

CNTT HƯỚNG TỚI THỊ TRƯỜNG NÔNG THÔN

Sự tấn

Sự tăng trưởng ngoạn mục về tốc độ tăng trưởng viễn thông, công nghệ thông tin mà Việt Nam đạt được phần lớn trong những năm qua nhờ vào sự phát triển của các thị trường lớn ở thành thị, đô thị lớn.

Phần đóng góp của thị trường nông thôn, miền núi, hải đảo (ở đây gọi tắt là nông thôn) còn hạn chế bởi nhiều lý do khác nhau, trong đó chủ yếu là khó khăn trong việc xây dựng một cơ sở hạ tầng, mạng lưới tới các vùng sâu, vùng xa, hải đảo. Đầu tư đối với nhà cung cấp dịch vụ lớn và khoản doanh thu mang lại không cao do mức thu nhập của người dân nông thôn còn hạn chế.

Tuy nhiên, với sự cố gắng của nhiều nhà cung cấp dịch vụ, một vài năm gần đây, trong lĩnh vực viễn thông, người dân ở nhiều vùng nông thôn cũng đã bước đầu tiếp cận được với các dịch vụ viễn thông giá rẻ, thí dụ như điện thoại cố định không dây E-Com của Công ty viễn thông Điện lực (EVN), điện thoại cố định không dây Home Phone của Tổng công ty viễn thông Quân đội (Viettel) hay điện thoại cố định Gphone của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT)... Như vậy, có thể nói là các nhà cung cấp dịch vụ không hề "quên" khu vực đầy tiềm năng chiếm tới 2/3 dân số của cả nước này. Vấn đề là các nhà cung cấp dịch vụ phải tính toán tới việc sử dụng công nghệ nào, vừa hiện đại, vừa phù hợp với địa hình khu vực nông thôn, vừa có thể đưa ra các mức giá dịch vụ cạnh tranh nhất.

Ở một khía cạnh khác, phải nhìn nhận chính sự cạnh tranh trên thị trường đã khiến tốc độ cung cấp dịch vụ tới thị trường nông thôn cũng được đẩy nhanh hơn. Hiệu quả thu được chỉ sau một năm cung cấp dịch vụ của nhà cung cấp EVN với con số hơn 500.000 thuê bao đã khiến nhiều nhà nhà cung cấp dịch vụ khác "giật mình". Và ngay lập tức, các nhà cung cấp khác đã tung ra các dịch vụ tương tự khiến giá dịch vụ cung cấp ngày một giảm. Người tiêu dùng nông thôn tất nhiên được hưởng lợi vì có lựa chọn nhiều hơn, với giá cả hợp lý hơn.

Nhưng đó mới là những gì diễn ra ở thị trường viễn thông. Còn đối với các dịch vụ công nghệ thông tin, mà cụ thể nhất là thị trường Internet, người tiêu dùng nông thôn dường như vẫn là những người chịu thiệt thòi. Ở nhiều nơi, đặc biệt tại các khu vực miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo, Internet vẫn là một cái gì đó còn mới mẻ, xa lạ.

Việc VNPT và Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam vừa khởi động chương trình "Một triệu giờ" miễn phí truy cập Internet nhằm "phổ cập tin học, nối mạng tri thức", hỗ trợ cho thanh thiếu niên ở các

vùng nông thôn có lẽ là một cú hích, tạo đà phát triển Internet tại các khu vực này. Như vậy, trong vòng 1 năm, từ tháng 9/2007 tới hết tháng 9/2008, các lớp phổ cập tin học cho thanh thiếu niên và nhân dân tại 2353 điểm Bưu điện văn hoá xã trên toàn quốc. Theo thông tin từ phía các nhà tổ chức, hy vọng sẽ thu hút được khoảng 20.000 người tham gia. Với cú hích này, có thể một lần nữa đánh động được khả năng nhạy bén về kinh doanh của các nhà cung cấp dịch vụ Internet, tạo đà cho việc cung cấp nhiều hơn các dịch vụ liên quan tới người tiêu dùng nông thôn trong tương lai.