

CHUYỂN MẠNG GIỮ SỐ: NGUY CƠ VÀ GIẢI PHÁP

ThS. Dư Anh Tuấn

ThS. Cao Minh Thắng

Phòng NCPT Mạng và Hệ thống

Tóm tắt: Chuyển mạng giữ số (MNP: Mobile Number Portability) là dịch vụ cho phép người dùng di động chuyển mạng mà vẫn giữ được số thuê bao của mình. Theo thông tin từ Bộ Thông tin và Truyền thông, nhà nước sẽ quyết liệt thực hiện và dự kiến sẽ cho triển khai vào tháng 01 năm 2017. Nhìn tổng thể từ cơ quan quản lý nhà nước, nếu triển khai thành công, MNP sẽ thúc đẩy sự phát triển về chất lượng của thị trường viễn thông di động cũng như đem lại nhiều lợi ích quốc gia khác. Bài báo này cố gắng tập trung phân tích các vấn đề này trong một góc nhìn tổng thể và đưa ra các đề xuất giúp các nhà mạng có thể chủ động cạnh tranh khi nhà nước chính thức cho triển khai chính sách này.

1. MNP LÀ GÌ?

“Dịch vụ chuyển mạng di động giữ nguyên số thuê bao (Mobile Number Portability – MNP, gọi tắt là Dịch vụ chuyển mạng) 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”.

Mục tiêu của MNP là giúp người dùng có cơ hội lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ tốt hơn mà không lo lắng về vấn đề đổi số thuê bao mới đặc biệt là những số thuê bao được coi là "đẹp".

Đứng từ góc nhìn của cơ quan quản lý nhà nước, MNP sẽ đem lại nhiều 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 3G hiện vẫn còn khiêm tốn về hiệu quả đầu tư.
- Bên cạnh đó, việc triển khai dịch vụ MNP sẽ giúp 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. Mặt khác, khi đăng ký chuyển mạng, khách hàng sẽ phải khai báo chính xác các thông tin cá nhân liên quan, từ đó hỗ trợ tốt hơn cho công tác quản lý thuê bao, đặc biệt là thuê bao trả trước.

- Ngoài ra, việc triển khai dịch vụ MNP còn đem lại nhiều lợi ích khác như 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...

Đứng ở góc độ các telco, MNP hoàn toàn có thể đem lại nhiều cơ hội nhưng đa phần là những thách thức và nguy cơ đặc biệt là trong ngắn hạn.

2. CÁC ĐẶC ĐIỂM CỦA MNP

Qua khảo sát thực tế:

- Thường được triển khai ở quy mô quốc gia khi thị trường di động đi vào giai đoạn bão hòa.
- Các operator thường không ủng hộ chính sách này vì nó ảnh hưởng đến rất nhiều vấn đề một telco phải quan tâm:
 - Chiến lược kinh doanh.
 - Hạ tầng kỹ thuật.
 - Bán hàng & Marketing.
 - CRM & Billing.
 - OSS.
 - Kết nối liên mạng.

MNP chắc chắn sẽ gây ra các xáo trộn, tuy nhiên, qua khảo sát thì sự xáo trộn thường xảy ra ở giai đoạn đầu triển khai MNP với một số hiện tượng:

- Người dùng (thường là 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.

3. MỘT SỐ NHẬN ĐỊNH VỀ MNP TẠI VIỆT NAM

Nhà nước sẽ triển khai trung tâm chuyển mạng quốc gia (NPC: National Number Portability Center) chứ không để các nhà mạng xử lý Peer-To-Peer. Phương án này cũng đã được Bộ Thông tin và Truyền thông công bố và dự kiến lộ trình triển khai bắt đầu từ năm 2017.

Tuy nhiên, MNP có thành công hay không còn phụ thuộc rất nhiều yếu tố vì qua khảo sát cũng có nhiều trường hợp không thành công ở quy mô quốc gia vì

Một số đặc điểm khiến MNP không quá đáng lo ngại:

- Cần nhìn nhận trong tương lai gần (5 đến 10 năm) các dịch vụ di động truyền thống sẽ sụt giảm doanh thu và tương lai các mạng di động sẽ trở thành mạng cung cấp hạ tầng truyền dẫn di động. Khi đó, khái niệm số thuê bao cũng trở nên nhỏ bé vì người dùng còn nhiều số nhận dạng khác (của các dịch vụ nội dung) đáng quan tâm hơn.
- Dù có MNP hay không thì việc giữ chân và thu hút khách hàng từ mạng khác cũng luôn cần thiết.
- 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.

4. NGUY CƠ

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 đặc biệt là giá tốt hơn.

- Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào trung tâm chuyển mạng quốc gia (bản chất là chất lượng định tuyến cuộc gọi) nên công tác đảm bảo dịch vụ sẽ rất quan trọng.

5. CƠ HỘI

Sự xáo trộn của thị trường cũng chính là cơ hội:

- Lôi kéo khách hàng từ các mạng khác và sắp xếp lại thị phần viễn thông di động.
- Đánh giá năng lực chăm sóc khách hàng của các nhà mạng.
- Là cơ hội để các nhà mạng chuyển mình trở thành nhà cung cấp dịch vụ thay vì nhà mạng thuần túy.

6. GIẢI PHÁP

6.1 Đảm bảo chất lượng dịch vụ

Dù trong bất kỳ hoàn cảnh nào thì đảm bảo chất lượng dịch vụ vẫn luôn là giải pháp "sâu rễ bền gốc".

a) Giải pháp kỹ thuật

Trước nguy cơ chất lượng dịch vụ bị ảnh hưởng bởi trung tâm chuyển mạng quốc gia cần tăng cường công tác đo kiểm và theo dõi chất lượng báo hiệu trên giao diện với trung tâm này. Các ảnh hưởng khách quan cần được kiến nghị và xử lý kịp thời.

Bên cạnh đó chất lượng vùng phủ sóng là một vấn đề cần được quan tâm đầu tư. Làm tốt việc này cũng sẽ giải quyết được vấn đề nâng cao chất lượng các dịch vụ dữ liệu như 3G và các dịch vụ gia tăng.

b) Giải pháp chăm sóc khách hàng

Đây cũng là điểm yếu mà nhiều nhà mạng cần khắc phục, một số giải pháp:

- Cần tăng cường công tác chăm sóc đặc biệt là công tác trả lời thắc mắc khiếu nại liên quan đến chất lượng dịch vụ trong giai đoạn bắt đầu triển khai MNP.
- Phân loại thuê bao để xác định thứ tự ưu tiên giữ chân các thuê bao trung thành, có thể chấp nhận "lỗ" trong giai đoạn đầu
- Đối với các thuê bao khác vì các đối thủ có thu hút có thể thu hút được nhưng cũng không thể giữ chân bằng mọi giá vì sẽ không có hiệu quả.

6.2 Tạo ra các "ngại ngại" mới khi chuyển mạng bằng "hệ sinh thái":

Điều khiến khách hàng ngại ngại nhất là phải đổi số trước đây đã được đẹp bỏ nên cần phải tạo ra nhiều yếu tố gây "ngại ngại" khác. Điều này có thể thực hiện được thông qua "hệ sinh thái" trong đó các giá trị mà khách hàng được hưởng từ nhà mạng sẽ gắn với số điện thoại của họ.

Một số giải pháp cụ thể:

- Với hạ tầng và dịch vụ sẵn có: 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 phần.
- Với hạ tầng và dịch vụ mới: Gắn số thuê bao gắn với các tiện ích mà các dịch vụ mới đem lại.

6.3 Tạo các "khó khăn" khi chuyển mạng

Trên thực tế 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 hủy hợp đồng, thời gian chờ chuyển lâu, không đảm bảo chất lượng dịch vụ trong giai đoạn chuyển mạng,...).

6.4 Thu hút thuê bao của mạng khác:

MNP cũng chính là cơ hội để thu hút thuê bao của mạng khác về của các nhà mạng. Một số giải pháp cụ thể:

- Thực hiện nhanh chóng thủ tục chuyển mạng;
- Cho phép khách hàng khai thông tin VAS ở mạng hiện có khuyến mại dịch vụ này khi chuyển mạng;
- Tăng khuyến mại cho thuê bao chuyển từ mạng khác đến;

6.5 Một số vấn đề cấp bách cần triển khai thực hiện

Theo sự chỉ đạo của Nhà nước, việc triển khai dịch vụ MNP là dịch vụ mà các doanh nghiệp viễn thông không thể tránh khỏi. 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.

Để chuẩn bị tốt cho việc triển khai dịch vụ MNP thì một số nội dung nghiên cứu cần được thực hiện sớm, bao gồm:

- 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.

7. KẾT LUẬN

Mặc dù sẽ gây ra nhiều xáo trộn trên thị trường viễn thông di động nhưng nhìn trong dài hạn MNP không phải là một vấn đề quá lớn mà ngược lại lại đem đến nhiều cơ hội cho những nhà mạng có chất lượng tốt. Tuy nhiên để có thể chủ động và phát triển bền vững các nhà mạng cần quyết liệt đẩy nhanh và đồng bộ các giải pháp đối phó đặc biệt tại thời điểm nhà nước bắt đầu triển khai MNP.

8. TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thị Anh Thư, "Tăng cường năng lực cạnh tranh của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam trong điều kiện Việt Nam là thành viên của tổ chức thương mại thế giới", Luận án tiến sĩ kinh tế, 2012.
2. Nguyễn Thị Thùy, "Nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty Viễn thông Viettel trong cung cấp dịch vụ điện thoại di động", Luận văn thạc sĩ, 2012.
3. Malik Fawad Nazir, Ghulam Mubashar Hassan, Imran Ghafoor Chaudhry, Sheraz Ali Khan, Khawaja M Yahya: "To analyze customers' willingness to change Mobile Service Providers using MNP based on Quality Service parameters", 2007.

Thông tin tác giả:



Dư Anh Tuấn

Năm sinh: 1979

Lý lịch khoa học:

- Tốt nghiệp Đại học Bách Khoa Hà Nội năm 2002, ngành Điện tử - Viễn thông.
- Tốt nghiệp Đại học Ngoại ngữ (nay là Đại học Hà Nội) năm 2002, ngành Tiếng Anh.
- Tốt nghiệp cao học tại Đại học Bách Khoa Hà Nội năm 2007, ngành Điện tử - Viễn thông.
- Hiện đang công tác tại Phòng NCPT Mạng và Hệ thống – Viện công nghệ Thông tin và Truyền thông CDIT – Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.

Hướng nghiên cứu:

- Mạng thông tin di động LTE, LTE-Advanced.
- Các dịch vụ sử dụng lõi điều khiển IMS.
- Tổng đài IP PBX.
- Nhà thông minh.
- Lập trình trên smart phone.

Email: tuanda@ptit.edu.vn



Cao Minh Thắng

Sinh năm: 1981

Lý lịch khoa học:

- Tốt nghiệp đại học và cao học ngành Điện tử Viễn thông vào các năm 2003;
- Tốt nghiệp cao học ngành Kỹ thuật Điện tử năm 2010 tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;
- Hiện đang là nghiên cứu sinh ngành Kỹ thuật Điện tử tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;
- Hiện đang công tác tại Viện công nghệ Thông tin và Truyền thông – CDiT, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.

Lĩnh vực nghiên cứu hiện nay: An ninh, an toàn thông tin.

Email: thangcm@ptit.edu.vn; thangcm@cdit.com.vn