vẫn khiêm tốn ở mức 3-4%.

Thứ ba là tạo động lực đổi mới tổ chức sản xuất, kinh doanh (SXKD) theo hướng nâng cao sức cạnh tranh, là cơ hội để các DN BCVT và CNTT Việt Nam mở rộng hoạt động ra thị trường quốc tế. Trên thị trường BCVT và CNTT hiện nay ở Việt Nam đã có sự cạnh tranh của nhiều DN trong nước tuy nhiên mức độ cạnh tranh còn thấp do hầu hết các DN hiện nay là các DN nhỏ và vừa. Việc thực thi EVFTA chắc chắn sẽ làm cho cạnh tranh trở nên khốc liệt hơn với sự tham gia của các tập đoàn, công ty lớn nước ngoài, nhất là khu vực EU. Đây cũng là nguồn động lực mới để các DN trong nước tiếp tục đẩy mạnh các biện pháp nâng cao hiệu quả SXKD nhằm đứng vững và phát triển.

Thị trường viễn thông hội nhập, DN viễn thông Việt Nam có thêm cơ hội tiếp cận các công nghệ tiên tiến và được thử sức trên đấu trường quốc tế, một sân chơi rộng và bình đẳng hơn. Điều này cũng đồng nghĩa với việc các DN cũng phải chịu thêm sức ép cạnh tranh khá lớn không chỉ giữa các DN viễn thông Việt Nam mà hơn nữa là với các tập đoàn viễn thông lớn trên thế giới.

Việc Việt Nam gia nhập WTO và tham gia các Hiệp định FTAs thế hệ mới, trong đó có EVFTA sẽ thúc đẩy thị trường viễn thông phát triển theo hướng có lợi cho cả DN và khách hàng. Tuy nhiên, đây cũng là thách thức lớn cho các nhà cung cấp dịch vụ, đòi hỏi họ phải có sự chuẩn bị kỹ trước khi tiến hành hội nhập. Để cạnh tranh với các DN nước ngoài, DN Việt Nam cần khẳng định vị thế của mình bằng việc tích lũy vốn, nắm được công nghệ hiện đại, kinh nghiệm khai thác, chất lượng dịch vụ tốt và đặc biệt là phải có khách hàng.

Thứ tư, nâng cao hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước. Thực tế cho thấy tác động của sự thay đổi nhanh chóng về công nghệ, cũng như những biến động theo chiều hướng toàn cầu hoá của thị trường BCVT và CNTT đã có những tác động tích cực trong việc đổi mới tổ chức và hoạt động của bộ máy quản lý nhà nước trong lĩnh vực này.

Thứ năm, cơ hội tốt để đào tạo nguồn nhân lực, tăng cường các quan hệ đầu tư, thương mại với các nước, nhất là các nước công nghiệp phát triển.

Thứ sáu, người tiêu dùng Việt Nam có thêm cơ hội hưởng thụ các thành tựu phát triển BCVT và CNTT. Cạnh tranh nếu được quản lý tốt, người tiêu dùng Việt Nam sẽ được hưởng lợi từ những sản phẩm, dịch vụ giá rẻ và chất lượng cao. Thị trường Việt Nam không phải là một miền đất hứa đối với các đối tác nước ngoài tới để xây dựng một mạng di động thực sự, với hạ tầng riêng, song có thể sẽ là mảnh đất màu mỡ cho các doanh nghiệp kinh doanh kiểu MVNO (đi thuê hạ tầng mạng, chỉ kinh doanh dịch vụ). Việc Việt Nam chính thức cho phép người dùng trong nước chuyển mạng giữ số vào năm 2016 sẽ là cơ hội lớn cho các nhà cung cấp dịch vụ kiểu này. Kinh nghiệm về kinh doanh dịch vụ, chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp sẽ là thế mạnh cạnh tranh.

5.3. Những thách thức đối với dịch vụ thông tin truyền thông

Trước hết, năng lực cạnh tranh của các DN trong nước còn yếu. Điều này thể hiện rất rõ qua yếu tố về vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý kinh doanh, trình độ đội ngũ cán bộ và năng suất lao động thấp. Việc mở cửa thị trường cũng đồng nghĩa với việc các DN Việt Nam phải cạnh tranh với DN của các nước công nghiệp phát triển có nhiều tiềm lực và kinh nghiệm cạnh tranh quốc tế cùng hệ thống pháp luật chặt chẽ để hỗ trợ và bảo vệ quyền lợi của các DN của họ đầu tư ra nước ngoài.

Thị trường bưu chính viễn thông và công nghệ thông tin trong tương lai có thể sẽ bị chia sẻ đáng kể khi các tập đoàn lớn nước ngoài xâm nhập vào thị trường Việt Nam. Mặt khác nếu không có chính sách quản lý phù hợp sẽ dễ dẫn đến việc phát triển

mất cân đối do các công ty nước ngoài sẽ tập trung đầu tư vào những lĩnh vực có lợi nhuận cao, như khu vực thành thị, khu công nghiệp, trong khi vùng nông thôn và đặc biệt là vùng sâu, vùng xa lại không có ai làm.

Cơ chế đào tạo, tuyển dụng, đãi ngộ hiện nay không khuyến khích và khó có thể có và duy trì được đội ngũ cán bộ có đủ năng lực đối với doanh nghiệp trong nước để cạnh tranh với các DN nước ngoài. Việc duy trì và phát triển các nhân tố ưu việt của xã hội nước ta; việc cân bằng ba lợi ích Nhà nước - DN - Người tiêu dùng trong môi trường cạnh tranh, có sự tham gia của yếu tố nước ngoài là vấn đề rất mới và nhiều khó khăn cho việc hài hòa giữa các mục tiêu kinh tế và xã hội, giữa kinh doanh và công ích, giữa phát triển và an toàn an ninh.

Có thể nói việc điều chỉnh môi trường pháp lý vừa đảm bảo được các tiêu chí phát triển của nhà nước ta vừa phù hợp với yêu cầu của quốc tế là quá trình đòi hỏi mất nhiều thời gian thực hiện nhưng thực tế hiện nay lại là vấn đề hết sức cấp bách. Các quy định trong văn bản phụ lục tham chiếu về dịch vụ thông tin truyền thông trong các Hiệp định FTAs gần đây như vấn đề bảo vệ cạnh tranh, minh bạch, kết nối, cấp phép, dịch vụ phổ cập, sự độc lập của cơ quan quản lý nhà nước. là những vấn đề mới và phức tạp đối với cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Hội nhập kinh tế quốc tế có những ảnh hưởng sâu sắc và toàn diện đến sự phát triển của ngành thông tin truyền thông Việt Nam. Một chính sách và lộ trình hội nhập hợp lý là tiền đề vô cùng quan trọng để tận dụng được những lợi thế, giảm thiểu được những tác động tiêu cực của quá trình này và tạo điều kiện cho hội nhập gắn liền với việc phát triển bền vững. Đối với cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, một trong những thách thức về mặt chính sách bao gồm chưa thể hiện rõ sự hỗ trợ cạnh tranh trong nước với nước ngoài; bản thân trong nội bộ ngành cũng có sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nước; hay những vấn đề liên quan đến bảo mật và bảo vệ dữ liệu, những thách thức trong các quy định ban hành trong thời gian gần đây (Nghị định 72, Dự thảo Luật An toàn Thông tin, Dự thảo Nghị định về Công nghệ thông tin)

Hộp 1: Đổi mới/cải cách trong quá trình hội nhập của một số DN trong ngành

Tiến hành thực hiện cải cách hành chính và thay đổi cơ cấu tổ chức cho phù hợp với môi trường mở cửa, cạnh tranh; hay có kế hoạch đào tạo và tái đào tạo để nâng cao năng lực trình độ của đội ngũ cán bộ, nâng cao chất lượng kinh doanh và phục vụ, đó cũng là những việc phải làm và phải làm ngay của DN viễn thông Việt Nam. Theo Báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền Thông, hiện nay, các DN viễn thông Việt Nam đã và đang liên tục có những đầu tư hợp lý cho sự phát triển của mình.

- Đổi mới tổ chức mô hình sản xuất kinh doanh của Tổng công ty Bưu chính Viễn thông VN (VNPT) tiến tới thành lập tập đoàn kinh tế Nhà nước đầu tiên của Việt Nam. VNPT đã và đang thực hiện phương án bóc tách và hạch toán riêng, rõ hai lĩnh vực bưu chính và viễn thông. Sau khi bóc tách, Bưu chính đang phát triển tốt và tiến tới tự đứng vững. Viễn thông có điều kiện nâng cao năng suất lao

động, hạ giá thành, phát triển nhanh, đủ sức cạnh tranh với các công ty đa quốc gia và tập đoàn nước ngoài tại thị trường trong nước và tiến tới vươn ra nước ngoài ở các bước tiếp theo của lộ trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Bên cạnh đó, hiện, VNPT cũng đang gấp rút chuẩn bị mọi điều kiện cần thiết để nhanh chóng cổ phần hóa 2 công ty cung cấp dịch vụ điện thoại di động VinaPhone và MobiFone.

- Saigon Postel đã quyết định đầu tư 40 triệu USD vào việc mở rộng vùng phủ sóng và phát triển thêm 0,5 triệu thuê bao trong năm 2005. Viettel cũng đầu tư khoảng 50 triệu USD để xây dựng mạng lưới phục vụ 1,1 triệu thuê bao mới sẽ phát triển trong năm 2005.
- Theo dự kiến, năm 2005, VP Telecom sẽ mở rộng việc thử nghiệm dịch vụ điện thoại công nghệ CDMA ra 64/64 tỉnh, thành. Cùng với các dịch vụ trên, VP Telecom cũng đang thử nghiệm dịch vụ truy nhập Internet tốc độ cao qua đường điện. Mục tiêu của VP Telecom là chỉ riêng trong năm nay sẽ phát triển được 2 triệu thuê bao với mức đầu tư là 3000 tỷ đồng...
- Vishipel trong năm 2005 đặt ra mục tiêu cụ thể là tiếp tục triển khai cung cấp các dịch vụ truyền thống như dịch vụ Thông tin duyên hải, Inmarsat...; đồng thời, tiếp tục đẩy mạnh công tác phát triển mạng và cung cấp dịch vụ VoIP 175, tiến hành cung cấp dịch vụ Internet và các dịch vụ khác theo giấy phép của Bộ BCVT. Năm 2005, Vishipel sẽ phấn đấu duy trì là một trong 5 nhà cung cấp dịch vụ viễn thông hàng đầu của Việt Nam.
- Hanoi Telecom cũng đã chọn hướng liên kết với nhà đầu tư đến từ Hàn Quốc là Hutchison Telecommunication, với vốn đầu tư 655,9 triệu USD cho mạng CDMA 3G và mục tiêu là chiếm khoảng 20% thị phần dịch vụ thông tin di động.

Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông (2015)

6. Một số định hướng chính sách đối với doanh nghiệp trong ngành dịch vụ thông tin truyền thông

6.1. Định hướng chung:

- tăng cường và chủ động tiếp cận thông tin; tích cực tham gia vào tham vấn (xây dựng chính sách hay đàm phán các hiệp định thương mại,...);
- Chú trọng tới phát triển thị trường trong nước (chính sách tiếp cận thị trường, chính sách về giá,...)
- cải thiện và nâng cao năng lực cạnh tranh (cấp quốc gia, cấp ngành, cấp doanh nghiệp)
- Các đề xuất/định hướng khác

Commented [e2]: What is this?

6.2. Định hướng đối với SMEs

- Với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là khi Việt Nam tham gia các FTAs thế hệ mới thì một trong những yêu cầu quan trọng đối với các

DN trong ngành thông tin truyền thông là phải hiểu biết về thị trường quốc tế, nhất là những các quy định, luật lệ quốc tế về XNK; quy định liên quan đến sản phẩm và dịch vụ bưu chính viễn thông để từ đó đẩy mạnh xúc tiến thương mại, khuyến khích sản phẩm, dịch vụ và tìm kiếm đối tác. Cần chủ động tìm hiểu và tích cực tham gia vào các chương trình/sáng kiến hội nhập.

- Để có thể giành được vị thế trong cạnh tranh, các DN cần nhanh chóng nắm bắt các nội dung cơ bản của các hiệp định thương mại quốc tế, đặc biệt là Hiệp định EVFTA, đồng thời thu thập đầy đủ các thông tin về thị trường liên quan; Chuẩn bị tốt tiềm lực để có thể thích ứng được nhu cầu đầu tư vào thị trường Việt Nam của hàng loạt các công ty nước ngoài. Tranh thủ tận dụng các cơ chế hợp tác trong Hiệp EVFTA (Chương Hợp tác)
- Cùng với đó, các DN viễn thông Việt Nam phải tự chuẩn hoá mạng lưới theo một chiến lược dài hạn, có một chiến lược cạnh tranh hợp lý, nâng cao hiệu quả của đồng vốn, tận dụng được thế mạnh, tăng cường đầu tư nghiên cứu công nghệ để phát triển thêm nhiều dịch vụ mới.
- Các doanh nghiệp viễn thông cũng cần thúc đẩy liên kết nội ngành nhằm tăng khả năng cạnh tranh, thường xuyên có sự trao đổi, phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp Nhà nước chủ đạo để bảo đảm cùng nhau phát triển trên cơ sở bình đẳng, khai thác có hiệu quả cơ sở hạ tầng chung của đất nước, bảo đảm nâng cao năng lực cạnh tranh của mỗi DN cũng như của toàn Ngành.

7. Nguồn số liệu, thông tin và trang web hiện có liên quan đến dịch vụ thông tin truyền thông

- i. <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>
- ii. <http://www.mic.gov.vn>
- iii. Sách trắng hàng năm về công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam (Bộ Thông tin và Truyền thông)
- iv. Vietnam ICT Index (Bộ Thông tin và Truyền thông)
- v. Điều tra Doanh nghiệp hàng năm
- vi. Tổng cục thống kê

OUTLINE FOR OPERATIONS RESEARCH EU-38

COMMUNICATION SERVICES

1. Introduction of a free trade agreement the EU-Vietnam (EU-VFTA)

2. Key issues in EU-VFFTA

3. General Overview of industry communication services:

Asian. Current status and characteristics of the services sector communications

i. Scope of the study: focus on communication services (excluding hardware manufacturer)

ii. The structure of the sector in the economy

iii. The framework of regulations, planning, strategies, programs and plans for the development of communication services

iv. The contribution to GDP

v. Businesses and jobs in the service sector communications

b. Commercial communication services:

i. The sub-sector communication services

ii. Commercial communication services in Vietnam

iii. Export of communication services: Export market share (world, EU, and other key stakeholders); focused on analyzing the mode of service delivery sectors

iv. Imports of communication services: the main import market share (world, EU and key partners, ..); import structure analysis

C. The competitiveness of the services sector communications

i. Industrial infrastructure of the communications sector

- The industry with rapid growth, the market is relatively competitive enterprises
- Requires large investment (capital and fixed assets)
- The presence of the EU partners in the industry (VNSAT1, VNSAT2, ...); long-term cooperation (in association with development mechanism)

ii. Some of the strengths of the service sector communications

iii. Some weaknesses of the service sector communications

4. The opportunity to gain from participation in the Free Trade Agreement EU-Vietnam for businesses

Asian. The telecom's commitment to Vietnam in a number of trade agreements and specific commitments in the EU-VFTA.

b. Competitive pressures in terms of scale, subsidies, marketing and distribution

C. The issues related to intellectual property, labor regulation, transparency of information, ...)

5. Domestic Opportunities: EU-VFTA Agreement provides opportunities for businesses in Vietnam?

(This section may be 1-2-depth analysis case studies on specific cooperation opportunities (integration) of Vietnamese enterprises)

Asian. The role of communication services in strategy development services; Planning, planning, strategy development

b. Policies to encourage investment, protection of domestic production

C. The commitments related to rules of origin, intellectual property, labor regulations (note that labor mobility within the Group), transparency of information

6. Policies and institutions for communications services in Vietnam

Asian. The challenge for policy: no support competition in foreign countries; within the sector itself is also competition among domestic enterprises (note section labor mobility within the Group)

b. The issues related to privacy and data protection

C. The incentives, the challenge for businesses from the analysis of a number of regulations issued in recent times (Decree 72, the Draft Law on Information Security, the draft Decree on Information Technology)

d. These changes can have on policy in the context of EU-VFTA enforcement

7. A number of policy directions for businesses in the service sector communications

Asian. General orientation:

i. and actively enhance access to information; actively participate in consultations (policy development or negotiation of trade agreements, ...);

ii. Focused on developing the domestic market (market access policy, tariff policy, ...)

iii. improve and enhance competitiveness (national, sectoral, enterprise level)

iv. Proposals / other direction

b. Orientation for SMEs

- i. Actively explore and engage in the area of program / integration initiatives
- ii. Enlist leverage mechanisms in EU-VFTA Agreement (cooperation programs)
- iii. Promote intra-industry links in order to increase competitiveness

8. Source of data, information and sites related to existing communication services

- i. <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>
 - ii. [http: // www. mic.gov.vn](http://www.mic.gov.vn)
 - iii. Annual white paper on information and communications technology Vietnam (Ministry of Information and Communications)
 - iv. Vietnam ICT Index (Ministry of Information and Communications)
 - v. Annual Enterprise Survey
- for. GSO