

CHUYỂN MẠNG GIỮ SỐ: THÁCH THỨC LỚN CHO CÁC DOANH NGHIỆP CUNG CẤP DỊCH VỤ VIỄN THÔNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH VĨNH LONG

Nguyễn Thị Mỹ Phượng*, Nguyễn Thị Xuân Trúc**

TÓM TẮT

Bài viết đề cập đến vấn đề chuyển mạng giữ số giữa các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long. Trên cơ sở phân tích tình hình thực tế về công tác chuyển mạng giữ số của các doanh nghiệp viễn thông trong điều kiện hội nhập và cạnh tranh gay gắt hiện nay, tác giả giúp các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông có cái nhìn bao quát hơn, từ đó đề xuất các giải pháp để thực hiện tốt công tác chuyển mạng giữ số cho các doanh nghiệp viễn thông trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long.

Từ khóa: chuyển mạng giữ số, các doanh nghiệp viễn thông tỉnh Vĩnh Long, chất lượng dịch vụ.

ABSTRACT

The article deals with the issue of number portability among enterprises providing telecommunication services in Vinh Long province. On the basis of the theory of digital portability, as well as analysis of the actual situation and forecasts will occur when the application of digital network transformation of telecom enterprises in the context of integration and fierce competition. Currently, the author helps telecom service providers in Vinh Long province have a more comprehensive view. Since then, in order to carry out the digital port rotation for telecommunication enterprises in Vinh Long province, the author proposed technical solutions, customer care, long-term commitments / commitments. , barriers to network switching, network subscriber acquisition, and customer retention to ensure the sustainable development of the business.

1. Đặt vấn đề

Trên thị trường thông tin di động trong cả nước nói chung, tỉnh Vĩnh Long nói riêng,

cạnh tranh giữa các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông diễn ra vô cùng quyết liệt và gay gắt. Họ chủ yếu dựa vào các chiến lược giảm giá cước, khuyến mãi nhiều để thu hút lượng khách hàng mới để tăng doanh số và điều đó đã tạo nên làn sóng cho các khách hàng chuyển đổi mạng giữa các nhà cung cấp dịch vụ.

* Thạc sĩ, Khoa Quản trị Kinh doanh, trường Đại học Cửu Long

** Trung tâm KD Vinaphone Vĩnh Long

Căn cứ vào yêu cầu của Bộ Thông tin Truyền thông về việc chuyển mạng giữ nguyên số thuê bao di động cho Khách hàng đang sử dụng, nó sẽ được triển khai vào đầu năm 2018 nhằm tạo sự cạnh tranh công bằng giữa các nhà mạng, bảo vệ uy tín thương hiệu cho họ. Điều này, đòi hỏi các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ và phục vụ khách hàng.

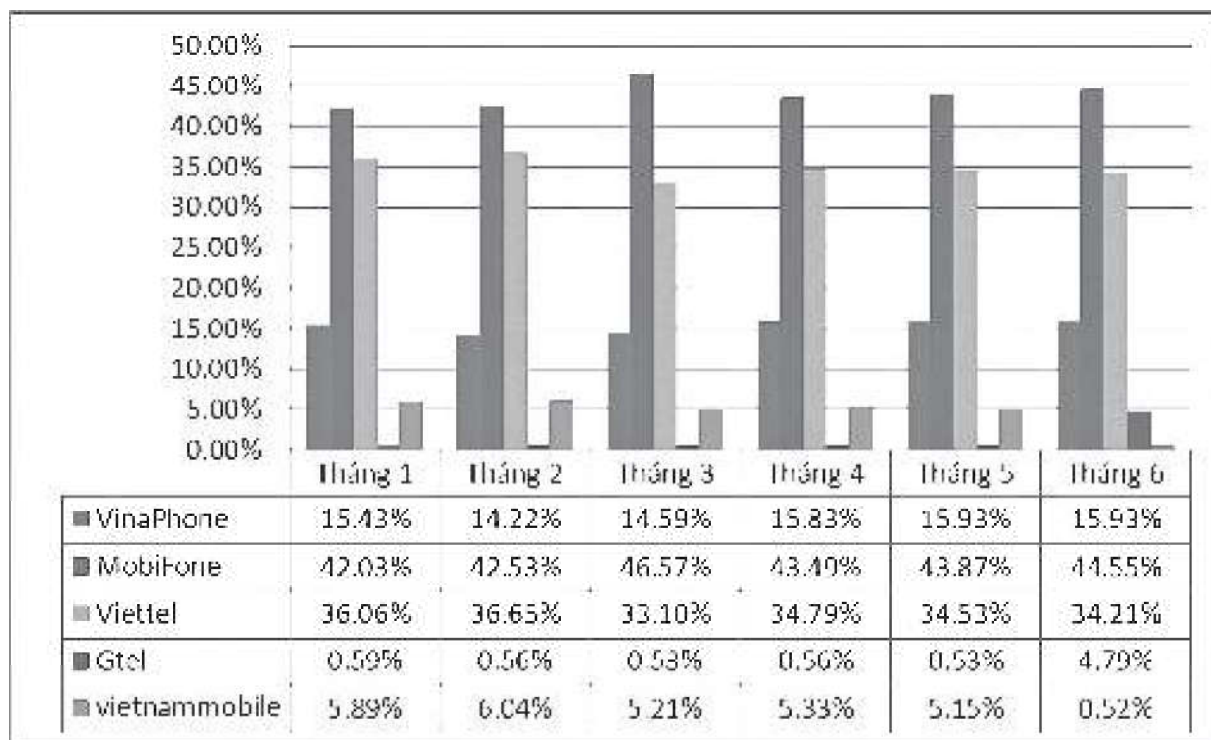
Để tồn tại và thành công trong giai đoạn từ nay đến năm 2018 thì các nhà mạng viễn thông đang tìm hướng đi riêng cho mình bằng việc cải thiện chất lượng phục vụ, chất lượng dịch vụ và dung lượng mạng lưới, đa dạng hóa

sản phẩm/dịch vụ.

2. Thị phần của các nhà cung cấp dịch vụ di động tại tỉnh Vĩnh Long

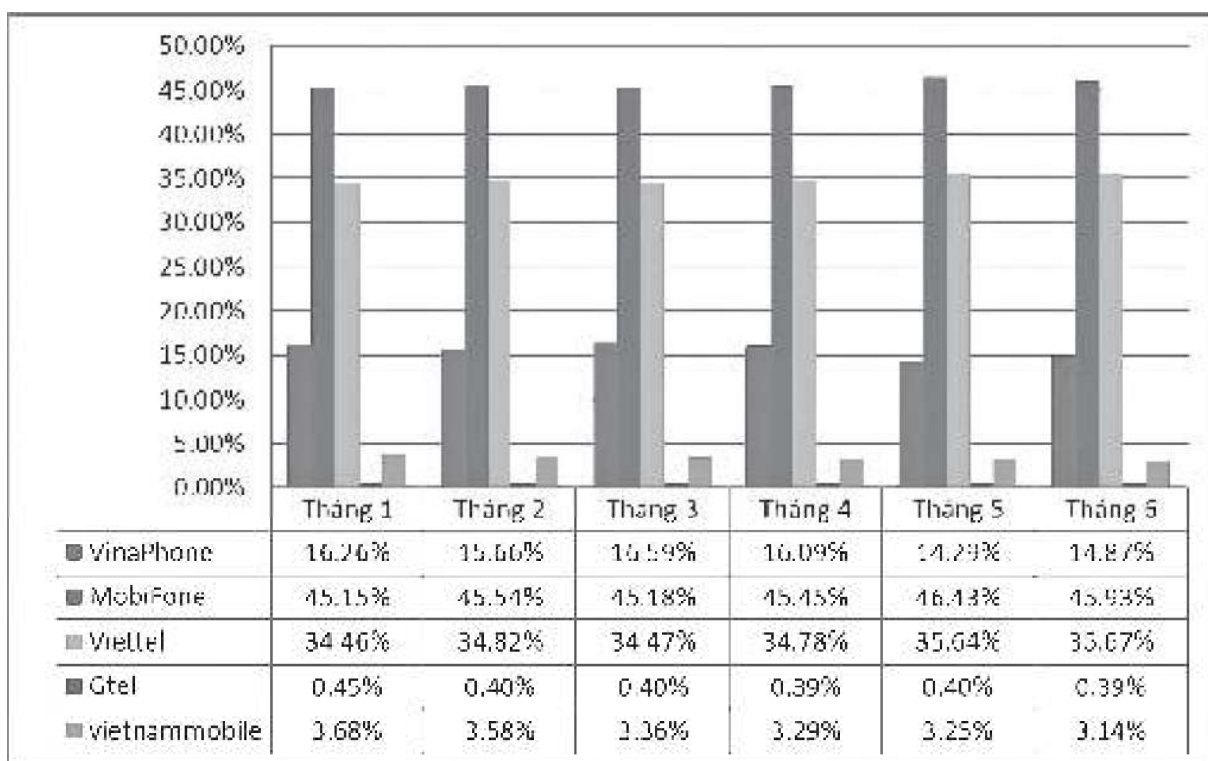
Hiện nay sự cạnh tranh trên lĩnh vực dịch vụ di động tại tỉnh Vĩnh Long đang diễn ra gay gắt giữa các nhà mạng như: VinaPhone (VNP), MobiFone (VMS), Viettel (VTL), Vietnammobile, Gtel (GTL).

Thị phần của các nhà mạng từ năm 2015 đến 2017 không có những thay đổi đột biến, chính vì vậy tác giả tập trung so sánh tình hình 6 tháng đầu năm 2016 và 6 tháng đầu năm 2017, được thể hiện cụ thể như sau:



(Nguồn: Số liệu từ VNPT Vĩnh Long)

Hình 1: Thị phần 6 tháng đầu năm 2016



(Nguồn: Số liệu từ VNPT Vĩnh Long)

Hình 2: Thị phần 6 tháng đầu năm 2017

Qua hình 1 và hình 2 cho thấy, thị phần của các nhà cung cấp di động trên địa bàn Tỉnh Vĩnh Long không biến động nhiều trong thời gian qua. Lợi thế về thị phần trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long nhiều nhất là MobiFone, đứng thứ hai là Viettel và thấp nhất là Gtel. MobiFone và Viettel sẽ tăng cường công tác chăm sóc Khách hàng để hạn chế Khách hàng rời mạng, bên cạnh đó, hai nhà mạng này cũng sẽ tận dụng lợi thế về thị phần để gia tăng cũng như thu hút thêm Khách hàng thông qua công tác gọi nội mạng. So với MobiFone thì Viettel sẽ có lợi thế hơn vì họ là nhà mạng cung cấp đa dịch vụ, xu hướng rất có thể họ sẽ tận dụng lợi thế này để giữ và lôi kéo Khách hàng. VinaPhone cũng thế, họ sẽ tận dụng sức mạnh cung cấp đa dịch vụ của VNPT. Chiến lược của họ sẽ khác và hấp dẫn hơn MobiFone, Gtel, Vietnammobile.

3. Tình hình thực hiện MNP của các nhà mạng cung cấp dịch vụ di động tại địa bàn tỉnh Vĩnh Long

3.1. Giới thiệu chung về MNP

- **Khái niệm MNP:** Dịch vụ chuyển mạng di động giữ nguyên số thuê bao (MNP: Mobile Number Portability) là dịch vụ cho phép thuê bao có thể thay đổi doanh nghiệp cung cấp dịch vụ di động mà vẫn giữ nguyên được số điện thoại của mình. MNP giúp Khách hàng có cơ hội lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ tốt hơn mà không lo lắng về vấn đề đổi số thuê bao mới.

- **Lợi ích MNP:** sẽ tạo ra xu hướng cá nhân hóa số điện thoại, tạo nền tảng cho việc phát triển các dịch vụ mới liên quan đến ứng dụng thương mại, các dịch vụ nội dung trên

mạng điện thoại di động, từ đó thúc đẩy phát triển dịch vụ 4G hiện vẫn còn khiêm tốn về hiệu quả đầu tư. Tăng hiệu quả sử dụng kho số viễn thông và quản lý thuê bao trả trước. Bởi nhu cầu mỗi cá nhân có nhiều SIM để sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp di động khác nhau sẽ giảm đi, lượng SIM rác cũng giảm theo nhất là theo quy định của Nghị định 49 về quản lý thuê bao di động trả trước hiệu lực từ 24/7/2017. Tăng hiệu quả kinh tế, thúc đẩy cạnh tranh giữa các doanh nghiệp viễn thông, hỗ trợ đảm bảo an ninh thông tin, tạo nền tảng cho sự phát triển thương mại điện tử. MNP hoàn toàn có thể đem lại nhiều cơ hội nhưng đa phần là những thách thức và nguy cơ đặc biệt là trong thời gian ngắn hạn.

- **Đặc điểm MNP:** MNP sẽ gây ra các xáo trộn thường xảy ra ở giai đoạn đầu triển khai MNP với một số hiện tượng: Khách hàng là thuê bao trả trước từ các nhà mạng lớn có xu hướng chuyển sang các nhà mạng nhỏ (*thường có nhiều ưu đãi hơn về dịch vụ*). Sau một thời gian chuyển sang các nhà mạng nhỏ, một số lượng thuê bao chuyển từ mạng lớn trước đây lại có xu hướng quay về các nhà mạng lớn có chất lượng dịch vụ ổn định hơn.

- **Nguy cơ:** Phương án MNP đã được Bộ Thông tin và Truyền thông công bố và dự kiến lộ trình triển khai bắt đầu từ năm 2018. Theo kinh nghiệm quốc tế, nhìn trong dài hạn các đối thủ đáng lo vẫn là các nhà mạng lớn mặc dù trong ngắn hạn có thể thuê bao sẽ chuyển sang các nhà mạng nhỏ với nhiều ưu đãi đặc biệt. Nguy cơ mất thị phần, đặc biệt là thị phần khách hàng trung thành là hoàn toàn có thể xảy ra. Một số nguy cơ chủ yếu có thể xảy ra: Số khách hàng trung thành (thường là thuê bao trả sau) có thể vì một số có xu hướng chuyển

sang mạng có chất lượng dịch vụ tốt hơn và thường không phải lý do giá cước rẻ hơn. Sẽ có một số lượng thuê bao (thường là thuê bao trả trước) sẽ chuyển sang các mạng có chất lượng dịch vụ tốt hơn hoặc giá tốt hơn. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào trung tâm chuyển mạng quốc gia nên công tác đảm bảo dịch vụ sẽ rất quan trọng.

- **Cơ hội:** Lôi kéo khách hàng từ các mạng khác và giành lấy thị phần viễn thông di động. Tạo điều kiện cho khách hàng đánh giá năng lực chăm sóc khách hàng của các nhà mạng để chọn lựa dịch vụ phù hợp. Đây là cơ hội để các nhà mạng chuyển mình trở thành nhà cung cấp dịch vụ thay vì nhà mạng thuần túy.

3.2. Tình hình thực hiện MNP

Theo sự chỉ đạo của Nhà nước, việc triển khai dịch vụ MNP là dịch vụ mà các doanh nghiệp viễn thông phải thực hiện bắt đầu từ năm 2018. Để tận dụng được các cơ hội cũng như hạn chế được các thách thức do dịch vụ này đem lại, các nhà mạng cần xem xét một cách hệ thống, dưới nhiều góc độ khác nhau để có phương án kỹ thuật và kinh doanh dịch vụ MNP hiệu quả, phù hợp với đặc thù mạng lưới của mỗi nhà mạng. Trong thời gian gần đây, vấn đề chuyển mạng giữ số đang ở giai đoạn chuẩn bị, đòi hỏi các nhà mạng phải nghiên cứu và tìm ra giải pháp cho riêng mình.

- **Về công tác chuẩn bị:** danh sách Khách hàng muốn thâm nhập vào, cách giữ chân Khách hàng, các chính sách thu hút và ưu đãi Khách hàng. Tùy vào đặc điểm và tình hình thực tế từng khu vực mà các nhà cung cấp di động có chiến lược riêng. Chẳng hạn: Viettel tiếp cận Khách hàng ban ngành/cơ quan tại địa phương, MobiFone tiếp cận Khách hàng

Doanh nghiệp, VinaPhone tận dụng mối quan hệ và danh sách Khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông khác để bán chéo và vận động Khách hàng hiện hữu,... Điển hình là từ đầu năm 2017, VinaPhone khi phát triển dịch vụ hòa mạng mới trả sau thì thuê bao tăng cường cam kết Khách hàng phải sử dụng lâu năm để hạn chế chuyển sang mạng khác (cam kết sử dụng từ 3 năm đến 4 năm); Viettel thì hòa mạng trả sau kèm thiết bị đầu cuối là các dòng máy Smartphone mới để thu hút Khách hàng với chính sách trả góp hàng tháng...

- **Cải thiện chất lượng mạng lưới:** các nhà mạng đang tăng cường mở rộng các vùng phủ sóng, lắp đặt các trạm thu phát sóng để đảm bảo chất lượng nhằm gia tăng sự hài lòng của Khách hàng trong khi sử dụng dịch vụ. Chẳng hạn: từ tháng 4/2017 Viettel đã phủ sóng và khai trương 4G tại địa bàn tỉnh Vĩnh Long đầu tiên so với các nhà mạng khác chưa triển khai. Điều này đã tạo cho Viettel nâng cao chất lượng và năng lực cạnh tranh hơn MobiFone, VinaPhone, Gtel, Vietnammobile. Nó đã tạo nên điểm nhấn và thu hút sự quan tâm của Khách hàng rất nhiều.

- **Nguồn nhân lực:** các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông không ngừng tăng cường tuyển dụng nhân sự bán hàng để mở rộng công tác phát triển kênh bán hàng và chăm sóc Khách hàng thông qua các chế độ như: đào tạo, đãi ngộ, hoặc thưởng khuyến khích theo doanh số.

- **Hành vi Khách hàng:** thích sử dụng dịch vụ có chất lượng tốt, chăm sóc tốt, ưu đãi hoặc khuyến mãi nhiều. Tuy nhiên, thói quen sử dụng số điện thoại đã sử dụng lâu nên Khách hàng rất ít khi nào đồng ý đổi số và nếu dịch vụ chuyển mạng giữ số quy trình chuyển mạng nhanh chóng thì sẽ thu hút Khách hàng từ các nhà mạng với nhau.

- Qua đó, ta thấy rằng các nhà mạng cung cấp dịch vụ Viễn thông trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long đang rất lo lắng và ai cũng tìm cách để giữ chân Khách hàng cũ và tìm kiếm Khách hàng mới hoặc thu hút Khách hàng từ nhà mạng khác chuyển sang. Vì thế, công tác vừa chuẩn bị, vừa phòng thủ, áp lực cạnh tranh, áp lực thị phần trên địa bàn là những vấn đề mà các nhà mạng cần phải suy nghĩ và thực hiện.

4. Giải pháp thực hiện MNP hiệu quả của các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long

4.1. Giải pháp về kỹ thuật

Đảm bảo chất lượng vùng phủ sóng để nâng cao chất lượng các dịch vụ dữ liệu như 3G, 4G và các dịch vụ giá trị gia tăng. Kiểm tra và theo dõi để kiến nghị xử lý kịp thời công tác đo kiểm và theo dõi chất lượng báo hiệu trên giao diện với trung tâm chuyển mạng quốc gia.

4.2. Giải pháp chăm sóc khách hàng

- Tăng cường công tác chăm sóc Khách hàng, chú trọng hỗ trợ giải đáp các khiếu nại có liên quan đến chất lượng dịch vụ trong giai đoạn đầu khi triển khai MNP.

- Phân loại thuê bao hoặc tập Khách hàng để xác định thứ tự ưu tiên giữ chân các thuê bao trung thành.

4.3. Tạo sự ràng buộc/cam kết lâu dài với Khách hàng

- Tạo gói cước tích hợp để phát huy sức mạnh thị phần lớn hoặc sức mạnh của nhà cung cấp đa dịch vụ.

- Gắn số thuê bao là số tài khoản các dịch vụ khác đặc biệt là các dịch vụ nội dung đã có cũng như các gói dịch vụ đòi hỏi ràng buộc hợp đồng thuê bao đi kèm với thiết bị đầu cuối.

- Tạo mối liên kết với các doanh nghiệp sản xuất thiết bị để gắn số thuê bao kèm theo số seri của sim khi khai báo trên các chương trình ứng dụng=> hạn chế khi thay đổi sim trên thiết bị.

4.4. Tạo các rào cản khi chuyển mạng

Việc chuyển mạng cũng sẽ có những quy định ràng buộc nhất định của nhà nước để tránh gây hiện tượng xáo trộn thị trường. Tuy nhiên, các nhà mạng hoàn toàn có thể tăng cường ràng buộc riêng khi khách hàng được hưởng các ưu đãi (bồi thường chi phí khi thanh lý hợp đồng, thời gian chờ chuyển lâu, không đảm bảo chất lượng dịch vụ trong giai đoạn chuyển mạng...).

4.5. Thu hút thuê bao của mạng khác

- Thực hiện thủ tục chuyển mạng: thời

gian chờ chuyển mạng rút ngắn được nhanh chóng.

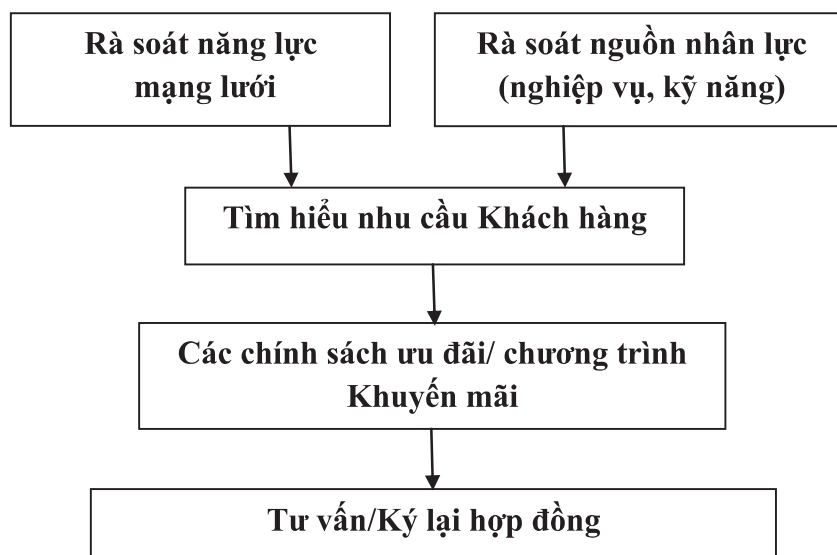
- Tặng khuyến mại/ ưu đãi cho thuê bao chuyển từ mạng khác đến.

- Tạo sự tiện lợi cho Khách hàng khi tham gia chuyển mạng (về thời gian và địa điểm được bố trí thuận tiện).

- Sử dụng chiến lược: truyền thông tích hợp nhằm xây dựng mối quan hệ để thỏa mãn nhu cầu Khách hàng.

4.6. Quy trình triển khai thực hiện giữ chân Khách hàng

Áp dụng hiệu quả quy trình triển khai thực hiện giữ chân khách hàng theo đúng trình tự, đảm bảo kiểm tra giám sát đối với từng giai đoạn thực hiện để xử lý tốt các phát sinh xảy ra.



(Nguồn: Tác giả đề xuất, 2017)

Hình 3: Quy trình triển khai thực hiện giữ chân khách hàng

2. Kết luận và kiến nghị

MNP mang đến nhiều cơ hội cho những nhà mạng có chất lượng tốt, thị phần lớn và cũng nhiều sự lo lắng cho các nhà mạng có

thị phần nhỏ. Như vậy, để tạo chủ động và phát triển bền vững thì các nhà mạng di động trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long cần quyết liệt đẩy nhanh và đồng bộ các giải pháp để đối phó đặc

biệt tại thời điểm Nhà nước bắt đầu triển khai MNP trong năm 2018.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần:

- Điều tra, nghiên cứu dự báo nhu cầu và xây dựng phương án kỹ thuật triển khai dịch vụ chuyển mạng giữ nguyên số.

- Nghiên cứu đề xuất với Bộ Thông tin và Truyền thông về mức thu phí chuyển mạng để bù với các chi phí đầu tư triển khai hệ thống chuyển mạng giữ nguyên số đầu tư tại doanh nghiệp.

- Nghiên cứu đề xuất cơ chế chính sách và thủ tục kết nối chung hệ thống chuyển mạng giữ nguyên số tập trung của Bộ.

- Nghiên cứu đề xuất một số nội dung của quy định quản lý cho quy trình chuyển mạng giữ nguyên số để bảo đảm quyền lợi của nhà mạng.

- Thăm dò các nhà cung cấp di động khác trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long để tạo sự công bằng khi triển khai: về thời gian chuyển mạng, về chính sách ưu đãi/ khuyến mại, cơ sở dữ liệu Khách hàng...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Garry D.Smith, Danny R.Arnol, Bobby G.Bizzell (1997), Chiến lược và sách lược kinh doanh, Nhà Xuất bản Thống kê.
- [2] Malik Fawad Nazir, Ghulam Mubashar Hassan, Imran Ghafoor Chaudhry, Sheraz Ali Khan, Khawaja M Yahya (2007): “To analyze customers’ willingness to change Mobile Service Providers using MNP based on Quality Service parameters”.
- [3] Porter, M.E. (1998), Competitive Strategy – Techniques for Analyzing Industries and Competitors, The Free Express.
- [4] John Roberts, Pamela Morrison and Charlie Nelson (2004), Implementing a Pre-Launch Diffusion Model: Measurement and Management Challenges of the Telstra Switching Study, Marketing Science.
- [5] Lê Thị Hằng (2013), Nâng cao năng lực cạnh tranh trong cung ứng dịch vụ thông tin di động của các Công ty Viễn Thông Việt Nam, Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

Ngày nhận bài: 14/9/2017

Ngày gửi phản biện: 20/9/2017