

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

NGUYỄN THỊ HẢI

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC
VỀ THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG Ở VIỆT NAM**

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

HÀ NỘI - NĂM 2015

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

NGUYỄN THỊ HẢI

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC
VỀ THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG Ở VIỆT NAM**

**CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ
MÃ SỐ: 60 34 04 10**

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

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TS. PHÙNG MẠNH HÙNG

XÁC NHẬN CỦA GVHD

XÁC NHẬN CỦA CHỦ TỊCH HĐ

TS. PHÙNG MẠNH HÙNG

GS.TS. PHAN HUY ĐƯỜNG

HÀ NỘI - NĂM 2015

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU VIẾT TẮT	i
PHẦN MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QLNN ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG Ở VIỆT NAM	5
1.1. Tình hình nghiên cứu	5
1.2 Dự kiến những đóng góp mới của luận văn	7
1.3. Một số vấn đề lý luận và thực tiễn trong quản lí nhà nước về thị trường viễn thông ở việt nam.....	7
1.3.1. Khái niệm và đặc điểm dịch vụ viễn thông.....	7
1.3.2. Vai trò của ngành viễn thông trong nền kinh tế hiện đại	13
1.4. Quản lí nhà nước đối với thị trường viễn thông.....	16
1.4.1. Đặc điểm thị trường dịch vụ viễn thông	16
1.4.2. Nội dung quản lí nhà nước đối với thị trường viễn thông Việt Nam.....	18
1.5. quản lí thị trường dịch vụ viễn thông ở một số quốc gia trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho việt nam	26
1.5.1. Quản lí thị trường viễn thông ở một số quốc gia Châu Á.....	26
1.5.2. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.....	33
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	35
2.1. Phương pháp luận.....	35
2.2. Phương pháp nghiên cứu cụ thể	35
2.2.1 Sử dụng phương pháp thống kê mô tả	35
2.2.2 sử dụng phương pháp so sánh và phân tích tỷ lệ.....	35
2.2.3. Sử dụng phương pháp phân tích.	35
2.3. Địa điểm và thời gian nghiên cứu.	36
2.4. Các bước thực hiện và thu thập số liệu.	36

Chương 3: THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM.....	38
3.1. LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM.....	38
3.2. THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ VIỄN THÔNG NHỮNG NĂM QUA.....	40
3.2.1. Thiết lập khuôn khổ pháp luật cho thị trường dịch vụ viễn thông.....	40
3.2.2. Tạo lập môi trường thuận lợi cho sản xuất - kinh doanh.....	43
3.2.3. Đảm bảo kết cấu hạ tầng dịch vụ viễn thông.....	46
3.2.4. Hỗ trợ phát triển.....	47
3.2.5. Kiểm tra, giám sát hoạt động của các doanh nghiệp.....	50
3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM.....	52
3.3.1. Những khía cạnh tích cực.....	52
3.3.2. Những hạn chế và yếu kém.....	57
3.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế, yếu kém trong quản lý nhà nước đối với thị trường viễn thông Việt Nam.....	67
CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM.....	71
4.1 Xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển thị trường.....	71
4.2. Tổ chức các hoạt động kinh tế.....	72
4.3. Tạo môi trường thuận lợi để các thành phần kinh tế tự do hoạt động.....	76
4.4. Điều tiết các quá trình phát triển thị trường.....	80
4.5. Thực hiện kiểm tra, kiểm soát các hoạt động thị trường.....	82
KẾT LUẬN.....	85
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	87

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU VIẾT TẮT

STT	Ký hiệu	Nguyên nghĩa
1	3G	Công nghệ truyền thông thế hệ thứ ba
2	EU	Liên minh Châu Âu
3	GDP	Tổng sản phẩm quốc hội
4	IP	Giao thức internet
5	QLNN	Quản lý nhà nước
6	USD	Đô la Mỹ
7	VoIP	Phương thức truyền tải giọng nói qua giao thức internet
8	WTO	Thương mại thế giới

PHẦN MỞ ĐẦU

1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Trong những năm qua, ngành bưu chính, viễn thông đã liên tục phát triển, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, ngành công nghệ cao đóng vai trò động lực cho việc thúc đẩy các ngành khác. Doanh thu của các doanh nghiệp viễn thông từ năm 2010 trở lại đây liên tục tăng cao, thậm chí các doanh nghiệp lớn như Tổng công ty viễn thông Quân đội Viettel, Tập đoàn VNPT đạt mức doanh thu năm sau cao gấp đôi so với năm trước, đóng góp phần không nhỏ vào ngân sách nhà nước.

Việt Nam đang gia nhập vào quá trình toàn cầu hoá. Và viễn thông là yếu tố quan trọng góp phần mở rộng mạng lưới liên kết giữa các quốc gia trên thế giới. Với đặc điểm là kết tinh tri thức cao của con người, công nghệ viễn thông biến đổi rất nhanh, các sản phẩm, dịch vụ mới xuất hiện thường xuyên, liên tục. Chính sự đa dạng này đã tạo ra nhiều khó khăn cho quản lý nhà nước (QLNN), đòi hỏi những người trong cơ quan quản lý phải có hiểu biết về chuyên ngành viễn thông và công nghệ thông tin.

Quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam diễn ra muộn. Xét về hạ tầng kỹ thuật, nước ta vẫn phát triển sau các nước tiên tiến. Và thực tế Việt Nam đã trở thành bãi rác thải công nghệ của nhiều nước. Phần lớn hạ tầng mạng viễn thông của Việt Nam được phát triển dựa trên công nghệ cũ. Vì vậy, các doanh nghiệp viễn thông gặp nhiều khó khăn khi muốn triển khai những dịch vụ gia tăng tiện ích cho khách hàng. Ngoài hạn chế đó, thị trường dịch vụ viễn thông còn đang diễn ra tình trạng cạnh tranh không lành mạnh. Các doanh nghiệp đua nhau khuyến mãi, giảm giá, mà không quan tâm đến chất lượng hạ tầng mạng. Đó là một trong số những bất ổn của thị trường dịch vụ. Trước thực trạng trên, QLNN đối với thị trường còn nhiều lúng túng. Các cơ quan quản lý đưa ra những ý kiến trái ngược nhau trong việc xác định xem doanh nghiệp có bán phá giá hay không, hay có hiện tượng ngăn chặn kết nối giữa các mạng

không... Do kinh nghiệm quản lý một thị trường phức tạp như viễn thông còn hạn chế, nên QLNN gặp phải rất nhiều khó khăn. Và với một thị trường trong giai đoạn phát triển nhanh chóng như Việt Nam thì càng đòi hỏi phải có các giải pháp giúp cơ quan QLNN kiểm soát và thúc đẩy thị trường phát triển tốt hơn.

Kinh nghiệm kinh doanh quốc tế của các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam chưa nhiều. Bên cạnh đó, cơ chế quản lý tập trung trước đây đã kìm hãm sự phát triển của tất cả các ngành kinh tế, trong đó có viễn thông. Nhờ quá trình Đổi mới hơn 20 năm qua, ngành đã có cơ hội để tiếp cận với khoa học công nghệ hiện đại. Tuy nhiên, công nghệ của chúng ta vẫn đi sau các nước. Các tập đoàn viễn thông lớn trên thế giới có tiềm lực về vốn, khoa học công nghệ, nguồn nhân lực trình độ cao. Vì vậy, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam thua kém các tập đoàn trên thế giới. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế bắt buộc nước ta phải mở cửa nhiều thị trường, trong đó có thị trường dịch vụ viễn thông. Trong Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ, hay trong các cam kết gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), viễn thông luôn là lĩnh vực được đàm phán căng thẳng. Với quy luật thị trường “Cá lớn nuốt cá bé” như hiện nay, thì các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam đang có nguy cơ thua ngay tại thị trường trong nước.

Từ trước đến nay, đã có nhiều bài viết, công trình nghiên cứu về thị trường dịch vụ viễn thông Việt Nam. Tuy nhiên, phần lớn các bài viết đó chưa nghiên cứu sâu khía cạnh QLNN. Những lý do trên là cơ sở để tôi lựa chọn đề tài “Quản lý nhà nước đối với thị trường dịch vụ viễn thông Việt Nam” làm

Luận văn tốt nghiệp của mình.

2. MỤC ĐÍCH VÀ NHIỆM VỤ NGHIÊN CỨU

- Mục đích nghiên cứu: Đánh giá thực trạng quản lý của nhà nước với thị trường dịch vụ viễn thông những năm qua và đưa ra các giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý của nhà nước với thị trường dịch vụ viễn thông.

- Nhiệm vụ nghiên cứu:

+ Hệ thống hoá các vấn đề lý luận về QLNN đối với thị trường viễn thông.

+ Nghiên cứu thực trạng thị trường dịch vụ viễn thông ở một số quốc gia trên thế giới, để từ đó rút ra bài học cho Việt Nam.

+ Phân tích, đánh giá những thành công và những vấn đề còn tồn tại của QLNN.

+ Tìm ra nguyên nhân của các vấn đề còn tồn tại đó.

+ Đề xuất các quan điểm định hướng, giải pháp cơ bản nhằm nâng cao hiệu quả QLNN đối với thị trường này.

3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

- Đối tượng nghiên cứu: Quản lý nhà nước đối với thị trường dịch vụ viễn thông Việt Nam.

- Phạm vi nghiên cứu: Chỉ giới hạn các dịch vụ viễn thông trong đất liền hiện nay ở Việt Nam (không xét viễn thông hàng hải); Về thời gian: từ khi Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông được ban hành (năm 2002) cho tới nay.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Luận văn sử dụng các phương pháp luận: duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, kết hợp với phương pháp nghiên cứu trừu tượng hoá khoa học nhằm khái quát hoá các nội dung, vấn đề cơ bản. Ngoài ra, còn có các phương pháp nghiên cứu cụ thể khác: phân tích và tổng hợp, thống kê, xử lý số liệu, dự báo theo xu thế... được vận dụng linh hoạt cho phù

hợp với định hướng nghiên cứu

5. BỐ CỤC CỦA LUẬN VĂN

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn gồm 4 chương:

- *Chương 1. Tổng quan tình hình nghiên cứu, cơ sở lý luận và thực tiễn về quản lý nhà nước đối với thị trường dịch vụ viễn thông ở Việt nam*

- *Chương 2. Phương pháp nghiên cứu*
- *Chương 3. Thực trạng quản lý nhà nước về thị trường viễn thông ở Việt Nam.*
- *Chương 4. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về thị trường viễn thông ở Việt Nam*

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QLNN ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG Ở VIỆT NAM

1.1. Tình hình nghiên cứu

Thị trường dịch vụ viễn thông là một vấn đề được bàn thảo nhiều trên báo chí. Tuy nhiên chưa có nhiều công trình nghiên cứu đầy đủ về QLNN đối với thị trường này ở Việt Nam. Một số công trình nghiên cứu liên quan có thể kể ra ở đây là:

- Vũ Đức Đàm (1996), Phát triển viễn thông trong nền kinh tế hiện đại, Nxb Khoa học Xã hội, Hà Nội.

- Phạm Thị Hương Duyên (2000), Một số vấn đề về đầu tư phát triển ngành Bưu chính - Viễn thông Việt Nam trong giai đoạn hiện nay, Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội.

- Đỗ Doãn Quý (2004), Chính sách hội nhập quốc tế trong lĩnh vực Bưu chính - Viễn thông của Việt Nam, Đại học Quốc gia Hà Nội.

- Cơ quan Phát triển quốc tế Hoa Kỳ (2005), Nghiên cứu về cạnh tranh ngành Viễn thông Việt Nam, báo cáo Nghiên cứu chính sách - VNCI.

- Lê Bửu Trân (2005), Báo cáo Phát triển thị trường dịch vụ viễn thông Việt Nam, TP. Hồ Chí Minh.

- Lê Thanh Dũng (2005), Các dịch vụ viễn thông của Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Nxb Bưu điện, Hà Nội.

- Nguyễn Thành Phúc (2006), Viễn thông và Internet Việt Nam hướng tới năm 2010, Báo Bưu điện Việt Nam.

- Phan Thị Minh Huệ (2007), Nâng cao năng lực cạnh tranh của Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam khi gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới WTO, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

- Trần Đăng Khoa (2009), Phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020, Luận án tiến sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

- Đoàn Phúc Thanh (2000), Nguyên lý quản lý kinh tế, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

- Lương Xuân Quỳ (2006), Quản lý nhà nước trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội....

Cơ sở lý luận về vai trò quản lý kinh tế của nhà nước đã được khá nhiều người nghiên cứu. Các công trình đã chỉ ra 3 nội dung của QLNN đối với một thị trường: Tạo lập môi trường pháp lý để điều tiết hoạt động của thị trường; Xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển thị trường; Ban hành chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển. Các chức năng QLNN được xem xét trên 2 phương diện. Với cách tiếp cận phương hướng tác động quản lý, gồm các chức năng: Tạo môi trường và điều kiện cho hoạt động sản xuất - kinh doanh; Dẫn dắt và hỗ trợ những nỗ lực phát triển thông qua kế hoạch và các chính sách kinh tế; Hoạch định và thực hiện các chính sách xã hội; Quản lý và kiểm soát việc sử dụng tài sản quốc gia. Theo phương diện giai đoạn tác động, QLNN có 6 chức năng: Xác định phương hướng, mục tiêu, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội; Lập chương trình, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội; Xây dựng và thực hiện pháp luật về quản lý; Tổ chức các hệ thống kinh tế trong nước hoạt động; Kiểm tra, kiểm soát nền kinh tế đảm bảo đúng định hướng phát triển; Điều chỉnh và tìm kiếm các biện pháp phát triển nền kinh tế, mở rộng và khai thông môi trường kinh tế đối ngoại.

Tuy nhiên việc xem xét nội dung QLNN trong lĩnh vực viễn thông thì chưa được nhiều người quan tâm. Với một thị trường đặc thù như viễn thông, vấn đề QLNN cần được nghiên cứu và làm rõ những đặc điểm riêng có.

Phần lớn các đề tài trên tập trung vào yếu tố cung trên thị trường, tức ngành viễn thông. Tình hình cạnh tranh giữa các doanh nghiệp được phân tích ở nhiều khía cạnh. Nhiều giải pháp nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của các doanh nghiệp và ngành đã được đưa ra. Một số vấn đề: cạnh tranh giữa các doanh nghiệp viễn thông, vốn đầu tư phát triển ngành,... được đề cập. Các đề tài đã gợi mở một số hướng phát triển của ngành, và hướng quản lý của nhà nước trong bối cảnh hội nhập. Tuy nhiên, đa phần các nghiên cứu đó đều chưa cụ thể, chưa hoàn chỉnh. Mặt khác, chưa tập trung vào vai trò QLNN - như một trong các yếu tố phát triển bền vững của thị trường.

1.2 Dự kiến những đóng góp mới của luận văn

- Đánh giá những thành công và hạn chế trong QLNN đối với thị trường dịch vụ viễn thông những năm qua. Các công trình trước đây cũng có nghiên cứu thực trạng QLNN, tuy nhiên ở dưới một số khía cạnh khác nhau, chưa toàn diện. Do vậy, luận văn này sẽ đánh giá thực trạng QLNN theo các tiêu chí chức năng quản lý kinh tế của nhà nước. Đây là phương pháp tiếp cận mới, phù hợp với xu thế hội nhập toàn cầu.

- Đưa ra một số giải pháp nhằm giải quyết những bất cập trong việc quản lý thị trường viễn thông của nhà nước. Những bất cập trên sẽ được luận văn giải quyết, dựa trên cơ sở lý luận và thực tiễn.

1.3. Một số vấn đề lí luận và thực tiễn trong quản lí nhà nước về thị trường viễn thông ở Việt Nam

1.3.1. Khái niệm và đặc điểm dịch vụ viễn thông

1.3.1.1 Khái niệm và phân loại

- *Dịch vụ* là một cụm từ không còn mới mẻ trên thế giới. Tuy nhiên, vẫn chưa có một cách hiểu thống nhất về khái niệm này. Về cơ bản, chúng ta có thể hiểu, dịch vụ là những thứ tương tự như hàng hoá, nhưng là phi vật chất.

Dịch vụ có các đặc tính sau:

- + Tính đồng thời: sản xuất và tiêu dùng dịch vụ xảy ra đồng thời;
- + Tính không thể tách rời: sản xuất và tiêu dùng dịch vụ không thể tách rời. Thiếu mặt này thì sẽ không có mặt kia;
- + Tính chất không đồng nhất: không có chất lượng đồng nhất;
- + Vô hình: không có hình hài rõ rệt. Không thể thấy trước khi tiêu dùng;
- + Không lưu trữ được: không lập kho để lưu trữ như hàng hóa được.

Theo Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông của Việt Nam ban hành năm 2002, *dịch vụ viễn thông được định nghĩa là dịch vụ truyền ký hiệu, tín hiệu, số liệu, chữ viết, âm thanh, hình ảnh hoặc các dạng khác của thông tin giữa các điểm kết cuối của mạng viễn thông*. Điểm kết cuối của mạng viễn thông là điểm đầu nối vật lý thuộc mạng viễn thông theo các tiêu chuẩn kỹ thuật để bảo đảm việc đầu nối thiết bị đầu cuối của người sử dụng dịch vụ vào mạng viễn thông.

Viễn thông là một trong những lĩnh vực có công nghệ biến đổi nhanh nhất trên thế giới. Hiện nay, công nghệ viễn thông phát triển theo hướng hội tụ công nghệ viễn thông, vô tuyến, cùng với sự xuất hiện của các công nghệ đa phương tiện. Vì vậy, cách phân loại dịch vụ viễn thông cần phải phù hợp với xu hướng trên. Trong quá trình đàm phán Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ, chúng ta đã xác định một cách phân loại dịch vụ viễn thông phù hợp với lộ trình mở cửa của ngành viễn thông Việt Nam, và thuận lợi cho sự quản lý của nhà nước. Cách phân loại dịch vụ viễn thông ở

Việt Nam hiện nay đã được ghi trong Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông năm 2002. Theo đó, dịch vụ viễn thông bao gồm:

Dịch vụ cơ bản: là dịch vụ truyền đưa tức thời dịch vụ viễn thông qua mạng viễn thông hoặc Internet mà không làm thay đổi loại hình hoặc nội dung thông tin;

Dịch vụ giá trị gia tăng: là dịch vụ làm tăng thêm giá trị thông tin của người sử dụng dịch vụ bằng cách hoàn thiện loại hình, nội dung thông tin hoặc cung cấp khả năng lưu trữ, khôi phục thông tin đó trên cơ sở sử dụng mạng viễn thông hoặc Internet;

Dịch vụ kết nối Internet: là dịch vụ cung cấp cho các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet khả năng kết nối với nhau và với Internet quốc tế;

Dịch vụ truy nhập Internet: là dịch vụ cung cấp cho người sử dụng khả năng truy nhập Internet;

Dịch vụ ứng dụng Internet trong bưu chính, viễn thông: là dịch vụ sử dụng Internet để cung cấp dịch vụ bưu chính, viễn thông cho người sử dụng. Danh mục cụ thể các dịch vụ viễn thông do Bộ Thông tin và Truyền thông - cơ quan QLNN về bưu chính, viễn thông quy định và công bố. Đối với các dịch vụ viễn thông cơ bản và giá trị gia tăng, Bộ phân loại như sau:

Các dịch vụ viễn thông cơ bản (bao gồm nhưng không giới hạn): Dịch vụ viễn thông trên mạng điện thoại công cộng/mạng số đa dịch vụ; dịch vụ viễn thông trên mạng thông tin di động mặt đất công cộng; dịch vụ viễn thông trên mạng thông tin di động vệ tinh công cộng; dịch vụ viễn thông trên mạng vô tuyến điện hàng hải công cộng; dịch vụ truyền số liệu công cộng; dịch vụ thuê kênh; dịch vụ telex và dịch vụ điện báo.

Các dịch vụ giá trị gia tăng (bao gồm nhưng không giới hạn): Dịch vụ thư điện tử; dịch vụ hộp thư thoại; dịch vụ truy nhập dữ liệu và thông tin trên mạng; dịch vụ trao đổi dữ liệu điện tử trên mạng; dịch vụ fax gia tăng giá trị bao gồm lưu trữ và gửi, lưu trữ và truy nhập; dịch vụ chuyển đổi mã và giao thức; dịch vụ xử lý dữ liệu và thông tin trên mạng.

1.3.1.2. Những đặc điểm cơ bản của dịch vụ viễn thông

- *Tính phi vật chất:* Dịch vụ viễn thông, cũng giống các dịch vụ khác, có tính phi vật chất. Để thực hiện được việc cung cấp dịch vụ cho khách hàng,

ngành viễn thông phải sử dụng các công cụ vật chất như: tổng đài, các thiết bị đầu cuối (điện thoại, máy fax...). Tuy nhiên, bản chất dịch vụ viễn thông thì không nhìn thấy được. Đó là sự truyền đi của các thông tin được mã hoá mà mắt người không thể nhìn thấy. Quá trình tiêu thụ dịch vụ viễn thông cũng gắn liền với quá trình sản xuất hoặc trùng với quá trình sản xuất. Ví dụ, khi hai người bắt đầu nói chuyện qua mạng điện thoại di động, thì cũng đồng thời với việc sản xuất ra dịch vụ viễn thông. Con người không nhìn thấy được thông tin được truyền đi trong quá trình đàm thoại. Và khi kết thúc đàm thoại, thì quá trình sản xuất ra dịch vụ viễn thông cũng chấm dứt. Thông tin không được tiếp tục truyền đi.

- *Vượt qua giới hạn về không gian và thời gian:* Với công nghệ viễn thông hiện nay, con người đã phóng được những vệ tinh viễn thông lên các quỹ đạo quanh trái đất. Các vệ tinh này có thể hoạt động 24/24 giờ. Vì vậy, bất cứ lúc nào, vệ tinh viễn thông cũng liên kết với các mạng lưới dưới mặt đất, bao phủ toàn cầu, ở mọi địa hình cao thấp khác nhau. Như vậy, giới hạn về không gian và thời gian cũng bị vượt qua.

- *Có sự kết tinh tri thức cao của con người:* Trong nền kinh tế hiện đại, ngành điện tử, viễn thông và công nghệ thông tin là biểu trưng cho tri thức của loài người. Hầu hết các doanh nghiệp đều rất coi trọng nguồn nhân lực trình độ cao. Các tập đoàn kinh tế thường đầu tư rất lớn vào khâu nghiên cứu và phát triển (R&D). Và những sản phẩm tri thức trong ngành viễn thông đều là kết quả của quá trình nghiên cứu, sáng tạo không ngừng của con người. Đội ngũ trí thức tạo ra những sản phẩm công nghệ mới, có giá trị cao. Do Luật Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ được thực thi ở nhiều nước phát triển nên khách hàng phải mua các tài sản tri thức, công nghệ viễn thông với giá rất cao.

Trong khi đó, chủ doanh nghiệp chỉ phải trả cho đội ngũ kỹ sư của họ một khoản tiền nhỏ hơn nhiều lần doanh thu. Vì vậy, khoản lợi nhuận doanh

nghiệp thu được khá lớn. Và kinh doanh công nghệ viễn thông là một lĩnh vực có khả năng sinh lợi cao.

- *Những tiến bộ công nghệ của ngành viễn thông diễn ra nhanh chóng:*
Sự phát triển của ngành viễn thông gắn liền với những tiến bộ khoa học – công nghệ. Nửa đầu thế kỷ XX, các dịch vụ viễn thông chỉ dừng lại ở việc truyền thông tin trong vùng phủ sóng hẹp, và hầu như chưa có các dịch vụ giá trị gia tăng. Vào nửa sau thế kỷ XX, thế giới được chứng kiến cuộc cách mạng khoa học - công nghệ hiện đại hướng tới nền kinh tế tri thức. Ngày nay, mỗi quốc gia, mỗi doanh nghiệp đều quan tâm đầu tư phát triển nguồn tài sản quý nhất, đó là con người. Đội ngũ nhân lực trình độ cao không ngừng sáng tạo ra những phương pháp, những thiết bị mới nhằm mở rộng vùng phủ sóng, cải thiện chất lượng tín hiệu, nâng cao tốc độ đường truyền thông tin, đa dạng hoá các tiện ích cho người sử dụng... Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, tin học, điện tử và tự động hoá đã góp phần rút ngắn chu kỳ đời sống của sản phẩm nói chung, và trong ngành viễn thông thì những tiến bộ kỹ thuật xuất hiện trong khoảng thời gian ngắn hơn nữa. Mỗi tháng, các tập đoàn viễn thông lớn trên thế giới đều giới thiệu với thị trường thêm nhiều sản phẩm mới: điện thoại, phần mềm tiện ích, thiết bị cải thiện tốc độ truyền tin, thiết bị bảo mật thông tin... Hiện nay, công nghệ thông tin và truyền thông tiếp tục phát triển theo hướng hội tụ. Trên thế giới, sự hội tụ (convergence) giữa viễn thông, máy tính (Internet) và phát thanh, truyền hình (broadcasting) đang diễn ra với tốc độ nhanh chóng. Trong viễn thông còn xảy ra sự hội tụ giữa cố định và di động, giữa thoại và dữ liệu. Hội tụ nói chung bao gồm hội tụ về mạng lưới hạ tầng (infrastructure) và hội tụ về dịch vụ (service). Trừ ớc đây, các mạng lưới khác nhau chuyên cung cấp các dịch vụ chuyên biệt khác nhau: mạng viễn thông cung cấp các dịch vụ viễn thông, mạng Internet cung cấp các dịch vụ liên quan đến kết nối các máy tính, mạng lưới truyền dẫn phát

sóng phát thanh truyền hình cung cấp các dịch vụ phát thanh truyền hình quảng bá. Bản thân mỗi dịch vụ này cũng có những đặc tính tương đối khác nhau, ví dụ dịch vụ viễn thông mang tính tương tác hai chiều, dịch vụ quảng bá mang tính chất một chiều. Tuy nhiên hiện nay, trên cùng một mạng có thể cung cấp các dịch vụ khác nhau 3 trong 1 và 4 trong 1 (triple play, quadruple play). Ví dụ điển hình là trên máy di động cầm tay có thể nhận được các chương trình truyền hình, có thể nghe đài, có thể truy nhập Internet và nói chuyện điện thoại, ngược lại trên mạng truyền hình cáp có thể cung cấp các dịch vụ viễn thông và Internet, còn trên mạng Internet có thể cung cấp dịch vụ phát thanh, truyền hình. Một thành tựu khác, công ty SK Telecom của Hàn Quốc đã giới thiệu với thị trường chiếc điện thoại di động sử dụng công nghệ hiện đại CDMA với các tiện ích như: rút tiền mặt từ máy rút tiền tự động (ATM), thanh toán tiền mua hàng hoá dịch vụ, định vị theo hệ thống định vị toàn cầu, xem truyền hình, nghe đài phát thanh, truy nhập Internet, quay phim, chụp ảnh... Chính khả năng tích hợp những công nghệ hiện đại, mũi nhọn trong các sản phẩm, dịch vụ viễn thông đã tạo ra sự biến đổi công nghệ nhanh chóng của ngành.

- Quá trình sản xuất kinh doanh viễn thông mang tính dây chuyền

Đặc điểm của ngành viễn thông là quá trình sản xuất của nó được phân bố trên khắp lãnh thổ đất nước, thậm chí ở tại nhiều quốc gia khác nhau chứ không kết thúc trong một doanh nghiệp, một công ty. Để cung cấp dịch vụ viễn thông cho khách hàng cần có sự phối hợp của nhiều đơn vị liên quan trong ngành viễn thông tham gia, mỗi đơn vị thực hiện một công việc nhất định trong quá trình truyền đưa tin tức hoặc là giai đoạn đi, hoặc giai đoạn đến, giai đoạn quá giang. Từng cơ quan riêng biệt nói chung không thể tạo ra sản phẩm hoàn chỉnh, cũng như hiệu quả có ích cho người sử dụng, nhưng nó thực hiện những công việc cần thiết để xử lý lưu lượng, phục vụ hệ thống

chuyển mạch và đường truyền dẫn, kết quả cuối cùng là đảm bảo hoàn thành dịch vụ - sản phẩm hoàn chỉnh. Do vậy để đảm bảo chất lượng tin tức truyền đưa cần phải có quy định thống nhất về thể lệ thủ tục khai thác các dịch vụ viễn thông, quy trình khai thác, bảo dưỡng thiết bị thông tin, chính sách đầu tư phát triển mạng một cách phù hợp, thống nhất về đào tạo cán bộ, cần có sự phối hợp chặt chẽ về kỹ thuật, nghiệp vụ, lao động trên phạm vi rộng lớn, trên quy mô cả nước và mở rộng ra phạm vi thế giới. Đặc điểm này đòi hỏi sự thống nhất và tính kỷ luật cao trong việc đảm bảo kỹ thuật mạng lưới, sự thống nhất về nghiệp vụ trong tổ chức khai thác; đòi hỏi phải có sự chỉ huy thống nhất từ một trung tâm và sự gắn bó giữa hoạt động viễn thông trong nước và quốc tế.

1.3.2. Vai trò của ngành viễn thông trong nền kinh tế hiện đại

** Đảm bảo kết cấu hạ tầng, tạo thuận lợi cho sự phát triển của các ngành kinh tế khác.*

Viễn thông là một ngành giữ vai trò kép. *Thứ nhất*, bản thân viễn thông là những sản phẩm dịch vụ thương mại. *Thứ hai*, nó tạo môi trường thuận lợi cho quá trình trao đổi của các sản phẩm dịch vụ khác. Khi hoạt động sản xuất phát triển, sự trao đổi thông tin càng trở nên phổ biến hơn. Sử dụng dịch vụ viễn thông, một chủ doanh nghiệp tuy không trực tiếp có mặt ở các khâu sản xuất kinh doanh nhưng vẫn có đủ thông tin cần thiết. Một doanh nghiệp vừa và nhỏ nhưng thông qua thương mại điện tử có thể giới thiệu sản phẩm tới khách hàng ở khắp nơi trên thế giới, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, sản xuất theo yêu cầu. Ngoài ra khách hàng không cần thiết phải đến trụ sở của doanh nghiệp nhưng vẫn có đủ mọi thông tin cần thiết về sản phẩm họ muốn mua. Đặt hàng thông qua điện thoại hoặc internet.... Tất cả các lĩnh vực kinh tế đều cần đảm bảo thông tin liên lạc. Vì vậy ngành viễn thông được coi là một kết cấu hạ tầng quan trọng.

Trong ngành du lịch ngày nay việc đăng ký tour du lịch đặt vé máy bay khách sạn... hầu hết được thực hiện qua điện thoại và internet. Có rất nhiều du khách quốc tế đến các nước khác để tham quan, nghỉ ngơi. Tuy nhiên trong thời gian ở nước ngoài họ vẫn có nhu cầu liên lạc với người thân, bạn bè, đối tác... Vì vậy, dịch vụ viễn thông quốc tế tốt sẽ là điều kiện thuận lợi để thu hút khách du lịch quốc tế đến với mỗi quốc gia.

Các công ty xuyên quốc gia (TNCs) thực hiện sản xuất kinh doanh trên phạm vi toàn cầu. Quá trình phân công lao động diễn ra ở rất nhiều quốc gia khác nhau để khai thác lợi thế so sánh. Vì vậy, việc kiểm soát thông tin và phối hợp đồng bộ hoạt động sản xuất kinh doanh rất quan trọng. Nếu kết cấu hạ tầng viễn thông của một quốc gia không thuận lợi (chất lượng kém, cước phí cao...) thì quốc gia đó khó có thể thu hút được nhiều dòng vốn đầu tư từ nước ngoài.

**** Đóng góp vào tăng trưởng kinh tế***

Năm 2008 giá trị sản phẩm toàn cầu đạt 46,77 tỷ USD. Trong đó doanh thu viễn thông toàn cầu đạt 1,7 nghìn tỷ USD, chiếm hơn 3,6% (38). Ở Việt Nam, doanh thu của ngành bưu chính viễn thông năm 2012 đạt hơn 95 tỷ đồng tăng 44% so với năm 2014, và chiếm khoảng 6,4% tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của quốc gia. Với xu hướng thương mại điện tử phát triển như hiện nay thì chắc chắn ngành viễn thông sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ cao và đóng góp lớn vào phát triển kinh tế.

**** Nâng cao chất lượng cuộc sống dân cư***

Trước đây, khi ngành công nghệ thông tin chưa phát triển, trao đổi thông tin liên lạc còn lạc hậu, người dân không những mất thời gian đi lại, chi phí đi lại để truyền đạt một thông tin nào đó đến người thân hoặc công việc của họ. Từ khi ngành công nghệ thông tin phát triển, thông tin liên lạc ra đời nhất là sự ra đời của mạng di động (1993). Đời sống tinh thần của người dân

đã được thỏa mãn phần nào, họ có thể chuyện trò với người thân khi đi xa, thông tin về công việc được nhanh chóng. Vì vậy, không những con người có thêm niềm vui để sống và làm việc mà công việc của họ cũng phát triển hơn nhờ sự kết nối liên lạc nhanh chóng.

Hiện nay, tất cả các nhà mạng đã đưa ứng dụng công nghệ thông tin, đặt các trạm phát sóng (BTS) đến tất cả các vùng sâu xa của đất nước, vùng biển đảo đều được phủ sóng rộng khắp. Những cố gắng nỗ lực đó của ngành viễn thông đã góp phần không nhỏ vào việc nâng cao đời sống tinh thần của bà con thôn bản, vùng hải đảo xa, tạo cơ hội tiếp cận thông tin xã hội cho nhân dân .

*** *Tạo ra cách nghĩ và cách làm mới***

- *Tiếp thị mới*: Ngày nay internet trở thành công cụ hữu ích giúp các doanh nghiệp quảng bá sản phẩm. Gửi email giới thiệu công ty của mình tới các khách hàng tương lai là một cách thức hay được áp dụng bởi cách thức này có chi phí rất thấp. Email cũng là một phương tiện duy trì mối liên lạc của doanh nghiệp với khách hàng.

So với cách thức tiếp thị truyền thống là thuê nhân viên trực tiếp đến gặp khách hàng để quảng bá sản phẩm, thì việc ứng dụng công nghệ thông tin vào lĩnh vực tiếp thị vừa tiết kiệm chi phí về tài chính, về thời gian và về cơ hội được nhiều người biết đến trong một thời gian ngắn.

- *Bán hàng kiểu mới*: Có rất nhiều điều làm nên sự thành công của một doanh nghiệp, nhưng quan trọng nhất vẫn là doanh số bán hàng và lợi nhuận thu được. Chúng ta đã bỏ qua được sự nặng nề về một khởi đầu của công ty khi nghĩ đến vấn đề mặt bằng và diện tích phải rộng đẹp để khách hàng dễ nhìn, dễ thấy. Nhờ những ứng dụng của công nghệ thông tin, các doanh nghiệp có thể áp dụng bán hàng qua điện thoại: bằng tin nhắn quảng cáo, bằng các ứng dụng trên điện thoại để thỏa thuận giá, giới thiệu hàng hóa của mình...

Những cơ hội quảng bá mới: Thông tin truyền thông với các công nghệ mới đang tạo ra những cơ hội mới để các doanh nghiệp tổ chức tiếp xúc với khách hàng, đồng thời cũng cần lắng nghe khách hàng nói về sản phẩm và doanh nghiệp của mình, tạo nên những cơ hội trao đổi, truyền đạt tạo lập ấn tượng với các hoạt động hướng về công chúng, nhằm tạo ra một hình ảnh đẹp, nổi bật và rộng khắp về bản thân tổ chức hoặc cá nhân với mong muốn thông qua những hình ảnh đó chúng sẽ trở nên gần gũi và giành nhiều thiện cảm quan tâm tới họ.

Trong môi trường cạnh tranh, hầu hết các đối thủ đều muốn có được vị trí tin cậy của mình trên thị trường, nhằm nắm giữ thị phần, khách hàng lớn. Am hiểu các phương tiện truyền thông là cơ sở để tạo nên hình ảnh tốt đẹp và kinh doanh thành công.

Trước đây, xã hội coi trọng hàng hóa vật chất, các sản phẩm công nghiệp. Còn ngày nay, những ngành nghề tạo ra nhiều giá trị gia tăng nhất là lĩnh vực dịch vụ. Ở những nước phát triển, lao động trong ngành dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn nhất trong nền kinh tế.

1.4. Quản lí nhà nước đối với thị trường viễn thông

1.4.1. Đặc điểm thị trường dịch vụ viễn thông

- Khó có sự thoả thuận giá cả (cước phí) giữa bên mua và bên bán, cước phí thường do bên bán tự quyết định. Số lượng khách hàng trên thị trường dịch vụ viễn thông rất lớn, trong khi số lượng các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thì hạn chế. Số lượng người trong mỗi doanh nghiệp cũng hạn chế. Do vậy, nếu các doanh nghiệp viễn thông cử nhân viên đi gặp và thoả thuận với từng khách hàng, thì sẽ tạo ra chi phí giao dịch rất lớn. Các dịch vụ viễn thông được cung cấp đồng loạt theo mạng lưới. Nếu khách hàng đồng ý, thì sẽ tham gia sử dụng dịch vụ. Nếu không chấp nhận, họ có quyền không tham gia. Như vậy, quyền quyết định cuối cùng vẫn thuộc về phía người tiêu

dùng. Và nếu giá cước mà doanh nghiệp đưa ra không hợp lý, thì họ cũng không thu hút được nhiều thuê bao. Thông thường doanh nghiệp viễn thông chỉ áp dụng phương án thoả thuận phương án giá với những sản phẩm đặc thù, hoặc với những khách hàng là tổ chức tương đối lớn. Đặc điểm này cũng có ở thị trường điện, nước,...

- *Các loại hình dịch vụ rất đa dạng.* Dịch vụ viễn thông được chia ra thành các nhóm lớn. Và trong mỗi nhóm lớn đó còn có các nhóm nhỏ. Ví dụ, các dịch vụ giá trị gia tăng (bao gồm nhưng không giới hạn): dịch vụ thư điện tử; dịch vụ hộp thư thoại; dịch vụ truy nhập dữ liệu và thông tin trên mạng; dịch vụ trao đổi dữ liệu điện tử trên mạng; dịch vụ fax giá tăng giá trị bao gồm lưu trữ và gửi, lưu trữ và truy nhập; dịch vụ chuyển đổi mã và giao thức; dịch vụ xử lý dữ liệu và thông tin trên mạng.

- *Tốc độ phát triển của thị trường rất nhanh.*

Viễn thông ngày nay đã trở nên thiết yếu. Đây là một trong nhiều lý do vì sao, trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu khủng hoảng, doanh thu viễn thông Việt nam vẫn tăng trưởng vượt bậc. Nhìn vào doanh thu đạt được của ba nhà mạng lớn năm 2014 chúng ta thấy kinh doanh viễn thông phát triển với tốc độ nhanh trong bối cảnh nền kinh tế khó khăn do khủng hoảng toàn cầu. Thông tin được Hội nghị triển khai nhiệm vụ năm 2015 do Bộ thông tin và Truyền thông tổ chức sáng 31/12/2014, theo đó: Tổng lợi nhuận của tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (VNPT) trong năm 2014 đạt 6.310 tỷ đồng, đạt 103% kế hoạch và bằng 112% so với thực hiện năm 2013; Tổng doanh thu của VNPT năm 2014 đạt 101,055 tỷ đồng, đạt 104% kế hoạch, bằng 106% so với thực hiện năm 2013. Nộp ngân sách nhà nước 5.850 tỷ đồng bằng 118% năm 2013; Tổng công ty viễn thông Mibiphone đạt doanh thu 36,605 tỷ đồng đạt 101,4% kế hoạch, tăng 5,2% so với năm 2013. Nộp ngân sách nhà nước

3,926 tỷ đồng; Tập đoàn Viễn thông Quân đội Viettel năm 2014 đạt doanh thu 196,650 tỷ đồng tăng 20% so với năm 2013.

Nhìn vào số liệu trên, chúng ta có thể khẳng định thị trường viễn thông luôn là thị trường tiên phong về tốc độ phát triển và đóng góp ngân sách nhà nước.

- *Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp rất quyết liệt bằng nhiều phương thức.* Đầu tiên phải nói đến là cuộc chiến về giá cả - yếu tố được khách hàng ở các nước có thu nhập thấp rất quan tâm. Hầu hết các doanh nghiệp đều khuyến mãi cho khách hàng khi hoà mạng mới, và với cả những thuê bao đang hoạt động. Những đợt khuyến mãi (như ở Việt Nam) diễn ra thường xuyên. Hiện thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam còn thấp so với thế giới, nên tâm lý số đông vẫn thích những dịch vụ có giá cả phải chăng. Tuy nhiên, ở những nền kinh tế phát triển, thì chất lượng dịch vụ và sự đa dạng các tiện ích là yếu tố được người tiêu dùng chú ý đến nhiều hơn. Do vậy, các nhà cung cấp cần phải đầu tư nâng cấp mạng lưới hiện đại, để đảm bảo cung cấp được nhiều loại hình, với chất lượng cao nhất. Như vậy mới có thể giữ được khách hàng trong cơ chế thị trường cạnh tranh.

- *Mang tính toàn cầu.* Viễn thông tạo nên mạng lưới liên kết toàn cầu. Ở bất kỳ nơi đâu trên thế giới, con người đều có thể liên lạc được với nhau. Điều này tạo cơ hội cho quá trình sản xuất trên phạm vi toàn cầu. Từ một nơi, người đứng đầu doanh nghiệp có thể chỉ đạo quá trình sản xuất ở bất kỳ chi nhánh nào có kết nối mạng viễn thông. Một ví dụ điển hình khác là thị trường tài chính. Đây là thị trường hoạt động 24/24 giờ trên toàn thế giới, với giá trị giao dịch rất lớn mỗi ngày.

1.4.2. Nội dung quản lý nhà nước đối với thị trường viễn thông Việt Nam

**** Khái niệm quản lý nhà nước về kinh tế***

Là sự tác động có tổ chức và bằng pháp quyền của nhà nước lên nền kinh tế quốc dân nhằm sử dụng có hiệu quả nhất các nguồn lực kinh tế trong

và ngoài nước, các cơ hội có thể có, để đạt được các mục tiêu phát triển kinh tế đất nước đã đặt ra.

Từ khái niệm trên, có thể thấy: Thực chất của QLNN về kinh tế là việc tổ chức và sử dụng có hiệu quả nhất các nguồn lực kinh tế trong và ngoài nước, mà nhà nước có khả năng tác động vì mục tiêu xây dựng và phát triển đất nước.

Trong đó, vấn đề con người, tổ chức và tạo động lực lớn nhất cho con người hoạt động trong xã hội là vấn đề có ý nghĩa then chốt.

QLNN về kinh tế là một khoa học vì nó có đối tượng nghiên cứu riêng và có nhiệm vụ phải thực hiện riêng, đó là các quy luật và vấn đề mang tính quy luật của các mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp giữa các chủ thể tham gia các hoạt động kinh tế của xã hội.

QLNN về kinh tế còn là một nghệ thuật vì nó lệ thuộc không ít vào trình độ nghề nghiệp, nhân cách, ban lãnh của đội ngũ cán bộ quản lý kinh tế; phong cách làm việc, phương pháp và hình thức tổ chức quản lý; khả năng thích nghi cao hay thấp... của bộ máy quản lý nhà nước.

- *Vai trò của quản lý nhà nước về kinh tế.*

Vai trò của QLNN về kinh tế thể hiện trước hết và rõ nhất ở vai trò của Nhà nước đối với nền kinh tế. Cụ thể là:

- Đại diện cho nhân dân để quản lý nền kinh tế vì lợi ích của nhân dân và đất nước: Nhà nước xã hội chủ nghĩa là người chủ sở hữu tài sản công, vừa là người đại diện cho lợi ích của nhân dân lao động, vì thế chức năng quản lý kinh tế là một tất yếu khách quan. Chỉ có sự quản lý kinh tế của Nhà nước, nền kinh tế mới có thể phát triển bền vững, phát triển theo đúng xu thế và quy luật cạnh tranh của thị trường. Tuy nhiên, vai trò của Nhà nước có được phát huy hay không còn tùy thuộc vào kết quả đổi mới và cải cách về tổ chức bộ máy và công tác cán bộ, về cơ chế quản lý và phương pháp điều hành. Nói

tóm lại là tùy thuộc vào phẩm chất và năng lực cán bộ trong bộ máy quản lý kinh tế- xã hội các cấp.

- Là nhạc trưởng điều tiết, tạo hành lang pháp lý cho hoạt động sản xuất kinh doanh thuộc nhiều thành phần kinh tế tự do tiếp cận nhu cầu thị trường để lựa chọn và quyết định chiến lược kinh doanh của mình, bao gồm chiến lược tài chính, nhân sự, kỹ thuật- công nghệ, liên doanh liên kết, tiêu thụ sản phẩm. Bằng các công cụ quản lý vĩ mô, mà trước hết là công cụ pháp luật. Nhà nước tạo hành lang và điều hành hoạt động nhằm khuyến khích cạnh tranh giữa các thành phần kinh tế. Mặt khác. Trong xu thế đa dạng hóa và đa phương hóa các quan hệ hợp tác quốc tế, Nhà nước giữ vai trò là người hướng dẫn cho các doanh nghiệp, địa phương và ngành kinh tế hòa nhập vào thị trường thế giới để vừa đảm bảo các bên đều có lợi, vừa giữ vững độc lập chủ quyền quốc gia.

- Phát huy các mặt tích cực, hạn chế mặt tiêu cực của cơ chế thị trường: Cơ chế thị trường là cơ chế năng động, linh hoạt, vì thế nó thúc đẩy quá trình xã hội hóa lực lượng sản xuất, tăng năng suất lao động và tạo ra sự phong phú đa dạng các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ. Bên cạnh đó, cơ chế thị trường tiềm ẩn những khuyết tật vốn có của nó, như: độc quyền, vấn đề cung ứng hàng hóa công cộng, hiện tượng ngoại ứng: thông tin bất cân xứng, chu kỳ kinh doanh, thị trường không hoàn thiện, phân hóa giàu nghèo. Nhà nước có vai trò quyết định trong việc hạn chế đi đến xóa bỏ những khuyết tật trên đây thông qua quyền lực và lực lượng cơ sở vật chất to lớn của mình.

- *Các chức năng cơ bản của quản lý nhà nước về kinh tế*
 - *Xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội.*

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước bao gồm các mục tiêu, phương hướng phát triển kinh tế - xã hội qua từng thời kỳ và những giải pháp cơ bản để thực hiện mục tiêu và phương hướng đó.

Muốn xây dựng chiến lược phát triển kinh tế - xã hội có cơ sở khoa học, nhất thiết phải tiến hành hoạt động dự báo. Đó là các dự báo về tài nguyên thiên nhiên, thị trường, sự biến động của kinh tế thế giới, sự phát triển của khoa học- công nghệ. Trong đó dự báo về khoa học – công nghệ là quan trọng nhất bởi vì nó làm biến đổi sâu sắc các lĩnh vực của đời sống xã hội mà trước hết là lĩnh vực kinh tế.

Nội dung của chiến lược phát triển kinh tế xã hội bao gồm:

+ Hệ thống quan điểm cơ bản của chiến lược

+ Hệ thống mục tiêu chiến lược: Kết quả mong đợi, cần có và có thể có của hệ thống kinh tế quốc dân khi kết thúc thời kỳ chiến lược. Mục tiêu chiến lược xác định cho toàn bộ nền kinh tế quốc dân cũng như các phân hệ của nó. Các mục tiêu bộ phận gắn liền với việc giải quyết các vấn đề của kinh tế - xã hội như: tăng trưởng kinh tế, chuyển đổi cơ cấu kinh tế, xóa đói giảm nghèo,... Những mục tiêu này phải thể hiện một cách tập trung những biến đổi quan trọng nhất về chất của nền kinh tế- xã hội.

+ Những nhiệm vụ và giải pháp chiến lược: là những công việc phải thực hiện trong suốt thời kỳ chiến lược nhằm thực hiện các mục tiêu của chiến lược. Từ chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, Nhà nước cụ thể hóa thành các kế hoạch phát triển, bao gồm kế hoạch ngắn hạn, trung hạn và dài hạn. Dù là loại hình kế hoạch nào cũng phải được xây dựng theo hướng lấy thị trường làm đối tượng và căn cứ quan trọng; kết hợp kế hoạch hóa trực tiếp với kế hoạch hóa gián tiếp, tiến tới chủ yếu là kế hoạch hóa gián tiếp; phân định kế hoạch hóa vĩ mô và kế hoạch hóa vi mô. Đặc biệt cần đổi mới phương pháp kế hoạch hóa các cấp theo hướng đơn giản, tiết kiệm và hiệu quả cao.

- *Tổ chức các hoạt động kinh tế.*

Tổ chức là một chức năng quan trọng của khoa học quản lý nói chung. Trong lĩnh vực kinh tế, đây không chỉ là việc thiết lập ra các cơ quan

nhà nước trong bộ máy quản lý nền kinh tế quốc dân, các đơn vị kinh tế trong hệ thống sản xuất, mà còn đảm bảo yếu tố con người cho các cơ quan, đơn vị thiết lập ra hoạt động có hiệu quả theo định hướng kế hoạch. Chức năng này gồm 2 nội dung: Tổ chức bộ máy QLNN về kinh tế từ Trung ương đến địa phương; Tổ chức bộ máy sản xuất nền kinh tế quốc dân.

Tổ chức bộ máy QLNN về kinh tế gồm các hoạt động sau:

- + Xây dựng và hoàn thiện thể chế hành chính - kinh tế.
- + Thiết lập cơ cấu tổ chức và cơ cấu vận hành của bộ máy QLNN về kinh tế các cấp.

- + Xây dựng đội ngũ công chức hành chính - kinh tế.

Tổ chức bộ máy sản xuất kinh tế quốc dân hoạt động gồm các hoạt động sau:

- + Xây dựng và hoàn thiện thể chế kinh tế.
- + Thiết lập hệ thống kinh tế bao gồm các đơn vị kinh tế theo ngành, theo thành phần kinh tế, theo vùng, theo loại hình sản xuất...
- + Đào tạo nhân lực cho các đơn vị, các ngành kinh tế.
- + Hình thành và hoàn thiện hệ thống chuẩn mực cho hoạt động kinh tế của các đơn vị và cá nhân.

Nhằm thích ứng với cơ chế kinh tế mới, Nhà nước phải xác định một cơ cấu kinh tế mới nhằm khai thác tốt nhất các nguồn lực cho phát triển kinh tế. Đó là việc hình thành các vùng kinh tế trọng điểm, các ngành kinh tế mũi nhọn để tạo ra lợi thế so sánh; xây dựng các khu công nghiệp tập trung, khu chế xuất để tranh thủ vốn và kỹ thuật công nghệ tiên tiến của thế giới phục vụ cho tăng trưởng kinh tế. Ngoài ra, nhà nước cần sắp xếp lại các đơn vị kinh tế cơ sở, trong đó quan trọng nhất là hệ thống doanh nghiệp nhà nước nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, góp phần củng cố vai trò chủ đạo của kinh tế nhà nước trong nền kinh tế nhiều thành phần.

Chức năng này nếu được thực hiện tốt sẽ huy động mọi nguồn lực, tạo ra sự thống nhất và sức mạnh tổng hợp của toàn nền kinh tế.

- *Tạo môi trường thuận lợi để các thành phần kinh tế tự do hoạt động.*

Cấu thành môi trường mà nhà nước tạo ra bao gồm môi trường chính trị - xã hội, môi trường kinh tế, môi trường pháp luật, môi trường giáo dục, y tế, môi sinh,...

Ổn định chính trị là điều kiện tiên quyết để phát triển kinh tế. Một nhà nước mạnh, thực thi hữu hiệu các chính sách phát triển kinh tế - xã hội đáp ứng được các yêu cầu chính đáng của nhân dân sẽ đem lại lòng tin và hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài. Trong một xã hội ổn định về chính trị, các nhà đầu tư được bảo đảm an toàn về đầu tư, sở hữu tài sản, sở hữu trí tuệ, do vậy họ sẵn sàng đầu tư nhiều hơn vào những dự án dài hạn khác. Mỗi quốc gia cần đa dạng hoá, đa phương hoá các quan hệ kinh tế với nước ngoài phải đi liền với giữ vững độc lập chủ quyền quốc gia. Mặt khác, bộ máy QLNN về kinh tế các cấp phải đủ mạnh, trong sạch và ổn định nhằm tạo sự an tâm cho các chủ thể kinh doanh - bao gồm cả đầu tư trong và ngoài nước - bỏ vốn làm ăn lâu dài. Chính sách kinh tế phải tạo niềm tin cho nhân dân. Ai làm tốt, làm nhiều và đúng pháp luật thì có thu nhập cao. Đồng thời phải có biện pháp hữu hiệu trong việc chống độc quyền, chống tham nhũng và làm ăn phi pháp. Những hiện tượng tiêu cực như buôn lậu, trốn thuế, làm hàng giả, lợi dụng cơ chế “lỏng” của nhà nước để vun vén cá nhân, đặc quyền đặc lợi phải được nghiêm trị đúng pháp luật.

Thứ hai, ổn định kinh tế vĩ mô có ý nghĩa rất lớn đối với tăng trưởng và phát triển kinh tế. Nó củng cố lòng tin của các chủ thể kinh tế vào tương lai của nền kinh tế, tránh xảy ra những cuộc khủng hoảng. Để duy trì một nền kinh tế phát triển bền vững và tạo cơ sở cho ổn định chính trị - xã hội, Nhà nước phải:

- Duy trì cân đối giữa thu và chi ngân sách nhà nước nhằm giữ lạm phát ở mức có thể kiểm soát được.

- Duy trì sự cân đối trong cán cân thanh toán quốc tế bằng việc duy trì tỷ giá hối đoái hợp lý.

- Duy trì sự cân đối giữa tích lũy và đầu tư nhằm tránh lệ thuộc vào bên ngoài.

- Đẩy lùi các hiện tượng tiêu cực như nạn quan liêu, buôn lậu và gian lận thương mại...

Thông qua việc hình thành đồng bộ hệ thống luật pháp, Nhà nước tạo “hành lang” cho các hoạt động kinh doanh theo quy luật cạnh tranh, giải quyết tranh chấp và bảo đảm trật tự an toàn cho các hoạt động kinh tế. Nhà nước có kế hoạch đầu tư ngân sách cho phát triển giáo dục để nâng cao dân trí, hình thành đội ngũ lao động có tay nghề cao, thích ứng với điều kiện kinh tế thị trường hiện đại. Đặc biệt, sớm hình thành đội ngũ những nhà quản lý giỏi thuộc nhiều tầm cỡ, từ người chủ kinh tế hộ gia đình đến những người quản lý trong các doanh nghiệp lớn. Đồng thời, Nhà nước quan tâm đến việc nâng cao thể lực cho người lao động, ngăn chặn những căn bệnh thế kỷ; kiên quyết bảo vệ môi trường sinh thái, khai thác hợp lý tài nguyên thiên nhiên... thông qua các chính sách và công cụ quản lý của Nhà nước.

- *Điều tiết các quá trình phát triển kinh tế.*

Chức năng điều tiết của Nhà nước bao gồm các hoạt động điều hành, điều khiển, phối hợp các hoạt động kinh tế trên tổng thể nền kinh tế quốc dân cũng như các lĩnh vực, các thành phần kinh tế.

Thực hiện chức năng này, nhà nước cần:

- + Tạo động lực cho bộ máy hoạt động theo định hướng kế hoạch.
- + Phối hợp hoạt động giữa các đơn vị trong hệ thống kinh tế quốc dân.
- + Xử lý những trục trặc phát sinh.

+ Tìm ra những giải pháp mới cho phát triển kinh tế.

Nhà nước sử dụng tổng hợp các biện pháp như chính sách đòn bẩy kinh tế, thực lực kinh tế nhà nước, công cụ tài chính - tiền tệ, pháp luật kinh tế... để ổn định và phát triển thị trường đúng hướng. Sử dụng tối đa nguồn nhân lực, kiềm chế lạm phát, cân bằng ngân sách nhà nước, cân bằng cán cân thanh toán, thực hiện phân phối và phân phối lại thu nhập quốc dân... cũng thuộc chức năng điều tiết vĩ mô của Nhà nước nhằm phát triển kinh tế một cách ổn định và bền vững.

- *Thực hiện kiểm tra, kiểm soát các hoạt động kinh tế.*

Mục đích của kiểm tra, kiểm soát là để phát hiện và ngăn ngừa các vi phạm pháp luật, sai phạm chính sách trong quá trình hoạt động kinh tế của các ngành, các địa phương và các đơn vị kinh tế. Từ đó thiết lập trật tự kỷ cương bảo vệ lợi ích quốc gia và quyền lợi nhân dân lao động. Hoạt động kiểm tra kiểm sát được tiến hành bởi các cơ quan thanh tra, kiểm sát, công an, thuế vụ,..., đặc biệt là quyền làm chủ của nhân dân lao động mà trực tiếp là những người hoạt động trên lĩnh vực kinh tế.

Trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, chức năng kiểm tra, kiểm soát hết sức quan trọng. Bởi vì, thông qua các hoạt động kiểm tra, kiểm soát, những khuyết tật của cơ chế thị trường sẽ được hạn chế, tăng trưởng kinh tế và công bằng xã hội sẽ được kết hợp ngay từ trong từng tế bào của nền kinh tế quốc dân - đó là các doanh nghiệp.

*** Nội dung quản lý nhà nước đối với thị trường dịch vụ viễn thông**

Ba nội dung của QLNN đối với thị trường dịch vụ viễn thông là:

- Tạo lập môi trường pháp lý điều tiết hoạt động của thị trường.
- Xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển thị trường.
- Ban hành chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp viễn thông phát triển.

Các nội dung trên được thể hiện cụ thể ở một số vấn đề:

- Mạng và dịch vụ viễn thông.
- Các bên cung cấp và sử dụng dịch vụ.
- Kết nối mạng viễn thông.
- Đánh số viễn thông.
- Giấy phép viễn thông.
- Cung cấp dịch vụ viễn thông công ích và Quỹ dịch vụ viễn thông công ích.
- Tiêu chuẩn, chất lượng viễn thông.
- Giá cước viễn thông.
- Giải quyết tranh chấp

1.5. quản lí thị trường dịch vụ viễn thông ở một số quốc gia trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho việt nam

1.5.1. Quản lý thị trường viễn thông ở một số quốc gia Châu Á.

**** Quản lý thị trường dịch vụ viễn thông ở Trung Quốc:***

Năm 1993 đánh dấu sự cải tổ mạnh mẽ trong lĩnh vực viễn thông của Trung Quốc. Chính phủ nước này đã khởi xướng cải tổ với mục tiêu tạo ra sự cạnh tranh trên thị trường - mà vào thời điểm đó vẫn chịu sự độc quyền của China Telecom. Bộ Công nghiệp và Thông tin, cơ quan quản lý viễn thông của Trung Quốc, đã chia China Telecom thành 6 mạng viễn thông độc lập là China Telecom, China Netcom, China Mobile, China Unicom, China Railcom và China Satcom.

China Unicom là hãng tiên phong trong việc hợp tác cùng đối tác nước ngoài, xây dựng các hệ thống mạng di động và cố định ngay từ năm 1994. Và hãng này đã gia rất nhiều dự án liên doanh khác nhau trong lĩnh vực viễn thông.

Ngành công nghiệp viễn thông Trung Quốc có tính chất rất đặc thù, hoàn toàn khác biệt với những nước khác. Ngay từ những ngày đầu (1994),

nhà nước đã giám sát và kiểm soát khu vực này rất chặt chẽ, không cho phép nước ngoài đầu tư vào các dịch vụ cơ bản. Tuy nhiên, từ sau khi gia nhập WTO, ngành công nghiệp được bao bọc này cuối cùng cũng mở cửa để đón nhận sự cạnh tranh quốc tế.

Ba xu hướng nổi trội, bao trùm khu vực viễn thông tại các thị trường mới nổi bao gồm: *việc tư nhân hóa các doanh nghiệp nhà nước; nói lỏng bớt các quy định ràng buộc và sự toàn cầu hóa, do có sự can thiệp của dòng vốn nước ngoài (qua đường tư nhân hóa)*. Xu thế chung khó cưỡng lại của thị trường dịch vụ viễn thông các nước này là dần dần chuyển biến từ một (hoặc một số) các tổng công ty nhà nước thành một tổng công ty mẹ với nhiều công ty con thuộc sở hữu tư nhân, những tập đoàn đa quốc gia v.v...

Viễn thông Trung Quốc đang phát triển theo một lộ trình rõ ràng: đi từ môi trường hạn chế cạnh tranh sang cạnh tranh hiệu quả, với việc nhà nước nói lỏng ảnh hưởng trực tiếp, chiến lược kinh doanh hướng tới thị trường hơn và cả sự tham gia của nhiều nhà cung cấp dịch vụ mới. Lúc này, các mạng viễn thông lớn tại Trung Quốc cũng đang dần chuyển hướng, từ toàn lực xây dựng cơ sở hạ tầng mạng sang cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng mới. Sự chuyển hướng này cùng với việc hạ thấp giá thành thiết bị viễn thông đã mang lại sự cải thiện đáng kể cho môi trường cạnh tranh của viễn thông Trung Quốc.

*** Quản lý thị trường dịch vụ viễn thông ở Ấn Độ:**

Nhu cầu phát triển lâu dài đối với những dịch vụ viễn thông cơ bản ở Ấn Độ là lớn nhất, tiếp đó sẽ là phát triển dịch vụ đường dài trong nước, đường dài quốc tế và thông tin di động. Những điều kiện này đã tạo ra một cơ hội vô cùng lớn cho các nhà khai thác, cũng như các nhà sản xuất và thiết lập hạ tầng mạng.

Trong năm 2003, một loạt hành động nhằm giải quyết những khúc mắc đã làm hạn chế đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực viễn thông đã được thực thi. Chính phủ đã quyết định áp dụng một cơ cấu cấp phép thống nhất, sau gần 2 năm triển khai, đã khiến cho ngành công nghiệp này vững tin rằng không còn tồn tại những thay đổi liên tục và sự không rõ ràng của các chính sách trước đây.

Trong năm qua, ở Ấn Độ, đã có rất nhiều công ty hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ đường dài trong nước và quốc tế đã chuyển sang mạng IP (giao thức Internet) để giảm chi phí. Một số công ty khác cũng đã chuyển sang mạng VoIP để cải thiện tình hình lưu lượng thoại của mình. Và kết quả là mức giá cước đường dài trong nước đã giảm xuống rõ rệt.

Những khởi xướng từ phía chính phủ đã tạo ra những thay đổi trong việc hạ giảm cước phí, cũng như mức thuế đánh vào các thiết bị cho máy cầm tay. Song song với những động thái này, sự khuyến khích các khách hàng đăng ký sử dụng thuê bao cũng mạnh hơn. Tất cả những điều kiện trên đã tạo đà phát triển ở tốc độ cao cho ngành công nghiệp di động Ấn Độ.

Luật Hội tụ đã được nghị viện Ấn Độ thông qua. Đây là luật nhằm đưa viễn thông, công nghệ thông tin và phát thanh truyền hình vào sự quản lý của một cơ quan quản lý duy nhất là Ủy ban Thông tin Ấn Độ. Cơ quan này sẽ chịu trách nhiệm đối với việc quản lý tần số, cấp phép, xác định những điều kiện trong giấy phép, quyết định mức cước phí và bảo đảm một môi trường cạnh tranh cho các doanh nghiệp.

Trong khi đó các nhà hoạch định chính sách cũng đơn giản hóa nhiều thủ tục để quá trình phổ cập Internet tại Ấn Độ diễn ra nhanh hơn. Giá các thiết bị Internet di động và các công nghệ tương tự đang giảm mạnh giúp phá vỡ rào cản và tạo ra các giá trị tăng trưởng mạnh hơn dự kiến.

Các lĩnh vực ứng dụng dành cho Wimax (công nghệ truy nhập băng rộng không dây) và 3G (3G - viết tắt của third generation technology, là công

nghệ truyền thông thế hệ thứ ba, cho phép truyền cả dữ liệu thoại và dữ liệu ngoài thoại như: tải dữ liệu, gửi email, tin nhắn nhanh, hình ảnh...) vẫn tiếp tục rộng mở. Vẫn còn rất nhiều chỗ trống dành cho 2 công nghệ này tại những thị trường băng hẹp như Ấn Độ và nhiều nước châu Á khác. Nhờ các quy định thân thiện, băng tần dồi dào và nhiều thiết bị đầu cuối giá rẻ nên việc chuyển giao từ mạng di động thoại băng hẹp sang mạng dữ liệu băng rộng 3G tại Ấn Độ cũng không quá khó khăn với nước này.

*** Quản lý thị trường dịch vụ viễn thông ở Hàn Quốc:**

Cũng giống nhiều nước khác, Hàn Quốc duy trì tình trạng độc quyền nhà nước trong giai đoạn mới hình thành ngành viễn thông. Công ty Korea Telecom được giao nhiệm vụ phát triển mạng lưới đồng đều phủ khắp trên cả nước. Cho tới ngày nay, để thiết lập một xã hội thông tin, quan điểm của Chính phủ Hàn Quốc vẫn là kết hợp hai yếu tố: chiều rộng và chiều sâu. Hiện số người dùng Internet tại Hàn Quốc đã lên tới gần 36 triệu trên tổng số 48,4 triệu dân, chiếm 74%. Sự thâm nhập mạnh mẽ của Internet băng thông rộng tác động lớn đến đời sống và suy nghĩ của mọi người.

Với đặc thù cần dựa trên công nghệ hiện đại, vấn đề thu hút vốn đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng viễn thông được các nước rất quan tâm. Ở Hàn Quốc, chính phủ đã ưu tiên nguồn vốn nhà nước đầu tư cho ngành này. Ban đầu, do nguồn lực trong nước còn hạn chế, Hàn Quốc áp dụng phương pháp huy động vốn từ khách hàng bằng cách thu phí lắp đặt cao, phát hành tín phiếu bắt buộc khi khách hàng lắp đặt mới.

Hàn Quốc rất coi trọng hoạt động tiếp nhận chuyển giao công nghệ. Các công ty viễn thông trong nước được khuyến khích liên doanh với các tập đoàn viễn thông lớn quốc tế để sản xuất thiết bị, và cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng. Một kinh nghiệm của Hàn Quốc chúng ta nên tìm hiểu thêm là sự bảo hộ của Chính phủ đối với lĩnh vực sản xuất tổng đài bằng cách không cho

nhập khẩu thiết bị thành phẩm, chỉ cho phép đối tác nước ngoài đưa linh kiện và dây chuyền sản xuất vào sản xuất ở trong nước thông qua các liên doanh để nắm bắt công nghệ và dây chuyền sản xuất.

Quá trình chuyển đổi sở hữu các công ty viễn thông ở Hàn Quốc cũng được pháp luật cho phép. Tuy nhiên, hoạt động chuyển nhượng một phần hoặc toàn bộ hoạt động kinh doanh phải được sự phê chuẩn của Bộ Thông tin và Truyền thông.

Qua nghiên cứu phát triển viễn thông của một số nước trên thế giới như Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn có một số điểm cần chú ý:

- Sự độc quyền trong điều kiện mạng lưới viễn thông chưa phát triển

Ban đầu khi mạng lưới viễn thông còn lạc hậu, mật độ sử dụng điện thoại chưa cao, nhiệm vụ phát triển mạng lưới viễn thông được giao cho một công ty quốc doanh độc quyền thực hiện ở Hàn Quốc là Korea Telecom, ở Trung Quốc là

China Telecom,... Việc cho phép một công ty quốc doanh độc quyền và phát triển mạng viễn thông quốc gia ở thời kỳ này đảm bảo được mục tiêu phát triển mạng lưới đồng đều phủ khắp trên cả nước, tránh việc phát triển không cân đối giữa các vùng, các lĩnh vực. Mặt khác, thông qua công ty quốc doanh này, Nhà nước dễ dàng hơn trong việc điều tiết, kiểm soát và đầu tư đối với lĩnh vực quan trọng này. Sự độc quyền này chấm dứt khi mạng lưới phát triển đạt mức độ phổ cập khá cao (đạt tỷ lệ khoảng 30 máy điện thoại/100 dân), nhu cầu sử dụng điện thoại của người dân cơ bản được đáp ứng.

Ngày nay trước nhu cầu vốn và công nghệ hiện đại, sức ép của các nhà đầu tư nước ngoài với tiềm lực tài chính mạnh mẽ, các nước đang phát triển khó có thể đi theo con đường của các nước phát triển đã làm vào những thập niên 70 và 80 của thế kỷ trước. Các nước sẽ phải xoá bỏ độc quyền từ từ, nhưng cần thận trọng và chỉ nên làm ở lĩnh vực không có mạng lưới.

- Sự sáng tạo trong huy động vốn đầu tư cho viễn thông

Khi mật độ điện thoại còn thấp (dưới 10 máy/100 dân), nhu cầu điện thoại và các dịch vụ viễn thông cơ bản của xã hội chưa được đáp ứng (cầu lớn hơn cung rất nhiều) thì phương pháp huy động vốn hữu hiệu nhất là từ khách hàng như thu phí lắp đặt cao, phát hành tín phiếu bắt buộc khi khách hàng lắp đặt mới (Nhật, Hàn Quốc), phát hành trái phiếu rộng rãi với mức lãi suất phụ thuộc chủ yếu vào hiệu quả kinh doanh của ngành viễn thông. Với các phương pháp huy động vốn kiểu này, Chính phủ cần có chính sách cương quyết trước phản ứng về phí lắp đặt cao và tín phiếu bắt buộc,... mang tính rất tự nhiên của khách hàng. Một nguồn vốn đầu tư lớn cần huy động nữa đó là từ ưu tiên đầu tư của Chính phủ, tăng tỷ lệ đầu tư cho ngành viễn thông (Hàn Quốc, Trung Quốc). Ngoài ra, Chính phủ cũng có thể bảo lãnh để ngành Viễn thông vay vốn của Chính phủ các nước và các tổ chức tài chính nước ngoài cũng sẽ là một nguồn thu hút vốn đầu tư lớn mà ngành viễn thông cần áp dụng (Trung Quốc).

Ngày nay, khi xã hội thông tin phát triển, các biện pháp cứng rắn dễ gặp sự phản kháng của khách hàng, Nhà nước cần đề ra các biện pháp tăng tốc, huy động vốn từ khách hàng với tinh thần góp phần xây dựng mạng điện thoại là xây dựng một tài sản chung của quốc gia, nêu cao tinh thần dân tộc của người dân.

- Đầu tư phát triển công nghệ

Ở những nước có xuất phát điểm thấp như Hàn Quốc, Trung Quốc, để phát triển nhanh mạng lưới viễn thông cả về quy mô và công nghệ thì phải đầu tư thẳng vào công nghệ hiện đại, tiến hành mua thiết bị đi đôi với việc tiếp nhận chuyển giao công nghệ. Và việc đầu tư thiết bị trên mạng lưới phải được tiến hành đồng bộ, tránh tình trạng các thiết bị không tương thích và không có khả năng nâng cấp mở rộng. Biện pháp tốt nhất để tiếp nhận chuyển

giao công nghệ là cho phép các công ty lớn trong nước lập những liên doanh với các công ty công nghệ cao của nước ngoài để sản xuất các thiết bị viễn thông như tổng đài, thiết bị truyền dẫn, thiết bị đầu cuối. Song song đó, Chính phủ cũng phải có chính sách đầu tư nghiên cứu khoa học công nghệ để tạo ra sức mạnh tổng hợp, tiến tới mục tiêu làm chủ kỹ thuật trên mạng lưới và nội địa hoá các tổng đài viễn thông.

- Quá trình tạo cạnh tranh trong lĩnh vực viễn thông ở các nước

Kinh nghiệm ở các nước cho thấy, quá trình tạo cạnh tranh phải được chuẩn bị bằng việc xây dựng đầy đủ các chính sách, quy định pháp luật về viễn thông cho phù hợp với quy định quốc tế (Trung Quốc). Đồng thời phải hỗ trợ các công ty trong nước có một tiềm lực về thị trường, công nghệ, tài chính đủ mạnh để có đủ sức cạnh tranh với các tập đoàn viễn thông hùng mạnh của nước ngoài (Hàn Quốc, Trung Quốc). Quá trình này phải làm thật bài bản, chặt chẽ từng bước một, không nên đốt cháy giai đoạn. Việc mở cửa thị trường dịch vụ viễn thông phải được tiến hành thận trọng, bắt đầu từ các lĩnh vực như thiết bị đầu cuối, các dịch vụ giá trị gia tăng, sau đó đến lĩnh vực thông tin di động và điện thoại đường dài quốc tế Mỹ, Hàn Quốc). Thời điểm mở cửa trong lĩnh vực điện thoại cố định cần phải được cân nhắc kỹ lưỡng tùy thuộc hoàn cảnh thực tế của mỗi nước. Ngoài ra, Nhà nước cần có chính sách bảo hộ cho lĩnh vực sản xuất thiết bị viễn thông để thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển, nâng cao khả năng làm chủ công nghệ trên mạng lưới của các công ty trong nước (Hàn Quốc).

Khi thúc đẩy tự do hoá, tạo cạnh tranh, Nhà nước cần quan tâm quản lý chặt đến các công ty viễn thông lớn, nới lỏng quản lý đối với các công ty nhỏ, không có khả năng ảnh hưởng đến mạng lưới quốc gia. Chính sách này sẽ khuyến khích các công ty viễn thông nhỏ phát triển, nâng cao tính xã hội hoá của lĩnh vực viễn thông.

1.5.2. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Hiện nay, nước ta đang xây dựng nền kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa. Điều kiện kinh tế - xã hội còn nhiều khó khăn. Do vậy, QLNN về thị trường dịch vụ viễn thông cần chú ý một số điểm sau:

- Mô hình quản lý viễn thông nên là phân định, tách bạch chức năng xây dựng hoạch định chính sách (Policy Maker) với chức năng thực thi chính sách; điều tiết quản lý thị trường (Regulator); còn doanh nghiệp viễn thông đóng vai trò vận hành mạng và cung cấp dịch vụ. Mô hình trên phù hợp với việc cung cấp dịch vụ viễn thông theo nhu cầu của thị trường, thay vì dựa trên quyết định của cơ quan QLNN. Đồng thời mô hình này cũng phù hợp với yêu cầu của WTO trong đó yêu cầu cơ quan điều tiết tách khỏi đơn vị vận hành cung cấp dịch vụ, để đảm bảo minh bạch trong việc giải quyết các tranh chấp.

- Về chức năng quản lý: Nhiệm vụ quản lý và thực thi pháp luật trong lĩnh vực viễn thông cần được quy định trong luật viễn thông hoặc các văn bản quản lý tương đương với mục tiêu là đảm bảo bình đẳng, cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp, đảm bảo quyền lợi người sử dụng, đảm bảo sử dụng chung cơ sở hạ tầng thông tin, khai thác hiệu quả tài nguyên quốc gia

(phổ tần số, kho số, tên miền). Ngoài ra, Nhà nước nên giao cho Cơ quan quản lý viễn thông độc lập quản lý hoạt động cạnh tranh đặc thù trong viễn thông nhằm đảm bảo cho thị trường dịch vụ viễn thông phát triển lành mạnh.

- Nhà nước cần kết hợp cả hệ thống doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân để cung cấp dịch vụ cho toàn xã hội. Chúng ta không nên tư nhân hoá hoàn toàn, vì điều kiện pháp lý chưa chặt chẽ và đủ mạnh. Tuy nhiên, cũng không được duy trì tình trạng độc quyền của các doanh nghiệp nhà nước mà gây tổn hại cho nền kinh tế.

- Về hạ tầng mạng viễn thông quốc gia: Xu hướng chung là Nhà nước nên giao cho một cơ quan quản lý. Vì hạ tầng mạng là bộ phận nền tảng, liên quan đến an ninh - chính trị quốc gia. Và với điều kiện hạn chế về kinh tế - xã hội, luật pháp ở Việt Nam hiện nay thì vẫn chưa nên tư nhân hoá quản lý và kinh doanh hạ tầng mạng quốc gia. Thay vào đó, Nhà nước đóng vai trò làm trọng tài trong việc đảm bảo kết nối, sử dụng chung cơ sở hạ tầng, đảm bảo cạnh tranh bình đẳng giữa các nhà khai thác, đảm bảo quyền lợi khách hàng.

- Do giới hạn bởi điều kiện công nghệ những năm trước đây, một số nước chưa cho tự do hoá mạng điện thoại cố định. Tuy nhiên, khoa học kỹ thuật hiện nay đã cho ra đời mạng điện thoại cố định không dây, hoạt động thông qua các trạm phát sóng di động nên không cần kéo cáp. Vì vậy, điện thoại cũng không có dây lòng thòng và có thể di chuyển linh hoạt trong phạm vi gia đình, chỉ cần chỗ nào có sóng là điện thoại hoạt động được, phù hợp với những khách hàng ở vùng sâu, vùng xa. Do vậy, Nhà nước nên cho tự do hoá phát triển loại hình này.

Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp luận

Luận văn dựa trên nền tảng phương pháp luận của chủ nghĩa Mác- Lê nin như phương pháp duy vật biện chứng và phương pháp duy vật lịch sử để phân tích đánh giá hoạt động của thị trường viễn thông Việt Nam trong quá khứ và hiện tại.

2.2. Phương pháp nghiên cứu cụ thể

Tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể như thống kê mô tả, tổng hợp, phân tích, so sánh, phân tích tỷ lệ nhằm đưa ra các căn cứ, số liệu minh họa các luận điểm đồng thời góp phần dự đoán các giai đoạn tiếp theo.

2.2.1 Sử dụng phương pháp thống kê mô tả

Tác giả đã sử dụng phương pháp này để thu thập, phân tích, trình bày và giải thích về công tác quản lý nhà nước về thị trường viễn thông Việt Nam từ khi hình thành đến nay. Ví dụ theo số liệu thống kê về tốc độ tăng trưởng doanh thu của doanh nghiệp viễn thông tại mục 1.4.1 tác giả đã tổng hợp từ số liệu của cơ quan chuyên ngành là Bộ thông tin và Truyền thông để thống kê từ đó đánh giá được tốc độ tăng trưởng doanh thu năm sau so với năm trước.

Theo đó, cũng sử dụng phương pháp thống kê mô tả, tác giả thống kê báo cáo chất lượng dịch vụ mạng của các nhà mạng hàng năm để đánh giá chất lượng theo đúng tiêu chuẩn của Nhà nước đã quy định trên từng tiêu chí.

2.2.2 sử dụng phương pháp so sánh và phân tích tỷ lệ.

Tác giả sử dụng phương pháp so sánh số liệu thống kê liên quan đến số liệu tăng trưởng thuê bao và doanh thu của mạng, số liệu thống kê tỷ lệ đạt được trên tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ để từ đó phân tích và so sánh được nhà mạng nào đang kinh doanh dịch vụ tốt nhất. Đưa ra các đánh giá liên quan.

2.2.3. Sử dụng phương pháp phân tích.

Tác giả sử dụng phương pháp này nhằm phân tích thực trạng của công tác quản lý nhà nước đối với thị trường viễn thông. Phân tích những kết quả đạt được,

những hạn chế yếu kém, tìm ra các nguyên nhân của những hạn chế yếu kém nhằm tìm ra các giải pháp cho công tác này trong giai đoạn tiếp theo.

2.3. Địa điểm và thời gian nghiên cứu.

- Địa điểm nghiên cứu: Thực hiện tại Bắc Giang.

- Thời gian nghiên cứu: Thời gian thực hiện nghiên cứu từ năm 2012 đến 2014.

2.4. Các bước thực hiện và thu thập số liệu.

Tác giả thực hiện theo tuần tự các bước nghiên cứu như sau:

Bước 1: Nghiên cứu tài liệu nhằm xác định khung lý thuyết, cơ sở lý luận công tác quản lý của nhà nước về thị trường viễn thông.

Bước này chủ yếu phục vụ cho công tác nghiên cứu tại chương 1. Trong chương này tác giả chủ yếu thu thập tài liệu trên các văn bản sau:

Ban công tác về việc gia nhập WTO của Việt Nam (2006), *Biểu cam kết cụ thể về dịch vụ*. Bộ Bưu chính - Viễn thông (2012), *Chỉ thị số 07/CT-BBCVT ngày 7 tháng 7 năm 2012 Về định hướng Chiến lược phát triển Công nghệ thông tin và Truyền thông Việt Nam giai đoạn 2012- 2010 (gọi tắt là Chiến lược Cát cánh)*. Bộ Bưu chính - Viễn thông (2005), *Chỉ thị số 10/2005/CT-BBCVT ngày 30 tháng 09 năm 2005 Về việc đảm bảo và nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông*. Bộ Bưu chính - Viễn thông (2006), *Thông tư số 05 /2006/TT-BBCVT ngày 06 tháng 11 năm 2006 Hướng dẫn thực hiện Chương trình cung cấp dịch vụ viễn thông công ích đến năm 2015*

Trong phần này tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp thống kê mô tả để liệt kê, trình bày những khái niệm cơ bản, những nội dung quan trọng trong chương 1.

Bước 2: Thu thập tài liệu, số liệu phục vụ phân tích thực trạng quản lý Nhà nước về thị trường viễn thông Việt Nam.

Bước này chủ yếu phục vụ cho chương 3. Trong bước này tác giả thu thập số liệu thứ cấp dạng thô trên các báo cáo tổng kết, báo cáo của các cơ

quan quản lý chuyên ngành như Sở thông tin và Truyền thông Tỉnh Bắc Giang, báo cáo thống kê của Bộ thông tin và Truyền thông. Các số liệu này được xử lý bằng phần mềm Excel.

Sử dụng phương pháp thống kê mô tả, tổng hợp, phân tích tỷ lệ để thu thập thông tin, phân tích số liệu về các hoạt động của thị trường viễn thông từ đó đánh giá thực trạng, đánh giá kết quả đạt được, những hạn chế của công tác quản lý.

Bước 3: Trên cơ sở kết luận phân tích thực trạng quản lý, đề xuất một số định hướng và giải pháp nhằm nâng cao công tác quản lý của Nhà nước về thị trường viễn thông. Bước này chủ yếu phục vụ cho chương 4.

Tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả, tổng hợp, phân tích để trình bày các nội dung.

Chương 3

THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM

3.1. LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM

Giai đoạn 1986 - 1990: Tổng cục Bưu điện là cơ quan QLNN về bưu chính, viễn thông; đồng thời kiêm nhiệm chức năng sản xuất - kinh doanh. Tổng cục Bưu điện đã chủ động áp dụng một số cơ chế làm thử như: hạch toán toàn phần và tự hoàn vốn, tự cân đối kế hoạch ngoại tệ, bắt đầu ứng dụng những công nghệ hiện đại theo hướng số hoá, tự động hoá...

Giai đoạn 1990 - 1995: Ngành tiến hành đổi mới tổ chức, tách QLNN và sản xuất - kinh doanh, thành lập các đơn vị chuyên ngành. Ngày 26/10/1992, Chính phủ ra Nghị định số 03/CP về việc thành lập lại Tổng cục Bưu điện là cơ quan trực thuộc Chính phủ, có chức năng QLNN về bưu chính, viễn thông và tần số vô tuyến điện; đồng thời còn chủ quản các doanh nghiệp nhà nước trong ngành Bưu chính - Viễn thông. Ngành tiếp tục đầu tư mạng lưới với tốc độ lớn trên diện rộng. Tháng 8/1993, tuyến cáp quang đường trục Hà Nội - Thành phố Hồ Chí Minh dung lượng 34Mb/s đầu tiên được đưa vào sử dụng. Tháng 10 cùng năm, hệ thống viba số băng rộng dung lượng 140Mb/s được đưa vào khai thác trên tuyến trục Bắc - Nam. Tháng 12/1993, mạng viễn thông liên tỉnh được số hoá toàn bộ 53/53 tỉnh, thành phố trong cả nước.

Để giải quyết khó khăn về vốn, ngành đã xin phép Chính phủ cho triển khai cơ chế tạo vốn thông qua việc nâng cao tỷ lệ khấu hao thiết bị, huy động vốn trong cán bộ công nhân viên, sử dụng một phần thu vượt kế hoạch, hỗ trợ của địa phương. Ngành cũng đã bước đầu hợp tác kinh doanh với các công ty nước ngoài. Tuy nhiên trong giai đoạn này, chỉ tiêu phổ cập dịch vụ viễn

thông còn thấp, các loại hình dịch vụ chưa đa dạng, sự phân tách giữa chức năng QLNN và chức năng kinh doanh chưa rõ ràng, trình độ công nghệ của ngành vẫn còn nhiều hạn chế so với thế giới. Và đặc điểm quan trọng của thời kỳ này là thị trường dịch vụ viễn thông Việt Nam chủ yếu được thống trị bởi độc quyền nhà nước.

Giai đoạn 1995 - 2002: Giai đoạn này được đánh dấu bằng việc tách chức năng QLNN và chức năng kinh doanh trong ngành. Tổng cục Bưu điện thực hiện chức năng QLNN, tập trung xây dựng cơ chế, chính sách và chiến lược phát triển ngành. Ngày 19/4/1995, Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông được thành lập theo Quyết định số 249/TTg của Thủ tướng Chính phủ, hoạt động theo mô hình Tổng công ty 91 trực thuộc Chính phủ.

Số lượng các nhà cung ứng dịch vụ viễn thông trên thị trường gia tăng. Năm 1995, Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông hợp tác dưới hình thức Hợp đồng hợp tác kinh doanh với Công ty Comvik của Thụy Điển để thành lập Công ty thông tin di động VMS-MobiFone. Đến năm 1996 có thêm VinaPhone (công ty con 100% vốn của Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông). Năm 1998 thêm 2 công ty được nhà nước cấp phép hoạt động là: Công ty điện tử - viễn thông quân đội Viettel; Công ty cổ phần dịch vụ Bưu chính - Viễn thông Sài Gòn (Saigonpostel). Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông đã chủ động vay vốn, đầu tư phát triển mạng lưới (đặc biệt là ở các vùng nông thôn), phát triển các dịch vụ mới (điện thoại di động, Internet...). Trong giai đoạn này, Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông đã thực hiện 3 dự án sử dụng nguồn vay tín dụng từ nước ngoài. Trong đó có một dự án trị giá 88 triệu USD vay của Nhật Bản để phát triển mạng lưới viễn thông cho 10 tỉnh miền Trung; một dự án 10 triệu USD vay của Pháp để phát triển viễn thông các vùng nông thôn miền Bắc; và một dự án 50 triệu USD vay của Thụy Điển cho các vùng nông thôn phía Nam.

Giai đoạn từ sau năm 2002: Đây là giai đoạn quan trọng, chuẩn bị những tiền đề cần thiết cho hội nhập quốc tế của ngành viễn thông Việt Nam. QLNN với thị trường đã có nhiều thay đổi, trước hết thể hiện bằng sự sắp xếp lại các cơ quan để cho ra đời Bộ Bưu chính viễn thông (năm 2002) và Bộ Thông tin và Truyền thông (năm 2007). Cùng với đó là Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông (2002) và Dự thảo Luật Viễn thông chuẩn bị được Quốc hội thông qua trong năm 2009. Với nhiều đổi mới trong cơ chế quản lý, viễn thông Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu, và ngày càng trở thành một trong những động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội đất nước phát triển.

3.2. THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ VIỄN THÔNG NHỮNG NĂM QUA

3.2.1. Thiết lập khuôn khổ pháp luật cho thị trường dịch vụ viễn thông

Ngày 25/5/2002, Ủy ban thường vụ Quốc hội khoá X thông qua Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông. Đây là văn bản pháp lý cao nhất cho đến nay điều chỉnh lĩnh vực viễn thông (dự kiến trong năm 2009, Quốc hội sẽ thông qua Luật Viễn thông). Pháp lệnh đã quy định hoạt động viễn thông, quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động bưu chính, viễn thông. Từ năm 2002, ngoài Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông do Ủy ban thường vụ Quốc hội ban hành, Quốc hội đã ban hành một số Luật có liên quan đến hoạt động viễn thông như Luật Cạnh tranh, Luật Đầu tư, Luật Công nghệ thông tin, Luật Giao dịch điện tử, Luật Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật, Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa, Luật Công nghệ cao, Luật Chuyên gia công nghệ... Chính phủ cũng đã ban hành một số văn bản để kịp thời quản lý hoạt động có liên quan đến lĩnh vực viễn thông (như Nghị định số 60/2004/NĐ-CP về viễn thông, Nghị định số 24/2004/NĐ-CP về tần số vô tuyến điện, Nghị định 97/2008/NĐ-CP về việc quản lý, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet tại Việt Nam, Nghị định số 90/2008/NĐ-CP về chống thư

rác, Nghị định số 03/2007/QĐ-BTTTT về việc ban hành Quy định quản lý thuê bao di động trả trước)... Dưới Chính phủ, các Bộ cũng có những Thông tư, Chỉ thị hướng dẫn chi tiết quá trình triển khai thực hiện, ví dụ: Thông tư số 110/2005/TT-BTC ngày ngày 08 tháng 12 năm 2005 của Bộ Tài chính về việc hướng dẫn chế độ hạch toán, thu nộp các khoản đóng góp cho Quỹ dịch vụ viễn thông công ích Việt Nam, Thông tư số 05 /2006/TT-BBCVT ngày 06 tháng 11 năm 2006 của Bộ Thông tin và Truyền thông Hướng dẫn thực hiện Chương trình cung cấp dịch vụ viễn thông công ích đến năm 2010,...

Những văn bản pháp lý trên đã cụ thể hoá những nội dung QLNN vào thị trường. Ví dụ, Chỉ thị số 10/2005/CT-BBCVT của Bộ Bưu chính - Viễn thông (nay là Bộ Thông tin và Truyền thông) ngày 30 tháng 09 năm 2005 về việc đảm bảo và nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông đã chỉ rõ trách nhiệm của từng đơn vị chức năng trong Bộ, và các Sở Bưu chính - Viễn thông đối với việc quản lý kiểm soát chất lượng dịch vụ do các doanh nghiệp viễn thông cung cấp cho khách hàng. Cụ thể:

- Vụ Khoa học - Công nghệ:

+ Nghiên cứu khung các dịch vụ viễn thông phải quản lý chất lượng. Rà soát, sửa đổi các tiêu chuẩn ngành về chất lượng dịch vụ, đảm bảo các chỉ tiêu chất lượng phù hợp.

+ Chủ trì tổ chức các cuộc họp chuyên đề về chất lượng dịch vụ với các doanh nghiệp và các tổ chức có liên quan để triển khai thống nhất và có hiệu quả trong toàn ngành.

- Cục Quản lý chất lượng Bưu chính - Viễn thông và Công nghệ thông tin:

+ Nghiên cứu đề xuất sửa đổi, bổ sung các quy định về quản lý chất lượng dịch vụ viễn thông, đảm bảo việc thực thi quản lý chất lượng chặt chẽ hơn, cụ thể hơn.

+ Nghiên cứu xây dựng và triển khai Đề án giám sát chất lượng dịch vụ viễn thông. Có kế hoạch tăng cường năng lực đo kiểm chất lượng dịch vụ. Tăng cường phối hợp với doanh nghiệp về quy trình đo kiểm.

+ Thực hiện công bố báo cáo chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp, kết quả kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ do Cục tiến hành.

+ Thanh tra Cục Quản lý chất lượng Bưu chính - Viễn thông và Công nghệ thông tin chủ trì xem xét quy trình xử lý vi phạm về chất lượng dịch vụ, triển khai xử lý vi phạm hành chính về chất lượng dịch vụ theo thẩm quyền.

- Thanh tra Bộ Bưu chính - Viễn thông:

Phối hợp với Thanh tra Cục Quản lý chất lượng Bưu chính - Viễn thông và Công nghệ thông tin rà soát, thống nhất quy trình xử lý vi phạm về chất lượng dịch vụ, thực hiện xử phạt vi phạm hành chính đối với các vi phạm về chất lượng dịch vụ, đặc biệt là các vi phạm nghiêm trọng và lặp lại.

- Vụ Viễn thông:

Nghiên cứu xây dựng quy định, chính sách về kết nối, thuê kênh kết nối giữa các doanh nghiệp nhằm bảo đảm chất lượng dịch vụ hoàn chỉnh cung cấp cho khách hàng.

- Vụ Kế hoạch - Tài chính:

+ Xem xét, kiến nghị điều chỉnh cơ chế quản lý giá cước dịch vụ cho thuê kênh, quy định về giá cước kết nối giữa các doanh nghiệp nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp nâng cao chất lượng dịch vụ.

+ Hoàn thiện bộ định mức, đơn giá đo kiểm chất lượng dịch vụ viễn thông nhằm tạo điều kiện cho việc triển khai công tác quản lý chất lượng.

- Cục Tần số Vô tuyến điện:

Hoàn thiện quy hoạch băng tần và phân bổ tần số vô tuyến điện hợp lý nhằm giảm thiểu can nhiễu. Đẩy mạnh công tác kiểm tra, kiểm soát tần số và xử lý can nhiễu, nâng cao chất lượng thông tin vô tuyến điện.

- Các Sở Bưu chính - Viễn thông:

+ Chuẩn bị về tổ chức, có đầu mối giám sát về chất lượng dịch vụ viễn thông. Phát hiện và phản ánh các vấn đề tồn tại về chất lượng trên địa bàn về Bộ Bưu chính - Viễn thông để có kế hoạch, biện pháp xử lý.

+ Tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố về việc quy hoạch, xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật trên địa bàn bảo đảm tính đồng bộ, thống nhất, tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhanh chóng triển khai mạng ngoại vi và ngầm hoá mạng cáp.

Sự phân công rõ ràng chức năng, nhiệm vụ như trên đã buộc các doanh nghiệp viễn thông trên thị trường phải chú ý hơn tới chất lượng dịch vụ cung cấp, đảm bảo tiêu chuẩn do Bộ đề ra.

3.2.2. Tạo lập môi trường thuận lợi cho sản xuất - kinh doanh

Những văn bản pháp lý của Nhà nước đã thúc đẩy cạnh tranh, khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp mới tham gia thị trường. Đối với loại doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông, Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông năm 2002 quy định mọi doanh nghiệp Việt Nam thuộc mọi thành phần kinh tế, được thành lập theo quy định của Pháp luật đều được tham gia cung cấp dịch vụ viễn thông. Chính sách này đã góp phần phát huy tiềm năng của các thành phần kinh tế cho công cuộc phát triển ngành viễn thông Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng được tự chủ hơn trong việc quyết định giá cước. Chính phủ chỉ quyết định những giá cước có ảnh hưởng lớn tới xã hội. Do vậy, giá cước từng bước giảm xuống bằng và thấp hơn mức bình quân của khu vực và thế giới trong khi hạ tầng kỹ thuật viễn thông và chất lượng dịch vụ viễn thông ngày càng được nâng cao.

Về đảm bảo quyền sở hữu của nhà đầu tư nước ngoài, Luật Đầu tư năm 2005 quy định:

“Điều 6. Bảo đảm về vốn và tài sản

1. Vốn đầu tư và tài sản hợp pháp của nhà đầu tư không bị quốc hữu hóa, không bị tịch thu bằng biện pháp hành chính.

2. Trường hợp thật cần thiết vì lý do quốc phòng, an ninh và lợi ích quốc gia, Nhà nước trong mua, trung dụng tài sản của nhà đầu tư thì nhà đầu tư được thanh toán hoặc bồi thường theo giá thị trường tại thời điểm công bố việc trung mua, trung dụng.

Việc thanh toán hoặc bồi thường phải bảo đảm lợi ích hợp pháp của nhà đầu tư và không phân biệt đối xử giữa các nhà đầu tư.

3. Đối với nhà đầu tư nước ngoài, việc thanh toán hoặc bồi thường tài sản quy định tại khoản 2 Điều này được thực hiện bằng đồng tiền tự do chuyển đổi và được quyền chuyển ra nước ngoài.”

Như vậy, các khoản vốn và tài sản của nhà đầu tư nước ngoài được pháp luật Việt Nam bảo hộ, tạo tâm lý giúp các nhà đầu tư, tập đoàn quốc tế an tâm hoạt động lâu dài tại Việt Nam.

Pháp lệnh Bru chính - Viễn thông quy định các mạng của doanh nghiệp viễn thông có thể kết nối vào đường trục viễn thông quốc gia. Doanh nghiệp viễn thông có quyền kết nối mạng viễn thông của mình với mạng hoặc dịch vụ viễn thông của doanh nghiệp khác, đồng thời có nghĩa vụ cho các doanh nghiệp viễn thông khác kết nối vào mạng hoặc dịch vụ viễn thông của mình với điều kiện công bằng và hợp lý trên cơ sở sử dụng hiệu quả tài nguyên thông tin, sử dụng chung vị trí kết nối và cơ sở hạ tầng kỹ thuật thông qua thoả thuận kết nối giữa các bên. Doanh nghiệp viễn thông nắm giữ các phương tiện thiết yếu có vai trò quyết định trong việc kết nối và cung cấp dịch vụ viễn thông không được từ chối yêu cầu kết nối của các chủ mạng viễn thông dùng riêng và các doanh nghiệp viễn thông khác, đồng thời phải tạo điều kiện thuận lợi cho việc đàm phán và thực hiện kết nối, nếu yêu cầu đưa ra hợp lý và khả thi về kinh tế, kỹ thuật.

Điều 42 Dự thảo Luật Viễn thông cũng khẳng định nguyên tắc kết nối viễn thông: Doanh nghiệp viễn thông có quyền kết nối mạng viễn thông của mình với mạng hoặc dịch vụ viễn thông của doanh nghiệp viễn thông khác, đồng thời có nghĩa vụ cho các doanh nghiệp viễn thông khác kết nối vào mạng hoặc dịch vụ viễn thông của mình dựa trên các nguyên tắc sau:

1. Công bằng, hợp lý, thông qua thương lượng trên cơ sở thương mại;
2. Sử dụng hiệu quả tài nguyên viễn thông và cơ sở hạ tầng viễn thông;
3. Bảo đảm các yêu cầu kỹ thuật về kết nối viễn thông và sự an toàn, thống nhất của các mạng viễn thông;
4. Bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người sử dụng dịch vụ viễn thông.”

Điều 43 Dự thảo Luật Viễn thông quy định nghĩa vụ kết nối các mạng viễn thông công cộng:

1. Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ có hạ tầng mạng có nghĩa vụ:
 - a) Cung cấp kết nối tại bất kỳ điểm nào trên mạng viễn thông khả thi về mặt kỹ thuật;
 - b) Bảo đảm kết nối kịp thời, hợp lý, minh bạch;
 - c) Không phân biệt đối xử về giá cước, tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, chất lượng mạng và dịch vụ viễn thông.
2. Doanh nghiệp viễn thông nắm giữ các phương tiện thiết yếu có nghĩa vụ:
 - a) Tạo điều kiện thuận lợi cho việc đàm phán và thực hiện kết nối của các doanh nghiệp viễn thông khác;
 - b) Xây dựng, đăng ký bản thoả thuận kết nối mẫu với các điều kiện hợp lý, minh bạch, không phân biệt đối xử với cơ quan quản lý chuyên ngành về viễn thông và công bố công khai bản thoả thuận đó.
3. Giá cước kết nối viễn thông được xây dựng trên cơ sở giá thành, phân tách hợp lý theo các bộ phận cấu thành mạng hoặc theo công đoạn dịch vụ, không phân biệt giữa các loại hình dịch vụ.

4. Bộ Thông tin và Truyền thông quy định cụ thể trình tự, thủ tục đàm phán, ký kết, thực hiện thoả thuận, hợp đồng kết nối các mạng viễn thông công cộng; chủ trì hiệp thương và giải quyết tranh chấp kết nối giữa các doanh nghiệp viễn thông.”

Như vậy, nếu thực thực hiện tốt những quy định trên trong thực tế sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp viễn thông có thể tiếp cận thị trường một cách bình đẳng. Tuy nhiên, hiện tại đường trục viễn thông quốc gia vẫn được nhà nước giao cho Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông quản lý. Điều này gây ra một số khó khăn cho các doanh nghiệp khác là đối thủ cạnh tranh của Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông.

3.2.3. Đảm bảo kết cấu hạ tầng dịch vụ viễn thông

Sau những nỗ lực của Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông, cuối năm 2005, 100% số xã trong cả nước đã được kết nối mạng điện thoại. Sự kết nối này tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp khai thác khách hàng tiềm năng ở tất cả các vùng miền trên toàn quốc.

Ngoài ra, sự hỗ trợ về kết cấu hạ tầng viễn thông của Nhà nước đối với các doanh nghiệp còn thể hiện ở sự kiện đầu tư và phóng thành công vệ tinh viễn thông VINASAT-1. Dự án phóng vệ tinh viễn thông VINASAT-1 là dự án cấp quốc gia, được Chính phủ Việt Nam đặc biệt quan tâm. Từ năm 1998. Chính phủ đã thông qua Báo cáo tiền khả thi Dự án phóng vệ tinh Việt Nam - VINASAT của Tổng cục Bưu điện (nay là Bộ Thông tin và Truyền thông). Năm 2002, Chính phủ đã thông qua các nội dung cơ bản của báo cáo nghiên cứu khả thi Dự án VINASAT và đến năm 2005 đã ban hành quyết định về đầu tư dự án, giao Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông là chủ đầu tư và thực hiện. Sau khi được Chính phủ giao nhiệm vụ, Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông đã lựa chọn nhà sản xuất vệ tinh là Lockheed Martin và ArianeSpace là nhà thầu phụ phóng vệ tinh.

Khi đã phóng thành công và đi vào khai thác, sẽ có hai loại dịch vụ cơ bản được VINASAT-1 cung cấp là cho thuê băng tần vệ tinh và các dịch vụ trọn gói như thuê kênh riêng, phát hình lưu động, đào tạo từ xa, truyền hình DTH, truyền hình hội nghị, truyền dữ liệu ngân hàng, đường truyền ISP, kênh thuê riêng cho điện thoại,...

Ý tưởng phóng vệ tinh viễn thông của riêng Việt Nam xuất phát từ việc các doanh nghiệp và tổ chức của Việt Nam đã và đang phải trả một khoản ngoại tệ lớn thuê vệ tinh của nước ngoài. Nếu có vệ tinh riêng, theo tính toán Việt Nam sẽ tiết kiệm được nhiều chi phí, do giá thuê kênh thương mại một kênh vệ tinh thường cao hơn giá thành từ 1,8 đến 3 lần. Ngoài ra, việc sở hữu vệ tinh riêng giúp chúng ta có thêm tự chủ và có điều kiện nâng cao năng lực mạng lưới và chất lượng các dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin và truyền thông.

3.2.4. Hỗ trợ phát triển

Tổ chức các hội nghị, hội thảo hằng năm. Hằng năm, Bộ Thông tin và Truyền thông tổ chức rất nhiều Hội nghị và hội thảo quốc tế thông tin và truyền thông tại Việt Nam. Đây là những cơ hội để các doanh nghiệp viễn thông trong nước tiếp cận với các xu hướng công nghệ, kiến thức quản lý mới của các Tập đoàn, chuyên gia viễn thông quốc tế. Ví dụ, ngày 20/5/2009 đã diễn ra Hội nghị viễn thông quốc tế Việt Nam với chủ đề “Xây dựng một tương lai di động và băng rộng bền vững cho Việt Nam”, hội nghị lần thứ hai này đã thu hút được sự tham gia của trên 150 đại biểu đến từ các Bộ, Ngành trung ương, các doanh nghiệp viễn thông trong và ngoài nước, các tổ chức quốc tế... Một loạt các nội dung quan trọng đã được đề cập tại Hội nghị như: các mục tiêu phát triển viễn thông Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 và kế hoạch triển khai của các doanh nghiệp; làm thế nào để Việt Nam có thể tối ưu hoá mạng di động và thiết lập kết nối Internet khắp nơi trên toàn quốc. Đại

diện các tập đoàn viễn thông lớn đã chia sẻ với các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam công thức triển khai 3G hiệu quả bao gồm 4 bước cơ bản:

Thứ nhất, “Chính xác ngay từ lần đầu tiên” (“First time right”): 3G là công nghệ mới đã được chờ đợi từ rất lâu. Chính vì vậy, việc làm hài lòng khách hàng ngay từ lần đầu tiên họ tiếp xúc với dịch vụ 3G là điều hết sức cần thiết.

Thứ hai, “Hãy chọn dịch vụ đúng” (“Get your service right”): hiện nay, rất nhiều dịch vụ nội dung hấp dẫn được giới thiệu và đưa vào sử dụng ở nhiều nước nhưng điều quan trọng nhất là phải biết được loại dịch vụ nào phù hợp với thị trường nước mình.

Thứ ba, “Định hướng khách hàng” (“Customer Education”): các nhà cung cấp 3G cần trang bị cho khách hàng của mình kinh nghiệm sử dụng và tìm hiểu thói quen của khách hàng.

Thứ tư, phụ thuộc vào các thiết bị đầu cuối phù hợp (“Customized handsets”). Vai trò của các thiết bị đầu cuối cũng không kém phần quan trọng trong việc giúp tận dụng tối đa lợi ích do 3G mang lại. Bên cạnh những chức năng đa phương tiện và phong phú có thể hỗ trợ 3G tốt nhất thì một thiết bị di động với tính năng thân thiện với người sử dụng chắc chắn sẽ được lựa chọn nhiều hơn.

Bên cạnh đó, Bộ cũng thường tổ chức các buổi giao lưu trực tuyến với người dân và doanh nghiệp. Qua đây, người dân có thể nêu những thắc mắc, hoặc trình bày những bức xúc về chất lượng, nội dung dịch vụ viễn thông.

Các doanh nghiệp có thể biết được định hướng quản lý sự phát triển thị trường của Bộ trong thời gian tới,... Và cuối cùng, các cơ quan QLNN sẽ nhận được nhiều ý kiến đóng góp, cải cách thủ tục hành chính giúp cho hoạt động QLNN có hiệu quả hơn, đồng thời có hướng giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp phát triển tốt.

Chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông công ích: Ngày 6/11/2006, Bộ Bưu chính - Viễn thông đã ra thông tư số 05/2006/TT-BBCVT trong đó quy định các hình thức hỗ trợ doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông ở vùng công ích. Doanh nghiệp viễn thông tham gia cung cấp dịch vụ viễn thông công ích sẽ được Nhà nước hỗ trợ đầu tư các dự án xây dựng mới, nâng cấp, mở rộng cơ sở hạ tầng mạng lưới viễn thông, Internet hoặc các cơ sở vật chất khác phục vụ việc cung ứng dịch vụ viễn thông công ích. Cũng theo thông tư trên, các doanh nghiệp sẽ được hỗ trợ đầu tư phát triển mới các điểm truy nhập dịch vụ viễn thông công cộng tại các xã ngoài vùng được cung cấp dịch vụ viễn thông công ích, được hỗ trợ chi phí duy trì cung ứng các dịch vụ viễn thông bắt buộc trên toàn quốc. Các doanh nghiệp sẽ được hỗ trợ từ Quỹ dịch vụ viễn thông công ích Việt Nam dưới hình thức cho vay vốn đầu tư hoặc hỗ trợ không hoàn lại. Ngoài ra các doanh nghiệp tham gia cung cấp dịch vụ viễn thông công ích có thể được hỗ trợ từ ngân sách địa phương hoặc các nguồn vốn đầu tư khác của Chính Phủ. Như vậy doanh nghiệp nào tiên phong trong việc khai phá tiềm năng ở các vùng công ích sẽ nhận được rất nhiều hỗ trợ từ phía Nhà nước, đồng thời tạo cơ hội chiếm lĩnh và khai thác thị trường.

Xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển thị trường: Xây dựng và ban hành chỉ thị về định hướng chiến lược phát triển công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam giai đoạn 2011 đến 2020. Ngày 07/07/2007, Bộ Bưu chính - Viễn thông đã chính thức ban hành Chỉ thị về định hướng chiến lược phát triển Công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam giai đoạn 2012 - 2020 (gọi tắt là "Chiến lược cất cánh").

Định hướng của Bộ Thông tin và Truyền thông là "Chiến lược cất cánh" giai đoạn 2011 - 2020 sẽ bám sát hai phương châm:

+ Lấy phát triển nguồn nhân lực Công nghệ thông tin và Truyền thông có trình độ và chất lượng cao làm khâu đột phá;

+ Lấy việc nhanh chóng làm chủ thị trường trong nước để từng bước vững chắc mở rộng sang thị trường khu vực và toàn cầu làm khâu quyết định.

Dựa trên tình hình thực tiễn, "Chiến lược cất cánh" cho giai đoạn 2011 - 2020 được hy vọng là sẽ góp phần "sớm đưa nước ta ra khỏi tình trạng kém phát triển; tạo nền tảng để đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại, thực hiện thắng lợi sự nghiệp công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước".

3.2.5. Kiểm tra, giám sát hoạt động của các doanh nghiệp

- *Thực hiện kiểm tra, kiểm soát các hoạt động thị trường:* Kiểm tra đột xuất chất lượng các dịch vụ viễn thông. Để kiểm soát chất lượng dịch vụ viễn thông của doanh nghiệp, Bộ Thông tin và Truyền thông thường có những đợt kiểm tra đột xuất. Ví dụ, với mạng thông tin di động, có 9 chỉ tiêu chất lượng cần đánh giá là: Tỷ lệ cuộc gọi được thiết lập thành công; Tỷ lệ cuộc gọi bị rơi; Chất lượng thoại (điểm chất lượng thoại trung bình); Độ chính xác ghi cước; Tỷ lệ cuộc gọi tính cước, lập hoá đơn sai; Độ khả dụng của dịch vụ. Đồng thời, các mạng cần đảm bảo tỷ lệ khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ; Hồi âm khiếu nại của khách hàng (tỷ lệ hồi âm khiếu nại cho khách hàng trong thời hạn 48 giờ kể từ thời điểm tiếp nhận khiếu nại) và chất lượng dịch vụ hỗ trợ khách hàng.

Còn chất lượng ADSL được rà soát dựa trên 7 tiêu chí là: Tốc độ tải dữ liệu trung bình (nội mạng, ngoại mạng); Lưu lượng sử dụng trung bình; Tỷ lệ dung lượng truy nhập bị tính cước sai; Độ khả dụng của dịch vụ; Thời gian thiết lập dịch vụ; Thời gian khắc phục mất kết nối và khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

Các đợt kiểm tra này nhằm rà soát, chấn chỉnh lại tình hình hoạt động của nhà cung cấp hai dịch vụ này, trước hàng loạt những phàn nàn của khách hàng về việc không đảm bảo chất lượng dịch vụ.

Chiều 18/6/2014, Cục Quản lý chất lượng Bưu chính - Viễn thông và Công nghệ thông tin, Bộ Thông tin và Truyền thông đã chính thức công bố kết quả đo kiểm chất lượng dịch vụ năm 2008 của 3 mạng di động lớn nhất Việt Nam là Viettel, MobiFone và VinaPhone.

Theo kết quả được công bố, MobiFone tiếp tục là mạng di động dẫn đầu trên hầu hết các chỉ tiêu về chất lượng chủ chốt, Viettel xếp thứ hai và VinaPhone đứng cuối cùng.

Về chỉ tiêu chất lượng thoại: MobiFone đạt 3,522 điểm, Viettel 3,517 điểm và VinaPhone là 3,383 điểm (điểm đạt chuẩn là ≥ 3 điểm). Mặc dù đứng chót nhóm được đo kiểm về chỉ tiêu chất lượng thoại nhưng so với kết quả năm 2013, kết quả đo kiểm của VinaPhone năm 2014 vẫn khá hơn (kết quả đo kiểm năm 2013 tại Khánh Hòa là 3,054 điểm).

Về chỉ tiêu tỷ lệ cuộc gọi bị rơi: MobiFone ít nhất với 0,29%, Viettel là 0,35%, VinaPhone là 0,5% (tỷ lệ đạt chuẩn là $\leq 3\%$). Đối với chỉ tiêu tỷ lệ cuộc gọi tới dịch vụ hỗ trợ khách hàng chiếm mạch thành công và nhận được tín hiệu trả lời của điện thoại viên trong 60 giây (gọi thành công đến trung tâm giải đáp khách hàng), MobiFone vượt xa 2 mạng còn lại với tỷ lệ cuộc gọi thành công là 98,82%, Viettel có tỷ lệ đo kiểm là 91,72% và VinaPhone chỉ đạt 85,88% (tỷ lệ đạt chuẩn là $\geq 80\%$). Trong số các chỉ tiêu được đo kiểm, *chỉ tiêu khiếu nại của khách hàng về chất lượng dịch vụ trên toàn mạng* là chỉ tiêu Viettel lại đoạt ngôi "quán quân" với chỉ số được đo kiểm là 0,015 (số lượng khiếu nại/100 khách hàng trong 3 tháng), số lượng khiếu nại của VinaPhone ít hơn với chỉ tiêu được đo kiểm là 0,011 và MobiFone là ít nhất với kết quả đo kiểm là 0,008. Đoạt ngôi "quán quân ngược" ở chỉ tiêu này

nhưng chỉ tiêu của Viettel vẫn đáp ứng yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng ($\leq 0,25$). Tuy nhiên, ở chỉ tiêu tỷ lệ cuộc gọi được thiết lập thành công, kết quả đo kiểm có phần an ủi cho Viettel với tỷ lệ 98,61% (nhỉnh hơn chút đỉnh so với các mạng khác); VinaPhone là 98,25% và MobiFone là 98,17% (tỷ lệ đạt chuẩn là $\geq 92\%$).

Trong lần đo kiểm chất lượng dịch vụ của năm 2008, Cục Quản lý chất lượng Bưu chính - Viễn thông và Công nghệ thông tin tiến hành đo kiểm các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ của 3 mạng di động lớn nhất Việt Nam trên cùng một địa bàn là Hà Nội và thời điểm đo cũng thực hiện sát nhau. Năm 2007 khi công bố kết quả đo kiểm chất lượng mạng di động, đã có những ý kiến về việc đo kiểm các mạng tại các tỉnh, thành phố khác nhau dẫn tới việc công bố kết quả có thể là chưa công bằng. Vì vậy, năm 2008, Cục Quản lý chất lượng đã thực hiện việc đo kiểm cả 3 mạng trên cùng một địa bàn là thành phố Hà Nội để đo lường chất lượng dịch vụ của các mạng di động trên địa bàn này.

3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM

3.3.1. Những khía cạnh tích cực.

- Tạo môi trường thuận lợi hơn trước để các thành phần kinh tế tự do hoạt động:

+ *Mở rộng hơn sự tham gia của các thành phần kinh tế vào lĩnh vực viễn thông.* Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông năm 2002 khuyến khích sự tham gia của các thành phần kinh tế vào lĩnh vực viễn thông, mở rộng cạnh tranh hơn trước. Theo Nghị định 109/1997/NĐ-CP ngày 12/11/1997 trước đó, các thành phần kinh tế không được khuyến khích tham gia vào thị trường dịch vụ viễn thông. Thông tư số 04/1998/TT-TCBD hướng dẫn thi hành Nghị định 109/1997/NĐ-CP quy định doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông bao gồm:

- Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông cơ bản (gồm doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông cơ bản loại I và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông cơ bản loại II);

- Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng.

Trong đó:

- Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông cơ bản loại I: là doanh nghiệp nhà nước được Thủ tướng Chính phủ quyết định thành lập hoặc cho phép thành lập và được Cơ quan QLNN về bưu chính - viễn thông cấp phép thiết lập hệ thống đường trục viễn thông quốc gia để cung cấp các dịch vụ viễn thông.

- Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông cơ bản loại II: là doanh nghiệp nhà nước hoặc công ty cổ phần mà nhà nước chiếm cổ phần chi phối hoặc cổ phần đặc biệt, được Thủ tướng Chính phủ quyết định thành lập hoặc cho phép thành lập và được Cơ quan QLNN về bưu chính - viễn thông cấp phép thiết lập mạng viễn thông công cộng (trừ hệ thống đường trục viễn thông quốc gia) để cung cấp các dịch vụ viễn thông.

Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng: là doanh nghiệp nhà nước hoặc công ty cổ phần mà nhà nước chiếm cổ phần chi phối hoặc cổ phần đặc biệt, được Cơ quan QLNN về bưu chính - viễn thông cấp phép thiết lập mạng máy tính, hệ thống thiết bị điện tử, tin học để cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng qua mạng viễn thông công cộng. Theo những quy định trên, tất cả các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông đều phải là doanh nghiệp nhà nước hoặc công ty cổ phần mà nhà nước chiếm cổ phần chi phối hoặc cổ phần đặc biệt. Như vậy, nhà nước vẫn muốn nắm quyền kiểm soát chặt chẽ ngành viễn thông. Và các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh có rất ít cơ hội tham gia vào lĩnh vực này

Pháp lệnh Buru chính - Viễn thông năm 2002 đã tạo ra sự thay đổi đáng kể trong việc khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển ngành viễn thông. Theo Pháp lệnh, doanh nghiệp viễn thông được chia thành hai loại là doanh nghiệp cung cấp hạ tầng mạng và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông. Trong đó:

Doanh nghiệp cung cấp hạ tầng mạng phải là doanh nghiệp nhà nước hoặc doanh nghiệp mà vốn góp của nhà nước chiếm cổ phần chi phối hoặc cổ phần đặc biệt, được thành lập theo quy định của pháp luật để thiết lập hạ tầng mạng và cung cấp dịch vụ viễn thông. Quy định này là phù hợp vì: *Thứ nhất*, việc xây dựng công trình, mạng lưới của loại doanh nghiệp này có sử dụng chung nhiều kết cấu hạ tầng quốc gia với một số ngành khác như đất đai, đường giao thông, các vị trí thuận lợi về địa lý tại các thành phố, khu vực trung tâm và có liên quan đến quốc phòng - an ninh của đất nước. *Thứ hai*, nhà nước cần phải duy trì một số lượng nhất định doanh nghiệp nhà nước cung cấp hạ tầng mạng để đảm bảo thực hiện các nghĩa vụ công ích theo yêu cầu của nhà nước.

Đối với loại doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông, Pháp lệnh quy định mọi doanh nghiệp Việt Nam thuộc mọi thành phần kinh tế, được thành lập theo quy định của Pháp luật đều được tham gia cung cấp dịch vụ viễn thông. Chính sách này đã góp phần phát huy tiềm năng của các thành phần kinh tế cho công cuộc phát triển ngành viễn thông Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Trên thực tế, mặc dù cơ sở hạ tầng viễn thông Việt Nam trong thời gian qua đã phát triển rất nhanh, song quy mô và sự phát triển bền vững so với các nước trong khu vực cũng như trên thế giới vẫn còn nhiều hạn chế, người dân ở vùng sâu, vùng xa vẫn chưa được tiếp cận đầy đủ các dịch vụ viễn thông. Để phát triển mạng viễn thông rộng khắp cả nước đáp ứng được yêu cầu của

công cuộc đổi mới, công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, Việt Nam vẫn cần những nguồn đầu tư rất lớn để phát triển mạng viễn thông quốc gia và việc huy động, khuyến khích mọi nguồn lực tham gia phát triển hạ tầng viễn thông là rất cần thiết. Do đó quy định hạn chế sở hữu nhà nước trong các doanh nghiệp thiết lập mạng viễn thông không còn phù hợp với thực tế cũng như thông lệ quốc tế và cam kết WTO của Việt Nam.

+ *Mở rộng quyền tự chủ cho doanh nghiệp trong việc tự quyết định giá cước viễn thông.* Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông mở rộng quyền tự chủ cho các doanh nghiệp viễn thông trong việc tự quyết định cước phí viễn thông. Trước đó theo Nghị định 109/1997/NĐ-CP ngày 12/11/1997 của Chính phủ, doanh nghiệp viễn thông tự quyết định cước phí các dịch vụ mà nhà nước không quy định. Với những dịch vụ viễn thông mang tính xã hội – công ích cao, giá cước của các doanh nghiệp viễn thông phải nằm trong khung giá cước do nhà nước quy định. Tuy nhiên trên thực tế, nhà nước đã quy định khung giá cước đối với hầu hết những loại hình dịch vụ chủ yếu của các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam. Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông năm 2002 đã có thay đổi quan trọng. Điều 44 của Pháp lệnh quy định:

“1. Thủ tướng Chính phủ quyết định giá cước dịch vụ viễn thông quan trọng có tác động đến nhiều ngành và kinh tế - xã hội.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về bưu chính - viễn thông quyết định giá cước dịch vụ viễn thông công ích, giá cước dịch vụ viễn thông của doanh nghiệp có thị phần khống chế (chiếm trên 30% thị phần một loại hình dịch vụ viễn thông) và giá cước kết nối giữa các doanh nghiệp trên cơ sở giá thành dịch vụ, chính sách phát triển kinh tế - xã hội và mục tiêu phát triển viễn thông trong từng thời kỳ.

3. Doanh nghiệp viễn thông quyết định các mức giá cước cụ thể đối với dịch vụ viễn thông, trừ giá cước quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều này”.

Quy định trên góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp viễn thông (đặc biệt là các doanh nghiệp mới gia nhập thị trường) cạnh tranh về phương diện giá cả. Những doanh nghiệp cung ứng dịch vụ viễn thông với chất lượng tốt và giá cước hợp lý sẽ có lợi thế trên thị trường.

Dự thảo Luật Viễn thông quy định: Nhà nước tôn trọng quyền tự xác định giá và cạnh tranh về giá của các doanh nghiệp. Về quản lý giá cước của Nhà nước: Quản lý dựa trên nguyên tắc thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh, không phân biệt trong quản lý và quy định giá cước viễn thông.

- ***Tổ chức thi tuyển, bắt buộc các doanh nghiệp phải phát triển theo công nghệ hiện đại trên thế giới.*** 3G là công nghệ truyền thông thế hệ thứ ba, cho phép truyền cả dữ liệu thoại và dữ liệu ngoài thoại (tải dữ liệu, gửi email, tin nhắn nhanh, hình ảnh...). Việc tổ chức cấp phép 3G dưới hình thức "Thi tuyển" (tiếng Anh là Beauty Contest) đã được Bộ Thông tin và Truyền thông nghiên cứu theo kinh nghiệm quốc tế, tham vấn các doanh nghiệp trong và ngoài nước và đã được Thủ tướng Chính phủ đồng ý cho phép triển khai thực hiện. Cuộc thi tuyển cấp giấy phép triển khai công nghệ không dây thế hệ thứ 3 (3G) đã được khởi xướng từ năm 2008. Bầy mạng di động tại Việt Nam đều có nhu cầu băng tần 3G rất lớn. Tuy nhiên, tài nguyên tần số chỉ đủ chia cho 4 mạng di động nên đợt Thi tuyển lần này nhằm lựa chọn ra 4 doanh nghiệp, thậm chí là Liên danh giữa các doanh nghiệp trong số 7 Doanh nghiệp thi tuyển để Bộ Thông tin và Truyền thông cấp Giấy phép và cấp tần số nhằm triển khai dịch vụ 3G tại Việt Nam. Việc tổ chức thi tuyển 3G lần này được Bộ Thông tin và Truyền thông chuẩn bị kỹ lưỡng và tiến hành một cách công khai, minh bạch theo các quy định của pháp luật về viễn thông, thông lệ quốc tế và các cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO.

Ngày 18/2/2009, 7 doanh nghiệp thông tin di động Việt Nam đã nộp hồ sơ lên Bộ Thông tin và Truyền thông. Đã có 6 hồ sơ thi tuyển của mạng di

động VinaPhone, MobiFone, Viettel, SFone, Gtel Mobile và liên danh giữa EVN Telecom (mạng di động E-Mobile) và HT Telecom (mạng di động Vietnam Mobile) được nộp. Những hồ sơ được lựa chọn cấp phép phải vượt qua hai vòng chấm và xét tuyển gắt gao của Hội đồng thi tuyển 3G Bộ Thông tin và Truyền thông. Qua vòng một, tiếp tục vào vòng hai, là vòng xét tuyển với dựa trên 5 tiêu chí cơ bản, trong đó có những tiêu chí quan trọng như vùng phủ sóng, thời gian triển khai nhanh; tiền đặt cọc đưa ra là bao nhiêu, cam kết sử dụng chung hạ tầng của mạng 2G... của doanh nghiệp.

Chiều ngày 2/4/2009, Bộ Thông tin và Truyền thông đã công bố Tổng Công ty Viễn thông Quân đội (Viettel), Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông Việt Nam (VNPT), Công ty Thông tin Di động (VMS), Liên danh Công ty Thông tin Viễn thông Điện lực (EVN Telecom) và Công ty cổ phần Viễn thông Hà Nội (Hanoi Telecom) là 4 doanh nghiệp và liên danh trúng tuyển cấp phép thiết lập mạng và cung cấp dịch vụ 3G.

3.3.2. Những hạn chế và yếu kém

**** Xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển thị trường chưa sát thực tiễn***

Ngày 07/07/2007, Bộ Bưu chính - Viễn thông đã chính thức ban hành Chỉ thị về định hướng chiến lược phát triển Công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 (gọi tắt là “Chiến lược cất cánh”). Tuy nhiên, đây mới chỉ là chiến lược cho ngành - phía các doanh nghiệp, còn chiến lược cho thị trường - theo hướng đảm bảo lợi ích cho cả doanh nghiệp và người tiêu dùng thì Nhà nước chưa có định hướng. Ngoài ra, những nội dung nêu ra trong Chỉ thị trên cũng rất chung chung, chủ yếu đề cập tới mục tiêu, nhưng con đường để đạt mục tiêu đó thì chưa cụ thể. Và để phát triển đất nước, chúng ta cần có tầm nhìn xa hơn nữa (đến 2025, 2050) chứ không chỉ là 2020.

Như vậy, công tác xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển thị trường dịch vụ viễn thông ở Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế.

*** *Tổ chức các hoạt động kinh tế chưa hiệu quả***

- *Quy trình triển khai các dự án đầu tư của nhà nước cho ngành còn nhiều bất cập:*

Do thủ tục lập và phê duyệt một dự án của ngành viễn thông ở Việt Nam mất rất nhiều thời gian nên một số dự án được triển khai quá chậm. Một số dự án có chi phí hàng trăm triệu USD được hình thành từ mấy năm trước nhưng gần đây mới được triển khai. Và công nghệ của các dự án đó đã trở nên lạc hậu trong thời kỳ công nghệ viễn thông thay đổi nhanh chóng như hiện nay.

Mặt khác, hiện tượng tiêu cực trong công tác đấu thầu mua sắm thiết bị viễn thông vẫn thường xảy ra. Năm 2004, kết quả thanh tra tại Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông đã nêu rõ nhiều vi phạm trong quá trình tổ chức đấu thầu. Ví dụ, dự án nâng cấp hệ thống chuyển mạch để có tính năng thông minh (IN) cho mạng VinaPhone với tổng vốn đầu tư 147,473 tỷ đồng được chia thành 5 gói thầu. Trong đó, gói thầu số 4 (mua thiết bị điều khiển và quản lý dịch vụ có giá 6,79 triệu USD) được thực hiện theo hình thức đấu thầu hạn chế giữa ba nhà thầu: Công ty Siemens, Công ty Ericsson, Công ty Alcatel. Sau khi chấm thầu, Tổ chuyên gia tư vấn và Tổng giám đốc Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông đã đề nghị Công ty Siemens trúng thầu. Tuy nhiên sau đó, Chủ tịch Hội đồng quản trị Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông đã quyết định chọn Công ty Ericsson trúng thầu. Quyết định này là sai về trình tự, thủ tục của quy chế đấu thầu. Đấu thầu là một hoạt động mang lại hiệu quả kinh tế cho bên mời thầu. Bên mời thầu có thể tìm được hàng hoá có tiêu chuẩn chất lượng mong muốn, với giá cả hợp lý nhất. Do đó, những vi phạm trong quy trình tổ chức đấu thầu ở Tổng công ty Bưu chính -

Viễn thông đã làm giảm hiệu quả của nhiều dự án đầu tư cho ngành viễn thông Việt Nam.

- *Quản lý các dịch vụ gia tăng, đầu số tin nhắn rác trên nền di động còn lỏng lẻo*

Hiện nay, các nhà mạng đều kinh doanh dịch vụ gia tăng trên nền di động như: nhạc chuông, nhạc chờ, các tiện ích bằng tin báo như: xem thông tin bóng đá, dự báo thời tiết, quà tặng âm nhạc..., các dịch vụ này nhà mạng tự cung cấp cho khách hàng. Vì vậy, có thể quản lý được. Tuy nhiên, trong kinh doanh liên kết của các doanh nghiệp viễn thông với các công ty truyền thông chuyên cung cấp các dịch vụ giải trí trên nền di động qua hình thức gửi tin nhắn đến số điện thoại của khách hàng. Trong bối cảnh hiện nay, công nghệ thông tin bùng nổ và len lỏi đến khắp thôn xóm, vùng sâu xa ở nước ta. Những thông tin không rõ ràng, không minh bạch của nhà mạng nhiều khi gây hiệu ứng không tốt, vì bản chất khách hàng không hiểu về dịch vụ, khách hàng có thể gửi đi một tin nhắn và sẽ bị tính cước rất đắt cho dịch vụ mà khách hàng không biết sử dụng. Bên cạnh đó, tình trạng gửi tin nhắn quảng cáo tràn lan khiến khách hàng không hài lòng, và có rất nhiều các phản ánh lên Trung tâm chăm sóc khách hàng của các nhà mạng về tình trạng tin nhắn rác nhưng vẫn không được xử lý triệt để.

- *Chưa tạo dựng được hạ tầng kỹ thuật hiện đại: hạ tầng mạng còn nghèo nàn, công nghệ hiện đại chưa phát huy được đầy đủ tính năng. Nhìn chung, trình độ kỹ thuật của phần lớn ngành viễn thông Việt Nam hiện nay vẫn lạc hậu so với thế giới. Ví dụ, nhiều tổng đài của Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông ở các tỉnh vẫn là tổng đài Toll trung kế sử dụng công nghệ lạc hậu (TDM) mà chỉ vài năm nữa thế giới sẽ không còn sử dụng. Trong lĩnh vực Internet, một số nhà cung cấp như FPT, Viettel hiện vẫn sử dụng nhiều phương tiện, thiết bị và công nghệ kém hiện đại (của Zyxel, Huawei), một số*

thiết bị tập trung thuê bao khu vực của Trung Quốc... Vì vậy, chất lượng các dịch vụ viễn thông của Việt Nam còn nhiều hạn chế.

Ngoài ra, khi thị trường dịch vụ viễn thông phát triển mạnh mẽ như hiện nay, với số lượng gia tăng các hệ thống thiết bị kỹ thuật, trạm phát sóng của các doanh nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dùng, thì không gian để xây dựng, lắp đặt những hạ tầng thiết bị này bị thu hẹp, và một bài toán chống lãng phí trong đầu tư và quy hoạch cơ sở hạ tầng mới được tính đến. Chỉ trong một khu vực dân cư nhỏ đã có đến 5 trạm BTS của 5 nhà cung cấp dịch vụ mọc trên các nóc nhà; chỉ một đoạn đường ngắn mà 4 doanh nghiệp đều phải cắt công đào xới tới 4 lần để đặt cáp ngầm của riêng mình... là những ví dụ điển hình về sự lãng phí trong đầu tư hạ tầng và sự hỗn loạn trong việc quy hoạch hạ tầng viễn thông quốc gia, gây mất mỹ quan đô thị, lãng phí tiền của và mất an toàn, an ninh.

**** Chưa tạo môi trường thực sự thuận lợi để các thành phần kinh tế tự do hoạt động***

- Chưa tạo được môi trường cạnh tranh:

+ Nhà nước quy định cơ chế cho thuê mạng đường trục viễn thông quốc gia chưa hợp lý:

Hiện nay, hạ tầng mạng viễn thông quốc gia được nhà nước giao hoàn toàn cho Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông quản lý. Đây là một trong những cản trở đối với sự phát triển của ngành viễn thông Việt Nam. Vì một mặt, Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông (gọi tắt là Tập đoàn) là doanh nghiệp quản lý mạng đường trục, cho các doanh nghiệp viễn thông khác thuê lại. Mặt khác, Tập đoàn cũng là một nhà cung ứng dịch vụ viễn thông, tham gia cạnh tranh với các doanh nghiệp khác. Theo Pháp lệnh Bưu chính - Viễn thông, các nhà cung ứng dịch vụ viễn thông khác sẽ tự thỏa thuận việc thuê mạng đường trục với Tập đoàn (Doanh nghiệp viễn thông có quyền kết nối mạng viễn

thông của mình với mạng hoặc dịch vụ viễn thông của doanh nghiệp khác, đồng thời có nghĩa vụ cho các doanh nghiệp viễn thông khác kết nối vào mạng hoặc dịch vụ viễn thông của mình... thông qua thoả thuận kết nối giữa các bên.

Doanh nghiệp viễn thông nắm giữ các phương tiện thiết yếu có vai trò quyết định trong việc kết nối và cung cấp dịch vụ viễn thông không được từ chối yêu cầu kết nối của các chủ mạng viễn thông dùng riêng và các doanh nghiệp viễn thông khác, đồng thời phải tạo điều kiện thuận lợi cho việc đàm phán và thực hiện kết nối, nếu yêu cầu đưa ra hợp lý và khả thi về kinh tế, kỹ thuật).

Không phản ánh đúng quan hệ cung - cầu: Trong cơ chế thị trường, giá cả được hình thành trên cơ sở quan hệ giữa cung và cầu, bên bán và bên mua. Do phải bù giá chéo, cước phí kết nối bị tính cao hơn mức cước thông thường, nên không phản ánh được đúng nhu cầu kết nối của doanh nghiệp, thậm chí cước phí cao còn cản trở doanh nghiệp, đồng thời không phản ánh đúng mức khấu hao của hạ tầng mạng viễn thông quốc gia.

- Chưa mở rộng cửa cho nhà đầu tư nước ngoài, thiếu các nhà đầu tư chiến lược trên thị trường.

Xét tổng thể những cam kết mở cửa cho các nhà đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực viễn thông, Việt Nam đã có một số nhân nhượng theo yêu cầu của các thành viên WTO trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ viễn thông không có hạ tầng mạng và trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ qua biên giới (dịch vụ viễn thông quốc tế) để đổi lấy việc bảo lưu hạn chế “nước ngoài phải liên doanh với đối tác Việt Nam đã được cấp phép và bảo lưu hạn chế “mức vốn góp nước ngoài tối đa là 49% trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ viễn thông cơ bản có hạ tầng mạng”. Những nhân nhượng về dịch vụ vệ tinh và dịch vụ cáp quang biển cung cấp qua biên giới chỉ cho phép phía nước ngoài được phép

sở hữu toàn phần dung lượng thuộc hệ thống truyền dẫn không nằm trên lãnh thổ Việt Nam. Việt Nam vẫn bảo lưu được quyền kiểm soát Nhà nước đối với hạ tầng mạng viễn thông trên lãnh thổ Việt Nam và qua đó giữ được quyền kiểm soát nhất định đối với thị trường dịch vụ và an ninh thông tin. Việt Nam chưa cho phép thành lập công ty 100% vốn nước ngoài trong lĩnh vực viễn thông. Các công ty nước ngoài vẫn phải hợp tác với các công ty trong nước để cung cấp dịch vụ.

Theo những cam kết trên, các nhà đầu tư nước ngoài chủ yếu vẫn bị hạn chế tỷ lệ vốn góp, và hình thức đầu tư (chủ yếu dưới dạng Hợp đồng hợp tác kinh doanh và Liên doanh). Với những giới hạn đó, các tập đoàn viễn thông quốc tế lớn không thể phát huy hiệu quả ở thị trường Việt Nam. Vì họ không được nắm quyền quản trị trực tiếp, mà phải thông qua đối tác Việt Nam. Và công nghệ họ mang vào Việt Nam cũng không thể hiện đại nhất, do giới hạn vốn góp.

*** *Hoạt động điều tiết các quá trình phát triển thị trường còn kém***

- Chính sách phổ cập dịch vụ viễn thông công ích đến các vùng khó khăn trong cả nước còn nhiều vướng mắc:

Ngày 8/11/2004 Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định số 191/2004/QĐ- TTg về việc thành lập *Quỹ dịch vụ viễn thông công ích* nhằm mục đích hỗ trợ, thực hiện chính sách của nhà nước về cung cấp các dịch vụ viễn thông công ích. Ngày 3/12/2007, Thủ tướng chính phủ ra Quyết định 186/2007/QĐ-TTg Về việc sửa đổi Quyết định số 191/2004/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về thành lập, tổ chức và hoạt động của Quỹ dịch vụ viễn thông công ích Việt Nam. Trong đó quy định:

Tất cả các doanh nghiệp viễn thông hoạt động kinh doanh tại Việt Nam đều phải thực hiện nghĩa vụ cung cấp dịch vụ viễn thông công ích tại Việt Nam thông qua đóng góp tài chính cho Quỹ. Các khoản đóng góp của doanh

nghiệp viễn thông cho Quỹ từ năm tài chính 2007 được tính theo doanh thu cung ứng dịch vụ cho khách hàng sử dụng (không tính doanh thu cước kết nối), bao gồm:

- + Các dịch vụ viễn thông di động, mức đóng góp là 3% doanh thu;
- + Dịch vụ điện thoại đường dài quốc tế, dịch vụ thuê kênh đường dài quốc tế, mức đóng góp 2% doanh thu;
- + Dịch vụ điện thoại đường dài trong nước liên tỉnh, dịch vụ thuê kênh đường dài trong nước, mức đóng góp là 1% doanh thu.

Tuy nhiên, có một vấn đề là nguồn thu của Quỹ do các doanh nghiệp viễn thông đóng góp, nhưng theo Quyết định 191/2004/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ thì Quỹ là chủ đầu tư các dự án và có quyền tuyển chọn, thẩm định các dự án đó. Như vậy, không phải cứ doanh nghiệp viễn thông nào đóng góp nhiều hơn là được hưởng lợi nhiều hơn. Đây là một mâu thuẫn dẫn đến khó cân bằng lợi ích giữa các doanh nghiệp viễn thông.

Một vấn đề khác, theo các chuyên gia thì việc lắp điện thoại cố định cho vùng công ích có giá thành đắt hơn so với đầu tư một cột phát sóng dành cho dịch vụ điện thoại di động. Như vậy, nếu đầu tư xây dựng mạng lưới điện thoại di động thì sẽ hiệu quả hơn. Tuy nhiên, vấn đề này cần được nghiên cứu thêm trước khi Quỹ lựa chọn dự án đầu tư.

Một vướng mắc nữa, là năng lực hoạt động của các Sở Thông tin và Truyền thông ở địa phương. Nhìn qua cơ chế hoạt động của Quỹ, sẽ thấy việc chi của Quỹ dựa vào kết quả triển khai dịch vụ và cung cấp dịch vụ của các doanh nghiệp ở vùng công ích, sẽ quyết định doanh nghiệp được Quỹ hỗ trợ như thế nào. Nhưng ai sẽ đóng vai trò thẩm định, giám sát, báo cáo các kết quả công việc mà doanh nghiệp làm được ở vùng công ích?

Nếu là Quỹ, sợ rằng sẽ có những ý kiến cho rằng thiếu khách quan, càng thiếu khách quan hơn nếu do doanh nghiệp tự làm, rồi tự báo cáo. Vì thế

trách nhiệm này sẽ thuộc về các Sở Thông tin và Truyền thông địa phương. Trở ngại là ở chỗ, các Sở có đủ nhân lực, trình độ, và tài chính để hoàn thành nhiệm vụ này không? Trình độ và nhân lực của các Sở Thông tin và Truyền thông là một trong những trở ngại trong quá trình hoạt động của Quỹ viễn thông công ích. Trong khi đó, số người ở mỗi Sở lại quá ít. Việc nắm bắt tình hình và kiểm soát sự hoạt động của viễn thông công ích ở địa phương chắc chắn sẽ rất phức tạp. Chưa nói tới việc ở các vùng công ích miền núi, địa hình hiểm trở trải dài, dân thưa, doanh nghiệp chưa chắc mặn mà và việc triển khai viễn thông công ích sẽ vô cùng khó khăn.

**** Còn lỏng lẻo trong việc thực hiện kiểm tra, kiểm soát các hoạt động thị trường:***

- Chưa kiểm soát được tình trạng các doanh nghiệp chạy đua cạnh tranh bằng giảm giá cước dẫn đến giảm chất lượng dịch vụ: nghẽn mạng, nhiều khi đàm thoại, chất lượng phục vụ kém...

Trong những năm qua, đã nhiều lần các mạng điện thoại di động, mạng Internet ở Việt Nam bị nghẽn, tính nhảm giá cước cho khách hàng... Nguyên nhân là do các doanh nghiệp viễn thông quá tập trung vào cuộc chạy đua giảm giá cước mà không chú ý nâng cấp hạ tầng mạng để đáp ứng nhu cầu tăng lên nhanh chóng của khách hàng. Các doanh nghiệp sử dụng các chiêu thức khuyến mãi hấp dẫn, tuy nhiên, sự chuẩn bị về hạ tầng mạng chưa tốt.

Thứ nhất, thiết bị giành cho đường truyền chưa tốt, công nghệ cáp quang tốc độ cao đã được đưa vào sử dụng, tuy nhiên doanh nghiệp chưa đảm bảo được đúng chất lượng dịch vụ như đã cam kết: Đứt cáp thường xuyên xảy ra, tốc độ cao không được duy trì lâu dài, chăm sóc khách hàng và xử lý sự cố không đảm bảo đúng cam kết. *Thứ hai*, liên tục thay đổi phương án giá, chương trình khuyến mãi, khiến cho khách hàng khó khăn nắm bắt thông tin về sản phẩm.

- Chưa ngăn chặn được tin nhắn quảng cáo “rác”.

Với quy định hiện nay, tin nhắn rác đang có cơ hội được “hợp pháp hóa” và khách hàng vẫn mất tiền cho việc này. Cụ thể theo quy định của Nghị định số 90/2008/NĐ-CP ngày 13 tháng 08 năm 2008 của Chính phủ về chống thư rác, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ quảng cáo sẽ không được tiếp tục gửi tin nhắn rác đến thuê bao di động nếu thuê bao đó từ chối. Tuy nhiên, điều trớ trêu là trong thời gian qua, các doanh nghiệp lại áp dụng tiêu xảo móc túi khách hàng bằng cách gửi tin nhắn rác có tiêu đề quảng cáo đến các thuê bao di động.

Vì bức xúc, các thuê bao sẽ gửi tin nhắn ngược lại để từ chối; ngay lập tức các doanh nghiệp này đã trừ tiền trong tài khoản của các thuê bao. Theo thông tin từ Trung tâm Ứng cứu khẩn cấp máy tính Việt Nam thì thời gian qua đã có rất nhiều thuê bao di động đã khiếu nại về việc bị một số doanh nghiệp móc túi kiểu này. Cụ thể với mỗi lần gửi tin nhắn từ chối quảng cáo, thuê bao đã bị móc túi 2.000đ/tin nhắn. Ngay sau sự việc này, Thanh tra Bộ Thông tin và Truyền thông và Trung tâm Ứng cứu khẩn cấp máy tính Việt Nam đã vào cuộc xử lý.

Đã có nhà cung cấp dịch vụ Vietnam2you thừa nhận việc áp dụng tiêu xảo này và hứa sẽ hoàn trả số tiền thu bất hợp pháp. Cũng trong ngày 10/4/2009, các chuyên gia viễn thông tiếp tục cảnh báo những chiêu thức cài bẫy khách hàng mới. Cụ thể, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ nội dung sẽ gửi tin nhắn đến các thuê bao di động. Nếu biết cách và từ chối, khách hàng sẽ không mất tiền.

Thực tế cho thấy các nhà thuê đầu số không đại gì để những tin nhắn nội dung không lành mạnh, quấy rối xuất phát từ số của tổng đài. Bằng cách sử dụng những sim cá nhân, các nhà thuê đầu số có thể gửi hàng loạt tin nhắn gợi ý khách hàng tham gia dịch vụ với nội dung tùy thích mà không bị phát hiện.

Với tình trạng sim “siêu” khuyến mãi như hiện nay (tài khoản gấp ba lần tiền mua), một sim điện thoại có thể dùng trong một lần gửi đến hàng trăm thuê bao khác sau đó vứt sọt rác. Tuy nhiên chỉ cần bấm nút chấp nhận xem tin nhắn, lập tức sẽ bị trừ tiền vì coi như khách hàng đã nhận sử dụng và xem thông tin từ tin nhắn. Theo khuyến cáo của các chuyên gia, nếu bị lợi dụng và lừa đảo, khách hàng cần có ý thức đấu tranh bằng cách liên hệ với các đường dây nóng xử lý tin nhắn rác của doanh nghiệp viễn thông, hoặc tới website chống tin nhắn rác của Trung tâm Ứng cứu khẩn cấp máy tính Việt Nam tại địa chỉ antispam.vncert.gov.vn.

- Quản lý thuê bao di động trả trước còn lỏng lẻo.

Với việc phát hành kho số phung phí, các doanh nghiệp phải đầu tư không nhỏ "nuôi" thuê bao ảo trên hệ thống. Theo điều tra của Bộ Thông tin và Truyền thông, số thuê bao ảo đang chiếm khoảng 30% tổng số thuê bao của các mạng thông tin di động. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng tốn không ít tiền của, công sức để tuyên truyền, quảng bá đầu số mới. Cuối cùng, hệ lụy to lớn là các doanh nghiệp đứng trước nguy cơ cháy kho số. Cụ thể, con số truyền thống "09" của mạng di động gần như đã hết. Điều này buộc Bộ Thông tin và Truyền thông phải mở kho số, hoặc tăng dãy số từ 10 con số hiện nay lên 11 con số.

Bộ Thông tin và Truyền thông đã cho doanh nghiệp tự do khuyến mại; chưa quản lý chặt chẽ thuê bao trả trước. Bên cạnh đó vì các mục tiêu cạnh tranh, các doanh nghiệp cũng phung phí kho số của mình. Theo các chuyên gia, quyết định này "sai lầm" ở chỗ: Các mạng di động bị phức tạp hoá khi phải quản lý và tuyên truyền cho đầu số mới; mặt khác Bộ và các doanh nghiệp cũng tự "hạn chế năng lực" kho số khi mỗi đầu số chỉ phát triển được 10 triệu số thuê bao. Nếu Bộ Thông tin và Truyền thông không "nuông chiều" các doanh nghiệp trong việc mở kho số thì thực chất các doanh nghiệp

cũng chưa bị nguy cơ cháy kho số. Những đợt khuyến mại ồ ạt với chiêu thức "tiền ít mua tài khoản nhiều" không chỉ gây rối thị trường, mà còn tạo những cơn sốt ảo về phát triển số thuê bao.

Với thị trường di động Việt Nam, các doanh nghiệp viễn thông đều thừa nhận tác hại khôn lường của việc thả nổi thị trường di động trả trước. *Thứ nhất*, việc xuất hiện bom tin nhắn spam đều xuất phát từ các thuê bao trả trước, gây phiền toái không ít cho người tiêu dùng, với các loại tin như quảng cáo dầu gội đầu, khuyến mãi xà phòng Omo, hay tin đồn thất thiệt nhắn tin tặng tiền vào tài khoản... Điều tệ hại hơn là những tin nhắn nguy hại này lại thường xuyên được gửi đến vào những giờ không ai muốn nhận: giờ nghỉ trưa, lúc nửa đêm... *Thứ hai*, theo đánh giá từ phía các nhà cung cấp dịch vụ, việc thắt chặt quản lý thuê bao trả trước sẽ góp phần tiết kiệm được kho tài nguyên số. Bởi vì, hiện nay, các thuê bao khóa hai chiều, "thuê bao ảo" đang chiếm tỷ lệ khá cao. Hiệu suất sử dụng kho số trả trước bình quân mới chỉ chiếm khoảng 50% trong khi, dải số cho các mạng di động hiện nay đang không dồi dào.

3.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế, yếu kém trong quản lý nhà nước đối với thị trường viễn thông Việt Nam

Hệ thống kết cấu hạ tầng kỹ thuật chung của nền kinh tế chưa phát triển.

Đường giao thông nhiều nơi còn khó khăn, chưa đồng bộ. Dưới lòng đất có rất nhiều đường dây cáp của các ngành: viễn thông, điện lực, truyền hình cáp, nước sạch, công ngầm... khiến quá trình triển khai lắp đặt cáp viễn thông diễn ra tương đối chậm và phức tạp. Còn trên mặt đất, các cột điện của ngành điện giờ cũng phục vụ giúp các doanh nghiệp viễn thông, truyền hình cáp. Thị trường Việt Nam hiện nay có 10 doanh nghiệp hạ tầng viễn thông, hơn 40 doanh nghiệp truyền hình cáp, hơn 60 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ

Internet, hơn 60 đài phát thanh - truyền hình, hàng trăm doanh nghiệp cung cấp hạ tầng viễn thông tự động, cung cấp nội dung thông tin, cạnh tranh thực hiện trên tất cả mọi loại hình dịch vụ viễn thông. Với số lượng doanh nghiệp lớn như vậy, tập trung chủ yếu ở các thành phố càng khiến các cột điện phải mang rất nhiều dây cáp, hệ thống đường dây viễn thông trong các đô thị bùng nhùng, quá trình triển khai lắp đặt dịch vụ viễn thông gặp nhiều khó khăn. Một số gia đình, doanh nghiệp muốn lắp đặt dịch vụ Internet nhưng bị doanh nghiệp từ chối vì lý do “hết công”, hoặc đường dây chưa kéo tới...

Như vậy, vấn đề sử dụng chung hạ tầng mạng giữa các doanh nghiệp viễn thông, và giữa ngành viễn thông với các ngành khác cần phải được đặt ra để hệ thống kết cấu hạ tầng của nền kinh tế phát huy được hiệu quả.

Thu nhập bình quân đầu người ở Việt Nam còn thấp. Năm 2009, ước tính thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam vào khoảng 1.074 USD/người, và Việt Nam vẫn chưa thoát khỏi ngưỡng nước nghèo. Tháng 8/2009, Tổ chức Business Monitor International (BMI) đã công bố bảng xếp hạng môi trường kinh doanh viễn thông ở châu Á, Việt Nam đứng thứ 18, xếp dưới Sri Lanka, Thái Lan, Bangladesh, Pakistan, Lào và Campuchia. So với lần công bố trong quý I vừa qua, Việt Nam tụt 5 hạng. Các tiêu chuẩn đánh giá của

BMI dựa trên rủi ro khi đầu tư cũng như khả năng thu hồi vốn, trong đó tiêu chuẩn đầu chiếm trọng số 30%. Tiêu chuẩn sau được đánh giá dựa trên các tiêu chí về chỉ số thu nhập bình quân trên mỗi người dùng, tốc độ tăng trưởng của thị trường dịch vụ viễn thông và môi trường kinh doanh.

Trong đó, Việt Nam không được đánh giá cao khi 90% là thuê bao trả trước, với chỉ số doanh thu bình quân một thuê bao/tháng (ARPU) ở mức 6 USD/người, thuộc loại thấp. Các dịch vụ viễn thông đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu lớn cho hệ thống mạng. Giá cước dịch vụ viễn thông của Việt Nam tuy đã

giảm xuống tương đương với các nước trong khu vực, nhưng do thu nhập bình quân của nước ta thấp hơn các nước khác nhiều, nên sức cầu đối với thị trường còn hạn chế. Điều này khiến các doanh nghiệp vẫn còn tương đối “e dè” khi đầu tư xây dựng hạ tầng, và triển khai những dịch vụ giá trị gia tăng đòi hỏi chi phí cao.

Tư duy của những người hoạch định và điều hành thực hiện chính sách.

Trước bối cảnh toàn cầu hoá diễn ra nhanh chóng, chúng ta đang quá thận trọng trong quá trình hội nhập quốc tế. Hiện nay, hệ thống an ninh, quốc phòng và các cơ quan quan trọng của quốc gia đã có mạng viễn thông dùng riêng. Vì vậy, những diễn biến trên thị trường dịch vụ viễn thông chưa có ảnh hưởng trực tiếp đến an ninh, quốc phòng. Các doanh nghiệp trong nước hiện tại vẫn kêu gọi nhà nước lùi lại lộ trình mở cửa. Tuy nhiên, mục đích chính của họ là muốn kiếm thêm lợi nhuận từ sự bảo hộ của nhà nước. Mặt khác, nếu chúng ta bảo hộ cho ngành viễn thông quá lâu thì sức cạnh tranh của ngành sẽ giảm do không có động lực thúc đẩy cải tiến sản xuất - kinh doanh.

Ngoài ra, quan niệm về vai trò của nhà nước trong nền kinh tế thị trường cũng cần được làm rõ. Hiện nay, nhiều cán bộ lãnh đạo vẫn chịu ảnh hưởng của tư duy kinh tế cũ (cơ chế quản lý kinh tế tập trung đề cao vai trò của nhà nước). Mặt khác, quy trình xây dựng và thực thi pháp luật của Việt Nam còn nhiều yếu kém. Vì vậy, nhà nước vẫn quá tập trung vào việc điều tiết nền kinh tế bằng doanh nghiệp nhà nước mà không coi trọng công cụ luật pháp và các công cụ kinh tế khác (tài chính, thuế...). Do đó, các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh chưa thực sự được thuận lợi khi tham gia vào thị trường dịch vụ viễn thông.

Cũng xuất phát từ tư duy đó, việc cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước trong ngành viễn thông diễn ra quá chậm. Nhà nước sợ sau khi cổ phần

hoá, nhà nước sẽ mất quyền kiểm soát và các nhà đầu tư nước ngoài sẽ thôn tính doanh nghiệp. Còn những người làm việc trong doanh nghiệp vẫn muốn có thu nhập ổn định từ sự "bao bọc" của nhà nước.

Hệ thống Luật pháp ở Việt Nam hiện còn chông chéo gây khó khăn cho các doanh nghiệp. Ngoài Pháp lệnh Buu chính - Viễn thông năm 2002, Việt Nam đã có những luật khác điều chỉnh sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, như Luật Cạnh tranh, Luật Thương mại. Tuy nhiên, những năm gần đây, các mạng điện thoại di động thường xuyên có những khuyến mại lớn, gần như cho không, tặng 100% giá trị thẻ/sim, tuy nhiên chưa có doanh nghiệp nào bị xử lý theo pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Điều đó chứng tỏ các văn bản luật chưa phát huy hiệu quả trong thực tiễn. Nhiều văn bản quy phạm pháp luật chưa có sự thống nhất, gây khó khăn khi giải quyết các trường hợp.

Ngoài ra, *năng lực của đội ngũ xây dựng và thực thi luật pháp ở Việt Nam còn nhiều hạn chế.* Và đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến Nhà nước vẫn chú trọng việc điều tiết nền kinh tế bằng cách sử dụng các doanh nghiệp nhà nước, chứ không phải bằng công cụ luật pháp, chính sách. phòng và các cơ quan quan trọng của quốc gia đã có mạng viễn thông dùng riêng. Vì vậy, những diễn biến trên thị trường dịch vụ viễn thông chưa có ảnh hưởng trực tiếp đến an ninh, quốc phòng. Các doanh nghiệp trong nước hiện tại vẫn kêu gọi nhà nước lùi lại lộ trình mở cửa. Tuy nhiên, mục đích chính của họ là muốn kiếm thêm lợi nhuận từ sự bảo hộ của nhà nước. Mặt khác, nếu chúng ta bảo hộ cho ngành viễn thông quá lâu thì sức cạnh tranh của ngành sẽ giảm do không có động lực thúc đẩy cải tiến sản xuất - kinh doanh.

CHƯƠNG 4

GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG VIỄN THÔNG VIỆT NAM

4.1 Xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển thị trường

- Cụ thể hoá Chỉ thị về định hướng chiến lược phát triển Công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam

Chiến lược phát triển thị trường có vai trò rất quan trọng, theo Michael E. Porter chiến lược là một trong bốn yếu tố quyết định đến khả năng cạnh tranh của một quốc gia. Việc xây dựng một chiến lược thị trường đúng đắn sẽ cung cấp cho Nhà nước một tầm nhìn bao quát, lâu dài để phát triển thị trường, hướng tới mục tiêu đã lựa chọn; tối ưu hoá việc sử dụng các nguồn lực hiện có của thị trường trong điều kiện thực tế; khắc phục những hạn chế của cơ chế thị trường, định hướng mục tiêu, bảo đảm sự cân đối trong hệ thống kinh tế và các mục tiêu xã hội; cuối cùng là cung cấp một tầm nhìn và khuôn khổ tổng quát cho việc thiết lập các quan hệ hợp tác và hội nhập quốc tế một cách chủ động, hiệu quả. Như vậy, việc rà soát lại công tác xây dựng chiến lược phát triển của các thị trường là hết sức cần thiết trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam hiện nay. *Nhà nước cần:*

+ Chỉ đạo Bộ Thông tin và Truyền thông lập cơ sở dữ liệu thông tin của ngành mình để việc theo dõi đánh giá, hoạch định chiến lược, quản lý nền kinh tế được thuận tiện và chính xác.

+ Thống nhất và đưa ra một quy trình xây dựng chiến lược phát triển thị trường để việc xây dựng chiến lược phát triển được khoa học, thống nhất, tránh tình trạng mỗi nơi làm một kiểu.

+ Thành lập cơ quan chuyên trách để đưa ra các dự báo thường kỳ (quý, năm) cho thị trường dịch vụ viễn thông của Việt Nam, đồng thời thu thập các số liệu dự báo trên thế giới.

+ Có các chương trình (dự án) tiến hành phân tích các lợi thế cạnh tranh của ngành viễn thông để hướng dẫn các doanh nghiệp phát huy, tận dụng những lợi thế đó, nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam.

Như vậy, các giải pháp xây dựng chiến lược phát triển này sẽ giúp cho thị trường dịch vụ viễn thông Việt Nam có được một chiến lược phát triển đúng đắn hơn, phù hợp với yêu cầu của nền kinh tế trong hoàn cảnh toàn cầu hoá, hội nhập quốc tế và khu vực. Về phía các doanh nghiệp, một chiến lược vĩ mô đúng đắn, chi tiết, cụ thể, rõ ràng sẽ giúp cho họ dễ dàng hơn trong việc hoạch định kế hoạch phát triển.

- *Xây dựng Chiến lược phát triển Công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam giai đoạn xa hơn (2025, 2050).* Tương lai viễn thông sẽ là một trong những ngành kinh tế then chốt của Việt Nam, nhất là khi toàn thế giới đang hướng đến nền kinh tế tri thức. Chúng ta xây dựng cơ sở hạ tầng cho viễn thông ngày hôm nay không chỉ phục vụ cho sự phát triển kinh tế trước mắt, mà phải tính đến hiệu quả lâu dài. Cần tính đến xu hướng công nghệ thế giới 30, 50 năm sau, để những công nghệ viễn thông đầu tư hiện nay vẫn còn có ích ở thời điểm đó. Dựa trên những chiến lược dài hạn như vậy, chúng ta sẽ lựa chọn đối tác chiến lược, đầu tư cho nguồn nhân lực, kết cấu hạ tầng... đúng hướng, tránh gây lãng phí tiền của nhà nước và nhân dân.

4.2. Tổ chức các hoạt động kinh tế

- *Phân cấp QLNN mạnh hơn.*

Hiện nay chưa có sự phân cấp quản lý giữa Bộ ở cấp vĩ mô, và các Sở ở cấp địa phương. Trong một số lĩnh vực đã xảy ra sự chồng chéo giữa các cơ quan QLNN (điện tử, Internet, sở hữu trí tuệ...), bộ máy ở tất cả các cấp mới được hình thành ở giai đoạn đầu, là những khó khăn và thách thức không dễ khắc phục trong một thời gian ngắn. Vì vậy, Bộ cần tiếp tục phân tách chức

năng các cơ quan trong Bộ, các Sở và phòng/ban trong Sở để tạo được sự chuyên môn hoá và quản lý các lĩnh vực hiệu quả hơn.

- *Nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế phục vụ cho phát triển viễn thông.*

+ Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về hội nhập trong toàn ngành. Xuất phát từ những tồn tại trong thực tế là nhận thức, tư tưởng của cán bộ, công nhân viên chức toàn ngành Viễn thông về hội nhập quốc tế, về cạnh tranh, đặc biệt là cạnh tranh quốc tế nhìn chung còn yếu kém, tâm lý ỷ lại, dựa dẫm còn khá phổ biến, vẫn còn nặng về tư duy kinh doanh độc quyền, không quan tâm thích đáng tới khách hàng, phong cách quản lý còn mang nhiều tính quan liêu..., công tác tư tưởng tuyên truyền cho toàn bộ cán bộ công nhân viên chức của ngành Viễn thông Việt Nam nhận thức một cách rõ ràng và đúng đắn về hội nhập quốc tế là hết sức cần thiết.

Công tác nâng cao nhận thức về hội nhập trong toàn ngành Viễn thông trong thời gian trước mắt cần tập trung vào việc tuyên truyền, phổ biến các cam kết, thỏa thuận về Viễn thông trong khuôn khổ Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ, WTO. Cơ quan QLNN về lĩnh vực Bưu chính - Viễn thông là Bộ Thông tin và Truyền thông cần tổ chức các cuộc hội thảo, các báo cáo trên diện rộng và chuyên sâu về những nội dung cơ bản của các hiệp định, những cơ hội và thách thức có liên quan đến lĩnh vực Viễn thông và công nghệ thông tin. Cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo, hội nghị, hội thảo trong và ngoài nước có nội dung tổng quát liên quan đến quá trình hội nhập quốc tế trong lĩnh vực Viễn thông.

Bên cạnh việc tổ chức hội nghị, hội thảo, báo cáo chuyên đề, Bộ Thông tin và Truyền thông cần tổ chức thêm các nguồn thông tin mở rộng như soạn tài liệu phổ biến chủ trương của Đảng và Nhà nước về hội nhập quốc tế trong lĩnh vực Bưu chính - Viễn thông, đăng tải nội dung cam kết, thỏa thuận trong các hiệp định đã ký về lộ trình mở cửa hội nhập trên báo cáo ngành và mạng

thông tin nội bộ đi đôi với việc không ngừng nâng cao năng lực công tác của các cán bộ, nhất là đối với các cán bộ chủ chốt, nắm giữ những vị trí quan trọng trong ngành Viễn thông. Đây sẽ là lực lượng tiên phong trong quá trình thực hiện cải cách, mở cửa thị trường Viễn thông trong nước để hội nhập thành công vào nền kinh tế thế giới.

+ Tăng cường, nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế phục vụ cho phát triển Viễn thông.

Tiếp tục mở rộng quan hệ quốc tế, tăng cường các mối quan hệ quốc tế song phương, mở rộng hợp tác đa phương với các tổ chức quốc tế nhằm huy động mọi nguồn lực để phát triển. Thông qua các hoạt động hợp tác quốc tế thu hút được các nguồn lực tài chính, vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý đào tạo cán bộ...

Đẩy mạnh hợp tác song phương nhằm thu hút mạnh mẽ được các nguồn đầu tư tài chính, chuyển giao công nghệ hiện đại... đồng thời tìm kiếm thị trường chuẩn bị cho các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam mở rộng hoạt động kinh doanh ra nước ngoài khi mà thị trường dịch vụ viễn thông tự do hoá, mở cửa cho nhiều công ty nước ngoài vào khai thác.

Tích cực tham gia các tổ chức về viễn thông quốc tế: Liên minh Viễn thông quốc tế (ITU), Liên minh Viễn thông khu vực châu Á - Thái Bình Dương (APT), các tổ chức vệ tinh Intelsat, Intersputnik... và các tổ chức phi Chính phủ khác về viễn thông và tần số vô tuyến điện tạo điều kiện pháp lý thuận lợi cho các doanh nghiệp viễn thông của Việt Nam hoạt động trên trường quốc tế, nâng cao vị trí của viễn thông Việt Nam. Tăng cường và mở rộng quan hệ với các tổ chức tài chính quốc tế và khu vực như: Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng Thế giới (WB), Ngân hàng phát triển châu Á (ADB)... để huy động vốn phát triển mạng lưới, dịch vụ tại các doanh nghiệp.

- Phát triển thị trường vốn.

Từ trước đến nay, các kênh huy động vốn cho lĩnh vực viễn thông ở Việt Nam không đáp ứng đủ nhu cầu phát triển của ngành. Trong tương lai, khi thị trường dịch vụ viễn thông của Việt Nam hội nhập quốc tế thì ngành viễn thông sẽ có thể huy động thêm nhiều vốn từ nguồn đầu tư trực tiếp nước ngoài, cổ phần hoá doanh nghiệp... Tuy nhiên hiện tại, một trong những giải pháp cần được chú trọng là phát triển thị trường vốn. Viễn thông là lĩnh vực đòi hỏi lượng vốn đầu tư lớn. Vì vậy, thị trường vốn có thể cung cấp đủ lượng vốn cần thiết cho ngành. Mặt khác, khi doanh nghiệp viễn thông đi vay trên thị trường vốn thì họ sẽ phải quan tâm đến việc hoàn trả cả gốc và lãi. Điều này sẽ tạo động lực thúc đẩy doanh nghiệp tìm ra phương án sản xuất – kinh doanh có hiệu quả hơn.

+ Về vốn trong nước: Cần đẩy mạnh đổi mới doanh nghiệp, điều chỉnh cơ cấu sản xuất, đầu tư, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả để tăng nhanh khả năng tích lũy bằng nguồn vốn nội sinh, tái đầu tư phát triển. Tăng cường thu hút vốn đầu tư của mọi thành phần kinh tế trong nước; có giải pháp thích hợp để khuyến khích các ngành, địa phương tham gia phát triển bưu chính, viễn thông, tin học; xây dựng quỹ phổ cập dịch vụ phục vụ cho việc phổ cập dịch vụ bưu chính, viễn thông và Internet, đặc biệt cho các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa.

+ Về vốn ngoài nước: Cần tranh thủ khai thác triệt để các nguồn vốn ngoài nước; khuyến khích các hình thức đầu tư trực tiếp nước ngoài, nhất là đầu tư vào công nghiệp bưu chính, viễn thông, tin học, đầu tư kinh doanh dịch vụ, với các hình thức đầu tư phù hợp với lộ trình mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế của ngành. Dành một phần nguồn vốn ODA để phát triển bưu chính, viễn thông, tin học nông thôn, vùng sâu, vùng xa.

4.3. Tạo môi trường thuận lợi để các thành phần kinh tế tự do hoạt động

- Tạo dựng sự đồng bộ giữa các văn bản quy phạm pháp luật.

Một vấn đề nổi cộm được dư luận quan tâm là việc xác định xem các doanh nghiệp viễn thông có bán phá giá hay không. Trên thực tế, chưa doanh nghiệp viễn thông nào bị xử lý vì hành vi bán phá giá. Tuy nhiên, những chương trình khuyến mãi nhân đôi, nhân 3 tài khoản và hạn sử dụng khiến không ít người bán khoản. Và các cơ quan QLNN đã có những cách giải thích trái ngược nhau khi họ dựa vào những văn bản pháp lý khác nhau (Luật Thương mại, Luật Cạnh tranh,...). Do đó, Nhà nước cần rà soát lại hiệu quả của các văn bản luật trong thực tiễn, xem xét các điểm chưa thống nhất để từ đó điều chỉnh lại cho phù hợp.

- Nói lỏng hơn sự tham gia của các doanh nghiệp nước ngoài.

Nhà nước cần cho phép các nhà đầu tư nước ngoài nâng tỷ lệ vốn góp để thu hút vốn, công nghệ... hiện đại hoá kết cấu hạ tầng công nghệ của ngành. Theo cam kết của Việt Nam trong Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ và khi gia nhập WTO, trong lĩnh vực dịch vụ viễn thông cơ bản, bên nước ngoài chỉ được phép đầu tư dưới hình thức liên doanh với nhà khai thác Việt Nam đã được cấp phép, vốn góp của phía nước ngoài không được vượt quá 49% vốn pháp định của liên doanh.

Còn đối với dịch vụ viễn thông không có hạ tầng mạng: trong 03 năm đầu sau khi gia nhập WTO, bên nước ngoài chỉ được phép đầu tư dưới hình thức liên doanh với nhà khai thác Việt Nam đã được cấp phép, vốn góp tối đa là 51% vốn pháp định của liên doanh, 03 năm sau khi gia nhập bên nước ngoài mới được phép tự do lựa chọn đối tác khi thành lập liên doanh và được phép nâng mức vốn góp lên mức 65%. Riêng đối với dịch vụ mạng riêng ảo (VPN) mà Mỹ có mối quan tâm đặc biệt, được thiết lập trên hạ tầng mạng do

Việt Nam kiểm soát, Việt Nam có nhân nhượng hơn một chút: phía nước ngoài được phép tham gia vốn tối đa ở mức 70% vốn pháp định.

Và hiện vẫn chưa có hình thức đầu tư 100% vốn nước ngoài trong lĩnh vực viễn thông ở Việt Nam. Trên thực tế, cho đến nay, phần lớn các nhà đầu tư nước ngoài thâm nhập thị trường dịch vụ viễn thông Việt Nam dưới hình thức Hợp đồng hợp tác kinh doanh (BCC) và một số ít là liên doanh. Điểm hạn chế của loại hình BCC là phía nước ngoài phải bỏ vốn xây dựng hạ tầng kỹ thuật nhưng không được quyền khai thác trực tiếp, mà do đối tác trong nước thực hiện rồi đôi bên chia lãi theo thỏa thuận. Như vậy, những kinh nghiệm về quản lý, điều hành kinh doanh của các đối tác có kinh nghiệm trên thế giới sẽ không được phát huy hiệu quả ở thị trường Việt Nam. Mặt khác, nếu họ muốn mang tới Việt Nam những khoản vốn lớn, hay công nghệ hiện đại thì cũng bị giới hạn bởi tỷ lệ góp vốn theo quy định hiện nay. Do đó, chính sách phát triển viễn thông sắp tới của chính phủ Việt Nam cần “thông thoáng” hơn nữa cho các nhà đầu tư nước ngoài, tạo điều kiện cho họ nâng cao tỷ lệ góp vốn, và đóng góp những kinh nghiệm quản trị kinh doanh, hạ tầng công nghệ hiện đại cho ngành viễn thông Việt Nam.

- Có chính sách quản lý bình đẳng các nguồn tài nguyên viễn thông quốc gia như: phổ tần số vô tuyến điện, kho số, tên miền, ... để tạo thị trường cạnh tranh lành mạnh.

Thực trạng là việc phân bổ tài nguyên viễn thông từ trước đến nay vẫn được thực hiện chủ yếu trên cơ sở cấp phép theo nguyên tắc “ai xin trước cấp trước”. Việc quản lý tài nguyên viễn thông theo nguyên tắc này không phù hợp với cơ chế thị trường, đặc biệt là khi Việt Nam đã trở thành thành viên chính thức của WTO. Nhà nước cần quy định luật hóa chính sách quản lý tài nguyên viễn thông từ cơ chế cấp phát hành chính sang cơ chế kết hợp giữa cấp phát và quản lý theo cơ chế thị trường, được thể hiện ở ba điểm chính sau:

tắc tổ chức, cá nhân đăng ký trước được xét cấp trước, Nhà nước cần quy định các tài nguyên viễn thông có giá trị thương mại cao, tài nguyên viễn thông có nhu cầu đăng ký sử dụng vượt quá khả năng phân bổ sẽ được phân bổ theo phương thức đấu giá, thi tuyển quyền sử dụng.

+ *Hai là*, quy định quyền được chuyển nhượng các tài nguyên viễn thông có được thông qua đấu giá; quyền được chuyển nhượng tên miền Internet.

+ *Ba là*, quy định các trường hợp trích ngân sách nhà nước để đền bù cho các tổ chức, cá nhân có tài nguyên viễn thông bị thu hồi để phục vụ lợi ích quốc gia, lợi ích công cộng, để phát triển kinh tế, quốc phòng, an ninh và khi có điều chỉnh quy hoạch tài nguyên.

Bên cạnh đó, quy hoạch tài nguyên viễn thông cần theo các hướng:

+ Quy hoạch tài nguyên viễn thông trên cơ sở bảo đảm đầu tư, sử dụng tiết kiệm, có hiệu quả.

+ Ưu tiên quy hoạch và phân bổ tài nguyên cho công nghệ, dịch vụ mới như Internet thế hệ sau, thông tin di động thế hệ mới, truy nhập vô tuyến băng rộng v.v...

+ Nghiên cứu, thử nghiệm các hệ thống tài nguyên mới như IPv6, ENUM v.v... nhằm đáp ứng các yêu cầu phát triển nhanh của mạng lưới và dịch vụ.

+ Từng bước nghiên cứu, xem xét áp dụng các cơ chế giữ nguyên số thuê bao khi chuyển mạng (number portability), cơ chế chọn trước nhà khai thác (carrier pre-selection) đường dài trong nước và quốc tế nhằm thúc đẩy cạnh tranh và tạo điều kiện thuận lợi cho người sử dụng dịch vụ. Những giải pháp trên sẽ góp phần tránh lãng phí tài nguyên viễn thông, và tạo điều kiện giúp nhà nước quản lý hiệu quả hơn.

- *Xây dựng cơ chế quản lý giá cước hợp lý.*

Cũng giống như những ngành kinh doanh hàng hoá thuần tuý, các lĩnh vực kinh doanh dịch vụ khác, đối với ngành viễn thông, giá cả là một trong những vấn đề cơ bản để thúc đẩy và tạo ra một môi trường kinh doanh lành mạnh. Trong nền kinh tế thị trường giá của một mặt hàng hay dịch vụ nào đó không phải do Nhà nước quy định, quản lý, mà do chi phí, cung - cầu... trên thị trường quyết định. Nhưng đối với lĩnh vực viễn thông, trước đây Nhà nước xác định viễn thông là một ngành kinh tế kỹ thuật thuộc kết cấu hạ tầng của nền kinh tế.. Hầu hết mức cước các dịch vụ đều thoát ly giá trị thực của nó, thậm chí còn để thực hiện việc bù lỗ cho những dịch vụ còn chưa có lãi trong quá trình hoạt động của Tập đoàn.

Nhưng để thực hiện được chiến lược tự do hoá và mở cửa thị trường dịch vụ viễn thông, khuyến khích các thành phần kinh tế trong và ngoài nước tham gia vào thì việc Nhà nước còn can thiệp sâu vào hoạt động sản xuất kinh doanh trực tiếp của doanh nghiệp, thể hiện qua việc quy định những mức giá cụ thể không còn phù hợp nữa. Hệ thống giá này quá cứng nhắc, không khuyến khích được cạnh tranh, làm “xơ cứng” hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Tuy nhiên đối với một số dịch vụ mang tính công ích và độc quyền thì . Nhà nước vẫn được quy định mức cước. Do vậy trong thời gian tới để đảm bảo thực hiện được chiến lược thì định hướng giá cước nên tập trung vào các vấn đề sau:

- Nhà nước quản lý chặt chẽ giá những sản phẩm, dịch vụ còn độc quyền hoặc mang tính xã hội và công ích cao.

- Tùy thuộc vào chiến lược tự do hoá và mở cửa thị trường mà Nhà nước sẽ phân cấp mạnh quyền quyết định giá cước của dịch vụ có cạnh tranh cho các doanh nghiệp đặc biệt là các dịch vụ giá trị gia tăng. Các dịch vụ có cạnh tranh hạn chế, Bộ Thông tin và Truyền thông nên chuyển từ quy định giá

cước cụ thể sang quy định khung giá cước làm như thế thì các doanh nghiệp sẽ chủ động hơn trong việc đưa giá cước cạnh tranh trong khung giá cước mà Nhà nước đã quy định.

- Đảm bảo nguyên tắc xây dựng giá cước xuất phát từ chi phí sản xuất khuyến khích cạnh tranh lành mạnh, tạo điều kiện cho doanh nghiệp chủ động trong sản xuất kinh doanh.

- Từng bước điều chỉnh giá cước kết nối và giá cước thuê kênh giữa các doanh nghiệp trên cơ sở giá thành. Xác định rõ phân đóng góp cho việc cung cấp dịch vụ viễn thông công ích trong giá cước kết nối.

- Tôn trọng quyền tự định giá cước của các doanh nghiệp viễn thông và Internet. Tránh can thiệp bằng biện pháp hành chính vào việc điều chỉnh giá cước trên thị trường đối với các dịch vụ đã thực sự có cạnh tranh. Nhà nước chỉ quyết định giá cước đối với các dịch vụ công ích, các dịch vụ không chế thị trường có ảnh hưởng đến sự thâm nhập thị trường của các doanh nghiệp khác.

- Từng bước đổi mới hệ thống lệ phí, phí cấp phép, sử dụng tài nguyên viễn thông và Internet (tần số, kho số, tên miền, địa chỉ Internet) theo nguyên tắc: đảm bảo sử dụng hiệu quả, tiết kiệm, tránh lãng phí tài nguyên, đồng thời không làm tăng quá mức chi phí sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp.

- Điều chỉnh quan hệ hợp lý giữa giá cước viễn thông trong nước và cước đi quốc tế. Tránh tình trạng cước viễn thông quốc tế thì quá đắt trong khi cước viễn thông trong nước quá rẻ hoặc ngược lại. Ngoài ra các văn bản quản lý giá, cước viễn thông phải đồng bộ và thống nhất, và phải kịp thời điều chỉnh khi có những vấn đề mới phát sinh.

4.4. Điều tiết các quá trình phát triển thị trường

- *Đặt ra các tiêu chuẩn về công nghệ, chất lượng dịch vụ và khuyến khích kết hợp bắt buộc các doanh nghiệp viễn thông tiếp cận với công nghệ hiện đại.*

Trên thực tế, Bộ Thông tin và Truyền thông đã có những quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật mà doanh nghiệp viễn thông buộc phải đáp ứng. Tuy nhiên, mặc dù có những doanh nghiệp không đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ cung cấp, nhưng sau các cuộc kiểm tra đó, hầu như chưa doanh nghiệp nào bị xử phạt. Như vậy, việc thực thi pháp luật ở Việt Nam chưa nghiêm minh, chưa tạo được áp lực buộc các doanh nghiệp phải tuân theo

Để ngành viễn thông phát triển hội nhập trong tình hình mới, các cơ quan QLNN cần quan tâm tới tiêu chuẩn chất lượng mạng lưới và dịch vụ theo hướng:

- Đẩy mạnh công tác xây dựng tiêu chuẩn trong lĩnh vực viễn thông và Internet phù hợp với pháp luật Việt Nam, thông lệ và quy định quốc tế.

- Tăng cường quản lý chất lượng mạng lưới, dịch vụ viễn thông và Internet thông qua hình thức công bố chất lượng trên cơ sở các tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng hoặc do các doanh nghiệp viễn thông và Internet tự nguyện áp dụng.

- Tăng cường quản lý chất lượng thiết bị đầu cuối, thiết bị thông tin vô tuyến điện và các thiết bị khác có khả năng gây nhiễu cho thông tin vô tuyến điện thông qua các hình thức: công bố phù hợp tiêu chuẩn; chứng nhận hợp chuẩn; thừa nhận lẫn nhau (MRA), quản lý tương thích điện từ trường (EMC).

- *Phát huy hiệu quả của Quỹ dịch vụ viễn thông công ích.*

Sự ra đời của Quỹ dịch vụ viễn thông công ích là một đòi hỏi bắt buộc để Nhà nước xây dựng hạ tầng viễn thông ở những vùng khó khăn. Tuy nhiên, số lượng và chất lượng đội ngũ cán bộ ở các Sở Thông tin và Truyền thông còn hạn chế, đặc biệt với những tỉnh rộng, địa hình khó khăn. Do đó, Bộ cần mở các lớp tập huấn nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ các Sở. Vì khi Quỹ dịch vụ viễn thông công ích triển khai ở các địa phương thì phần lớn vẫn phải phối hợp chặt chẽ với cán bộ Sở, vì họ là những người hiểu tình hình địa phương

nhất. Một vấn đề nữa, hiện nay sự liên quan, phối hợp giữa cơ chế tài chính của các Sở Thông tin và Truyền thông và của Quỹ dịch vụ viễn thông công ích chưa đầy đủ. Vì vậy, Bộ Thông tin và Truyền thông cần kết hợp với Bộ Tài chính ra văn bản hướng dẫn, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của Quỹ tại các địa phương.

4.5. Thực hiện kiểm tra, kiểm soát các hoạt động thị trường

- Quản lý việc đăng ký thuê bao điện thoại di động trả trước:

Ngày 24/06/2009 Bộ Thông tin và Truyền thông đã ban hành Thông tư số 22/2009/TT-BTTTT quy định về quản lý thuê bao di động trả trước. Theo

Thông tư quy định các chủ thuê bao điện thoại di động trả trước phải trực tiếp đến đăng ký số thuê bao, chứng minh thư hoặc hộ chiếu đang còn thời hạn sử dụng tại các điểm giao dịch được ủy quyền. Đối với trẻ em dưới 14 tuổi phải được bố mẹ hoặc người giám hộ theo quy định của pháp luật đứng bảo lãnh đăng ký. Ngoài ra, mỗi một cá nhân chỉ được sử dụng số chứng minh thư, hộ chiếu của mình để đăng ký tối đa 3 số điện thoại di động trả trước của mỗi mạng thông tin di động (trừ trường hợp cá nhân là người đứng tên đại diện cho cơ quan, tổ chức). Với 7 mạng di động đang hoạt động hiện nay, mỗi cá nhân có thể để đăng ký sở hữu tối đa 21 số di động trả trước. Như vậy rất lãng phí kho số. Vì thực tế, nhu cầu của đa số người dân là chỉ cần 1 số để liên lạc.

Sở dĩ mọi người mua thêm nhiều Sim khác là do chương trình khuyến mại của các mạng di động đối với thuê bao mới hoà mạng khá hấp dẫn.

Trước thực trạng trên, Bộ Thông tin và Truyền thông nên quy định, mỗi cá nhân chỉ được dùng tối đa 3 số thuê bao di động trả trước (dù trên thị trường có 1 mạng, hay nhiều mạng, thì cũng chỉ được dùng 3 số). Ngoài ra, cần quy định thời gian sau khi bị khoá hai chiều 60 ngày thì Sim đó sẽ bị thu hồi. Vì những người có nhu cầu sử dụng điện thoại thực sự, chỉ cần dùng 1 số.

Hiện nay, phần lớn những người dùng nhiều số là giới trẻ, hoặc những người có thu nhập thấp. Do Sim mới có giá rẻ và khuyến mãi tài khoản gấp đôi... nên họ mua về dùng hết, xong lại vứt đi mua Sim mới. Điều này gây ra một sự lãng phí cho kho tài nguyên số của quốc gia. Chiêu bài khuyến mãi trên của các doanh nghiệp viễn thông chỉ thu hút được lượng khách hàng tạm thời, không ổn định. Để thu hút nhiều thuê bao mới lâu dài, thì biện pháp giảm giá cước, tăng chất lượng, nội dung sẽ hiệu quả hơn. Và khi đó, cả Nhà nước và doanh nghiệp cùng có lợi.

- Kiểm soát chặt chẽ nội dung dịch vụ của các doanh nghiệp viễn thông.

Thời gian qua, các dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng cũng đã phát triển khá sôi động. Tuy nhiên, do giới hạn bởi điều kiện công nghệ nên hầu hết đó mới chỉ là các dịch vụ cung cấp nội dung đơn giản (tải hình ảnh, truyện cười, trò chơi điện tử...). Để thu hút khách hàng, các doanh nghiệp đã cài một số hình ảnh “mát mẻ” không phù hợp với thuần phong mỹ tục Việt Nam. Ngoài ra, còn một số dịch vụ xem bói tên, bói tuổi... truyền bá tư tưởng mê tín dị đoan vào trong cộng đồng dân chúng. Các cơ quan QLNN vẫn chưa ngăn chặn được tình trạng này, và để các dịch vụ trên tồn tại một cách hợp pháp.

Đây là một ẩn họa tiềm tàng, ảnh hưởng lớn đến giới trẻ. Hiện nay, đối tượng sử dụng các dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng chủ yếu là các bạn trẻ, vì họ tiếp cận với công nghệ hiện đại thuận lợi hơn những người lớn tuổi. Với tâm lý tò mò, thì những nội dung không lành mạnh sẽ dần ngấm vào tư tưởng, và khiến lối sống của thế hệ trẻ bị lệch lạc, ảnh hưởng nghiêm trọng đến tương lai của đất nước. Do vậy, các cơ quan QLNN cần ra các quy định cấm doanh nghiệp viễn thông cung cấp các hình ảnh, âm thanh và nội dung không phù hợp với truyền thống, văn hoá của dân tộc. Và nếu phát hiện ra các trường hợp có nội dung phản giáo dục thì cần xử lý nghiêm.

- Quản lý tin nhắn quảng cáo “rác” ở mạng thông tin di động.

Thỉnh thoảng, chúng ta lại nhận được tin nhắn quảng cáo tới máy điện thoại di động từ những số máy lạ. Các tin nhắn đó có thể tới bất kỳ lúc nào (sáng, trưa, chiều, tối) và nhiều khi vào những lúc mà chúng ta không muốn nhận tin nhắn. Các tin nhắn đó gây không ít phiền phức cho các thuê bao, vì dù không muốn nhận, nó vẫn cứ đến. Khi ta gọi lại, hoặc nhắn tin lại thể hiện sự không đồng tình, thì phía bên kia không trả lời. Với sự dễ dàng trong việc mua Sim trả trước, và với những chương trình khuyến mại “nhân đôi, nhân ba” tài khoản hiện nay, số lượng tin “rác” không hề nhỏ. Cho đến hiện nay, các cơ quan QLNN vẫn chưa có chế tài xử lý hiệu quả vấn nạn này. Do vậy, cần có quy định nếu trong 1 ngày mà cơ quan QLNN nhận được 5 phản ánh từ 5 thuê bao khác nhau, sau khi kiểm tra thấy đúng thì sẽ khoá số của thuê bao nhắn tin “rác” quảng cáo đó lại. Cùng với sự siết chặt quản lý thuê bao di động trả trước, với biện pháp trên, chắc chắn lượng tin nhắn rác sẽ giảm đi đáng kể.

KẾT LUẬN

Quản lý nhà nước trong bất cứ một lĩnh vực, ngành nghề nào đều rất quan trọng và đòi hỏi những chính sách, cơ chế phù hợp. Thị trường viễn thông là thị trường có những đặc điểm khác biệt, khó nhận biết, vì vậy tính cạnh tranh của thị trường cũng phức tạp. Để điều tiết và đưa viễn thông Việt Nam phát triển bền vững, mang lại hiệu quả kinh tế cao. Nhà nước đã có những chính sách kích thích thị trường, đã có công tác kiểm tra, kiểm soát, thanh tra để nhận biết những mặt hạn chế nhằm điều chỉnh kịp thời những sai phạm của doanh nghiệp viễn thông.

Tuy nhiên, trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập, cơ chế mở cửa cho các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam đã tạo ra một sân chơi mới cho thị trường viễn thông. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Việt Nam cũng đầu tư kinh doanh ra nước ngoài như Tập đoàn viễn Thông Quân đội Viettel đã mở rộng kinh doanh sang: Campuchia, Lào, Mozambique, Peru..., Thì vai trò quản lý của nhà nước cần phải phát huy hơn nữa. Nhà nước cần nhận biết rõ nhiệm vụ kinh doanh viễn thông gắn liền với nhiệm vụ bảo vệ Đất nước, lợi nhuận của doanh nghiệp gắn liền với lợi ích của quốc gia tại thị trường quốc tế. Đây là thị trường mang lại lợi nhuận rất lớn cho nền kinh tế, đóng góp hàng nghìn tỷ vào quỹ quốc gia, tạo việc làm ổn định cho người lao động.

Trên thực tế vai trò quản lý của nhà nước đã có những tác động nhất định theo hướng tích cực lên thị trường viễn thông trong nước, nhưng chưa phát huy hết vai trò của mình trong việc quản lý một số hoạt động của doanh nghiệp nhằm bảo vệ quyền lợi người sử dụng: Quản lý giá cước dịch vụ gia tăng, quản lý chất lượng dịch vụ, quản lý quyền lợi của người sử dụng dịch vụ.

Do vậy, tiếp tục đổi mới và hoàn thiện công tác quản lý của Nhà nước đối với thị trường viễn thông là rất cần thiết và cần đổi mới kịp thời. Nhằm tạo dựng lòng tin cho khách hàng trong nước, tạo dựng niềm tin bền vững của

người sử dụng vào chính doanh nghiệp kinh doanh trong nước. Điều đó sẽ giúp cho thị trường phát triển ổn định, theo đúng định hướng của Bộ thông tin và truyền Thông về công tác điều tiết thị trường Viễn thông và phát triển bền vững đến 2020, đồng thời tạo cơ hội cho nhiều doanh nghiệp viễn thông trong nước có đủ năng lực, nguồn lực để vươn mình ra thị trường quốc tế.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dịu Anh, 2011. Viettel “xuất khẩu” dịch vụ VoIP sang Campuchia. *Trang thông tin điện tử Thế giới di động*, 15/8/211.
2. Ban công tác về việc gia nhập WTO của Việt Nam, 2006. *Biểu cam kết cụ thể về dịch vụ*. Hà Nội, tháng 3 năm 2006.
3. Bộ Bưu chính - Viễn thông, 2012. *Chỉ thị số 07/CT-BBCVT Về định hướng Chiến lược phát triển Công nghệ thông tin và Truyền thông Việt Nam giai đoạn 2012- 2010 (gọi tắt là Chiến lược Cát cánh)*. Hà Nội, tháng 7 năm 2012.
4. Bộ Bưu chính - Viễn thông, 2005. *Chỉ thị số 10/2005/CT-BBCVT Về việc đảm bảo và nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông*. Hà Nội, tháng 9 năm 2012.
5. Bộ Bưu chính - Viễn thông, 2006. *Thông tư số 05 /2006/TT-BBCVT Hướng dẫn thực hiện Chương trình cung cấp dịch vụ viễn thông công ích đến năm 2010*. Hà Nội, tháng 11 năm 2006.
6. Bộ Công thương, 2008. *Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2007*. Hà Nội, tháng 5 năm 2008.
7. Bộ Công thương, 2009. *Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2008*. Hà Nội, tháng 5 năm 2009.
8. Bộ Tài chính, 2006. *Thông tư số 67/2006/TT/BTC Hướng dẫn thực hiện chế độ quản lý tài chính của Quỹ dịch vụ viễn thông công ích Việt Nam*. Hà Nội, tháng 7 năm 2006.
9. Bộ Tài chính, 2005. *Thông tư số 110 /2005/TT-BTC Hướng dẫn chế độ hạch toán, thu nộp các khoản đóng góp cho Quỹ dịch vụ viễn thông công ích Việt Nam*. Hà Nội, tháng 12 năm 2005.
10. Bộ Thông tin và Truyền thông, 2008. *Quyết định số 1622 /QĐ-BTTTT Ban hành danh mục dịch vụ và doanh nghiệp hoặc nhóm doanh nghiệp viễn thông chiếm thị phần khống chế*. Hà Nội, tháng 10 năm 2008.
11. Bộ Thông tin và Truyền thông, 2007. *Thông tư số 02/2007/TT-BTTTT ngày 13 tháng 12 năm 2007 Hướng dẫn thực hiện quy định về quản lý giá cước dịch vụ bưu chính, viễn thông*. Hà Nội, tháng 12 năm 2007.

12. Bộ Thông tin và Truyền thông, 2008. *Thông tư số 12/2008/TT-BTTTT Hướng dẫn thực hiện một số nội dung của Nghị định số 90/2008/NĐ-CP ngày 13 tháng 08 năm 2008 của Chính phủ về chống thư rác*. Hà Nội, tháng 12 năm 2008.
13. Bộ Thông tin và Truyền thông, 2009. *Thông tư số 22/2009/TTBTTTT Quy định về quản lý thuê bao di động trả trước*. Hà Nội, tháng 6 năm 2009.
16. Huyền Chi, 2008. Công bố chất lượng của 3 “đại gia” di động Việt Nam”. *Báo VietNamNet*, 18/6/2008.
17. Linh Chi, 2006. Thẻ Netphone lậu chiếm 90% thị trường nội địa. *Báo VietNamNet*, 18/8/2006.
14. Chính phủ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2008. *Nghị định số 121/2008/NĐ-CP ngày 03 tháng 12 năm 2008 Về hoạt động đầu tư trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông*. Hà Nội, tháng 12 năm 2008.
15. Chính phủ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Chính phủ Hợp chủng quốc Hoa Kỳ, 2001. *Hiệp định giữa Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Hợp chủng quốc Hoa Kỳ về quan hệ thương mại*. Hà Nội, tháng 3 năm 2001.
18. Chính phủ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2008. *Nghị định số 90/2008/NĐ-CP ngày 13 tháng 08 năm 2008 về chống thư rác*. Hà Nội, tháng 8 năm 2008.
19. Bùi Xuân Chung, 2008. Giải pháp tài chính thực hiện xã hội hóa dịch vụ viễn thông công ích tại Việt Nam. *Tạp chí Công nghệ thông tin & Truyền thông*, 9/6/2008.
20. Bùi Xuân Chung, 2008. Xã hội hóa và quan hệ công tư trong phát triển dịch vụ viễn thông công ích Việt Nam. *Tạp chí Công nghệ thông tin & Truyền thông*, 22/9/2008.
21. Lê Thanh Dũng, 2005. *Các dịch vụ viễn thông của Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam*. Hà Nội: Nxb Bưu điện.