

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM**

TRẦN ĐĂNG KHOA

**PHÁT TRIỂN NGÀNH
VIỄN THÔNG VIỆT NAM
ĐẾN NĂM 2020**

Chuyên ngành : **Kinh tế, quản lý và KHH KTQD**
Mã số : **5.02.05**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Thành phố Hồ Chí Minh - Năm 2007

Công trình được hoàn thành tại Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Người hướng dẫn khoa học: TS. Lê Văn Tý
TS. Phan Thị Minh Châu

Phản biện 1: GS.TS. Bùi Xuân Phong – Học viện Công nghệ
Bưu chính Viễn thông
Phản biện 2: PGS.TS. Lê Bảo Lâm – Trường Đại học Mở bán
công TP.Hồ Chí Minh
Phản biện 3: PGS.TS. Nguyễn Minh Dân – Bộ Thông tin và
Truyền thông

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Nhà nước
hợp tại Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh vào lúc
giờ ngày tháng năm

Có thể tìm hiểu Luận án tại Thư viện Quốc gia hoặc Thư viện
Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

MỞ ĐẦU

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế là cơ hội để phát triển nhưng cũng ẩn chứa rất nhiều thách thức đối với mọi nền kinh tế. Các tập đoàn tư bản nước ngoài với khả năng to lớn về vốn, công nghệ hiện đại và bề dày kinh nghiệm quản lý kinh doanh sẽ là những đối thủ quá tầm đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Đặc biệt với ngành viễn thông Việt Nam, do vai trò quan trọng của mình, yêu cầu sớm có một kế hoạch phát triển cho phù hợp với tình hình mới lại càng cấp bách hơn.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Đối tượng nghiên cứu: Quá trình phát triển của ngành viễn thông Việt Nam. Phạm vi nghiên cứu: Trong ngành viễn thông Việt Nam (trên phạm vi cả nước).

III. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Các nghiên cứu của luận án nhằm: (1).Phân tích bối cảnh và thực trạng phát triển của ngành viễn thông Việt Nam. Từ đó, rút ra được các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đối với sự phát triển của ngành viễn thông Việt Nam; (2).Đề xuất các biện pháp góp phần phát triển cho ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020.

IV. Ý NGHĨA KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

1. Ý nghĩa khoa học: Đóng góp thêm cơ sở lý luận hoạch định phát triển ngành viễn thông Việt Nam, từ đó có thể ứng dụng cho những ngành khác.
2. Ý nghĩa thực tiễn: Đề xuất được các giải pháp góp phần phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020.

V. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để đạt được mục đích của đề tài, luận án đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu của chủ nghĩa duy vật biện chứng, phương pháp phân tích tổng hợp, các phương pháp phân tích ngành, phương pháp thống kê toán, thống kê lịch sử, so sánh, trắc nghiệm, phương pháp dự báo theo xu thế.

VI. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC VÀ NHỮNG ĐIỂM MỚI CỦA LUẬN ÁN

Kết quả nghiên cứu của luận án đã đưa ra được một số điểm mới sau: (1).Giới thiệu và nêu ra vai trò của ngành viễn thông Việt Nam; (2).Trình bày các trường phái phát triển viễn thông trên thế giới và phân tích kinh nghiệm phát triển viễn thông của một số nước điển hình gồm Pháp, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Từ đó rút ra được bài học cho ngành viễn thông Việt Nam; (3).Phân tích đánh giá được hiện trạng phát triển ngành viễn thông Việt Nam so với các nước trong khu vực và trên thế giới; (4).Đánh giá môi trường bên trong và môi trường bên ngoài của ngành viễn thông Việt Nam. Từ đó, tổng kết được các mặt mạnh, mặt yếu, cơ hội và nguy cơ của ngành viễn thông Việt Nam; (5).Đề xuất được các nhóm giải pháp góp phần phát triển ngành viễn thông Việt Nam năm 2020.

VII. KẾT CẤU LUẬN ÁN

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận án có khối lượng 146 trang, 27 bảng, 13 đồ thị và có kết cấu như sau:

- Chương 1: Tổng quan về ngành viễn thông Việt Nam và kinh nghiệm phát triển viễn thông của một số nước trên thế giới.
- Chương 2: Thực trạng hoạt động và phát triển của ngành viễn thông Việt Nam thời gian qua.
- Giải pháp góp phần phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020.

CHƯƠNG 1:

TỔNG QUAN VỀ NGÀNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM VÀ KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN VIỄN THÔNG CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

1.1. Tổng quan về ngành viễn thông Việt Nam

1.1.1. Khái niệm

Ngành viễn thông Việt Nam bao gồm: Hoạt động sản xuất thiết bị viễn thông, hoạt động cung cấp dịch vụ viễn thông (dịch vụ cơ bản và dịch vụ giá trị gia tăng) và hoạt động cung cấp dịch vụ internet.

1.1.2. Lịch sử phát triển ngành viễn thông Việt Nam

Quá trình phát triển của ngành viễn thông Việt Nam đến nay có thể được chia làm 04 giai đoạn gồm: Giai đoạn phục vụ, giai đoạn kinh doanh độc quyền, giai đoạn mở cửa tạo cạnh tranh và giai đoạn chuẩn bị hội nhập quốc tế.

1.1.3. Vai trò của ngành viễn thông trong nền kinh tế - xã hội của Việt Nam

Ngành viễn thông Việt Nam có 05 vai trò chính gồm: (1).Là ngành thuộc kết cấu hạ tầng của nền kinh tế; (2).Là ngành có đóng góp lớn cho sự phát triển kinh tế; (3).Là công cụ hỗ trợ công tác quản lý đất nước; (4).Góp phần mở rộng hợp tác quốc tế và đẩy nhanh quá trình hiện đại hoá - công nghiệp hoá đất nước; (5).Góp phần phát triển văn hoá xã hội và bảo vệ tài nguyên môi trường.

1.2. Các trường phái phát triển viễn thông trên thế giới

Hiện nay, trên thế giới có hai trường phái chính về phát triển viễn thông là trường phái Mỹ và trường phái Tây Âu. Trường phái Mỹ chủ trương phân chia trách nhiệm và quyền lợi cho nhiều nhà khai thác, tạo cạnh tranh mạnh mẽ trong lĩnh vực viễn thông cơ bản,

tách rời cơ quan quản lý hoạt động kinh doanh viễn thông và cơ quan quản lý Nhà nước về viễn thông. Trong khi đó, trường phái Tây Âu chủ trương chỉ tạo cạnh tranh ở lĩnh vực cung cấp dịch vụ gia tăng, vẫn giữ độc quyền ở mạng cố định, chậm hơn trong việc tách biệt rõ ràng giữa cơ quan quản lý kinh doanh viễn thông và cơ quan hoạch định chính sách. Mỗi trường phái trên đều có những ưu điểm và nhược điểm riêng. Trường phái Tây Âu thì thích hợp với những quốc gia có trình độ viễn thông thấp, cần sự ổn định để tập trung phát triển mạng lưới. Trong khi đó, trường phái Mỹ thì phù hợp với những nước đã có mạng lưới viễn thông phát triển, mật độ điện thoại trên 100 dân đạt mức khá trở lên (ít nhất từ 30 máy/100 dân). Đối với các nước ở khu vực Châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc, lựa chọn con đường phát triển viễn thông của họ là vận dụng cả hai trường phái sao cho phù hợp với hoàn cảnh thực tế của mình. Đối với Việt Nam do đặc thù riêng, chúng ta cũng không thể áp dụng hoàn toàn một mô hình phát triển nào của nước ngoài. Những dịch vụ cần phát triển đa dạng để phục vụ nhu cầu người dân như dịch vụ giá trị gia tăng, dịch vụ internet thì có thể áp dụng theo trường phái Mỹ. Ngược lại, những dịch vụ cần ổn định để phát triển và đảm bảo nhu cầu quản lý, an ninh quốc phòng như lĩnh vực di động, cố định và điện thoại quốc tế thì cần thận trọng hơn và có thể vận dụng một phần theo trường phái Tây Âu.

1.3. Kinh nghiệm phát triển viễn thông của một số nước trên thế giới

Kinh nghiệm phát triển viễn thông của Nhật Bản, Pháp, Hàn Quốc và Trung Quốc có 04 điểm chính như sau: (1).Sự độc quyền trong điều kiện mạng lưới viễn thông chưa phát triển; (2).Phương pháp huy động vốn đầu tư cho viễn thông; (3).Cách đầu tư cho công

nghe của các nước có trình độ ban đầu thấp; (4). Quá trình tạo cạnh tranh trong lĩnh vực viễn thông ở các nước.

1.4. Một số bài học đối với phát triển viễn thông Việt Nam được rút ra từ kinh nghiệm của các nước

Với đặc thù của mình, khi hoạch định chính sách phát triển, ngành viễn thông Việt Nam cần chú ý một số điểm sau: Tiếp tục chủ trương đi thẳng vào công nghệ hiện đại, tăng cường huy động vốn cho phát triển mạng lưới viễn thông, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh trong khai thác viễn thông và ưu tiên phát triển công nghiệp sản xuất thiết bị viễn thông.

Tóm tắt chương 1

Quá trình phát triển của ngành viễn thông Việt Nam trải qua bốn giai đoạn gồm phục vụ, kinh doanh độc quyền, mở cửa tạo cạnh tranh và chuẩn bị hội nhập quốc tế. Dù ở giai đoạn phát triển nào, ngành viễn thông Việt Nam cũng luôn có những đóng góp rất quan trọng đối với sự phát triển của toàn bộ nền kinh tế - xã hội. Kinh nghiệm phát triển viễn thông của một số nước trên thế giới cho thấy, hầu hết quá trình phát triển viễn thông của các nước trên cũng đều trải qua các giai đoạn tương tự như viễn thông Việt Nam và được chia làm hai trường phái chính là trường phái Mỹ và trường phái Tây Âu. Những kinh nghiệm về quản lý môi trường phát triển ngành, phương pháp huy động vốn đầu tư cho viễn thông, cách đầu tư vào khoa học công nghệ và quá trình mở cửa tạo cạnh tranh trong viễn thông là những bài học tham khảo rất hữu ích cho ngành viễn thông Việt Nam.

CHƯƠNG 2:

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG VÀ PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM THỜI GIAN QUA

2.1. Hiện trạng phát triển hạ tầng viễn thông Việt Nam so với các nước trong khu vực và trên thế giới

Có một số điểm đáng chú ý sau:

(1).Viễn thông Việt Nam đang ở mức độ trung bình kém so với các nước ASEAN+3 và thế giới (đứng thứ 10 mật độ 30,2 máy/100 dân – năm 2006);

(2).Tốc độ phát triển thuê bao điện thoại của Việt Nam trong giai đoạn từ 1995 đến nay luôn ở mức cao, bình quân 36%/năm, đứng thứ 3 trong nhóm các nước ASEAN+3;

(3).Về số lượng thuê bao điện thoại, Việt Nam có hơn 25 triệu thuê bao vào năm 2006, đứng thứ 29 trên thế giới và có thể được xếp vào nhóm các nước có mạng lưới viễn thông lớn trên thế giới (đến tháng 6/2007 Việt Nam đã có hơn 38,3 triệu thuê bao, đạt mật độ 45,27 máy/100 dân);

(4).Tốc độ tăng trưởng điện thoại cố định của Việt Nam vẫn tiếp tục tăng rất mạnh – bình quân 27,3%/năm, trong khi ở các nước khác tốc độ tăng trưởng về chỉ số này đã chững lại, thậm chí là âm do sự phát triển của lĩnh vực di động. Điều này chứng tỏ nhu cầu sử dụng điện thoại và các dịch vụ viễn thông của người dân vẫn còn rất lớn;

(5).Năng suất lao động trong ngành viễn thông Việt Nam rất thấp, đứng gần cuối bảng xếp hạng so với các nước trong khu vực (các chỉ số đánh giá thấp hơn từ 4 – 20 lần so với mức bình quân của khu vực). Đây là thực trạng đáng báo động và cần phải có sự cải tổ, đổi mới cơ chế quản lý trong ngành mạnh mẽ hơn nữa để nâng cao năng suất lao động.

(6).Các chỉ số ISI, E-Readiness Index, NRI của Việt Nam vẫn còn ở mức thấp. Tuy nhiên, việc có mặt trong bảng xếp hạng

cũng đã là một cố gắng vượt bậc của Việt Nam, đánh dấu sự ghi nhận của cộng đồng quốc tế đối với Việt Nam trên bản đồ công nghệ thông tin và truyền thông thế giới.

2.2. Đánh giá các hoạt động trong ngành viễn thông Việt Nam

2.2.1. Sản xuất kinh doanh

a. Số thuê bao: Năm 2006 so với năm 1995, trong vòng 12 năm số lượng máy điện thoại của Việt Nam đã tăng lên hơn 34 lần, đạt xấp xỉ gần 25,5 triệu máy, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 1995-2006 đạt hơn 36%/năm [I.41], đưa Việt Nam là một trong những nước có tốc độ phát triển viễn thông cao hàng đầu thế giới.

b. Doanh thu: Doanh thu viễn thông Việt Nam năm 2006 đạt hơn 42.000 tỷ đồng [I.42]. Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 1995-2006 đạt 20%/năm, khoảng gần gấp 3 lần so với tốc độ tăng trưởng của GDP cùng thời kỳ. Doanh thu viễn thông Việt Nam đến năm 2006 vẫn phụ thuộc chủ yếu vào các dịch vụ viễn thông cơ bản, dịch vụ điện thoại chiếm tỷ trọng hơn 75%, lĩnh vực sản xuất thiết bị hơn 10% và dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng hơn 12% trong tổng doanh thu của ngành.

2.2.2. Đầu tư

Hầu hết nguồn vốn đầu tư cho viễn thông Việt Nam hiện nay là từ nguồn vốn Nhà nước. Ngành viễn thông Việt Nam mới tận dụng được 1/2 tiềm lực vốn đầu tư có thể huy động (vốn Nhà nước – 50%), còn nguồn vốn đầu tư từ thành phần kinh tế tư nhân (35%) và thành phần kinh tế nước ngoài (15%) thì chưa tận dụng được để đẩy mạnh tốc độ phát triển của ngành.

2.2.3. Nhân lực

Hiện nay, đội ngũ nhân lực tham gia làm việc trong ngành viễn thông khoảng trên 50.000 người [I.5], trình độ đang ngày được

nâng cao. Năm 1998, tỷ lệ đại học là 18%, trung học 14%, công nhân 68% [II.8]; Năm 2000, tỷ lệ trên đại học là 0,6%, đại học 26,35%, trung học 15,2%, công nhân 50,2%, chưa qua đào tạo 7,65% [I.5]. Riêng đối với các công ty viễn thông mới (Viettel, SPT, EVN Telecom,...), tỷ lệ đại học là 60% [I.5]. Tuy nhiên, bên cạnh những tiến bộ, đội ngũ nhân lực viễn thông Việt Nam vẫn còn một số hạn chế. Trình độ ngoại ngữ của các kỹ sư viễn thông và công nghệ thông tin còn kém, chỉ khoảng 10-15% các kỹ sư mới ra trường có trình độ chuyên môn và ngoại ngữ đạt yêu cầu tuyển dụng của các doanh nghiệp. Năng suất lao động trong ngành viễn thông của Việt Nam thuộc vào nhóm thấp nhất khu vực ASEAN. Chỉ số nguồn nhân lực do công ty Political and Economy Risk Consultancy Ltd xây dựng trên cơ sở so sánh các chỉ số về chất lượng tổng thể của hệ thống giáo dục địa phương, mức độ sẵn có của lực lượng lao động chất lượng cao, mức độ sẵn có của đội ngũ giáo viên chất lượng cao, mức độ thành thạo tiếng Anh và công nghệ cao. Trong 10 nước được nghiên cứu (vào năm 2001), Việt Nam được xếp hạng 9.

2.2.4. *Mức độ cạnh tranh*

Hiện nay, thị trường viễn thông Việt Nam đã có 6 nhà cung cấp dịch vụ viễn thông, trong đó có 5 nhà cung cấp đầy đủ các dịch vụ viễn thông là VNPT, Viettel, EVN Telecom, Hanoi Telecom, SPT và 8 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Internet. Về thị phần, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) chiếm khoảng 74%, Tổng công ty Viễn thông Quân đội (Viettel) chiếm trên 22%, SPT chiếm khoảng 2%, các doanh nghiệp viễn thông khác chiếm khoảng 2%.

2.2.5. *Nghiên cứu phát triển*

Hoạt động nghiên cứu phát triển của viễn thông Việt Nam còn kém, đa số các thiết bị công nghệ cao đều phải nhập khẩu.

2.2.6. Công nghệ

Viễn thông là một trong rất ít ngành ở Việt Nam có trình độ công nghệ theo kịp các nước trong khu vực và trên thế giới. Từ năm 2004 mạng viễn thông Việt Nam đã bắt đầu chuyển sang mạng thế hệ mới NGN (Next Generation Network) và công nghệ IP đã được áp dụng. Mạng di động hiện đang ở mức độ 2,5G và đang chuyển lên 3G. Mạng WiFi đã được triển khai, mạng WiMAX đang được thử nghiệm để triển khai thực tế trong thời gian ngắn tới đây. Vấn đề truy cập từ xa đã được cải tiến rất nhiều, chuyển từ hình thức quay số (dial-up) qua mạng PSTN sang sử dụng mạng băng rộng xDSL. Công nghệ truyền dẫn đa số đã chuyển sang sử dụng cáp đồng và cáp quang.

2.2.7. Ma trận các yếu tố bên trong

Từ các phân tích về hiện trạng phát triển của các yếu tố trong ngành viễn thông, ta xây dựng được ma trận các yếu tố bên trong của ngành viễn thông Việt Nam. Tổng số điểm quan trọng của ma trận các yếu tố bên trong ngành viễn thông là 2,21 (thấp hơn so với mức trung bình là 2,5) cho thấy hoạt động của các yếu tố nội bộ ngành viễn thông hiện vẫn chưa tốt, ngành viễn thông cần cố gắng hơn nữa để phát huy các điểm mạnh và hạn chế các điểm yếu của mình.

2.2.8. Tóm tắt các điểm mạnh và điểm yếu của ngành viễn thông Việt Nam

Điểm mạnh: Việt Nam là một trong những nước có mạng viễn thông lớn, tốc độ tăng trưởng điện thoại của ngành viễn thông Việt Nam thuộc loại cao nhất thế giới, tốc độ tăng doanh thu cao, sự phát triển của viễn thông Việt Nam đã được thế giới ghi nhận và viễn thông Việt Nam đã xuất hiện trong những bảng đánh giá hàng năm của các tổ chức quốc tế, tỷ lệ vốn đầu tư vào ngành viễn thông cao,

ngành viễn thông là một trong số ít ngành ở Việt Nam có trình độ công nghệ tiếp cận được với các nước phát triển trên thế giới.

Điểm yếu: Mật độ sử dụng điện thoại và Internet ở Việt Nam còn thấp, chất lượng nhân lực kém, chưa tận dụng hiệu quả nguồn vốn đầu tư của các thành phần kinh tế tư nhân và các thành phần kinh tế nước ngoài, cơ cấu doanh thu ngành viễn thông chưa cân đối, mức độ cạnh tranh trên thị trường chưa cao, yếu về nghiên cứu phát triển, lĩnh vực sản xuất công nghiệp viễn thông còn kém.

2.3. Đánh giá sự tác động của các yếu tố môi trường đối với ngành viễn thông Việt Nam

2.3.1. Môi trường vĩ mô

Kinh tế: Kể từ năm 1991 đến nay, GDP Việt Nam đã đạt được mức độ tăng trưởng rất cao. Bình quân tốc độ tăng trưởng giai đoạn 1991-2005 đạt khoảng 7,6%/năm, năm 2006 đạt 8,17%/năm. Tuy nhiên, GDP bình quân đầu người năm 2006 mới đạt 723,5 USD/người, còn thấp xa các nước trên thế giới.

Dân số: Dân số của Việt Nam năm 2006 là 85,34 triệu người. Việt Nam là một trong những quốc gia đông dân trên thế giới với hạng thứ 14 [I.36] và cũng là một trong những nước có mật độ dân số khá cao (hạng thứ 42 trên thế giới) [I.36].

Địa lý: Việt Nam có diện tích 331.700 Km² [II.12], trải dài theo hình chữ S từ bắc vào nam với tổng chiều dài hơn 2.000 Km, địa hình đồi núi, rừng rậm hiểm trở. Đặc điểm địa hình của Việt Nam đã gây ra rất nhiều khó khăn trong nỗ lực xây dựng mạng lưới viễn thông phủ khắp các xã trên toàn quốc.

Cơ chế chính sách: Hệ thống cơ chế chính sách và văn bản quy phạm pháp luật trong ngành viễn thông thời gian qua đã được xây dựng, hoàn thiện theo cơ chế đổi mới tổ chức và quản lý, thúc

đẩy cạnh tranh trên toàn bộ các mặt: công nghiệp sản xuất trang thiết bị, kinh doanh trang thiết bị, xây dựng công trình viễn thông và đặc biệt là trong việc kinh doanh cung cấp các dịch vụ viễn thông.

2.3.2. *Môi trường vi mô*

Khách hàng: Tính đến hết tháng 6 năm 2007, Việt Nam có 38.310.000 thuê bao điện thoại, đạt mật độ 45,27 máy điện thoại/100 dân [1.8].

Đối thủ cạnh tranh: Hầu hết các công ty viễn thông hàng đầu thế giới đều đã là đối tác cung cấp các thiết bị và công nghệ cho mạng viễn thông Việt Nam như Alcatel, Ericsson, Siemens, Motorola,... Do đó, ngành viễn thông Việt Nam cũng kế thừa được các thế mạnh về công nghệ và kinh nghiệm quản lý của các đối tác để phát triển. Tuy nhiên, dưới áp lực mở cửa thị trường viễn thông sau khi Việt Nam gia nhập WTO, các đối tác này cũng sẽ trở thành những đối thủ cạnh tranh trực tiếp với các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam.

2.3.3. *Ma trận các yếu tố bên ngoài – EFE*

Dựa trên việc phân tích các yếu tố môi trường bên ngoài (vĩ mô và vi mô) của ngành viễn thông, chúng ta có thể thiết lập một ma trận các yếu tố bên ngoài. Tổng số điểm quan trọng của ngành viễn thông Việt Nam trong ma trận EFE là 2,61 (cao hơn một chút so với mức trung bình: 2,5). Điều này cho thấy mức độ phản ứng của ngành viễn thông Việt Nam với các yếu tố môi trường ở mức độ chấp nhận được. Tuy nhiên, ngành viễn thông Việt Nam cũng cần cải thiện hơn nữa để có thể nắm bắt tốt các cơ hội, đồng thời giảm các nguy cơ của môi trường bên ngoài một cách hiệu quả hơn.

2.3.4. *Ma trận hình ảnh các đối thủ cạnh tranh chính*

Các công ty viễn thông nước ngoài được chia làm 03 nhóm để đánh giá: Nhóm thứ nhất gồm các công ty thuộc các nước Châu Âu, Mỹ và Nhật; Nhóm thứ hai gồm các công ty viễn thông thuộc các nước công nghiệp mới; Nhóm thứ ba là các công ty viễn thông Trung Quốc. Số liệu đánh giá từ ma trận hình ảnh các đối thủ cạnh tranh cho thấy những công ty đến từ các nước phát triển như Mỹ, Nhật Bản và các nước Châu Âu là đối thủ đáng quan tâm nhất, xếp kế tiếp là các công ty thuộc những nước công nghiệp mới, cuối cùng là các công ty đến từ Trung Quốc. Tuy nhiên, tất cả các công ty đến từ 03 nhóm trên đều có những thế mạnh riêng và sẽ là những đối thủ cạnh tranh rất mạnh so với các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam.

2.3.5. Các cơ hội và nguy cơ đối với ngành viễn thông Việt Nam

Cơ hội: tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam cao, với số lượng dân số lớn thứ 14 trên thế giới, tiềm năng quy mô của thị trường viễn thông Việt Nam rất lớn, chính sách viễn thông của Việt Nam đang được thực hiện theo hướng mở cửa tạo cạnh tranh bình đẳng cho tất cả các doanh nghiệp, số lượng khách hàng tăng nhanh trong những năm gần đây, cơ cấu tuổi của khách hàng còn trẻ, các đối tác của viễn thông Việt Nam có trình độ khoa học công nghệ cao và kinh nghiệm quản lý tốt, công nghệ viễn thông thế giới đang chuyển dần theo hướng IP hoá sẽ tạo điều kiện cho Việt Nam có thể tự phát triển các phần mềm viễn thông, xu hướng di động hoá trong viễn thông tạo điều kiện cho Việt Nam phủ sóng ở những vùng địa hình phức tạp, thu hút vốn đầu tư từ các công ty nước ngoài.

Nguy cơ: quy mô GDP và thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam còn rất thấp, điều kiện địa hình và khí hậu không thuận lợi, sự cạnh tranh mạnh mẽ của các công ty viễn thông nước ngoài, mức doanh thu bình quân trên mỗi khách hàng của viễn thông Việt Nam

còn thấp, vấn đề sở hữu trí tuệ sẽ gây khó khăn cho người dân trong việc tiếp cận với công nghệ thông tin, sự trùng lặp trong đầu tư mạng lưới gây lãng phí giữa các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông.

Tóm tắt chương 2

Trong vòng 12 năm qua, số lượng thuê bao điện thoại của Việt Nam đã tăng lên hơn 34 lần (38.310 ngàn thuê bao tháng 6/2007 so với 1.164.547 thuê bao năm 1996). Tốc độ tăng trưởng thuê bao điện thoại bình quân giai đoạn 1995-2006 của Việt Nam đạt 36%/năm, đưa Việt Nam thành một trong những nước có tốc độ tăng trưởng viễn thông cao hàng đầu thế giới. Doanh thu viễn thông Việt Nam năm 2006 chiếm tỷ trọng hơn 4,5% GDP với hơn 41.000 tỷ đồng. Trong giai đoạn 1995-2006, doanh thu viễn thông Việt Nam có mức tăng trưởng bình quân 20%/năm, gần gấp 3 lần mức tăng trưởng GDP trong thời kỳ này. Việt Nam cũng là nước có quy mô mạng viễn thông lớn trên thế giới. Theo xếp hạng của ITU, năm 2006 mạng viễn thông Việt Nam đứng hạng thứ 29/206 nước được xếp hạng. Bên cạnh những thành công đạt được, ngành viễn thông Việt Nam vẫn còn bộc lộ khá nhiều điểm bất cập như năng suất lao động kém, cơ cấu doanh thu chưa cân đối. Mặt khác, khi hội nhập vào thị trường quốc tế, ngành viễn thông Việt Nam sẽ phải đối mặt với áp lực cạnh tranh mạnh mẽ từ các tập đoàn viễn thông nước ngoài. Tóm lại, với thực trạng phát triển viễn thông hiện nay và những yêu cầu thay đổi cấp bách ngành viễn thông Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, ngành viễn thông Việt Nam cần phải có định hướng xa hơn, phù hợp hơn với bối cảnh hiện tại, đảm bảo mục tiêu phát triển nhanh và bền vững trong tương lai.

CHƯƠNG 3:

**GIẢI PHÁP GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN NGÀNH
VIỄN THÔNG VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020**

3.1. Định hướng phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020

Theo chiến lược phát triển công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam đến năm 2010 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, định hướng phát triển của ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020 là [I.5]: Ứng dụng rộng rãi viễn thông trong mọi lĩnh vực, khai thác có hiệu quả thông tin và tri thức trong tất cả các ngành; Công nghiệp viễn thông có tốc độ tăng trưởng trên 20%/năm, đạt tổng doanh thu khoảng 15 tỷ USD vào năm 2010; Cơ sở hạ tầng thông tin và truyền thông phát triển mạnh mẽ đáp ứng yêu cầu trao đổi thông tin của toàn xã hội; Đào tạo về công nghệ thông tin và truyền thông ở các trường đại học đạt trình độ và chất lượng tiên tiến trong khu vực ASEAN.

3.2. Quan điểm và mục tiêu phát triển ngành viễn thông Việt Nam

3.2.1. Cơ sở để xây dựng mục tiêu

Quan điểm phát triển là: Viễn thông là một ngành hạ tầng thông tin của xã hội; Viễn thông là một ngành kinh tế lớn; Sự phát triển của ngành viễn thông phải đảm bảo về an ninh trật tự xã hội, giữ vững độc lập và chủ quyền quốc gia; Viễn thông phải góp phần nâng cao dân trí, đời sống văn hoá tinh thần của người dân thông qua các dịch vụ cung cấp.

3.2.2. Mục tiêu phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020

Trong giai đoạn từ nay đến năm 2020, quá trình phát triển của ngành viễn thông Việt Nam cần đạt được các mục tiêu gồm: Trình độ và mức độ phát triển theo kịp các nước trong khu vực (đứng trong nhóm 03 nước đầu khu vực ASEAN), tức là tương đương với các nước phát triển trên thế giới; Giữ vững vị trí là một trong 03 ngành kinh tế có đóng góp vào GDP nhiều nhất trong cả nước; Thực hiện phát triển ra thị trường nước ngoài (ít nhất là trong khu vực ASEAN); Các dịch vụ viễn thông phải đáp ứng được tiêu chí phục vụ cho hầu hết mọi người dân; Mạng viễn thông phải đảm bảo tính dự phòng, đáp ứng yêu cầu thông tin quản lý của Nhà nước và giữ vững an ninh, quốc phòng.

3.3. Các công cụ xác lập giải pháp

3.3.1. Hình thành giải pháp qua phân tích SWOT

Đưa các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đã phân tích ở chương 2 để lập nên ma trận SWOT, từ đó tìm ra các giải pháp phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020.

3.3.2. Lựa chọn các giải pháp qua việc sử dụng ma trận định lượng QSPM

Với các giải pháp hình thành từ ma trận SWOT, sử dụng ma trận định lượng QSPM để lựa chọn các nhóm giải pháp.

3.4. Hệ thống giải pháp góp phần phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020

3.4.1. Nhóm giải pháp về cơ chế chính sách

- Thành lập ban soạn thảo luật trực thuộc Bộ Bưu chính Viễn thông
- Lập các tổ tư vấn luật, chính sách về viễn thông tại các tỉnh/thành phố trong cả nước

3.4.2. Nhóm giải pháp về thị trường

- Duy trì vai trò chủ đạo của VNPT trong giai đoạn đầu
- Khuyến khích tư nhân tham gia phát triển dịch vụ tại các địa phương
- Chú trọng phát triển số lượng thuê bao
- Phát triển hình thức bán lưu lượng để phát triển dịch vụ
- Đẩy mạnh hợp tác cấp chính phủ để đầu tư ra nước ngoài

3.4.3. Nhóm giải pháp về sản phẩm và dịch vụ

- Tạo môi trường để tư nhân và các công ty nước ngoài tham gia cung cấp dịch vụ
- Khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam tự phát triển các sản phẩm phần mềm viễn thông
- Thực hiện chính sách đa dạng hoá cước dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng
- Hoàn thiện hơn nữa luật giao dịch điện tử và các văn bản dưới luật
- Kêu gọi nước ngoài liên doanh để sản xuất thiết bị đầu cuối

3.4.4. Nhóm giải pháp về huy động vốn đầu tư cho viễn thông

- Phát hành trái phiếu trả lãi theo hiệu quả kinh doanh của ngành viễn thông
- Đa dạng hoá thành phần kinh tế tham gia đầu tư
- Nhà nước bảo lãnh cho các công ty viễn thông lớn vay của nước ngoài
- Thực hiện từng bước cổ phần hoá các doanh nghiệp viễn thông
- Khuyến khích tăng tỷ lệ tái đầu tư cho viễn thông

3.4.5. Nhóm giải pháp về phát triển nhân lực cho viễn thông

- Xây dựng tiêu chuẩn nghề nghiệp trong ngành viễn thông

- Thành lập 02 trường Đại học Bưu chính Viễn thông và Công nghệ thông tin tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh
- Tăng cường hợp tác và trao đổi chuyên gia làm việc với các nước có ngành viễn thông phát triển

3.4.6. Nhóm giải pháp về phát triển hạ tầng mạng lưới

- Xây dựng bộ chuẩn quy định về các tuyến truyền dẫn
- Cho phép tư nhân xây dựng mạng hạ tầng ở các địa phương vùng xa
- Phóng vệ tinh viễn thông riêng
- Tận dụng các mạng thông tin liên lạc của quân đội và công an

3.4.7. Nhóm giải pháp về khoa học công nghệ

- Lập một nhóm nghiên cứu trực thuộc sự quản lý của Chính phủ
- Ban hành quy định hỗ trợ ngành công nghệ viễn thông trong nước
- Khuyến khích các công ty sử dụng giải pháp công nghệ của Việt Nam
- Thành lập các hiệp hội bao gồm các nhà nghiên cứu và kinh doanh viễn thông
- Chú trọng phát triển phần mềm viễn thông

3.5. Một số kiến nghị

3.5.1. Với Bộ Thông tin và Truyền thông

Đề ra các chương trình mục tiêu để tập trung nguồn lực thực hiện trong từng giai đoạn. Phổ biến nội dung định hướng chiến lược phát triển của ngành cho các doanh nghiệp. Cập nhật các thông tin thống kê, hoạt động về bưu chính viễn thông và công bố rộng rãi cho các doanh nghiệp.

3.5.2. Với các cơ quan Bộ khác

Kiến nghị các Bộ: Giáo dục và Đào tạo, Lao động Thương binh Xã hội, Tài chính, Khoa học Công nghệ, Nội vụ, Công An cùng phối hợp để ban hành các chính sách liên quan như tiền lương, tổ chức, an ninh thông tin, nghiên cứu phát triển, đào tạo đội ngũ.

Tóm tắt chương 3

Xu hướng phát triển mạng viễn thông trong tương lai sẽ là IP hoá mạng lưới truyền dẫn và các hệ thống cung cấp dịch vụ với sự hội tụ mạnh mẽ giữa viễn thông và công nghệ thông tin, đây sẽ là cơ hội để ngành viễn thông Việt Nam đẩy nhanh hơn nữa tốc độ phát triển, đồng thời tạo ra sự phát triển bền vững thông qua việc chú trọng làm chủ các công nghệ phần mềm viễn thông. Nếu tổ chức thực hiện tốt được các giải pháp nêu trên, khả năng mạng viễn thông Việt Nam là một trong 20 mạng viễn thông lớn và hiện đại nhất trên thế giới vào năm 2020 hoàn toàn trong tầm tay của Việt Nam, một đất nước có quy mô dân số lớn thứ 14 trên thế giới.

KẾT LUẬN

Mặc dù đã có những bước chuẩn bị khá kỹ cho quá trình hội nhập, việc Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO) vẫn là một sự kiện gây tác động mạnh đến toàn bộ các thành phần trong nền kinh tế. Trong bối cảnh mới của sự hội nhập, các ngành kinh tế - trong đó có ngành viễn thông, sẽ phải xem xét lại thật kỹ các cam kết liên quan đến WTO và đối chiếu với các chính sách quản lý hiện tại. Từ đó, thực hiện các điều chỉnh cần thiết, đưa ra các giải pháp phát triển phù hợp.

Với vai trò vừa là một ngành hạ tầng thông tin vừa là một ngành kinh tế mũi nhọn, đồng thời phải phục vụ cho yêu cầu quản lý của Nhà nước và góp phần đảm bảo an ninh quốc phòng, sự phát

triển của ngành viễn thông sẽ có ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển của toàn bộ nền kinh tế xã hội. Ngành viễn thông phải luôn phát triển với tốc độ cao, luôn dẫn đầu về công nghệ và phải có được một đội ngũ nhân lực chất lượng cao để phục vụ cho các mục tiêu phát triển, làm đầu tàu kéo các ngành kinh tế khác đi lên. Với đặc điểm năng động của mình, viễn thông sẽ phải là ngành đầu tiên đưa ra các điều chỉnh chiến lược và đề xuất các giải pháp phát triển của mình trong giai đoạn từ nay đến năm 2020 cho phù hợp với hoàn cảnh mới.

Trên thế giới hiện nay có 02 trường phái phát triển viễn thông chính là trường phái Tây Âu và trường phái Mỹ. Trường phái Tây Âu thì tỏ ra phù hợp với các nước có trình độ viễn thông còn thấp, cần tập trung phát triển nhanh và đồng đều mạng lưới viễn thông. Tuy nhiên, sự quản lý chặt chẽ theo kiểu trường phái Tây Âu lại không phù hợp với xu hướng mở cửa thị trường và hội nhập quốc tế hiện nay. Ngược lại, trường phái Mỹ lại phù hợp với những nước có trình độ viễn thông phát triển và xu thế mở cửa viễn thông, đẩy mạnh cung cấp dịch vụ và nâng cao chất lượng dịch vụ. Đối với các nước ở khu vực Châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc khi hoạch định phát triển viễn thông thì họ không theo đúng khuôn mẫu của trường phái Tây Âu hay trường phái Mỹ mà kế thừa cả hai trường phái tùy theo điều kiện cụ thể mỗi giai đoạn phát triển của ngành viễn thông. Trong bối cảnh mạng lưới viễn thông chưa phát triển cao đồng thời lại chịu áp lực mở cửa của quá trình hội nhập, ngành viễn thông Việt Nam cũng cần vận dụng cách quản lý của cả 02 trường phái. Trong đó, ứng dụng trường phái Mỹ cho lĩnh vực dịch vụ giá trị gia tăng và internet và kế thừa trường phái Tây Âu cho lĩnh vực điện thoại di động, cố định và quốc tế.

Bên cạnh đó, theo kinh nghiệm phát triển viễn thông của một số nước trên thế giới như Pháp, Mỹ, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung quốc, có 04 điểm cần chú ý mà Việt Nam có thể kế thừa khi hoạch định phát triển viễn thông là: (1).Khi mạng lưới viễn thông chưa phát triển, vai trò chủ đạo của một doanh nghiệp Nhà nước trong việc cung cấp các dịch vụ viễn thông cơ bản sẽ giúp ngành viễn thông phát triển nhanh và cân đối hơn; (2).Để tăng tốc độ phát triển, ngành viễn thông cần áp dụng nhiều hình thức huy động vốn để có được lượng đầu tư cần thiết. Các biện pháp huy động vốn có thể áp dụng như tăng phí lắp đặt (trong điều kiện cầu vượt cung), vay vốn của nước ngoài có sự bảo lãnh của Chính phủ, vay vốn của người dân thông qua hình thức trả lãi suất theo mức hiệu quả kinh doanh của ngành viễn thông; (3).Thực hiện đầu tư thẳng vào công nghệ hiện đại thông qua nhập khẩu công nghệ từ các nước tiên tiến. Song song đó, chú trọng việc nhận chuyển giao công nghệ và đầu tư nghiên cứu phát triển các công nghệ viễn thông riêng để tăng khả năng làm chủ công nghệ trên mạng lưới; (4).Quá trình tạo cạnh tranh phải được chuẩn bị bằng việc hoàn thiện các cơ chế chính sách của ngành, tập trung hoàn thiện hành lang pháp lý thống nhất theo các quy định quốc tế.

Về thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành viễn thông, nếu xét về tổng thể, ngành viễn thông Việt Nam đã đạt được những thành công rất to lớn. Nhà nước đã có những chính sách mở cửa ngành viễn thông rất cương quyết, điều này đã làm thay đổi bộ mặt ngành viễn thông, mang lại không khí cạnh tranh quyết liệt, giúp giảm giá cước, nâng cao chất lượng dịch vụ cho người dân. Tốc độ tăng trưởng thuê bao điện thoại trong hơn 10 năm qua luôn ở mức cao (bình quân 36%/năm), đưa Việt Nam là một

trong những nước có tốc độ phát triển viễn thông cao nhất thế giới. Doanh thu viễn thông hiện nay chiếm tỷ trọng trên 4,5% GDP (năm 2006 đạt hơn 41.000 tỷ đồng) và đạt mức tăng trưởng bình quân trên 20%/năm. Trình độ công nghệ các thiết bị trong ngành viễn thông đã tiếp cận được với trình độ của thế giới. Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được, ngành viễn thông Việt Nam vẫn còn có những điểm yếu cần khắc phục, nổi bật nhất là chất lượng nguồn nhân lực viễn thông còn yếu kém, kể đến là sự trì trệ trong công việc vẫn còn diễn ra do sức ỳ ảnh hưởng của một thời kỳ độc quyền kéo dài. Ngoài ra, do điều kiện địa lý và khí hậu của Việt Nam, ngành viễn thông cũng gặp khó khăn trong cố gắng phát triển mạng lưới viễn thông của mình.

Với thực trạng của ngành viễn thông Việt Nam (những điểm đạt được và những tồn tại), các nhóm giải pháp góp phần phát triển ngành viễn thông Việt Nam từ nay đến năm 2020 có thể được đề cập đến như sau:

- a. Về cơ chế chính sách của Nhà nước: Tập trung xây dựng và hoàn thiện các luật lệ, cơ chế chính sách của ngành viễn thông Việt Nam cho phù hợp với các quy định và thông lệ quốc tế. Cụ thể:
 - Lập ban soạn thảo và chỉnh sửa luật thuộc Bộ Bưu chính Viễn thông.
 - Lập các tổ tư vấn luật, chính sách về viễn thông tại các tỉnh/thành phố trong cả nước.
- b. Về thị trường: Khuyến khích các doanh nghiệp viễn thông Việt Nam chú trọng khai thác thị trường trong nước, xem thị trường trong nước là ưu tiên hàng đầu. Sau khi đã tạo được thế đứng vững chắc ở trong nước mới mở rộng đầu tư

ra thị trường khu vực và thế giới. Tạo cạnh tranh trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng, kiểm soát số lượng các doanh nghiệp có chức năng cung cấp dịch vụ cố định và di động trong phạm vi cả nước. Cụ thể:

- Duy trì vai trò chủ đạo của VNPT trong giai đoạn đầu.
 - Khuyến khích tư nhân tham gia phát triển dịch vụ tại các địa phương.
 - Chú trọng phát triển số lượng thuê bao.
 - Phát triển hình thức bán lưu lượng để phát triển dịch vụ.
 - Đẩy mạnh hợp tác cấp chính phủ để đầu tư ra nước ngoài.
- c. Về sản phẩm và dịch vụ: Chú trọng phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng, tạo ra nhiều công dụng mới cho máy điện thoại di động của khách hàng theo tiêu chí “Tất cả trong một”. Các giải pháp gồm:
- Tạo môi trường để tư nhân và các công ty nước ngoài tham gia cung cấp dịch vụ.
 - Khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam tự phát triển các sản phẩm phần mềm viễn thông.
 - Thực hiện chính sách đa dạng hoá cước dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng.
 - Hoàn thiện hơn nữa luật giao dịch điện tử và các văn bản dưới luật.
 - Kêu gọi nước ngoài liên doanh để sản xuất thiết bị đầu cuối.
- d. Về huy động vốn: Sử dụng nhiều hình thức sáng tạo để huy động vốn từ trong nước, đồng thời tận dụng các nguồn vốn nước ngoài có thể huy động được để phát triển. Ưu tiên huy

động vốn để phát triển hạ tầng và công nghệ ngành viễn thông trong giai đoạn đến năm 2020. Các biện pháp thực hiện gồm:

- Phát hàng trái phiếu trả lãi theo hiệu quả kinh doanh của ngành viễn thông.
 - Đa dạng hoá thành phần kinh tế tham gia đầu tư.
 - Nhà nước bảo lãnh cho các công ty viễn thông lớn vay của nước ngoài.
 - Thực hiện từng bước cổ phần hoá các doanh nghiệp viễn thông.
 - Khuyến khích tăng tỷ lệ tái đầu tư cho viễn thông.
- e. Về nhân lực: Thực hiện tinh giảm biên chế, tái đào tạo lại đội ngũ lao động hiện tại, đồng thời đề ra các tiêu chuẩn nghiêm ngặt đối với đội ngũ nhân lực viễn thông. Tập trung đào tạo ra một đội ngũ các nhà quản lý và các chuyên gia viễn thông có trình độ cao theo tiêu chuẩn quốc tế. Cụ thể gồm:
- Xây dựng tiêu chuẩn nghề nghiệp trong ngành viễn thông.
 - Thành lập 02 trường Đại học Bưu chính Viễn thông và Công nghệ thông tin tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.
 - Tăng cường hợp tác và trao đổi chuyên gia làm việc với các nước có ngành viễn thông phát triển.
- f. Về phát triển hạ tầng: Thiết lập mạng lưới viễn thông phủ khắp cả nước, quang hoá các tuyến cáp đường trục và sử dụng công nghệ vệ tinh để kết nối đi quốc tế. Các giải pháp cụ thể như sau:

- Xây dựng bộ chuẩn quy định về các tuyến truyền dẫn.
 - Cho phép tư nhân xây dựng mạng hạ tầng ở các địa phương vùng xa.
 - Phóng vệ tinh viễn thông riêng.
 - Tận dụng các mạng thông tin liên lạc của quân đội và công an.
- g. Về khoa học công nghệ: Áp dụng các công nghệ tiên tiến theo hướng IP hoá mạng lưới viễn thông. Ưu tiên phát triển và sử dụng các phần mềm viễn thông của Việt Nam. Các biện pháp thực hiện gồm:
- Lập một nhóm nghiên cứu trực thuộc sự quản lý của Chính phủ.
 - Ban hành quy định hỗ trợ ngành công nghệ viễn thông trong nước.
 - Khuyến khích các công ty sử dụng giải pháp công nghệ của Việt Nam.
 - Thành lập các hiệp hội bao gồm các nhà nghiên cứu và kinh doanh viễn thông.
 - Chú trọng phát triển phần mềm viễn thông.

Tóm lại, trong bối cảnh hội nhập quốc tế và hiện trạng phát triển của mình, ngành viễn thông Việt Nam cần có những giải pháp phát triển phù hợp để có thể tận dụng các cơ hội, hạn chế những thách thức và tăng tốc độ phát triển, đạt mục tiêu đến năm 2020 ngành viễn thông sẽ bắt kịp trình độ tiên tiến trên thế giới, đứng trong nhóm 03 nước có trình độ viễn thông phát triển nhất khu vực ASEAN.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

- 1. Kinh nghiệm phát triển viễn thông của một số nước trên thế giới**
Tác giả: ThS. Trần Đăng Khoa
Tạp Chí Bưu chính Viễn thông & Công nghệ Thông tin
Bộ Bưu chính Viễn thông Việt Nam
Số 243(484), kỳ 1- tháng 07/2006.
Từ trang 53 đến trang 56.
- 2. Factors Affecting the Development of Local Telecommunications**
by MEcon. Trần Đăng Khoa
Economic Development Review
The HCMC University of Economics
No. 145 September 2006
From page 14 to page 15.
- 3. Những nét chính về định hướng phát triển ngành viễn thông Việt Nam đến năm 2020**
Tác giả: ThS. Trần Đăng Khoa
Tạp Chí Phát triển Kinh tế
Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh
Số 191, tháng 09/2006
Từ trang 28 đến trang 30.