

Hiện trạng và những giải pháp phát triển thị trường Truyền hình di động trả tiền trên thị trường viễn thông Việt Nam

>TS. LÊ MINH TOÀN, THS. LÊ MINH THẮNG, TS. VŨ TRỌNG PHONG*

HIỆN TRẠNG THỊ TRƯỜNG TRUYỀN HÌNH TRẢ TIỀN

Tại Việt Nam, dịch vụ truyền hình trả tiền với 5 loại hình dịch vụ gồm: truyền hình cáp (Analog, Truyền hình số, IPTV), truyền hình mặt đất kỹ thuật số, truyền hình trực tiếp qua vệ tinh, truyền hình di động (Mobile TV) và truyền hình qua mạng Internet.

Thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông cho thấy, tính đến hết tháng 6/2017, cả nước có 13,1 triệu thuê bao truyền hình trả tiền, trong đó có 82% thuê bao truyền hình cáp. Theo báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông, năm 2017, doanh thu dịch vụ truyền hình trả tiền ước đạt 7.500 tỷ đồng, lợi nhuận ước đạt 300 tỷ đồng, tăng so với năm 2016 là 21,16%, nộp ngân sách nhà nước ước đạt 380 tỷ đồng, tăng so với năm 2016 là 19,95%. Cả nước hiện có 67 đài phát thanh truyền hình, trong đó có 2 đài Trung ương, Đài Truyền hình Kỹ thuật số VTC, 64 đài địa phương; 78 kênh chương trình phát thanh trong nước, 104 kênh

truyền hình. Số kênh truyền hình trên hệ thống truyền hình cáp trả tiền, Internet, vệ tinh là 91 kênh, số kênh truyền hình nước ngoài được cấp phép biên tập, biên dịch là 55 kênh.

Tính đến cuối tháng 12/2017, Cục Phát thanh truyền hình và Thông tin điện tử đã hoàn thành cơ bản việc cấp phép cung cấp dịch vụ truyền hình trả tiền cho các công ty truyền hình cáp nhỏ (trước chưa đủ điều kiện cấp phép thiết lập mạng hạ tầng), bổ sung số lượng thuê bao truyền hình trả tiền có nộp phí cho Nhà nước (tăng từ gần 13 triệu lên xấp xỉ 14 triệu thuê bao). Tổng doanh thu thuê bao của thị trường truyền hình trả tiền năm 2017 ước đạt 7.500 tỷ đồng.

Như vậy doanh thu truyền hình trả tiền năm 2017 giảm khá nhiều so với năm 2016. Theo báo cáo của Bộ Thông tin và Truyền thông, hiện có tổng số 32 doanh nghiệp truyền hình, trong đó 2 doanh nghiệp truyền hình quảng bá, 30 doanh

ngiệp truyền hình trả tiền, với tổng số lao động là 9.800 người. Tính đến hết năm 2016, số thuê bao truyền hình trả tiền đạt 12,5 triệu thuê bao. Doanh thu truyền hình trả tiền năm 2016 đạt 12.000 tỷ đồng. Trong tổng số 12.000 tỷ đồng doanh thu của truyền hình trả tiền năm 2016, riêng Truyền hình cáp SCTV ước đạt doanh thu hơn 3.420 tỷ đồng. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia truyền hình, sau một thời gian dài cạnh tranh về giá, giá dịch vụ truyền hình trả tiền ở Việt Nam đã rơi xuống ở mức khó có thể thấp hơn.

Trong khi đó, thị trường Viễn thông, Internet của Việt Nam tiếp tục có sự cạnh tranh tích cực. Theo số liệu trong Sách Trắng CNTT-VT Việt Nam năm 2017, năm 2016 cả nước có 74 doanh nghiệp (DN) đang cung cấp dịch vụ viễn thông cố định mặt đất và 5 DN đang cung cấp dịch vụ viễn thông di động mặt đất. Tổng doanh thu dịch vụ viễn thông năm 2016 đạt 136.499 tỷ đồng (tương đương 6,16 tỷ USD, tăng 1,6% so với

* Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

năm 2015). Tổng số thuê bao điện thoại di động (phát sinh lưu lượng thoại, tin nhắn và dữ liệu) đạt trên 128 triệu thuê bao, trong đó có gần 36,2 triệu thuê bao băng rộng di động, đạt tỷ lệ 39 thuê bao/100 dân. Tổng số thuê bao truy nhập băng rộng cố định đạt hơn 9 triệu thuê bao. Năm 2016, thị trường cung cấp dịch vụ viễn thông di động (cả 2G, 3G) có sự góp mặt của 5 doanh nghiệp. Tuy nhiên, thị phần vẫn do 3 DNVT chủ đạo là Viettel, VNPT, MobiFone nắm giữ, chiếm tới 95%, tăng 2,4% so với năm 2013. Cụ thể, Viettel đã nâng thị phần dịch vụ viễn thông di động từ 43,5% của năm 2013 lên chiếm 46,7% trong năm 2016; VNPT chiếm 22,2% thị phần, tăng 4,8% so với năm 2013 (Hình 1). Thị phần dịch vụ viễn thông di động của MobiFone bị giảm mạnh hơn cả, từ chỗ chiếm 31,78% thị phần năm 2013 thì đến năm 2016 con số này là 26,1%. Tỷ lệ giảm thị phần dịch vụ viễn thông di động của Vietnamobile và GTel trong năm 2016 so với thời điểm 2013 lần lượt là 1,17% (từ 4,07% xuống còn 2,9%) và 1,12% (từ 3,22% xuống còn 2,1%). Về thị phần (thuê bao) của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ băng rộng cố định mặt đất, trong số các

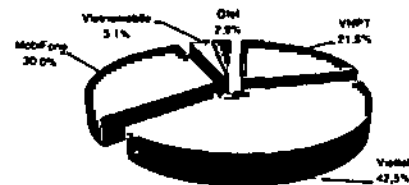
doanh nghiệp đang triển khai kinh doanh dịch vụ này, năm 2016, thị phần của VNPT vẫn lớn nhất, chiếm 46,1%; tiếp đó là Viettel, chiếm 26,1%; FPT chiếm 18,6%; SCTV chiếm 5,7%; và 3,5% thị phần dịch vụ băng rộng cố định mặt đất thuộc về các doanh nghiệp khác như CMC, SPT, NetNam, GDS, VTC... (Hình 1). Đặc biệt, sau thời gian thử nghiệm, từ tháng 10/2016, 3 nhà mạng lớn của Việt Nam là Viettel, VinaPhone, MobiFone đã chính thức được cấp giấy phép thiết lập mạng và cung cấp dịch vụ viễn thông 4G LTE. Theo số liệu tại Sách Trắng CNTT-TT Việt Nam 2017, tính đến cuối năm 2016, Việt Nam đã có gần 36,2 triệu thuê bao băng rộng di động (3G).

Trong năm 2017, tại thị trường Việt Nam, các nhà mạng cạnh tranh khốc liệt, nhưng chủ yếu cạnh tranh về giá, vì thế các nhà mạng phải liên tục điều chỉnh các chiến lược, chính sách cho phù hợp. Năm 2017, doanh thu của 3 DNVT chủ đạo trên thị trường đạt 437.734 tỷ đồng (năm 2016, tổng doanh thu viễn thông đạt 365.500 tỷ đồng). Trong đó, Tập đoàn VNPT đạt trên 144.000 tỷ đồng (tăng 7%); Tập đoàn Viettel đạt 249.500 tỷ đồng (lợi nhuận trước thuế toàn tập đoàn

Thị phần (thuê bao) các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ điện thoại cố định mặt đất



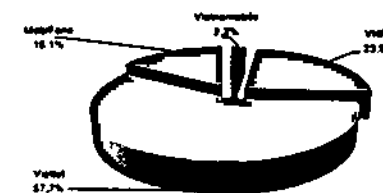
Thị phần (thuê bao) các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ điện thoại di động mặt đất phát sinh lưu lượng thoại và tin nhắn (2G)



Thị phần (thuê bao) các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ băng rộng cố định mặt đất



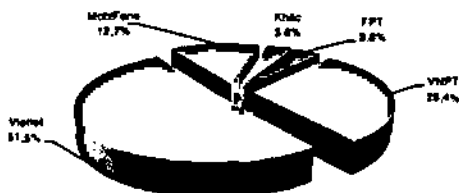
Thị phần (thuê bao) các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ băng rộng di động mặt đất phát sinh lưu lượng thoại, tin nhắn, dữ liệu (2G và 3G)



Thị phần (thuê bao) các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ di động mặt đất phát sinh lưu lượng thoại, tin nhắn, dữ liệu (2G và 3G)



Thị phần (thuê bao) các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ băng rộng cố định và di động mặt đất



Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông

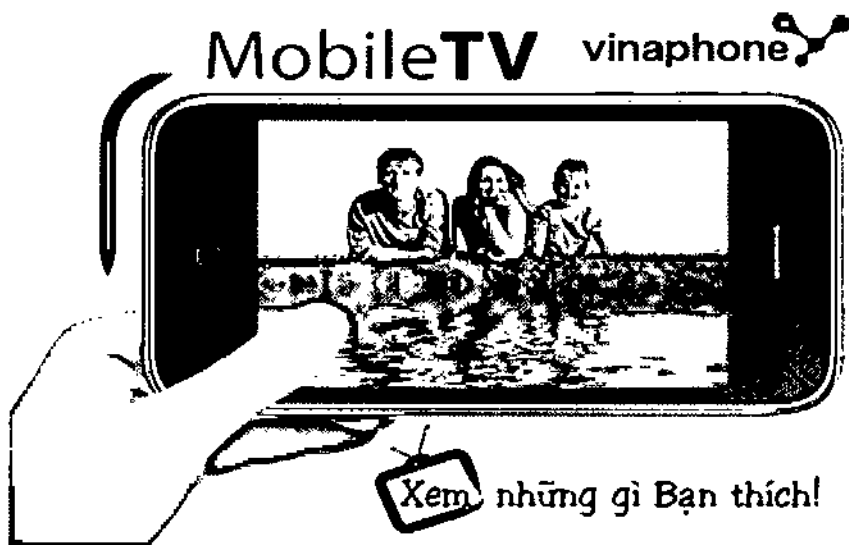
Hình 1. Thị phần các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ viễn thông, Internet tại Việt Nam năm 2016 (Nguồn: Sách Trắng CNTT-TT Việt Nam 2017, trang 43-44)

[GHI NHẬN TRAO ĐỔI]

đạt 43.936 tỷ đồng, nộp ngân sách nhà nước 41.142 tỷ đồng); Tổng công ty Mobifone đạt 44.234 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt 5.589 tỷ đồng. Cụ thể kết quả kinh doanh của các DNVT chủ đạo trên thị trường như sau:

Tập đoàn VNPT: Năm 2017 lợi nhuận hợp nhất toàn Tập đoàn đạt hơn 5.000 tỷ đồng, tăng 21% so với 2016, và là năm thứ 4 liên tiếp tăng trên 20%. Tổng doanh thu toàn Tập đoàn đạt trên 144.000 tỷ đồng, tăng 7%. Tổng nộp ngân sách nhà nước đạt hơn 4.000 tỷ đồng, tăng 9,3%. Tổng số thuê bao Internet băng rộng đạt 4,6 triệu thuê bao, tăng 21%, trong đó thuê bao cáp quang 2G-VNN đạt 4,1 triệu, tăng 52%. Trong năm 2017, VNPT đã ký hầu hết các hợp đồng cung cấp dịch vụ sử dụng hệ thống cáp quang băng rộng, phủ rộng gần như 100% xã trên toàn quốc. VNPT cũng đã hoàn thành phát sóng trên 20.000 trạm di động nâng tổng số trạm lên 75.000. Tổng băng thông Internet quốc tế tăng 83%.

Tập đoàn Viễn thông Viettel: Trong năm 2017, kết quả kinh doanh của Tập đoàn tương đối khả quan. Theo đó, doanh thu toàn tập đoàn năm 2017 đạt 249.500 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế toàn tập đoàn đạt 43.936 tỷ đồng, nộp ngân sách nhà nước 41.142 tỷ đồng. Tổng số thuê bao phát sinh cước đạt hơn 98 triệu thuê bao, trong đó có 32 triệu thuê bao từ thị trường nước ngoài. Nhà mạng này cho biết trong năm 2017 chính thức triển khai dịch vụ tại thị trường Myanmar, là thị trường nước ngoài thứ 10 mà Viettel đầu tư. Trong bối cảnh người sử dụng đang



Hình 2. Thị trường truyền hình trả tiền tại Việt Nam cạnh tranh quyết liệt

có sự thay đổi nhanh chóng, cách thức sử dụng dịch vụ, số lượng người dùng các dịch vụ OTT, như Viber, Zalo, Whatsapp... đang trở nên phổ biến, cho nên Viettel xác định một số lĩnh vực trọng tâm để phù hợp với sự biến đổi nhanh của thị trường viễn thông. Viettel đã tập trung vào phát triển công nghệ và đầu tư nhiều vào nghiên cứu, sản xuất để làm chủ công nghệ lõi, tối ưu hoá sản xuất kinh doanh, điều chỉnh mô hình sản xuất, số hoá hiện đại hoá quy trình quản lý.

Tổng công ty MobiFone: Trong năm 2017, hoạt động kinh doanh của

Tổng công ty ước tính hoàn thành 100,1% kế hoạch năm đạt 44.234 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế đạt 5.589 tỷ đồng và hoàn thành 100% kế hoạch năm. Tổng công ty cũng đang tiến hành xây dựng và triển khai đồng bộ các giải pháp cơ cấu lại, bao gồm các hoạt động quản trị doanh nghiệp, nâng cao chất lượng quản trị doanh nghiệp, tăng cường phân cấp phân quyền, công tác quản lý tài chính, kế toán, rà soát, giải quyết dứt điểm các dự án còn tồn đọng để đẩy mạnh phát triển nhanh mạng lưới. Năm 2018 sẽ là một năm quan trọng đối với thị trường viễn thông

Bảng 1. So sánh ưu, nhược điểm các loại truyền hình trả tiền tại Việt Nam

Nội dung	Truyền hình cáp (Analog, Cáp)	Truyền hình mặt đất kỹ thuật số (DTT)	Truyền hình trực tiếp qua vệ tinh (DTH)	Truyền hình trên thiết bị di động (MobileTV)	Truyền hình qua mạng Internet (IPTV, OTT)
Ưu điểm	Có thể xem được nhiều TV; không bị ảnh hưởng bởi thời tiết; cung cấp Internet và THC trên 1 đường truyền	Thiết bị nhỏ gọn, không bị ảnh hưởng bởi thời tiết, dễ dàng di chuyển mọi vị trí, giá cước rẻ hơn truyền hình vệ tinh DTH. Hình ảnh sắc nét có thể lên full HD 1080. Âm thanh sống động, trung thực. Truyền dẫn không dây, sử dụng sóng để truyền tải tín hiệu...	Độ phủ sóng rộng trên toàn lãnh thổ Việt Nam. Ở vùng sâu vùng xa vẫn có tín hiệu bình thường. Hình ảnh sắc nét có thể lên full HD 1080. Âm thanh sống động, trung thực. Truyền dẫn không dây, sử dụng sóng để truyền tải tín hiệu...	Nhanh gọn, tiện lợi, không phải đầu tư bộ đầu thu và thiết bị giải mã (Set - Top - Box); không cần kéo cáp; xem được trên nhiều thiết bị hỗ trợ (máy tính, điện thoại, máy tính bảng, điện thoại thông minh sử dụng HDH Android hoặc iOS. Sử dụng mọi hình thức kết nối Internet hoặc hạ tầng truyền dẫn như mạng LAN, WiFi, 3G hay 4G của bất kỳ nhà mạng nào; cung cấp dịch vụ không biên giới; Nội dung phong phú, đa dạng, có chọn lọc theo nhu cầu qua các gói cước...	Chất lượng cao (SD, HD, 4K); thể loại/nội dung lựa chọn đa dạng; số kênh phong phú, có thể mở rộng ứng dụng (khoa phim, ca nhạc, đọc báo, xem Youtube...), giá cước cạnh tranh; xem được trên nhiều thiết bị hỗ trợ (máy tính, điện thoại, máy tính bảng, máy chơi game, thiết bị giải mã tín hiệu Set-Top Box); cung cấp không biên giới; dùng thử miễn phí (1 tháng với NETFLIX)..
Nhược điểm	Tín hiệu nhiều nếu không xem qua đầu thu ở một số khu vực; phụ thuộc hạ tầng khu vực phải có mới lắp đặt được; bị hư hỏng hoặc đứt dây kết nối từ hộp kỹ thuật đến hộ gia đình;...	Chỉ có tại các thành phố lớn và các vùng lân cận nơi có cột phát sóng truyền hình mặt đất...	Lắp đặt khó khăn hơn, cần phải lắp chảo parabol quay hướng nhất định. Bị giật hình khi trời mưa to, Giá cước đắt hơn so với truyền hình mặt đất.	Phải có kết nối Internet hoặc hạ tầng truyền dẫn Internet (LAN, WiFi, 3G, 4G); hệ điều hành phải tương thích; giá cước cao...	Phí thuê bao hằng tháng cao; chi phí ban đầu cao khi mua bộ giải mã Set - Top - Box; ...

Việt Nam. Các nhà mạng viễn thông sẽ chính thức cung cấp dịch vụ chuyển mạng giữ số, đẩy mạnh kinh doanh trên nền tảng dịch vụ 4G trong điều kiện vẫn phải đảm bảo tốt các quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông.

ĐÁNH GIÁ VỀ THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH TRẢ TIỀN QUA INTERNET VÀ TRÊN THIẾT BỊ DI ĐỘNG

Cuộc chiến dịch vụ truyền hình qua Internet (truyền hình OTT) đã thực sự bùng nổ khi mà từ năm 2016, các doanh nghiệp truyền hình như SCTV, VTCab, K+, VTC, VNPT,

Vietnamnet ICOM hay Clip TV... đã nhập cuộc và năm 2017 đã chứng kiến sự bùng nổ của dịch vụ truyền hình qua Internet (truyền hình OTT) tại Việt Nam. Sự phát triển bùng nổ các dịch vụ OTT đã đe dọa đến các dịch vụ truyền hình truyền thống, giống như các dịch vụ GTGT (VAS), Over the Top (OTT) trong lĩnh vực viễn thông di động khiến các nhà mạng sụt giảm doanh thu. Do đó các doanh nghiệp truyền hình buộc phải nhập cuộc chơi OTT có thu phí như “chiếc phao cứu sinh” để gia tăng doanh thu (Hình 2).

Truyền hình OTT nói chung và

truyền hình di động (Mobile TV do các DNVT như Viettel, VNPT-VinaPhone, Mobifone cung cấp) nói riêng không chỉ là xu hướng công nghệ của riêng Việt Nam mà xảy ra ở cả các thị trường khác trên thế giới. Tính riêng tại thị trường Việt Nam, các doanh nghiệp truyền hình như SCTV, VTCab, K+, VTC, VNPT đã lần lượt ra mắt dịch vụ truyền hình OTT ngay từ năm 2016. Chẳng hạn, K+ ra mắt dịch vụ truyền hình OTT MyK+Now; VTCab cũng có ứng dụng OTT là VTCab ON... Sự xuất hiện của dịch vụ truyền hình qua Internet (truyền hình OTT) và truyền hình di động (Mobile TV) đã khiến các nhà cung

[GHI NHẬN TRAO ĐỔI]

cấp dịch vụ truyền hình khá "chật vật" trong việc duy trì thuê bao và doanh thu trong 6 tháng đầu năm 2017.

Theo đánh giá của các chuyên gia, với 5 loại truyền hình trả tiền nói trên, với các ưu nhược điểm (xem Bảng 1), đối tượng khách hàng, nhu cầu sử dụng, công nghệ, tiềm lực vốn, nội dung cung cấp, gói cước... thì chiến lược marketing của từng doanh nghiệp khi tham gia vào thị trường này cũng có những khác biệt khi tiếp cận các khách hàng của mình, nhằm giành thị phần, chia sẻ miếng bánh lợi nhuận, tối đa hóa nguồn lực đầu tư...

Với truyền hình qua thiết bị di động (Mobile TV), sự phát triển và thay đổi nhanh chóng của công nghệ cũng như khả năng bắt kịp với xu hướng công nghệ trên thế giới (3G, 4G) khiến cho các DNVT Việt Nam cũng tích cực nhập cuộc chơi Mobile TV. Theo đánh giá của các chuyên gia, tiếp theo những bước đột phá năm 2017 với sự triển khai đồng loạt dịch vụ 4G, năm 2018 và các năm tiếp theo sẽ chứng kiến sự bùng nổ của Mobile TV của các DNVT Việt Nam với các gói cước tích hợp cực kỳ cạnh tranh, chất lượng dịch vụ và nội dung ngày càng hoàn thiện, cạnh tranh mạnh với truyền hình OTT và các dịch vụ truyền hình trả tiền (THTT) khác...

Về mặt bản chất, Mobile TV là dịch vụ giúp người dùng có thể xem các chương trình truyền hình (các kênh truyền hình yêu thích, phim, video, các chương trình dành riêng cho nhóm đối tượng người xem, gameshows...) trên di động. Thay vì phải ngồi trước màn hình tivi ở nhà đúng giờ, hay giành giật để xem được kênh truyền hình mà mình yêu thích thì khách hàng chỉ cần đăng ký

dịch vụ Mobile TV của các nhà mạng và vô tư xem các chương trình đó ở bất cứ nơi đâu, bất cứ khi nào khách hàng có nhu cầu trên chiếc điện thoại của mình (xem Bảng 2 ở cuối bài viết).

Ngoài việc phải cạnh tranh quyết liệt với nhau để giành thị phần, thuê bao; THTT tại Việt Nam đang phải cạnh tranh với những dịch vụ THTT trên nền dịch vụ Internet mà Netflix là một đối thủ đáng gờm nhất. Tại CES 2016, Netflix tuyên bố mở rộng thị trường sang 130 quốc gia, và Việt Nam cũng nằm trong chiến lược mở rộng này. Dù hỗ trợ khoảng 20 ngôn ngữ phổ biến, tuy vậy thuê bao ở Việt Nam chưa được cung cấp phụ đề tiếng Việt (hoặc phải cài add-ons trên trình duyệt Chrome để xem phụ đề tiếng Việt). Khác với các dịch vụ xem phim và THTT trong nước có nguồn phim không rõ xuất xứ, Netflix mang lại cả một kho phim khổng lồ, đa dạng các thể loại và đặc biệt là tất cả đều có bản quyền với giá cả chỉ cao hơn THTT trong nước một chút, nhưng có thể xem được các nội dung có độ phân giải cao. Theo Netflix, người dùng Việt Nam có thể đăng ký các gói dịch vụ từ 180.000 VNĐ/tháng (gói Basic) đến 260.000 VNĐ/tháng (gói Premium). Để xem được độ phân giải cao HD, người dùng phải đăng ký chọn gói Standard (220.000 VNĐ/tháng) và Ultra HD chỉ có ở gói Premium (260.000 VNĐ/tháng). Đây cũng là số tiền mà người dùng tại hơn 130 quốc gia nơi Netflix triển khai phải trả, vì Netflix không có sự phân biệt và cung cấp không biên giới. Điểm đặc biệt mà Netflix triển khai dịch vụ của mình đó là cung cấp cho thuê bao xem miễn phí 1 tháng, hủy dịch vụ bất kỳ lúc nào không phải trả phí trước khi quyết định có tiếp tục

trở thành thuê bao hằng tháng của Netflix hay không - đây là điều các doanh nghiệp THTT Việt Nam đáng phải học tập. Cũng như các dịch vụ truyền hình qua Internet khác, Netflix cho thuê bao xem mọi lúc, mọi nơi, trên mọi thiết bị tương thích; không giới hạn lần xem hay thiết bị (theo gói cước đăng ký) miễn là có thể truy cập được Internet.

Bên cạnh Netflix, các ứng dụng xem THTT qua website, ứng dụng Android/iOS, TV Internet... khác như iflix (Malaysia), Danet (Việt Nam), Fim+ (Việt Nam), Clip Tv (Việt Nam) cũng khiến cho cuộc chiến cạnh tranh giành thị phần, thuê bao, doanh thu... trên thị trường THTT của Việt Nam thêm phần khó khăn cho các DNVT cung cấp dịch vụ Mobile TV. Bảng 3 minh họa cho nhận định trên đây.

KINH NGHIỆM TRIỂN KHAI MOBILE TV CỦA CÁC DNVT THẾ GIỚI

TELSTRA (Úc)

Thị trường viễn thông Úc là một trong những thị trường viễn thông cực kỳ cạnh tranh do mức độ bão hòa của thị trường và sự thay đổi liên tục của công nghệ khiến cho các hãng viễn thông tại đây (Telstra, Vodafone, Optus...) liên tục phải cạnh tranh nhau nhằm đưa ra các dịch vụ để giữ chân, lôi kéo khách hàng nhằm duy trì thị phần của mình. Telstra là một trong 3 hãng viễn thông hàng đầu của Úc cả về thị phần, hạ tầng mạng và mức độ thích nghi với môi trường cạnh tranh khốc liệt tại đây. Với sự bùng nổ của thị trường dịch vụ truyền hình OTT (truyền hình qua mạng Internet); Telstra và các hãng viễn thông khác cũng không bỏ lỡ cơ hội tham gia

Bảng 3. So sánh 5 dịch vụ xem phim bản quyền phổ biến nhất tại Việt Nam hiện nay

	Netflix (USA)	Iflix (Malaysia)	Danet (Vietnam)	Fim+ (FimPlus) (Vietnam)	ClipTV (Vietnam)
Tiêu chí so sánh	NETFLIX	iflix	DANET	fim+	clip tv
Giá	180.000 - 260.000 đồng/tháng (3 gói Basic, Standard và Premium)	45.000 - 59.000 đồng/tháng (trả theo tháng hoặc theo năm)	0 đồng với các phim miễn phí; 50.000 đồng/tháng với gói Buffetcine; 12.000 - 29.000 đồng/phim với các phim đang hot	37.500 - 50.000 đồng/tháng với phim gói (trả theo tháng hoặc theo năm); 19 - 50.000 đồng/phim thuê 48 giờ với các phim đang hot	50.000 đồng/tháng
Kho phim	Chủ yếu phim Mỹ, còn ít phim châu Á	Chưa nhiều nhưng đầy đủ phim Âu Mỹ và châu Á	Nhiều phim châu Á, ít phim, show của Mỹ	Đầy đủ phim Mỹ và phim lẻ châu Á; ít phim bộ châu Á	Đa dạng kênh truyền hình trong và ngoài nước; còn ít phim, show nước ngoài
Tốc độ cập nhật	Cao	Chưa cao	Chưa cao		Cao với các kênh truyền hình
Thanh toán	Chi qua thẻ tín dụng quốc tế	Thẻ tín dụng quốc tế, thẻ ATM, thẻ cào điện thoại, ví điện tử	Thẻ tín dụng quốc tế, thẻ ATM, thẻ cào mua tại các đại lý, ví điện tử Momo	Thẻ tín dụng quốc tế, thẻ ATM, ví điện tử Momo	Thẻ tín dụng quốc tế, thẻ ATM, thẻ cào điện thoại, ví điện tử Ngân Lượng và VTC Pay
Phụ đề tiếng Việt	Hạn chế	Đầy đủ	Đầy đủ	Đầy đủ	Đầy đủ
Dùng thử	Miễn phí tháng đầu	Miễn phí tháng đầu	Miễn phí tháng đầu	Miễn phí tháng đầu	Miễn phí tháng đầu

cược chơi nhằm vừa giành thị phần, chia sẻ miếng bánh lợi nhuận, cũng như không muốn bị biến thành công cụ, môi trường cho các doanh nghiệp truyền hình OTT khác khai thác nền tảng công nghệ hạ tầng mà chỉ có doanh nghiệp viễn thông mới có (hạ tầng mạng NBN, cáp, di động...).

Để phát triển dịch vụ truyền hình di động, Telstra hợp tác với Foxtel - một trong những hãng truyền hình năng động nhất tại Úc trong việc đưa các chương trình/kênh truyền hình mới nhất, cập nhật nhất, trực tiếp và theo yêu cầu đến toàn bộ dân số Úc. Foxtel cung cấp dịch vụ truyền hình qua cáp, vệ tinh và mạng băng rộng quốc gia NBN. Hiện Foxtel kết nối được hơn 2,8 triệu hộ gia đình Úc với công nghệ truyền hình hiện đại nhất,

độc quyền (thể thao, giải trí, gia đình, trẻ em...) của mình. Việc hợp tác giữa Foxtel với các DN viễn thông được coi là vấn đề sống còn khi mà cả hai đều cần nhau để phát triển. Foxtel muốn giới thiệu các kênh, chương trình truyền hình của mình đến khách hàng Úc qua hệ thống cáp quang, cáp, vệ tinh, điện thoại mọi lúc mọi nơi. Ngược lại, các DNVT cũng muốn thông qua Foxtel để giới thiệu đến khách hàng các dịch vụ viễn thông của mình. Hợp tác giữa Foxtel và Telstra là một sự hiển nhiên, bởi Telstra sở hữu 50% vốn của Foxtel (50% còn lại thuộc về Tập đoàn News Corporation). Dịch vụ truyền hình di động của Foxtel mà Telstra giới thiệu đến khách hàng của mình là Foxtel Now. Về mặt bản

chất, Foxtel Now là một gói dịch vụ truyền hình dành riêng cho khách hàng của Telstra mà hỗ trợ xem truyền hình theo yêu cầu (On Demand); các kênh truyền hình trực tiếp (kênh thể thao, giải trí, tin tức tại Úc và trên toàn thế giới) qua: Set - Top - Box (Foxtel Now Box); điện thoại và máy tính bảng; máy tính xách tay và để bàn; thiết bị Chromecast (của Google) hoặc Airplay (của Apple); Telstra TV; Thiết bị chơi games PlayStation 4; và các TV có kết nối Internet khác.

Với truyền hình trên thiết bị di động (Mobile TV), Foxtel Now đặc biệt thích hợp với khách hàng của Telstra và là một gói dịch vụ tiện ích đính kèm với các gói cước dịch vụ viễn thông. Ví dụ, khi khách hàng ký

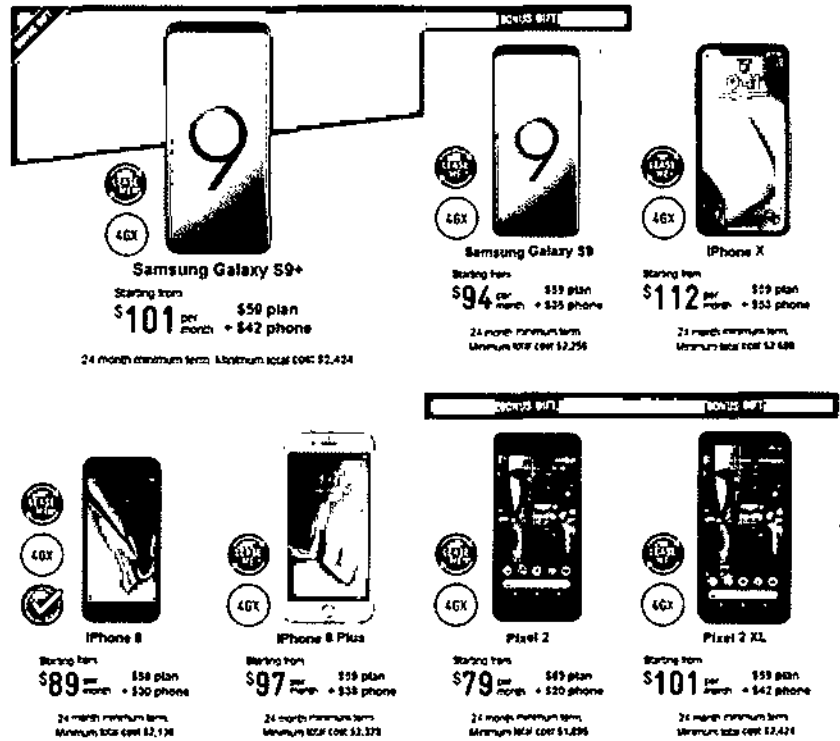
[GHI NHẬN **TRAO ĐỔI**]

hợp đồng thuê (Plan) từ 24 tháng với điện thoại iPhone X có số tiền 124 AUD/tháng thì sẽ có gói Mobile TV Foxtel Now (gói cơ bản, thuê bao trong 12 tháng) miễn phí xem truyền hình. Gói cước càng cao (ví dụ từ 139 AUD/tháng đến 199 AUD/tháng sẽ có gói 2 - 3 lựa chọn - starter packs khác nhau với các nội dung phong phú, theo yêu cầu và nhu cầu của khách hàng). Điểm lưu ý là với các gói cước đi kèm với tặng máy có giá trị thấp hơn (ví dụ iPhone SE giá 79 AUD/tháng đã có gói starter pack của Foxtel Now cho khách hàng).

Như vậy, khi triển khai Mobile TV, Telstra không phải mất công phát triển cả nội dung lẫn các vấn đề kỹ thuật (vốn dĩ do Foxtel phải bảo đảm, dù Telstra có 1/2 sở hữu trong đó). Telstra chỉ đơn giản là thiết kế ra các gói dịch vụ (starter pack) và giới thiệu nó đến khách hàng đang và sẽ sử dụng dịch vụ viễn thông di động của mình. Điều này khiến cho Foxtel Now giống như một dịch vụ giá trị gia tăng (VAS) của Telstra với khách hàng. Như vậy, khách hàng của Telstra được tiếp cận Mobile TV mọi lúc, mọi nơi với gói cước viễn thông đã đăng ký tùy theo nhu cầu sử dụng và khả năng chi trả của mình. Trong khi đó, nếu là khách hàng của riêng Foxtel, thì họ sẽ phải trả cho dịch vụ Foxtel Now ít nhất hằng tháng là 15 USD/gói (Pop, Drama, Lifestyle, Docos, Kids Pack) hoặc 20 USD/gói Movies hoặc tới 29 USD/gói Thể thao nếu ko sử dụng qua điện thoại di động hoặc máy tính bảng.

AT&T (Mỹ)

Năm 2016, hãng viễn thông AT&T (American Telephone and Telegraph Company) là một trong



Hình 3. Gói cước Foxtel Now dành cho thiết bị di động (Mobile TV) của Telstra, Úc

các công ty viễn thông đa quốc gia lớn nhất thế giới về mặt doanh thu với doanh thu đạt 146,8 tỷ USD (năm tài chính 2015) và số thuê bao là 128,64 triệu thuê bao. Với số lượng nhân viên gần 270.000 người (năm 2016). Hãng AT&T đứng thứ 12 trong Forbes 2000 năm 2016 ở chỉ tiêu doanh thu, giá trị thị trường, tài sản và lợi nhuận. AT&T cũng xếp hạng 10 Fortune 500 trên chỉ tiêu doanh thu năm 2016; Top 23 trong Global 500 và hạng 37 trong xếp hạng Các công ty được ghi nhận nhất trên phạm vi toàn thế giới (World's Most Admired Companies). Năm 2017, AT&T xếp hạng 1 các hãng viễn thông hàng đầu nước Mỹ với doanh thu 163,786 tỷ USD; lợi nhuận ròng 13,333 tỷ USD, số lượng khách hàng là 191,637 triệu thuê bao.

Với dịch vụ Mobile TV, AT&T cũng

giới thiệu đến khách hàng của mình dịch vụ DirecTV. Đây cũng là tên của nhà cung cấp dịch vụ truyền hình phát qua vệ tinh (trụ sở tại California) cung cấp dịch vụ THTT cho Mỹ, các nước Mỹ La tinh và Vùng Carribe và DirecTV là công ty con của AT&T. Các đối thủ cạnh tranh chính của DirecTV là Dish Network và các công ty cung cấp dịch vụ truyền hình cáp. Ngày 24/7/2015, sau khi được sự phê chuẩn của Ủy ban Viễn thông Mỹ và Bộ Tư Pháp, AT&T đã bỏ ra số tiền kỷ lục mua lại DirecTV với giá trị 67,1 tỷ USD.

Thiết kế các gói truyền hình thông thường cho khách hàng, DirecTV có các gói cước từ cơ bản (35 USD/tháng, với 150+ kênh TH) đến cao cấp nhất (110 USD/tháng, có 325+ kênh TH). Tùy từng bang nơi triển khai, DirecTV cũng có các gói cước chuyên biệt riêng trên cơ sở các gói cước nêu trên (Hình 4).

Every 6.5 seconds, someone switches to DIRECTV[®]

DIRECTV has been rated #1 in customer satisfaction over cable for 17 years running.** Our all-included packages come with an HD DVR included at no extra cost, plus the ability to take your favorite shows and movies on the go with the DIRECTV App.¹

*Based on gross subscriber additions from Q3 2016 - Q3 2017. **As compared to other major subscription TV cable providers. Claim based on 2011-2017 ACSI surveys of customers rating their own TV provider's performance.

NFL SUNDAY TICKET 2017 & 2018 seasons at no extra cost
With CHOICE Package or above. Subscription renews automatically for 2019 season and each season thereafter at then prevailing rate (currently \$261/season) unless you call to cancel prior to the start of the season. Req's you to select offer.

<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> SELECT 150+ <small>channels</small> </div> <div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> \$35/mo. </div> <div style="font-size: 8px; color: gray;"> <small>Plus taxes. For 12 mos w/24-mo agmt, after autopay credit. Pay \$40/mo until credit starts with 3 bills. \$76/mo in months 13-24 (subject to change).</small> </div>	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> ENTERTAINMENT 155+ <small>channels</small> </div> <div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> \$40/mo. </div> <div style="font-size: 8px; color: gray;"> <small>Plus taxes. For 12 mos w/24-mo agmt, after autopay credit. Pay \$45/mo until credit starts with 3 bills. \$87/mo in months 13-24 (subject to change).</small> </div>	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> CHOICE 185+ <small>channels</small> </div> <div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> \$45/mo. </div> <div style="font-size: 8px; color: gray;"> <small>Plus taxes and Regional Sports Fee. For 12 mos w/24-mo agmt, after autopay credit. Pay \$49/mo until credit starts with 3 bills. \$101/mo in months 13-24 (subject to change). Regional Sports Fee up to \$7.29/mo. Is extra & applies in select markets.</small> </div>	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> XTRA 230+ <small>channels</small> </div> <div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> \$55/mo. </div> <div style="font-size: 8px; color: gray;"> <small>Plus taxes and Regional Sports Fee. For 12 mos w/24-mo agmt, after autopay credit. Pay \$60/mo until credit starts with 3 bills. \$110/mo in months 13-24 (subject to change). Regional Sports Fee up to \$7.29/mo. Is extra & applies in select markets.</small> </div>	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> ULTIMATE 245+ <small>channels</small> </div> <div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> \$60/mo. </div> <div style="font-size: 8px; color: gray;"> <small>Plus taxes and Regional Sports Fee. For 12 mos w/24-mo agmt, after autopay credit. Pay \$65/mo until credit starts with 3 bills. \$120/mo in months 13-24 (subject to change). Regional Sports Fee up to \$7.29/mo. Is extra & applies in select markets.</small> </div>	<div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> PREMIER[™] 325+ <small>channels</small> </div> <div style="background-color: black; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> \$110/mo. </div> <div style="font-size: 8px; color: gray;"> <small>Plus taxes and Regional Sports Fee. For 12 mos w/24-mo agmt, after autopay credit. Pay \$115/mo until credit starts with 3 bills. \$173/mo in months 13-24 (subject to change). Regional Sports Fee up to \$7.29/mo. Is extra & applies in select markets.</small> </div>
--	---	--	--	--	---

ALL DIRECTV OFFERS REQUIRE 24-MO. TV AGREEMENT, EARLY TERMINATION FEE OF \$20/MO. FOR EACH MONTH REMAINING ON AGMT., EQUIPMENT NON-RETURN AND ADD'L FEES APPLY. Price incl. TV Prog., monthly service & equip. fees for 1 HD DVR & is after \$5/mo. autopay credit, debit, or bank acct. discount for 12 mo. NFL OFFER ENDS 12/31/17. New approved residential customers only (equipment lease req'd). Credit card req'd (except MA & PA).

Hình 4. Gói cước DirecTV dành cho thiết bị di động (Mobile TV) của AT&T, Mỹ

DirecTV cũng xem được trên mọi thiết bị từ Set - Top - Box, điện thoại và máy tính bảng, máy tính xách tay và để bàn, Thiết bị chơi games PlayStation, Chromecast hoặc Airplay, Internet Tv, các thiết bị khác.

Với dịch vụ dành riêng cho thiết bị di động (smartphone), DirecTV hoặc DirecTV NOW được thiết kế với các gói cước tích hợp luôn vào trong các hợp đồng (contract/plan) từ 24-30 tháng mà khách hàng khi lựa chọn sẽ ký với AT&T. Chẳng hạn, với điện thoại iPhone X (64GB), hợp đồng 30 tháng có giá thuê phải trả hằng tháng là 33,34 USD (999 USD nếu trả luôn 100%); nếu lựa chọn thêm gói DirecTV hoặc DirecTV NOW có giá trị từ 10 USD (cho 60+ kênh ưa chuộng nhất, chất lượng đường truyền SD) hoặc 20 USD/tháng (đã giảm 15 USD, thêm các kênh TH trực tiếp, chất lượng HD). Điểm cần lưu ý là AT&T đã tích hợp luôn gói DirecTV vào với gói cước như một dịch vụ tiện ích/giá trị gia tăng cho khách

hàng sử dụng smartphone của hãng. Tùy theo gói cước họ lựa chọn phù hợp với nhu cầu và khả năng chi trả; khách hàng được tiếp cận với Mobile TV mọi lúc, mọi nơi, trực tiếp (live) và theo nhu cầu xem/giải trí (on demand); phân chia theo giới và thể loại (kịch, phim truyện, dành cho trẻ em...); địa phương hóa các kênh theo địa giới hành chính nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng một cách tốt nhất (Hình 4).

NHỮNG KHUYẾN NGHỊ NHẪM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG THĐĐ TRẢ TIỀN (MOBILE TV) ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỄN THÔNG VIỆT NAM

Nếu như các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ THTT phải cạnh tranh quyết liệt với nhau để dành thuê bao, duy trì thị phần, phụ thuộc nền tảng công nghệ và hạ tầng kỹ thuật triển khai, chất lượng mạng Internet cung cấp (ADSL, Fiber, Cable,...) thì

có thể khẳng định rằng, THĐĐ trả tiền (Mobile TV) là lợi thế dành riêng cho các DNVT. Với sự phát triển nhanh và tiến bộ của công nghệ (3G, 4G thậm chí là 5G), thiết bị đầu cuối (smartphone, máy tính bảng); DNVT Việt Nam đang tích cực tham gia vào thị trường THTT Việt Nam để tăng doanh thu, duy trì thị phần hoặc đơn giản là cung cấp thêm nhiều tiện ích cho thuê bao ngoài các dịch vụ viễn thông truyền thống (nghe, gọi, nhắn tin, truy cập Internet). Có thể thấy rằng, dịch vụ Mobile TV được xem như là một nền tảng giống như các dịch vụ VAS mà vốn được các DNVT Việt Nam đang tích cực triển khai trong suốt thời gian qua và việc cạnh tranh với THTT giống như là việc các DNVT Việt Nam phải cạnh tranh với các dịch vụ Over the Top (OTT) trong suốt thời gian qua.

Bên cạnh đó, việc triển khai Mobile TV của các DNVT Việt Nam cũng không nằm ngoài xu hướng của các DNVT trên thế giới trước bởi

cạnh tranh gay gắt của các dịch vụ OTT nên các dịch vụ viễn thông truyền thống bắt buộc phải chuẩn bị để tham gia cuộc chơi, thay vì bỏ cuộc hoặc không tham gia vào thị trường THTT là xu hướng chung của các DNVT hiện nay, trong đó có các DNVT Việt Nam. Tuy nhiên, để triển khai được dịch vụ Mobile TV cũng như tận dụng tối đa các lợi thế của hạ tầng mạng, công nghệ, tiện ích, theo quan điểm của chúng tôi, các DNVT Việt Nam phải giải được bài toán và các thách thức sau:

Thứ nhất, tận dụng tối đa ưu thế của hạ tầng mạng (truyền dẫn, số liệu...), công nghệ (4G, 5G; cáp quang...) nhằm giảm giá thành với các gói cước cung cấp cho khách hàng/thuê bao của mình. Các DNVT phải xây dựng và tích hợp gói cước thuê bao Mobile TV vào trong gói cước thuê bao tháng với giá cả hợp lý (như cách mà các DNVT thế giới như Telstra (Úc), AT&T (Mỹ)... đã triển khai); phù hợp nhu cầu và thu nhập của người sử dụng; có tính cạnh tranh với các gói cước của các đối thủ cạnh tranh hiện có trên thị trường. Làm được điều này, DNVT phải xây dựng được đội ngũ làm marketing chuyên nghiệp, bài bản, cập nhật thông tin thị trường....

Thứ hai, việc cả 3 DNVT chủ đạo (Viettel, VNPT-Vinaphone, Mobifone) đều có dịch vụ THTT đang triển khai cho thấy các DNVT Việt Nam đã tích

cực và chủ động chuẩn bị các điều kiện cần thiết để tham gia vào thị trường THTT. Tuy nhiên, ngoài lợi thế công nghệ sẵn có của hạ tầng mạng và kỹ thuật, DNVT Việt Nam lại không mạnh về nội dung cung cấp hoặc không đủ tiềm lực và kinh nghiệm để xây dựng các dịch vụ nội dung cung cấp đến khách hàng. Kinh nghiệm từ Mỹ, Úc cho thấy, để khắc phục nhược điểm này, DNVT cần phải liên kết với các DN cung cấp dịch vụ nội dung THTT chiếm thị phần hàng đầu thị trường hiện nay như VTV Cab, Kplus, SCTV... xây dựng các gói cước dành riêng cho thuê bao viễn thông của mình nhằm đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng thuê bao muốn xem Mobile TV mọi lúc, mọi nơi, cập nhật, theo nhu cầu trên các thiết bị smartphone, máy tính bảng. Việc đặt tên các gói cước này cũng phải bảo đảm yếu tố đơn giản, dễ hiểu, hiệu quả; không gây nhầm lẫn với các gói cước THTT hiện có trên thị trường. Ví dụ: các gói cước dành riêng cho thuê bao Mobile TV của Mobifone có thể là MobiNow, của Viettel là ViettelNow, của VNPT-Vinaphone là Vinaphone Now. Các gói cước xây dựng cũng phải theo nhu cầu xem và khả năng chi trả của thuê bao khi tích hợp vào gói cước dịch vụ viễn thông cung cấp. Ngoài ra, từ các gói cước này, lại chia nhỏ thành các gói cước khác như Gói Basic (xem các kênh THTT cơ bản); gói Standard (gói tiêu chuẩn có thể

xem thêm được các kênh THTT theo nhu cầu - On Demand); gói Advance (gói Cao cấp có thể xem thêm các kênh THTT theo yêu cầu mới nhất - On Demand, phim truyện/show THTT mới nhất, xem TH trực tiếp-live).

Thứ ba, khi triển khai dịch vụ THTT Mobile TV, các DNVT cũng phải học hỏi các bước đi, triển khai từ các đối thủ cạnh tranh trên thị trường, nhất là những đối thủ hiện đang nắm giữ thị phần chính (SCTV, VTV Cab On, Kplus Now...); đang có lợi thế về mặt nội dung cung cấp (Netflix, iflix...) để xây dựng các dịch vụ nội dung của mình một cách cập nhật nhất, cạnh tranh nhất, nhấn mạnh lợi thế cung cấp dịch vụ mọi lúc, mọi nơi; thuận tiện và nền tảng công nghệ hỗ trợ tốt hơn của DNVT.

Thứ tư, phải xây dựng chiến lược hợp tác với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường THTT để có được những hợp tác tốt nhất về mặt nội dung cung cấp (điểm yếu của các DNVT) cũng như giúp cho các đối thủ có thể tiếp cận và khai thác được các nền tảng công nghệ, hạ tầng của mình. Có thể thấy rằng, DNVT cần các dịch vụ nội dung của các doanh nghiệp THTT, nhưng các doanh nghiệp THTT cũng phải cần có hạ tầng mạng, công nghệ của các DNVT mới cung cấp được nội dung đến các thuê bao và cả hai phải cùng nhau hợp tác phát triển trên cơ sở các lợi thế và ưu thế của mình. ♦

Tài liệu tham khảo

- [1] Bộ TT&TT www.mic.gov.vn
- [2] Cục PTH&TTĐT, Bộ TT&TT www.abei.gov.vn
- [3] Website các DNVT/THTT Việt Nam www.viettel.vn; www.vnpt.com.vn; vinaphone.com.vn; mobifone.com.vn; www.kplus.vn; www.vtvocab.vn; ...
- [4] Website các DNVT/THTT quốc tế www.telstra.com.au; www.att.com; www.foxtel.com.au; www.directv.com; www.netflix.com; www.iflix.com; ...
- [5] Số liệu tổng hợp trên các báo: Lao Động; Thanh Niên; Tuổi trẻ; VietnamNET.vn; itcnews.vn; genk.vn;...