

@

SỐ 76
THÁNG 7/2009

ISSN 1859-0578

XÃ HỘI THÔNG TIN
TẠP CHÍ CỦA TẬP ĐOÀN VNPT

TậpChiTinHoi
Điểm nhấn
Vietnam Comm
& Vietnam Electronics 2009

▶ **“Lap”**
sinh viên

▶ **Đồng bộ**
Black Berry
và Mac



CHUYÊN ĐỀ

Giá cước
&
Thương hiệu



Top chí của
TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM

Tổng Biên tập
Bùi Quốc Việt

Trợ lý Tổng Biên tập
Đặng Đình Hiệp

Ban Biên tập
Bùi Thị Duyên (Trưởng Ban)
Nguyễn Đình Tùng
Phan Hoài Nam
Nguyễn Quốc Dũng
Phan Chí Hiếu
Lê Bảo Trung

Hội đồng Cố vấn
Th.S Nguyễn Quang Lộc (Chủ tịch)
Nguyễn Huy Văn
Nguyễn Như Thương
Trần Quốc Thắng
Th.S Vũ Đình Nghiêm Hùng

Thiết kế mỹ thuật
Trần Quỳnh Nga
Nguyễn Phước Tâm
Nguyễn Trịnh Ngọc Hoa

Tòa soạn
68 Ngõ Quynh, Hà Nội
Website: www.xahoitongtin.com.vn
Email: xhtt.1x@gmail.com
ĐT: 04.3943.8027
Fax: 04.3943.8035

Văn phòng đại diện phía Nam
42 Phạm Ngọc Thạch, Q.3, TP.HCM
ĐT: 08.3827.7139; Fax: 08.3827.4851

Liên hệ Quảng cáo
Tạ Quang Chiến (0904.111.859)
ĐT: 04.3518.8900
Email: tqchien@gmail.com

Đại lý Quảng cáo

QAMEDIA

CÔNG TY CP TRUYỀN THÔNG QA VIỆT NAM
VP: 8/31 Phương Liệt, Hà Nội - ĐT: 04.3629.0031
CN.TPHCM: 354 Ba Đình, P.10, Q.8 - ĐT: 08.3859.8189
Email: info@qamedia.vn - www.qamedia.vn

NCC Công ty CP Truyền thông Cộng đồng
Mrs Hồng (0978.982.536)

Liên hệ phát hành
Đình Xuân Hùng (0935.333.366)
ĐT: 04.3518.8900
Công ty Phát hành Trường Phát
179 Lý Chính Thắng, P.7, Q.3, Tp.Hồ Chí Minh
ĐT: 08.39351751
Fax: 08.39351753

Bạn đọc có thể đặt mua tại hệ thống các Bưu cục
của Bưu điện trong cả nước theo mã số: C743

Giấy phép XB của Bộ Văn hóa Thông tin
số 28/GP-Bộ VHTT cấp ngày 23/1/2003
Chế bản và in tại:
XN in số 1 - NXB Bản Đồ

Giá: 15.000 đồng

Thư Tòa soạn

Bạn đọc thân mến,

Thị trường thông tin di động Việt Nam đang có những đợt "sóng" mới sau hàng loạt chính sách giảm cước mạnh tay từ các nhà mạng di động. Tuy vậy, người tiêu dùng cũng đã tinh táo hơn để lựa chọn cho mình thương hiệu tốt nhất, chứ không chỉ đơn thuần là chọn nhà mạng có giá cước rẻ nhất như trước nữa. Bức tranh thị trường viễn thông trở nên đa chiều với cuộc cạnh tranh sôi động giữa các nhà mạng về chất lượng dịch vụ, tiện ích công nghệ, chính sách chăm sóc khách hàng... Chuyên đề **Giá cước-Thương hiệu** kì này mang đến cho bạn đọc hàng loạt thông tin bổ ích và những phân tích sâu sắc về chiến lược cạnh tranh giữa các nhà mạng với loạt bài viết hấp dẫn như: **Cuộc chiến định vị thương hiệu, Gói cước nào rẻ nhất?**, phỏng vấn các nhà mạng, các đại lý và ngay chính ý kiến của người tiêu dùng.

Mặc dù còn 5 tháng nữa mới chính thức diễn ra Triển lãm, Hội nghị Quốc tế về Truyền thông và các Sản phẩm Điện tử Việt Nam 2009 (Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009) nhưng thông tin về những sản phẩm công nghệ mới nhất, những chủ đề "nóng" nhất đã được các nhà tổ chức "hé lộ" và thu hút được sự quan tâm đông đảo của dư luận qua bài viết: **"Điểm nhấn" Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009.**

Như thường lệ, chuyên mục tư vấn tháng này sẽ hướng dẫn cho Bạn đọc hàng loạt thủ thuật tiện ích xung quanh chủ đề **Kết nối điện thoại với máy tính, Kết nối Mac với Windows Mobile, Mac với BlackBerry, đồng bộ dữ liệu điện thoại Samsung với PC...**

Phóng sự ảnh: **Bán hàng giữa chợ phiên** là bức tranh về hoạt động phát triển các dịch vụ bưu chính-viễn thông ngay giữa các phiên chợ để mang tiện ích công nghệ đến với cuộc sống người dân vùng sâu, vùng xa.

Mời các Bạn đón đọc!

Ban Biên tập





huyền đề:

GIÁ CƯỚC



THƯƠNG HIỆU

.....Mục lục

TIN TỨC - SỰ KIỆN

CHUYÊN ĐỀ : GIÁ CƯỚC & THƯƠNG HIỆU

12 Cuộc chiến định vị thương hiệu

14 Cuộc di động viễn thông:

Ai rẻ nhất?

16 Cuộc rẻ = Chất lượng phải tốt

18 Giảm cước chỉ nên là giải pháp ngắn hạn.



GIÁ CƯỚC BẢN ĐỒ PHỦ SÓNG

KHUYNH HƯỚNG

22 "Lap" sinh viên

24 Xu hướng máy tính mới:

Ngày càng nhỏ gọn

26 "Bản tin thị trường

28 Kết nối MAC với Windows Mobile

29 iSync "cầu nối" Mac với "dế"

TIỆN ÍCH

30 Kết nối và đồng bộ dữ liệu điện thoại Samsung với PC

31 Print Boy "cậu bé in ấn"

32 Đồng bộ BlackBerry & Mac

34 Thủ thuật công nghệ



DOANH NGHIỆP

- 38** Việt Nam khát nhân lực CNTT chuẩn Quốc tế
- 40** Điểm nhấn Vietnam Comm 2009
- 42** Không phải cứ có tiền, mới lo giữ "Vị"

THẾ GIỚI PHẪNG

- 44** Hot ICT
- 46** Kỹ xảo điện ảnh
- 48** Thú chơi: Nhọc công đi tìm những "con đế biết hát" đầu tiên

CUỘC SỐNG ĐÍCH THỰC

- 50** Những góc nhìn... MegaVNN
- 52** Sự học ở Sìn Hồ
- 54** VinaSearch - Tìm kiếm trên điện thoại di động
- 56** Phóng sự ảnh: Bán hàng giữa chợ phiên

KẾT NỐI

- 60** Giải đáp
- 61** Kết nối



TRANG BÌA:

"Đưa giảm cước đến đích là lợi ích cho người tiêu dùng"

Ảnh: Trung Kiên

Người tiêu dùng yên tâm về chất lượng mạng di động **GSM**



Tin vui đối với người tiêu dùng dịch vụ viễn thông ở Việt Nam khi mới đây, Cục Quản lý chất lượng Công nghệ thông tin và Truyền thông (Bộ Thông tin và Truyền thông) vừa hoàn tất việc đo kiểm chất lượng ba mạng di động MobiFone, VinaPhone và Viettel. Theo đó, cả ba mạng đều có kết quả đo kiểm tốt và vượt xa tiêu chuẩn ngành. Điều đáng nói là, đã có những cuộc bút phá, soạn ngòi thú vị về thứ hạng và chất lượng giữa các mạng di động GSM ở thị trường Việt Nam.

CHẤT LƯỢNG VƯỢT "CHUẨN"

Theo kết quả công bố, cả 3 mạng di động đều đạt chỉ tiêu thiết lập cuộc gọi thành công với tỷ lệ gần như tối đa. Trong đó VinaPhone đạt 99,63%; Viettel 99,08%; MobiFone 98,97%.

Với chỉ tiêu về chất lượng thoại, MobiFone đứng đầu bảng xếp hạng với 3,54 điểm, tiếp đó là VinaPhone đạt 3,52 điểm. Đứng vị trí thứ 3 là Viettel với 3,47 điểm.

Về chỉ tiêu tỷ lệ cuộc gọi tới dịch vụ hỗ trợ khách hàng chiếm mạch thành công và nhận được tín hiệu trả lời của điện thoại viên trong 60 giây (gọi thành công đến trung tâm giải đáp khách hàng), MobiFone và VinaPhone cùng đạt tỷ lệ 98,82% còn Viettel chỉ đạt 96,08%.

Kết quả đo kiểm năm nay của các mạng di động đều tốt hơn so với năm trước rất nhiều, đó là đánh giá của các

chuyên gia đo kiểm thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông. Nhìn vào số liệu đo kiểm chất lượng mạng di động vừa được công bố, có thể thấy rằng, mạng di động MobiFone vẫn là quản quản trong việc có nhiều chỉ số chất lượng cao nhất, khi liên tục trong 3 năm đều đạt chất lượng thoại của điện thoại cố định. Tiếp ngay đấy là VinaPhone. Riêng Viettel, mạng di động này lần đầu tiên bị tụt điểm về chất lượng thoại và chỉ tiêu đo kiểm không đạt chất lượng thoại của điện thoại cố định, gây thất vọng cho người dùng mạng này.

VINAPHONE "BÚT PHÁ"

Theo đánh giá của giới chuyên gia, VinaPhone là mạng di động có tiến bộ rõ rệt nhất. Kết quả đo kiểm cho thấy, 100% các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật và chất lượng phục vụ của VinaPhone đều vượt các tiêu chuẩn của Ngành. Các chỉ tiêu quan trọng nhất để phản ánh chất lượng mạng di động là tỷ lệ cuộc gọi được thiết lập thành công lên đến 99,63% (tiêu chuẩn ngành cho phép là $\geq 92\%$), chất lượng thoại đạt đến 3,52 điểm (tiêu chuẩn trung bình ≥ 3 điểm). Bên cạnh đó tỷ lệ cuộc gọi rơi của VinaPhone cũng có chỉ số khá thấp là 0,47% (trong khi đó tiêu chuẩn ngành cho phép là $\leq 5\%$).

VinaPhone cũng đạt "điểm tuyệt đối" về độ chính xác khi ghi cước cuộc gọi, không có cuộc gọi bị ghi cước sai hoặc thời gian đàm thoại sai, hoặc bị lập

hóa đơn sai. Tỷ lệ cuộc gọi thành công (và được trả lời trong vòng 60 giây) vào bộ phận chăm sóc khách hàng đạt đến 98,82% (tiêu chuẩn ngành là $\geq 80\%$). Độ khả dụng của dịch vụ (độ thông toàn trình của mạng) cũng gần như đạt điểm tuyệt đối (99,916% so với tiêu chuẩn 99,5%).

Năm 2009 đánh dấu sự bút phá ngoạn mục của VinaPhone trong hàng loạt các chỉ tiêu chất lượng và dịch vụ, thể hiện sự nỗ lực không ngừng của VinaPhone trong việc đầu tư, tối ưu hoá mạng lưới, hoàn thiện các quy trình kiểm soát chất lượng nội bộ. Tổ số trạm BTS đang hoạt động của VinaPhone hiện đã lên đến 10.000. Các hệ thống về Call Center, hệ thống truy cập GPRS/EDGE, các tổng đài... cũng được đầu tư nâng cấp hàng loạt trong thời gian qua. Phía VinaPhone cho biết, kết quả đo kiểm nội bộ của VinaPhone trong quý I/2009 tại một số tỉnh, thành phố khác cũng cho thấy các chỉ tiêu chất lượng đều vượt xa tiêu chuẩn ngành. Mạng di động VinaPhone đang thực sự có những bước chuyển mình tích cực để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

Việc công bố kết quả đo kiểm cũng như chất lượng đạt "chuẩn" của các mạng di động GSM ở Việt Nam thực sự là tin vui đối với người tiêu dùng.

Khôi Nguyên

Đến lượt, Viettel bị tố “độc quyền”

Sau những “linh xình” mới đây giữa các mạng di động, tố cáo về những hành vi “xấu chơi”, hay cạnh tranh không lành mạnh giữa các nhà mạng, mới đây, Câu lạc bộ các doanh nghiệp nội dung số Việt Nam đã lên tiếng phản đối về phương án phân chia doanh thu kinh doanh dịch vụ nội dung số của mạng di động Viettel. Theo phản ánh, mạng di động này đang có những biểu hiện “độc quyền” trong việc đưa ra những chính sách làm việc với các doanh nghiệp nội dung số Việt Nam (CPs).

cho hoạt động của các doanh nghiệp. Điều đáng nói, nếu theo các phương thức phân chia mới, doanh thu chia cho Viettel đã tăng lên gấp đôi (!) so với thời điểm trước ngày 1/1/2009. Sau mỗi lần thay đổi, tỷ lệ doanh thu của đơn vị này lại liên tục tăng lên mà không nghĩ đến quyền lợi của các đối tác hợp tác với mình.

Cụ thể, ngày 12/2/2009, Viettel đơn phương gửi email cho các CPs, thông báo chính sách phân chia doanh thu mới, áp dụng từ ngày 1/1/2009 với tỉ

82% xuống 70% với các đầu số 500đ (đầu số chủ yếu hỗ trợ lệnh giúp khách hàng, các CPs không kinh doanh trên đầu số này) nhưng đồng loạt tăng tỉ lệ phân chia trên tất cả các đầu số còn lại từ 21% - 28%. Chẳng hạn, mức cước 1.000đ, lại tăng từ 49% lên 70%; mức cước 2.000đ tăng từ 32% lên 60%; mức cước 5.000đ tăng từ 31% lên 55%; mức cước 15.000đ tăng từ 27% lên 55%. Dự kiến thời gian áp dụng cơ chế mới từ 1/07/2009.

“Với tỷ lệ phân chia này thì nhiều CPs sẽ lỗ nếu tiếp tục kinh doanh dịch vụ, một cách trực tiếp, Viettel đẩy các CPs ở Việt Nam đến bờ vực của phá sản!” đại diện một CPs tại Hà Nội bức xúc.

NGƯỜI TIÊU DÙNG THIẾT THỜI?

Rõ ràng, với cách phân chia doanh thu mới và chính sách liên tục thay đổi theo hướng có lợi hơn cho mình, Viettel đã gây ra không ít khó khăn cho các doanh nghiệp CPs Việt Nam. Không nói đến sự mất ổn định trong chiến lược kinh doanh, các CPs sẽ khó “sống” hơn sau khi phải cắt giảm hàng loạt các chi phí truyền thông, phát triển thị trường, sản xuất nội dung. Đặc biệt, đối với các đầu số có giá cước thấp (từ 1.000 đồng- 4.000 đồng) sẽ buộc các doanh nghiệp nội dung số phải tăng giá dịch vụ, hoặc cung cấp các dịch vụ nội dung đơn giản trên đầu số có giá cước cao. Điều này, gián tiếp gây ra thiệt thòi về quyền lợi cho người tiêu dùng Việt Nam, nhất là sắp đến thời điểm trao Giấy phép 3G cho các mạng di động và người tiêu dùng đang háo hức chờ đón những dịch vụ nội dung số mới, tiện ích.

Dư luận đang đặt ra câu hỏi, liệu có phải Viettel đang có những biểu hiện “chèn ép” các CPs, tạo điều kiện cho Trung tâm nội dung của Viettel chiếm thị trường, cạnh tranh không lành mạnh dựa trên vị thế “độc quyền” của Viettel?

La Phù



DOANH NGHIỆP CPs “KÊU CỨU”

Trao đổi với chúng tôi, đại diện một số CPs rất bức xúc. Việc phát triển các dịch vụ nội dung số ở Việt Nam lâu nay hoạt động trên cơ sở hợp tác giữa các nhà cung cấp nội dung số và nhà mạng di động. Để công nghiệp nội dung số phát triển, đòi hỏi có các chính sách phát triển hợp lý, lâu dài, ổn định, đôi bên cùng có lợi. Tuy vậy, với mạng di động Viettel, chỉ trong vòng chưa đến 6 tháng (từ 1/1/2009 - 3/6/2009), Viettel đã liên tục 3 lần thay đổi phương thức phân chia doanh thu với các CPs, gây khó khăn

lệ phân chia doanh thu nội dung cho Viettel tăng gấp đôi (!), từ 10% cho mức cước 500đ lên 20%; từ 15% mức cước 1.000đ, 2.000đ lên 30% và từ 25% mức cước trên 2.000đ lên 50%.

Tiếp đến, ngày 9/04/2009, trong buổi làm việc với Ban Chấp hành Câu lạc bộ CPs, Viettel lại tiếp tục thay đổi phương án phân chia doanh thu lần thứ 2 với phần lợi nghiêng về mình nhiều hơn.

Đỉnh điểm, ngày 03/06/2009, Viettel lại tổ chức họp với các CPs và thêm một lần nữa thông báo thay đổi cước phân chia, áp dụng trên toàn mạng với tỉ lệ phân chia rất “quái chiêu”: giảm từ tỉ lệ



VNPT VÀ THÔNG TẤN XÃ VIỆT NAM KÝ THỎA THUẬN HỢP TÁC

Theo đó, VNPT sẽ ưu tiên cung cấp cho TTXVN các dịch vụ Viễn thông-CNTT với mức giá cạnh tranh và chất lượng tốt nhất, bao gồm: dịch vụ truyền số liệu trong nước và quốc tế, dịch vụ thuê kênh riêng, MegaWan, mạng riêng ảo, dịch vụ VSAT-IP, các dịch vụ điện thoại cố định, di động, VOIP... TTXVN cam kết sẽ hỗ trợ VNPT trong các hoạt động: truyền thông, quảng bá thương hiệu và dịch vụ của VNPT trên các ấn phẩm, kênh truyền thông do TTXVN quản lý.

Ngoài ra, hai bên cam kết cùng nhau hợp tác triển khai các dịch vụ nội dung trên mạng viễn thông, Internet; Hợp tác quảng bá các hoạt động kinh doanh và phát triển thương hiệu tại thị trường trong và ngoài nước; Hợp tác xây dựng, sản xuất chương trình truyền thông, tổ chức sự kiện truyền thông; Hợp tác xây dựng cơ sở dữ liệu và tư liệu quốc gia, kinh doanh thông tin...

"Thỏa thuận hợp tác là sự kết hợp giữa một nguồn thông tin dồi dào phong phú của TTXVN với một hạ tầng Viễn thông-CNTT hiện đại cùng các dịch vụ đa dạng của VNPT để tạo ra các dịch vụ mới cung cấp cho xã hội. VNPT cam kết sẽ không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm, dịch vụ, đa dạng hóa loại hình dịch vụ, kịp thời có những chính sách phù hợp để tạo điều kiện cho TTXVN cũng như mọi khách hàng có cơ hội được tiếp cận và sử dụng một cách tốt nhất những tiện ích của bưu chính viễn thông và công nghệ thông tin". Ông Phạm Long Trọn - Chủ tịch HĐQT Tập đoàn BVCT Việt Nam chia sẻ.

PTIT: CÔNG BỐ CHUẨN ĐẦU RA CHO CÁC NGÀNH ĐÀO TẠO

Ngày 27/6/2009, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (PTIT) đã chính thức công bố chuẩn đầu ra cho tất cả các ngành đào tạo hệ Đại học và Cao đẳng chính quy, bao gồm 13 chuyên ngành của 4 ngành đào tạo (Công nghệ Thông tin, Viễn thông, Kỹ thuật Điện – Điện tử và Quản trị Kinh doanh).

Chuẩn đầu ra này thể hiện ở sáu tiêu chí mà PTIT đặt ra và cam kết với người học: Kiến thức, Kỹ năng chuyên môn, Kỹ năng mềm, Năng lực, Hành vi và Ngoại ngữ. Sinh viên khi ra trường, ngoài việc đã được trang bị các kiến thức chuyên môn sâu, có thực tiễn và luôn được cập nhật trong lĩnh vực Bưu chính, Viễn thông, Công nghệ thông tin..., còn được trang bị thêm các kỹ năng mềm (chứng chỉ riêng) như làm việc nhóm, khả năng thuyết trình..., đồng thời sẽ phải đạt trình độ tiếng Anh từ 450 điểm TOEIC trở lên (đủ để bắt đầu làm việc và giao tiếp tốt).

Việc công bố chuẩn đầu ra không chỉ giúp gia đình và sinh viên có thông tin về mục tiêu, quá trình đào tạo, và chất lượng đào tạo, mà còn là mong muốn của Học viện trong việc để xã hội cùng tham gia giám sát và đánh giá chất lượng đào tạo, đồng thời cũng khẳng định quyết tâm của Học viện không ngừng đổi mới để nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng ngày càng tốt hơn các yêu cầu của xã hội.

ERICSSON SẼ CÓ CHỦ TỊCH KIỂM TỐNG GIÁM ĐỐC MỚI

Ban Giám đốc Ericsson mới bổ nhiệm ông Hans Vestberg là Chủ tịch kiêm Tổng Giám đốc của tập đoàn Ericsson kể từ ngày 1/1/2010. Ông Hans Vestberg hiện là Tổng Giám đốc Tài chính và Phó Tổng Giám đốc điều hành của Ericsson.

Trong 6 năm qua, ngành thông tin điện thoại di động đã tăng trưởng chưa từng thấy từ 1 tỉ lên 4 tỉ thuê bao trên khắp thế giới. Ericsson là một trong những nhân tố chính đóng góp vào sự phát triển này với thị phần tăng một cách ổn định. Vị thế vững chắc về công nghệ GSM và việc không ngừng đầu tư dẫn đầu về R&D đã mở đường cho Ericsson vươn lên đứng đầu về di động băng rộng và công nghệ 4G/LTE đang được triển khai trên toàn thế giới.

Các hoạt động tiếp quản chiến lược trong lĩnh vực liên lạc cố định và sợi quang cũng như IP và TV đã giúp cho Ericsson trở thành hãng duy nhất trong ngành cung cấp giải pháp và sản phẩm toàn diện cho các mạng di động và cố định hội tụ IP.

"MỪNG SINH NHẬT VINAPHONE 13 TUỔI"



Ngày 25/6/2009, VinaPhone công bố chương trình khuyến mại lớn nhất từ trước tới nay: "Mừng sinh nhật cùng VinaPhone". Đây là chương trình dành cho toàn bộ khách hàng là thuê bao trả sau và trả trước của VinaPhone bao gồm: thuê bao trả trước hòa mạng mới và thuê bao khóa 2 chiếu trở lại mạng, thuê bao trả trước và trả sau đang hoạt động nhân dịp kỷ niệm 13 năm sinh nhật VinaPhone. Tất cả các dạng thuê bao đều được khuyến mãi với dạng như: tặng thêm ngày sử dụng, tặng từ 100% đến 130% giá trị thẻ nạp... Chi tiết về chương trình khuyến mại xem tại <http://www.vinaphone.com.vn> hoặc gọi 18001091.



HỢP BÁO CÔNG BỐ TRIỂN LÃM VIETNAM COMM & VIETNAM ELECTRONICS 2009

Ngày 23/6/2009, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) đã tổ chức họp báo công bố sự kiện Triển lãm Hội nghị Truyền thông Quốc tế và các sản phẩm điện tử Việt Nam năm 2009. Đây là sự kiện Viễn thông, CNTT, Truyền thông và Điện tử lớn nhất tại Việt Nam, sẽ diễn ra tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Việt Nam (VEFAC) từ ngày 18 đến ngày 21/11/2009 ở Hà Nội. Triển lãm do VNPT và Công ty Dịch vụ Triển lãm Adsale (Hongkong) tổ chức.

Triển lãm kép Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009 sẽ là điểm đến lý tưởng để các doanh nghiệp Viễn thông, CNTT và điện tử trong và ngoài nước trình diễn những công nghệ, ứng dụng mới nhất. Với diện tích trưng bày hơn 6.000 m², Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009 thu hút hơn 200 nhà triển lãm quốc tế và trong nước đến từ Úc, Canada, Pháp, Đức, Hongkong, Nhật Bản, Trung Quốc, Singapore, Thụy Điển, Đài Loan, Thái Lan, Mỹ và Việt Nam.

Bên cạnh Triển lãm, Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009 còn có các hội thảo chuyên đề với nội dung chính là "Truyền thông doanh nghiệp hiện đại", xoay quanh các vấn đề về 3G, WIMAX, Truyền thông đa phương tiện, Truyền thông vệ tinh và vô tuyến, các dịch vụ quản lý, TD-SCDMA và TD-LTE...



HỘI THẢO ẢO HÓA VÀ TỰ ĐỘNG HÓA TRUNG TÂM DỮ LIỆU

APC, nhà cung cấp nguồn tối thiết và các dịch vụ làm mát hàng đầu thế giới mới đây đã tổ chức Hội thảo "Xu hướng Ảo hóa & Tự động hóa cho Trung tâm dữ liệu (TTDL)". Các chuyên gia đến từ APC, BMC software và

Tập đoàn Cisco cũng đã tham gia thuyết trình, giới thiệu công nghệ. Hội thảo đã thu hút hơn 100 các giám đốc, các nhà quản lý CNTT tại các doanh nghiệp trong và ngoài nước tham dự.

Tại hội thảo, APC by Schneider Electric giới thiệu giải pháp tối ưu về khả năng nâng cấp và mô đun hóa trong TTDL phù hợp với công nghệ ảo hóa, nhằm giúp các nhà quản lý CNTT và TTDL theo dõi, quản lý và vận hành TTDL một cách hiệu quả.

"Ảo hóa và tự động hóa không những giảm đi nỗi lo về chi phí vận hành, mà còn tạo ra một nền tảng TTDL có khả năng ứng biến với những yêu cầu của hệ thống như tính thay đổi dễ dàng và tính nhanh nhạy. Có thể nói, ảo hóa và tự động hóa sẽ trở thành xu hướng trong việc quản lý, vận hành và ứng dụng TTDL tại các doanh nghiệp Việt Nam", Ông Nguyễn Bá Quỳnh, Giám đốc quốc gia của APC by Schneider Electric tại Việt Nam chia sẻ.

VDC CHÀO ĐÓN THUÊ BAO MEGAVNN THỨ 30.000 TẠI BẮC NINH

Ngày 28/6/2009, Công ty Điện toán và Truyền số liệu (VDC) cùng VNPT Bắc Ninh tổ chức Ngày hội "MegaVNN - Kết nối đam mê". Trong khuôn khổ Ngày hội MegaVNN diễn ra các chương trình Gameshow tìm hiểu về dịch vụ của VNPT, thương hiệu VNPT, tìm hiểu những kiến thức về văn hoá, lịch sử Bắc Ninh; chương trình trao giải bốc thăm may mắn "MegaVNN- Những ngày vàng" với nhiều cơ cấu giải thưởng hấp dẫn, tổng giá trị giải thưởng lên đến hơn 22 triệu đồng.

10 khách hàng MegaVNN thân thiết, doanh số cao đã được nhận quà tặng là mini notebook. Đêm Gala tối 28/6/2009 tại Trung tâm Văn hoá Kinh Bắc, Tập đoàn VNPT đã trao tặng 100 triệu đồng cho quỹ Tài năng trẻ tỉnh Bắc Ninh; VDC và VNPT Bắc Ninh trao tặng nhà tình nghĩa trị giá 20 triệu đồng cho Ủy ban Mặt trận Tổ quốc tỉnh Bắc Ninh và tặng 50 triệu đồng cho Quỹ Bảo trợ Trẻ em tỉnh Bắc Ninh.

KASPERSKY LAB ĐƯỢC CẤP BẰNG SÁNG CHẾ

Kaspersky Lab, nhà phát triển hàng đầu về các giải pháp quản lý bảo mật nội dung, mới đây đã đăng ký thành công công nghệ bảo mật thông tin mới tại Mỹ.



Công nghệ này là sự kết hợp hiệu quả các công nghệ hiện có và các biện pháp mới phát triển để chống lại các phần mềm độc hại. Các biện pháp tự động của công nghệ mới này hiệu quả trong việc xử lý một lượng lớn dữ liệu. Thêm vào đó, việc xử lý và lưu trữ một lượng lớn thông tin là lợi thế góp phần đánh giá một cách lạc quan và huấn luyện hệ thống bảo vệ, trong khi các chuyên gia bảo mật lại có lựa chọn điều chỉnh và điều chỉnh chính xác hệ thống bảo vệ khi nó hoạt động.

Sự kết hợp này mang lại tác động kép gồm việc tiết kiệm tài nguyên và nhận dạng các phần mềm độc hại ở mức cao. Việc sử dụng các dữ liệu lâu năm và khả năng học hỏi của hệ thống cho phép nó chuyên môn hóa từng bước và hoàn thiện các chức năng.



HUAWEI GIỚI THIỆU GIẢI PHÁP MẠNG LỖI MỚI

Tập đoàn Viễn thông lớn nhất Trung Quốc - Huawei mới đây đã giới thiệu "Giải pháp mạng lỗi mới" đến đồng đảo các khách hàng doanh nghiệp và người dùng Việt Nam.

Giải pháp mới bao gồm giải pháp IPN 2.0 và mạng gói thông minh dành cho các nhà cung cấp dịch vụ nhằm tăng cường hiệu quả hoạt động cũng như gia tăng doanh thu. Ông Yohan Adi Satria, Phó Giám đốc Marketing của Huawei cho biết, hiện nay, giải pháp mạng lỗi của Huawei có dung lượng lớn nhất trên thị trường có thể phục vụ 30 triệu Busy Hour Call Attempt và 12 triệu thuê bao trong một nút MSS mà chỉ sử dụng 2 giá máy, điện năng tiêu thụ chỉ bằng 25% so với cơ sở hạ tầng trước đây với 10% vùng phủ sóng.

Giải pháp IPN 2.0 cung cấp độ lưu thoát khoảng 100G trên một nút GGSN và thể đáp ứng các nhu cầu ngày càng cao của mạng băng thông rộng, mạng HSPA/LTE và cho mạng 3G, thậm chí là mạng 4G trong tương lai. Với vai trò là nhà cung cấp hàng đầu cho mạng ALL IP, Huawei cam kết cung cấp hệ thống mạng lõi thế hệ tiếp theo có tính năng ưu việt và hướng tới tương lai để giúp cho các khách hàng nâng cao được hiệu quả kinh doanh cũng như tối ưu hóa chất lượng và kinh nghiệm cho người sử dụng.

YAHOO! 360PLUS- DỊCH VỤ BLOG PHỔ BIẾN CHO NGƯỜI VIỆT

Sau 1 năm ra mắt, 360plus đã đang trở thành dịch vụ blog được đồng đảo người dùng Internet ở Việt Nam lựa chọn. Với tính năng hỗ trợ tiếng Việt, 360Plus nâng cấp sẽ cho phép người dùng sử dụng linh hoạt các tính năng phong phú khiến cho 360plus trở thành trải nghiệm trực tuyến thiết yếu, giúp người sử dụng thể hiện mình trên mạng, mở rộng mạng lưới bạn bè và chia sẻ nội dung blog 1 cách hiệu quả và dễ dàng.

Yahoo!360 chính thức đóng cửa từ ngày 13/07/09. Yahoo!360plus sẽ là sản phẩm chính mà Yahoo! tập trung phát triển cho cộng đồng mạng xã hội và người sử dụng blog tại Việt Nam (nếu người sử dụng không chuyển blog trước ngày 13/07/09, mọi dữ liệu trong Yahoo!360 sẽ bị xóa vĩnh viễn sau ngày 13/07/09). Để hỗ trợ người dùng chuyển nội dung blog



từ 360 sang 360plus, Yahoo! đã phát triển công cụ thân thiện cho phép người dùng lưu toàn bộ các bài viết (blog entries), bình luận (blog comments) sau khi "chuyển nhà". Người dùng có thể tìm công cụ và mẹo "chuyển nhà" dễ dàng trên trang chủ 360plus hoặc tại: <http://vn.blog.yahoo.com/chuyennha/>.

ACER VIỆT NAM GIỚI THIỆU GÓI BẢO HÀNH VÀNG

Từ 24/6/2009, Acer Việt Nam giới thiệu gói Bảo Hành Vàng cho máy tính xách tay (MTXT) – một gói dịch vụ mới nhằm đem đến sự an tâm của khách hàng. Đây là dịch vụ bảo hành rủi ro cho MTXT lần đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam. Gói dịch vụ này sẽ mở rộng phạm vi bảo hành cũng như đảm bảo quyền lợi tối đa cho khách hàng mua máy. Theo đó, song song với chế độ bảo hành tiêu chuẩn, MTXT có Bảo Hành Vàng sẽ được bảo hành thêm 1 năm cho cả những thiệt hại ngẫu nhiên, những rủi ro ngoài ý muốn như bị đánh rơi, va đập, gầy, vỡ, bị sét đánh cũng những thiệt hại do nước đổ vào các linh kiện chính của MTXT. Khi MTXT gặp phải những thiệt hại kể trên, các trung tâm Dịch vụ hậu mãi Acer trên khắp cả nước sẽ nhận và xử lý theo từng trường hợp cụ thể. Nếu thiệt hại dưới 200.000 đồng, khách hàng sẽ được sửa chữa, thay mới miễn phí. Nếu thiệt hại lớn hơn mức này, khách hàng chỉ cần thanh toán 30% và Acer sẽ thanh toán 70% tổng giá trị thiệt hại.

EATON UPS9135 - AN TOÀN CHO CÁC NHÀ QUẢN LÝ CNTT



Ngày 22/06/2009, nhà sản xuất công nghiệp đa ngành, Eaton Corporation, chính thức ra mắt dòng sản phẩm thiết bị lưu điện UPS mới, Eaton 9135. Eaton 9135 được thiết kế đặc biệt để đáp ứng những nhu cầu khắc khe của các mạng máy tính quan trọng và các hoạt động công nghệ số. Các UPS 5 và 6 KVA mới cung cấp cho các nhà quản lý Công nghệ thông tin (CNTT), cơ sở & trung tâm dữ liệu một giải pháp bảo vệ nguồn điện đa dạng và dễ sử dụng giúp cho các hệ thống khỏi bị thiệt hại cũng như gặp phải các sự cố nguồn điện và cúp điện tai hại.

Eaton 9135 còn cung cấp mức độ hoạt động cao với khả năng có thể thay nóng ắc qui và các module điều khiển cho phép người



HỌC TIẾNG ANH TRỰC TUYẾN TRÊN ITV

Bắt đầu từ tháng 7/2009, ITV - Truyền hình theo yêu cầu duy nhất tại Việt Nam ra mắt dịch vụ Học ngoại ngữ trên truyền hình. Dựa trên công nghệ truyền hình IP với những lợi thế đặc biệt về khả năng tương tác trực tuyến giữa người xem và trung tâm điều hành, chương trình giúp người học tiếp cận và học ngoại ngữ theo cách hoàn toàn mới với nội dung hấp dẫn và giao diện thân thiện với người sử dụng.

Chương trình đầu tiên trong dịch vụ Học ngoại ngữ là "Tiếng Anh cho Bé", giúp các bé làm quen với tiếng Anh bằng các chương trình hoạt hình và ca hát vui tươi, hấp dẫn, giàu tính giáo dục. Sau khi xem các đoạn phim làm quen với từ vựng, ngữ pháp tiếng Anh, các bé sẽ dùng điều khiển từ xa để trả lời câu hỏi ngay trên TV.

Thao tác sử dụng dịch vụ đơn giản: xem video bài học và làm thực hành bài tập dạng trả lời trắc nghiệm sau mỗi bài học. Hệ thống sẽ chấm điểm trực tiếp và cho biết ngay câu trả lời nào đúng. Để sử dụng dịch vụ ITV, khách hàng cần có TV, đường truyền ADSL của FPT Telecom và bộ giải mã ITV. Nhân dịp ra mắt, FPT Telecom mở chương trình khuyến mãi đặc biệt. Với giá trọn gói 80.000 đồng/tháng (chưa VAT), khách hàng sẽ được hưởng trọn gói 11 dịch vụ của ITV trên truyền hình. Chương trình được áp dụng từ 15/6 đến hết 31/12/2009.

C.N



dùng gỡ bỏ và thay thế nhanh các phụ kiện nguồn điện mà không cần phải tắt nguồn điện UPS hoặc ngắt nguồn điện nối với thiết bị. Người dùng có thể cài đặt thiết bị từ màn hình LCD của UPS và giám sát các tình trạng và khắc phục sự cố. (Thông tin thêm tại: <http://powerquality.eaton.com/SEA/Products-Services/default.asp>)

DIỄN ĐÀN LEDMOBILE GIỚI THIỆU PHIÊN BẢN MỚI

Sau 4 năm phát triển, LEDmobile có số lượng 200.000 thành viên và hơn 20.000 người đăng ký mỗi tháng. LEDmobile mong muốn trở thành sân chơi về công nghệ, nơi chia sẻ mọi thông tin về công nghệ và điện thoại di động cho các thành viên.

LEDmobile cũng chính thức giới thiệu đến các thành viên logo mới với giao diện mới, hợp lý; đội ngũ điều hành năng động, hướng đến mục tiêu "xây dựng LEDmobile thành cộng đồng công nghệ lớn nhất tại Việt Nam". LEDmobile và công ty Chân Trời Việt cho ra mắt trang thông tin công nghệ có nội dung phong phú và sản phẩm widget dựa trên iTech.vn. iTech widget có giao diện đơn giản, trực quan, khả năng tự động cập nhật thông tin, lấy thông tin RSS từ các dịch vụ khác. Các thành viên có thể tham gia trao đổi trực tiếp mọi lúc mọi nơi, bình chọn, đánh giá, khảo sát những sản phẩm công nghệ yêu thích và xem những tựa sách mình yêu thích thông qua chức năng đọc ebook chỉ với chiếc điện thoại của mình. Hiện iTech widget chỉ hỗ trợ điện thoại Nokia N97 và 5800 Xpress Music và trong tương lai sẽ hỗ trợ trên 70 dòng điện thoại di động khác.



RA MẮT TRANG TIN ĐIỆN TỬ VLEAGUE.VN

Ngày 24/6/2009, Công ty CP Công nghệ và Thương mại điện tử Chấm Việt (VIETDOT JSC) chính thức khai trương Trang tin điện tử Giải bóng đá chuyên nghiệp Việt Nam tại địa chỉ <http://www.vleague.vn>. Đây là trang thông tin chuyên sâu về giải bóng đá chuyên nghiệp Việt Nam, đáp ứng đầy đủ

nhu cầu về thông tin về môn thể thao vua cho người hâm mộ.

Vleague.vn là Website chính thức của giải Vô địch Quốc gia Việt Nam V-League và thuộc Liên đoàn Bóng đá Việt Nam - VFF. Với Vleague.vn, người hâm mộ sẽ có được cái nhìn tổng thể cũng như tất cả những diễn biến chi tiết đang diễn ra của Giải, từ lịch thi đấu, kết quả các trận, bảng xếp hạng, hoạt động của các cầu lạc bộ đến những bài bình luận sắc sảo... Ngoài ra, người hâm mộ còn có thể mua vé các trận đấu, bình chọn cho cầu thủ cũng như các đội bóng mình yêu thích.

Với mục tiêu "Vì sự phát triển của nền bóng đá Việt Nam", Vleague.vn đang nỗ lực không ngừng để trở thành một trang tin chuyên sâu cho Giải bóng đá chuyên nghiệp, đáp ứng nhu cầu thông tin ngày càng cao của người hâm mộ Việt Nam.

VÕ LÂM TRUYỀN KỲ ĐỒNG LOẠT RA MẮT PHIÊN BẢN MỚI

Nhà phát hành VinaGame mới đây chính thức công bố việc ra mắt các phiên bản mới cũng như những hoạt động chăm sóc cộng đồng sắp tới của nhóm sản phẩm Võ Lâm Truyền Kỳ (VLTK).

Theo đó, phiên bản mới của VLTK và VLTK Miễn phí có cùng tên gọi là Hùng Bá Thiên Hạ. Còn phiên bản mới của game VLTK II sẽ mang tên Công Thành Đại Chiến. Tất cả các phiên bản mới này sẽ cùng chính thức ra mắt trong

tháng 6/2009 và tích hợp nhiều tính năng hấp dẫn đang được game thủ mong đợi. Cụ thể VLTK sẽ có thêm các tính năng mới như hệ thống Thiên tử, hệ thống Vinh dự, Bang hội tuyên chiến và Chuyển đổi môn phái; VLTK II được cập nhật thêm chức năng Trấn Phái Thần Công, Công Thành Đại Chiến, Huyền Áo Linh Thạch, chức năng Tây Bắc và chức năng Tự động dò đường; VLTK Miễn phí sẽ cập nhật tính năng Bang hội và Công Thành Chiến.

Ngoài việc ra mắt phiên bản mới, VinaGame còn tổ chức một loạt các sự kiện



ngoài game mang tính phát triển, gắn kết và chăm sóc cộng đồng game thủ.



Cuộc chiến ĐÌNH VỊ THƯƠNG HIỆU



THỊ TRƯỜNG THÔNG TIN DI ĐỘNG VIỆT NAM ĐANG CÓ NHỮNG ĐỢT "SÓNG" MỚI SAU HÀNG LOẠT CHÍNH SÁCH GIẢM CƯỚC MẠNH TAY TỪ CÁC NHÀ MẠNG. THEO NHÌN NHẬN CỦA CÁC NHÀ PHÂN TÍCH, SẼ KHÔNG KHỜNG NGOAN NẾU LỰA CHỌN CON ĐƯỜNG ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU BẰNG CÁC CHÍNH SÁCH GIÁ CƯỚC. NHƯNG RÕ RÀNG, GIÁ CƯỚC RẺ ĐANG CÓ NHỮNG TÁC ĐỘNG KHÔNG NHỎ ĐẾN TÂM LÝ LỰA CHỌN THƯƠNG HIỆU VÀ THÓI QUEN SỬ DỤNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG.

mọi tầng lớp người dân trong xã hội. Mới đây, bên lề buổi họp Quốc hội, Bộ trưởng Bộ Thông tin - Truyền thông Lê Doãn Hợp đã khẳng định, cước viễn thông Việt Nam hiện thấp nhất thế giới. Đây thực sự là một tín hiệu vui với người tiêu dùng.

Điểm khác biệt của đợt giảm giá cước lần này là mức độ đồng loạt, gần như ngay tức thì giữa các nhà mạng. Thêm vào đó, mức cước mới cạnh tranh, không tạo ra "hố sâu" cách biệt như những lần trước. Nếu như trước đây, mỗi khi một nhà mạng nào đấy "xé rào" đưa ra một chính sách cước mới "cực sốc" tức thì thị trường sẽ có những đợt "dậy sóng". Trong khi các nhà mạng khác "khoanh tay ngồi nhìn" vì một lý do nào đấy hoặc vướng cơ chế quản lý của cơ quan chủ quản, thì khách hàng sẽ có những đợt "di cư", "chuyển mạng" ồ ạt. Thậm chí, trước mỗi đợt giảm cước mới, giới truyền thông luôn lo lắng, đặt ra bài toán, các nhà mạng cần phải nâng cấp mạng lưới, hạ tầng kỹ thuật để tránh "nghẽn", tránh "dồn ứ" lưu lượng... Tuy vậy, với đợt giảm cước gần như đồng loạt lần này, với mức cước cạnh tranh giữa các nhà mạng, các chuyên gia viễn thông nhận định: thị trường viễn thông Việt Nam sẽ không có bất kỳ một đợt "sóng" chuyển mạng nào. Mức độ gần bó của các thuê bao với các nhà mạng sẽ ngày càng tăng. Thị trường viễn thông không có sự đột biến.

SỨC MẠNH THƯƠNG HIỆU

Nhìn dưới một góc độ khác, việc giảm giá cước vừa đây không đơn thuần chỉ là một cuộc chiến giá cước giữa các nhà mạng mà trên hết, đây là một cuộc

"BÃO" GIẢM CƯỚC, THỊ TRƯỜNG "DẬY SÓNG"?

Tin vui đối với người tiêu dùng lĩnh vực viễn thông ở Việt Nam, từ đầu tháng 6/2009, đồng loạt các mạng di động GSM gồm Viettel, Mobifone, VinaPhone đều có những đợt điều chỉnh cước rất mạnh tay, từ 15-30% so với mức cước đang hiện hành. Cụ thể, mạng Viettel

giảm trung bình 15%, mạng Mobifone giảm 18%, mạng VinaPhone giảm trung bình 21%.

Giảm giá cước, đồng nghĩa với việc gia tăng cơ hội sử dụng các dịch vụ Viễn thông cho người dân, đặc biệt là đối với người nghèo, người dân ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Điện thoại di động, một lần nữa, thêm cơ hội đối với



và chắc chắn, trong năm 2009 sẽ tiếp tục đẩy mạnh công tác chăm sóc "thương hiệu" này. Năm 2008, VinaPhone được bình chọn là mạng di động có nhiều dịch vụ giá trị gia tăng nhất do vậy, các dịch vụ tiện ích, hướng đến người dùng sẽ tiếp tục là "vũ khí tiến công" của VinaPhone. Từ đầu năm 2009, VinaPhone đã cho ra mắt hàng loạt dịch vụ giá trị gia tăng mới, hấp dẫn như: Say2send, 2friend Online, VinaSearch...

Với mạng di động Viettel, sau nhiều năm "dẫn dắt thị trường" nhờ ưu thế giá rẻ thì giờ đây, Viettel đang ở vào tình thế khó là mạng di động đắt nhất trong 3 mạng lớn. Luẩn quẩn với "chiêu bài hạ giá", hay tìm một hướng đột phá để thay đổi định vị thương hiệu đang là một dấu hỏi cho cả nhà mạng này lẫn người tiêu dùng.

chiến định vị thương hiệu trong tâm trí người tiêu dùng.

Theo phân tích của các chuyên gia viễn thông, thị trường viễn thông Việt Nam đang hình thành thế "chân vạc" giữa 3 nhà khai thác theo công nghệ GSM là VinaPhone, MobiFone và Viettel. Mỗi nhà mạng sở hữu cho riêng mình một hương hiệu. Nếu MobiFone là "Mạng di động chăm sóc khách hàng tốt nhất"; "Mạng di động xuất sắc nhất"; VinaPhone trước đây là "Mạng di động có vùng phủ sóng rộng nhất", thì Viettel sở hữu danh hiệu là "Mạng di động có giá cước rẻ nhất"...

Tuy vậy, sau đợt giảm cước vừa qua, lần đầu tiên trong lịch sử ngành viễn thông Việt Nam, giá cước của 2 mạng di động VinaPhone và MobiFone đã thấp hơn cả giá cước của Viettel. Vậy là, tài sản lớn nhất về thương hiệu của Viettel cũng đã bị 2 mạng di động "thuộc VNPT" giành mất. Câu chuyện định vị thương hiệu trong tâm trí người dùng chắc chưa phải đến hồi kết, tuy nhiên, sau đợt giảm cước, hàng triệu khách hàng của mạng di động VinaPhone và MobiFone vẫn là những người được lợi hơn cả.

Đồng nghiệp tôi, sau một hồi so sánh đã rút ra kết luận rằng, trong số các lĩnh vực tiêu dùng, khách hàng trong ngành viễn thông là "sướng" nhất bởi gần như, họ đứng ngoài quy luật tăng-giảm của thị trường. Nếu như các lĩnh

vực hàng hóa khác, giá cả thường xuyên biến động, lúc tăng, lúc giảm. Tuy nhiên, theo dõi biến động giá cước viễn thông, trước nay, thị trường viễn thông di động Việt Nam chỉ có xác lập duy nhất một xu hướng, đấy là xu hướng giảm. Giảm giá để cạnh tranh giữa các nhà mạng, đồng thời, giảm giá cũng để kích thích người tiêu dùng sử dụng sản phẩm, dịch vụ. Đấy cũng được xem là hành động để chia sẻ gánh nặng với khách hàng thời khủng hoảng.

SAU GIẢM CƯỚC, CẠNH TRANH BẰNG GÌ?

Theo ước tính, Việt Nam còn khoảng hơn 30 triệu người dân chưa sử dụng điện thoại di động. Đấy chính là đối tượng mà các nhà mạng viễn thông nhắm tới. Tuy nhiên, số lượng khách hàng tiềm năng này chủ yếu là người dân ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa, những người lao động nghèo chưa có điều kiện tiếp cận với công nghệ.

Dưới góc độ thương hiệu, chắc chắn mỗi nhà mạng sẽ chọn cho mình một con đường đi riêng để định vị thương hiệu trong tâm trí người dùng, dựa trên những thế mạnh đã có. Năm 2008, MobiFone để lại ấn tượng tốt trong tâm trí người tiêu dùng với nhiều chính sách chăm sóc khách hàng tận tình, chu đáo



Giảm giá, có vẻ như các nhà mạng đang mài mê với chiến lược thu hút, lôi kéo thêm khách hàng mới, nhưng lại "bỏ quên" mất việc khai thác tiềm năng từ lớp khách hàng mình đang có. Thực tế, trước một "rừng" gói cước cạnh tranh như hiện nay, khách hàng có thể chuyển từ mạng này sang mạng khác một cách rất dễ dàng nếu chất lượng dịch vụ không tốt, chính sách chăm sóc khách hàng chưa chu đáo. Thị trường sẽ trở nên đa chiều hơn và người sử dụng cũng đã đủ tinh táo để lựa chọn cho mình nhà mạng tốt nhất chứ không chỉ đơn thuần là chọn nhà mạng có giá cước rẻ nhất như trước nữa.

H.Nam

Cước di động viễn thông:

Ai rẻ nhất



IM HỜI LẶNG TIẾNG MỘT THỜI GIAN, ĐẦU THÁNG 6 VỪA RỒI, "PHÁT SÙNG" MỜ MÀN CỦA VIETTEL ĐÃ KHIẾN THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ THÔNG TIN DI ĐỘNG BƯỚC VÀO MỘT CUỘC ĐUA GIẢM CƯỚC MỚI, ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ LÀ KỶ LỤC TỬ TRƯỚC TỚI NAY.

RẺ NHƯ THẾ NÀO?

Đúng ngày 1/6/2009, Viettel đã họp báo công bố áp dụng giá cước dịch vụ di động mới, giảm đến 30% so với mức giá hiện tại. Theo đó, giá cước thuê bao tháng của các gói trả sau giảm xuống còn 50.000 đồng/tháng (trước đây là 59.000 đồng/tháng); cước gọi nội mạng và ngoại mạng cũng giảm 100đ/mỗi phút gọi. Đối với các gói cước trả trước (Economy, Tomato, Ciao, Happy Zone; Daily, Cha và Con...) cũng được điều chỉnh giảm từ 10-30% cho mỗi hạng mục cước gọi. Theo đại diện của Viettel, đây là đợt giảm cước lớn nhất từ trước đến nay của Viettel với mức giảm bình quân của mạng này là 15% so với mức giá cước cũ.

Thế nhưng, khác với trước, Viettel vốn luôn "được tiếng" là mạng di động mạnh tay giảm cước, lần này, chỉ trong một thời gian ngắn, danh hiệu mạng có giá cước thấp nhất đã liên tục bị soán ngôi. Chỉ hai ngày sau khi Viettel công bố giảm cước, hôm 3/6, MobiFone cũng đã chính thức công bố bảng cước áp dụng mới với mức điều chỉnh giảm lên tới 30% cho khách hàng của mình. Và điều đặc biệt là, sau khi giảm cước, giá cước của MobiFone

thấp hơn của Viettel 10 đồng trên tất cả các hạng mục của các gói cước tương đương.

Cụ thể, mức giảm cước cao được tập trung vào các gói cước trả trước, hiện đang chiếm tỷ lệ lớn trong tổng số thuê bao, bao gồm MobiCard, Mobi4U, MobiQ và Mobi365. Mức giảm cước gọi nội mạng và liên mạng của gói Mobicard được giảm ở mức cao là 21% (tương ứng với nội mạng 1.750 đồng phút giảm xuống còn 1.380 đồng phút và liên mạng là 1.990 đồng/phút xuống còn 1.580 đồng/phút). Những gói cước vốn đã được xem là "siêu rẻ" như MobiQ và Mobi365 cũng được điều chỉnh giảm cước từ 10% đến 16% tùy từng hạng mục.

Mức cước của thuê bao trả sau MobiGold cũng được giảm: thuê bao tháng giảm từ 55.000 đồng /tháng xuống còn 49.000 đồng/tháng, với mức cước gọi liên mạng và nội mạng cũng được điều chỉnh ở mức cạnh tranh nhất. Đặc biệt, các gói cước M-Business dành cho các khách hàng doanh nghiệp với các nhóm thuê bao dưới 30 thuê bao (từ 5-29 thuê bao) và nhóm trên 30 thuê bao cũng được giảm đến 30%, nhằm giảm gánh nặng

chi tiêu cho các doanh nghiệp.

Không thể ngồi yên, dù muộn hơn vài ngày, mạng di động VinaPhone cũng đã kịp công bố một chương trình giảm cước mà theo họ, cũng là lớn nhất từ trước tới nay. Từ ngày 5/6/2009, các gói cước trả trước hiện đang chiếm tỷ lệ cao trong tổng số thuê bao của VinaPhone là VinaCard, Vina Daily, VinaXtra, Vina365 đều được giảm mạnh. Cụ thể, cước gọi nội mạng và liên mạng của gói VinaCard giảm tới 21% (giảm từ 1.750 đồng/phút xuống 1.380 đồng/phút với gọi nội mạng và từ 1.990 đồng/phút xuống 1.580 đồng/phút với gọi liên mạng). Gói cước bình dân Vina365 cũng được giảm tới 16% cước gọi, cước thuê bao của gói cước tiết kiệm Talk24 giảm 20%.

Giá cước thuê bao tháng của dịch vụ trả sau cũng giảm từ 55.000 đồng xuống còn 49.000 đồng. Đây là mức cước thuê bao thấp nhất đối với dịch vụ di động GSM. Đồng thời, cước cuộc gọi của các thuê bao trả sau cũng được giảm đến 10%. Đại diện của VinaPhone đã tuyên bố, họ là mạng di động có mức cước cơ bản thấp nhất trên thị trường.

Như vậy, chỉ trong vòng chưa đầy



một tuần, động thái giảm cước của ba "đại gia" di động lớn nhất Việt Nam đã tạo nên một mặt bằng giá cước di động mới với mức giảm kỷ lục trung bình 21%.

AI RẺ NHẤT?

Mặc dù vậy, ông Hồ Hồng Sơn, Giám đốc Điều hành Trung tâm điện thoại di động CDMA S-Telecom lại khẳng định, S-Fone mới là mạng có giá cước rẻ nhất thị trường hiện nay. Theo đại diện của S-Fone, tại thời điểm ra đời gói cước eCo999 (19/3/2009), thì mức cước gọi ngoại mạng chỉ có 999 đồng/phút thấp hơn từ 8% đến 48% so với các gói cước khác của chính S-Fone cũng như của các nhà cung cấp dịch vụ khác. Mức phí thuê bao ngày của eCo999 chỉ có 999 đồng, cũng rất cạnh tranh (chưa đến 30.000 đồng/tháng) so với tất cả các gói cước khác. Sau thông tin giảm cước của các nhà mạng GSM trong hai ngày 1 và 2/6, thì cước gọi ngoại mạng của eCo999 cũng vẫn kinh tế hơn. Cụ thể, gói Economy của Viettel có cước ngoại mạng 1.590 đồng một phút; thuê bao trả trước VinaCard, MobiCard của VinaPhone và MobiFone có cước ngoại mạng là 1.580 đồng mỗi phút. Đối với thuê bao trả sau, Viettel Telecom có cước thuê bao tháng là 50.000 đồng, cước ngoại mạng 1.090 đồng một phút; còn của MobiFone và

VinaPhone có cước thuê bao là 49.000 đồng một tháng; cước ngoại mạng là 1.080 đồng một phút.

Trước các chương trình giảm cước của "đối thủ", mạng di động Vietnamobile đã đáp trả bằng một chương trình giảm cước hàng loạt các dịch vụ công bố hôm 10/6 vừa qua. Đây là chương trình giảm giá cước đầu tiên sau hai tháng giới thiệu mạng di động mới tới người tiêu dùng Việt Nam. Với chương trình giảm giá lần này, đại diện của Vietnamobile cho biết, giá cước mạng của họ vẫn thấp hơn 6% so với mức cước trung bình của các mạng di động khác và tiếp tục được xem là nhà mạng mang lại giá trị kinh tế cao nhất cho người tiêu dùng.

HỆ LỤY?

Khi tiến hành giảm cước, đại diện của các mạng di động đều cho biết đây là việc làm đã nằm trong kế hoạch phát triển, kinh doanh mạng từ trước của họ. Còn giới chuyên gia viễn thông thì nhận định, đợt giảm cước kỷ lục này nhằm hút nốt lượng thuê bao lớn còn lại của thị trường trước thời điểm diễn ra sự bão hoà thực sự. Tuy vậy, các dịch vụ của S-Fone, Vietnamobile vẫn chưa được người tiêu dùng lựa chọn, bởi so với 3 đại gia GSM là VinaPhone, MobiFone và Viettel, các nhà cung cấp dịch vụ mới,

nhỏ... vẫn được xem là ở "chiều dưới" trên thị trường.

Ít lâu sau khi các khách hàng của mạng VinaPhone, MobiFone và Viettel được hưởng mức cước mới, đại diện của S-Fone đã có động thái phản ứng cho rằng, trong bối cảnh nền kinh tế đang có nhiều khó khăn, việc điều chỉnh giá cước hợp lý hơn cho người dùng là một xu hướng chung của thị trường. Tuy nhiên, trong trường hợp các doanh nghiệp viễn thông chiếm thị phần khổng lồ ạt đưa ra chính sách giảm cước mang tính đột biến (giảm từ 10% đến 30%) thì lại mang sắc thái của một cuộc đua giảm giá cước. Điều này là không cân sức với các doanh nghiệp có thị phần không khổng lồ và đặc biệt là các doanh nghiệp chưa chính thức tham gia thị trường.

Để không ảnh hưởng tiêu cực đến các doanh nghiệp và sự phát triển lành mạnh của thị trường, các cơ quan quản lý Nhà nước cần phải chặt chẽ và thận trọng trong việc quản lý chính sách giá cước viễn thông trong thời điểm khó khăn này để đảm bảo sự phát triển của thị trường trên cơ sở hài hoà lợi ích của xã hội - Nhà nước - người dùng và doanh nghiệp.

Nguyễn Phan Thủy Nguyễn



Cước rẻ = chất lượng phải tốt

Cho dù Bộ Thông tin- Truyền thông (TT-TT) cho phép VinaPhone và Mobifone có mức giảm cước như nhau, nhưng nếu so sánh một cách kỹ lưỡng thì mức cước của VinaPhone có phần lợi thế hơn.

Thực tế, VinaPhone đã có chương trình giảm cước mạnh cho gói cước gọi nhóm tiết kiệm nhất là Talk 24. Với gói cước này, các thuê bao của VinaPhone đang hoạt động được quyền đăng ký 3 hoặc 5 số thuê bao thân thiết khác (có thể là số thuê bao của VinaPhone; số thuê bao cố định, GPhone, CityPhone của VNPT) để tạo thành nhóm.

VinaPhone đã đưa ra hai gói cước Talk 24 gồm gói cước 1 (Talk24-S) và gói cước 2 (Talk24-E). Sau khi đăng ký thành công, các thuê bao này sẽ được sử dụng gói cước Talk 24 có hệ thống tính cước thông minh với mức giảm cước 30% ngay từ phút gọi đầu tiên, từ phút thứ 2 đến phút thứ 15 giảm tới 90% giá cước so với mức cước thông thường và từ phút thứ 16 trở đi lại tiếp tục được giảm tới 30% cho chủ nhóm. Nếu khách hàng đăng ký gói Myzone 990đ/phút sau đó đăng ký Talk24 giảm tiếp 30% sẽ chỉ còn khoảng 700đ/phút, nếu gọi từ phút thứ 2 đến phút thứ 15 giảm 70% cho mỗi phút thì sẽ còn là 297đồng/phút. Sau đợt giảm cước này, thì Talk 24 đang là gói cước rẻ nhất trên thị trường hiện nay.

Chưa dừng lại ở đó, thuê bao của VinaPhone còn có lợi thế là được hưởng mức cước ưu đãi khi gọi vào thuê bao cố định của VNPT trên toàn quốc là 1.000 đồng/phút. Như vậy, nếu xếp hạng thứ tự các mạng di động, thì VinaPhone đang có mức cước rẻ nhất.

CƯỚC RẺ = CHẤT LƯỢNG PHẢI TỐT

Nếu như trước đây, việc giảm cước sẽ tác động rất lớn đối với khách hàng thì, giờ đây yếu tố này không còn nhiều hấp dẫn nữa. Thực tế, thị trường di động Việt Nam đang dần chuyển sang xu hướng "ăn ngon, mặc đẹp", lựa chọn nhà cung cấp có chất lượng tốt nhất. Nắm bắt xu hướng này, các mạng di động không chỉ chạy đua về cước, mà còn nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng. Vì vậy, các con số công bố công

khai kết quả đo kiểm chất lượng dịch vụ của các mạng di động hàng năm của Bộ TT-TT đã được giới tiêu dùng chờ đón để xem như là kênh thông tin quan trọng cho họ quyết định lựa chọn mạng di động nào tốt nhất cho mình.

Vừa qua, kết quả đo kiểm chất lượng mạng VinaPhone tại Đà Nẵng vừa được Cục Quản lý Chất lượng CNTT-TT đã công bố cho thấy, chất lượng của mạng di động này cao nhất từ trước đến nay. Cụ thể, chỉ tiêu chất lượng thoại (nghe, gọi rõ ràng) của

VinaPhone đạt đến 3,52 điểm (tiêu chuẩn ngành trung bình ≥ 3 điểm), trong khi Viettel chỉ đạt có 3,47.

Lãnh đạo của Cục Quản lý Chất lượng CNTT – TT cho biết, nếu mạng di động nào đạt chỉ tiêu chất lượng thoại là 3,5 điểm có nghĩa là tương đương với chất lượng thoại của mạng cố định. Trước đó, việc chất lượng các mạng di động đạt tới ngưỡng này vẫn được cho là "không tưởng".

Không dừng lại ở đó, chỉ

tiêu quan trọng không kém là tỷ lệ cuộc gọi thiết lập thành công của của VinaPhone cũng đạt tới con số kỷ lục tới 99,63%, trong khi đó Viettel mới đạt 99,08%. Trong khi mức khuyến cáo của Liên minh Viễn thông Quốc tế (ITU) cho phép là 98%.

Như vậy, VinaPhone rõ ràng đã "qua mặt" Viettel để trở thành mạng di động có mức cước rẻ nhất hiện nay.

Từ cuộc chạy đua giữa các mạng di động cho thấy, VinaPhone đang có những bước phát mạnh mẽ từ việc giành được kết quả là mạng di động có giá cước hấp dẫn nhất đến chất lượng mạng lưới tốt nhất từ trước đến nay. Chắc chắn những kết quả này sẽ làm điểm tựa tốt để VinaPhone đẩy mạnh các hoạt động kinh doanh và thu hút thêm các thuê bao mới.

V.D

Thông tin Giá cước

GÓI CƯỚC MỚI: ĐIỆN THOẠI CỐ ĐỊNH KHÔNG CƯỚC THUÊ BAO

Từ ngày 1/7/2009, VNPT Hà Nội sẽ cung cấp gói cước tích hợp 03 dịch vụ (Điện thoại cố định + VinaPhone trả sau + MegaVNN) trên toàn địa bàn Thành phố Hà Nội.

Khách hàng là chủ của đồng thời 03 thuê bao (01 thuê bao ĐTCD + 01 thuê bao VinaPhone trả sau + 01 thuê bao MegaVNN) tham gia gói cước tích hợp 03 dịch vụ để được miễn 100% cước thuê bao của dịch vụ ĐTCD trong gói tương đương 20.000đ/tháng (chưa bao gồm thuế VAT);

Đối tượng tham gia là tất cả các khách hàng không phân biệt tư nhân hay doanh nghiệp (ngoại trừ các thuê bao trong gói là các máy nghiệp vụ/công vụ, máy điều hành SXKD của các đơn vị trong và ngoài VNPT Hà Nội).

Để được tham gia gói cước, khách hàng phải đăng ký việc ghép chung hóa đơn thanh toán cho 03 dịch vụ trong gói. Cước phát sinh tối thiểu đối với thuê bao ĐTCD trong gói miễn cước sau 03 tháng kể từ tháng đăng ký phải

đạt mức tối thiểu là 10.000 đ/tháng (không bao gồm cước thuê bao và chưa gồm thuế VAT).

Để có thêm thông tin chi tiết khách hàng có thể quay số điện thoại 116, 700, 1080.

ĐIỀU CHỈNH GIÁ CƯỚC DỊCH VỤ 8011 5555 VÀ 8011 5678

Dịch vụ thông tin tuyến sinh của tổng đài 1080 Hà Nội thực hiện trên hai hộp thư 8011 5555 và 8011 5678 đã triển khai được gần 10 năm. Hộp thư thông tin tuyến sinh 8011 5678 chuyên cung cấp thông tin tuyển sinh cho học sinh phổ thông trung học như điểm thi vào lớp 10, điểm thi tốt nghiệp trung học phổ thông ... Hộp thư 8011 5555: Tra cứu điểm thi Đại học- Cao đẳng cung cấp điểm thi Đại học cao đẳng trên cả nước.

VNPT Hà Nội đã chính thức điều chỉnh giá cước dịch vụ thông tin tuyến



sinh 8011 5555 và 8011 5678 lên mức 1818 đồng/phút (chưa có VAT) đối với các cuộc gọi từ thuê bao điện thoại cố định, CityPhone, GPhone. Giá cước cho các cuộc gọi liên tỉnh, liên mạng vẫn giữ nguyên.

GÓI CƯỚC MELY 240 HẤP DẪN

Với nỗ lực mang đến ưu đãi tốt nhất cho các khách hàng sử dụng dịch vụ trả trước E-Mobile, Công ty Thông tin Viễn thông Điện lực - EVNTelecom đã ban hành gói cước mới Mely 240 với những ưu đãi thực sự hấp dẫn. Phí thuê bao ngày chỉ còn 500đồng, miễn phí gọi nội mạng tới 240phút/ngày và giảm 40% cước gọi ngoại mạng từ 11h đến 13h và từ 23h đến 1h sáng hôm sau. Cùng với nhiều ưu đãi hơn nữa cho các khách hàng sử dụng dịch vụ trả trước E-Mobile... các khách hàng sẽ thỏa sức gọi điện mà không lo về thời gian và cước phí.



Giảm cước chỉ nên là giải pháp ngắn hạn

ÔNG LÊ NGỌC MINH GIÁM ĐỐC CÔNG TY VMS- MOBIFONE

Với chiến lược lấy khách hàng làm trọng tâm, MobiFone luôn phải đảm bảo tăng trưởng thuê bao, đi kèm với việc đảm bảo duy trì chất lượng dịch vụ. Sau một thời gian dài chuẩn bị mạng lưới, hiện tại MobiFone đã sẵn sàng giảm giá cước mạnh mẽ nhằm đảm bảo lợi ích của 35 triệu khách hàng hiện có, vừa sẵn sàng đón nhận những khách hàng mới.

Chương trình giảm cước này của MobiFone giúp cho bằng giá cước trở nên "rất cạnh tranh" trên thị trường di động. Khi mức cước như nhau, sức mạnh cạnh tranh sẽ nằm ở chất lượng



dịch vụ và chăm sóc khách hàng.

MobiFone là mạng di động đi tiên phong trong việc cung cấp dịch vụ chất lượng cao với đa dạng dịch vụ giá trị gia tăng. MobiFone hiện tại đang

có 35 triệu thuê bao và là mạng di động nhiều năm liền đạt được danh hiệu Mạng di động có chất lượng dịch vụ tốt nhất.

Việc công bố giảm cước là một phần trong kế hoạch kinh doanh đã được MobiFone chuẩn bị từ tháng 4/2009 khi đưa 3780 trạm phát sóng mới vào khai thác. Kỳ vọng với chương trình giảm cước lớn nhất này, MobiFone sẽ có thêm được 5 triệu khách hàng từ nay đến cuối năm, đưa tổng số thuê bao trên mạng đạt 40 triệu thuê bao vào cuối năm 2009.

ÔNG HỒ ĐỨC THẮNG PHÓ GIÁM ĐỐC CÔNG TY VINAPHONE

Chương trình giảm cước lần này là sự hiện thực hóa cam kết phát triển kinh doanh vì khách hàng của VinaPhone nói riêng và của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) nói chung. Chúng tôi luôn nỗ lực để mang đến cho người sử dụng những dịch vụ tốt nhất với chi phí thấp nhất. Đặc biệt, đợt giảm cước lần này diễn ra vào thời điểm nền kinh tế chung đang gặp khó khăn, đây là một cách đóng góp của VinaPhone vào việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội trên toàn quốc.

Trước khi giảm cước, VinaPhone đã có một số mức cước thấp hơn các

mạng khác (cước gọi nội mạng, gọi Đồng nghiệp, gọi Talk24...), nên mặc dù không phải là mạng có tỷ lệ % giảm cước cao nhất nhưng các mức cước cơ bản của VinaPhone (sau khi giảm cước) có thể được coi là thấp nhất.

Sau rất nhiều chương trình khuyến mại hấp dẫn và việc cho ra đời nhiều tiện ích hiện đại, chương trình giảm cước lần này minh chứng VinaPhone luôn là mạng đi đầu trong việc mang lại những giá trị thiết thực cho khách



hàng, là mạng di động gắn gũi và gần bó với khách hàng trên mọi miền đất nước.

ANH NGUYỄN QUỲ ĐOÀN
PHÓNG VIÊN BÁO ĐIỆN TỬ DÂN TRÍ



Các nhà mạng chạy đua giảm cước dẫn đến việc hình thành một mặt bằng cước mới thấp hơn và tất nhiên, khách hàng sẽ là người được hưởng lợi. Tuy nhiên, với những người dùng lâu năm, gắn bó, thì giá cước thấp chưa hẳn quan trọng bằng chất lượng mạng ổn định.

Trong các chiến lược cạnh tranh giữa các nhà mạng, tôi cho rằng, cạnh tranh về 3G nên là hướng đi cần quan tâm, đầu tư. Theo xu hướng phát triển công nghệ của thế giới, 3G hứa hẹn sẽ

là một "mảnh đất màu mỡ" cho các nhà mạng ở Việt Nam khai phá. Cũng đã đến thời điểm, người dùng Việt Nam mong muốn được hưởng những dịch vụ tiện ích, khác biệt cho công việc và cuộc sống. Thay vì loay hoay với chiêu bài giảm cước, các nhà mạng nên có định hướng phát triển đi vào chiều sâu, tập trung nâng cấp mạng lưới, làm tốt công tác chăm sóc khách hàng, đa dạng hóa các dịch vụ giá trị gia tăng, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

ÔNG NGUYỄN VĂN HIỆP
PHỤ TRÁCH TRUYỀN THÔNG CỦA NHẬT CƯỜNG - MOBILE

"Hiệu ứng chương trình giảm giá cước của hầu hết các nhà mạng khá tích cực với tâm lý khách hàng là người sử dụng dịch vụ. Rõ ràng, giá cước gọi di động thấp sẽ kích thích người dùng sử dụng nhiều hơn. Trong thời buổi này, nếu tiết kiệm được chút nào thì có lợi cho khách hàng chút đó. Có thể nói, đợt giảm giá này cũng như một biện pháp "kích cầu" người tiêu dùng cũng như giúp cho các đơn vị bán lẻ thiết bị

đầu cuối như Nhật Cường có thêm cơ hội để cung cấp sản phẩm tới tay người tiêu dùng. Lượng khách hàng tới mua máy điện thoại cũng tăng nhanh. Hưởng ứng đợt giảm giá cước, hiện Nhật Cường cũng đang có chương trình tặng SIM cho khách hàng mua điện thoại tại Nhật Cường".



CHỊ HÀ THÚY HẠNH
NHÂN VIÊN KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU, TP. VŨNG TÀU



Rõ ràng, những người sử dụng là có lợi nhất từ các cuộc đua giảm giá cước, siêu khuyến mại, siêu tặng quà... Có vẻ như bất cứ động thái cạnh tranh nào của các nhà cung cấp dịch vụ di động đều hướng tới khách hàng. Đây là điểm "đáng yêu" nhất của các đại gia này. Người tiêu dùng cứ ủng hộ giảm giá cước, tiết kiệm được nhiều hơn, nói chuyện được nhiều hơn..

Tuy nhiên, "ăn một cái bánh ngon giá 5 đồng còn hơn bánh một đồng mà bị mốc". Các nhà mạng nên tập

trung hơn nữa vào nâng cấp chất lượng dịch vụ, chăm sóc khách hàng và phát triển nhiều dịch vụ gia tăng tiện ích hơn nữa.

Khách hàng sẽ ngày càng khó tính hơn, và không đơn giản chỉ mỗi giá cước thấp là có thể thu hút và giữ chân họ.



“Lap” SINH VIÊN

THỊ TRƯỜNG LAPTOP DÀNH CHO ĐỐI TƯỢNG SINH VIÊN NGÀY CÀNG ĐA DẠNG, GIÁ CẢ VỪA PHẢI. LAPTOP ĐÃ ĐEM LẠI NHIỀU TIỆN ÍCH VÀ LÀ PHƯƠNG TIỆN GIẢI TRÍ HẤP DẪN VỚI NHỮNG CỬ NHÂN TƯƠNG LAI. VÀ QUANH NHỮNG CHIẾC LAPTOP “SINH VIÊN” NÀY CŨNG CÓ KHẢ NHIỀU ĐIỀU THÚ VỊ...

“THẾ GIỚI TRONG TẦM TAY”!

Thư viện Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn - ĐHKHXH&NV (Hà Nội) rất đông sinh viên ôn thi cuối kỳ, ước chừng có đến 30% sinh viên sử dụng laptop. Một bạn nữ khá xinh xắn đang “dán” cặp kính cận vào chiếc Dell màu đỏ. Đó là Nguyễn Thị Thanh Phương, Lớp Văn CLC K52, Khoa Văn học, đang khai thác tài liệu môn Mỹ học. Thanh Phương tâm sự: *“Em “kết” laptop từ lâu rồi nhưng mới tậu được bốn tháng trước. Mỗi ngày, em sử dụng “lap” khoảng 4 tiếng, dịp thi thì 6-7 tiếng, quá nhiều tiện ích anh ạ, vừa phục vụ học tập vừa để giải trí, lại được mang lên Thư viện trường dùng Wi-Fi “free”, hi hi...”*

Trường ĐHKHXH&NV mới chuyển sang mô hình đào tạo tin chỉ, vì vậy, nhu cầu trao đổi thông tin cần nhanh và hiệu quả, nên ngày càng có nhiều sinh viên sử dụng laptop. Trong khi đó, ở các trường đại học khối kinh tế, kỹ thuật, khoa học công nghệ thì số lượng sinh viên sử dụng laptop còn nhiều hơn. Họ khai thác triệt để tính năng của “lap”, đặc biệt là truy cập Wi-Fi để khai thác mạng. Trần Kiên, sinh viên năm

thứ ba Đại học Kinh tế Quốc dân đã dùng chiếc Acer Aspire 4710 được hơn 2 năm, Kiên dùng “lap” để tìm tài liệu trên các trang web, học tiếng Anh online với thẻ học tiếng Anh của Smartcom, chơi game, chat với chị gái ở nước ngoài. Còn Kiều Anh, sinh viên Đại học Ngoại thương thì mua “lap” một năm trước, với mục đích khi đó để học tiếng Anh và tiếng Nhật, nhưng giờ thì bạn ấy dùng “lap” để xem phim, nghe nhạc, download tài liệu học tập các môn, như Kinh tế vi mô, vĩ mô và xem lại powerpoint thầy cô gửi. Kiều Anh cho biết, dùng “lap”

thì “cơ động”, đi đâu cũng mang theo được, vào quán cafe Wi-Fi uống cafe và lên mạng thoải mái, khi có việc cần gấp có thể xử lý được ngay. Laptop giờ gắn bó với nhiều sinh viên như “hình với bóng”, thậm chí túi đựng laptop còn thay thế cho chiếc cặp đến trường nặng trĩu trước kia, bởi “tất cả đã





ở trong cái laptop này rồi!"- bạn Lành Văn Hưng, sinh viên dân tộc Tây, Đại học Lao động Xã hội vỗ vỗ vào túi đựng laptop và cười... Theo Hưng, "lap" có lợi thế là tiện khi có bài thuyết trình ở lớp, để trao đổi thông tin với bạn bè qua Yahoo!, sử dụng được các phần mềm Fox pro, Access...

Laptop "sinh viên" bây giờ rất đa dạng về chủng loại, mẫu mã và giá cả. Đa số sinh viên sử dụng các loại "lap" có giá từ 500-800 USD vì "phù hợp với túi tiền", và cấu hình cũng khá cao. Tuy vậy, nhiều sinh viên, nhất là các bạn học năm cuối đã cố "xoay sở" để tậu một chiếc "lap kha khá", tuy giá hơi cao. Công Minh, sinh viên năm thứ tư Đại học Kiến trúc vừa mua "lap" HP giá hơn 25 triệu đồng, vì Minh cho rằng như thế mới đủ cấu hình mạnh mẽ để khai thác hết tính năng của bộ vi xử lý Intel Core 2 Duo từ 2,4 hoặc 2x2,4 GHz trở lên, phục vụ cho việc học năm cuối và làm việc khi ra trường.

"NGƯỜI BẠN" ĐA TÍNH CÁCH...

Tiện lợi và hữu ích là vậy, song laptop cũng là một "người bạn" đa tính cách mà sinh viên phải sử dụng hợp lý và chịu khó "chiều" nó, bởi "lap" rất dễ "sổ mũi, hắt hơi". Trần Kiên giải bày: *minh tham gia nhiều hoạt động Đoàn ở trường, nên suốt ngày xách "quả lap" 3,2 kg theo cũng linh kinh, đêm về đau ê ẩm vai. Khi mình đi xe buýt, hoặc treo trên xe máy thì "nâng như nâng trứng", gặp đường xóc, máy dễ bị va đập, còn không may mà bị rơi xuống đường thì dễ "tiêu" lắm! Ngoài ra, khi thời tiết hay thay đổi, như gặp mưa bất chợt thì phải che chắn kỹ, thà mình bị ướt, chứ "lap" thì không thể...*

Hầu hết các bạn sinh viên đều cho rằng sử dụng laptop rất nhiều tiện lợi, nhưng có hạn chế là tốc độ chậm hơn máy bàn, thời gian dùng pin ngắn, nên đôi khi làm việc liên tục cũng khá bất cập. Nhiều bạn tham rờ, mua các "lap" cũ không rõ nguồn gốc, nên tốc độ càng chậm, pin quá yếu và phát sinh nhiều sự cố bất thường. Ngoài ra, có laptop, khi vào Wi-Fi tốc độ rất chậm,

nên các bạn vẫn phải ra quán Internet để tra cứu

mạng. Tình trạng sử dụng các nguồn điện không ổn định ở các giảng đường, thư viện cũng gây ảnh hưởng không tốt cho "lap".

NHỮNG CHUYỆN THỦ VỊ

Bây giờ, khi đến các trường đại học chúng ta có thể thấy ở bất kỳ đâu, giảng đường, thư viện, ghế đá, hay bên gốc cây mát, có các sinh viên đang lặng lẽ dùng "lap", đôi khi là một nhóm bạn cùng làm việc, hoặc một đôi nào đó đang chụm đầu rất tình tứ. Tuy vậy, cũng có một số bạn không bao giờ mang "lap" đến lớp, bởi sợ mọi người sử dụng... chừa, các bạn ấy chỉ mang lên thư viện thôi. Nhiều bạn sinh viên kể với chúng tôi rằng do sợ chuyển quá nhiều nhà trọ, nên dù thiếu tiền vẫn phải cố để mua laptop, khi cần xách theo luôn, với lại khi về quê có máy mang theo dùng, lại "oai" nữa chứ!

Rất nhiều bạn nữ coi laptop cũng như điện thoại là "đế yêu", các bạn bảo quản chăm chút rất kỹ, còn dán giấy bóng và các hình rất đẹp nữa. Các bạn ấy sắm loại "lap" nào còn phải phù hợp với tính cách của mình, như bạn Hằng, sinh viên khoa Hóa, Đại học Sư phạm 1 Hà Nội thì sử dụng chiếc "lap" mini màu xanh thẫm, vì Hằng chỉ dùng để tập soạn giáo án và gửi email cho người yêu. Sinh viên gọi tắt những máy tính xách tay là laptop, đôi khi ngắn gọn hơn là "lap" một cách triu mến. Quả thực laptop đã ngày càng chứng minh là người bạn không thể thiếu, tiện ích và hấp dẫn của sinh viên. Ngày càng có nhiều bạn sinh viên sắm cho mình những "đế yêu" kiểu mới này...

Công Luật-Tuyển Phương



Xu hướng máy tính mới → **NGÀY CÀNG**
NHỎ GỌN

NẾU BẠN ĐANG SỞ HỮU MỘT CHIẾC MÁY TÍNH, CHO DÙ ĐỂ BÀN, HAY XÁCH TAY VÀ CÓ QUAN TÂM CHÚT ÍT ĐẾN CÔNG NGHỆ, THÌ VIỆC NHẬN RA XU THẾ NGÀY CÀNG NHỎ, MỎNG, NHẸ CỦA CÁC DÒNG MÁY TÍNH LÀ ĐIỀU KHÔNG KHÓ. CÁC NHÀ SẢN XUẤT CŨNG RẤT QUAN TÂM VÀ NGÀY CÀNG TIẾN XA HƠN TRONG VIỆC ĐƯA RA NHỮNG SẢN PHẨM GỌN GÀNG. THỰC TẾ LÀ CŨNG CÓ NHIỀU ƯU ĐIỂM RÕ NÉT, ĐIỂN HÌNH LÀ DÒNG SẢN PHẨM MÁY TÍNH TẤT CẢ TRONG MỘT (ALL-IN-ONE PC).



GỌN GÀNG

Dĩ nhiên, ưu thế đầu tiên của các dòng máy All-in-One đó chính là nhỏ gọn. Hãy thử tưởng tượng một ngày đẹp trời và bạn muốn mang cỗ máy của mình từ phòng ngủ ra ban công để sử dụng. Máy bàn thông thường, hàng đồng dây nhợ cùng màn hình, thùng máy... sẽ nhanh chóng làm bạn nản lòng. Trong khi đó, với một chiếc máy All-In-One như iMac chỉ gồm một khối duy nhất,

rất nhỏ nhẹ (chưa tới 12kg đối với loại 24") và dễ dàng trong việc di chuyển. Hơn thế nữa, các dòng máy All-in-One cũng chiếm rất ít diện tích.

THỜI TRANG

Việc tích hợp toàn bộ các linh kiện của máy tính vào một khối duy nhất sẽ tạo điều kiện cho các nhà sản xuất thoải mái tung ra những mẫu máy mang tính thời trang cao. Chính vì thế, các dòng máy tính All-in-One thường có vẻ ngoài rất hấp dẫn và phù hợp với những môi trường cần tới yếu tố lịch sự, sang trọng như văn phòng cao cấp, nhà hàng, khách sạn, hay đơn thuần là phòng khách của gia đình bạn. Nếu đã một lần sử dụng Apple iMac, HP TouchSmart, hay Sony Vaio JS/LV..., bạn chắc chắn sẽ không còn muốn nhìn thấy



những cỗ máy công kênh trên bàn làm việc của mình nữa.

NHIỀU TÍNH NĂNG TIÊN TIẾN

Cùng với vẻ ngoài thời trang, máy tính All-in-One là sân chơi lý tưởng cho các nhà sản xuất thực thi công nghệ mới. Màn hình LCD LED, giao tiếp mạng Wi-Fi, ổ đĩa quang dạng khe, màn hình cảm ứng đa chạm diện rộng, bàn phím, chuột Bluetooth, cảm ứng ánh sáng môi trường... là những tính năng thường thấy trên máy tính All-in-One đã có trước đây. Trong khi đó, mãi tới tận bây giờ một vài trong số này mới manh mún xuất hiện trên các máy để bàn kiểu truyền thống. Bên cạnh đó, những "tiện ích" nhỏ khác như đầu đọc thẻ nhớ, webcam... hầu như đều được tích hợp sẵn ngay trên máy thay vì người dùng phải tự mua và lắp thêm. Sự có mặt của những công nghệ như vậy cùng với thiết kế gọn gàng thường đem lại cảm giác thoải mái hơn cho chủ nhân của chiếc máy tính All-in-One.

TIẾT KIỆM ĐIỆN HƠN

Do có ít thành phần, nên máy tính All-in-One thường tiết kiệm điện hơn các mẫu kiểu truyền thống cùng cấu hình. Nguyên nhân chính là do đã lược bỏ các loại dây dẫn, những thiết bị làm mát không cần thiết, sử dụng linh kiện loại tiết kiệm điện... Đáng chú ý, một số mẫu máy All-in-One sử dụng CPU Atom lõi kép, thậm chí có thể chỉ tiêu tốn 24-45W so với mức vài trăm W của máy để bàn thông thường. Chính vì vậy, nếu bạn mua máy cho công ty mình, hàng chục chiếc máy All-in-One sẽ giúp tiết kiệm điện tích và giảm tiền điện một khoản kha khá so với số lượng tương đương máy để bàn kiểu truyền thống.

Nếu ở cùng một mức giá tiền, máy tính All-in-One thường có cấu hình thấp hơn so với máy để bàn truyền thống. Tuy nhiên, chỉ cần bạn chi thêm chút ít, các dòng máy độc đáo này sẽ vẫn có sức mạnh không thua kém chút nào. Bạn vẫn có thể có được card màn hình mạnh Radeon HD, hay GeForce phục vụ cho nhu cầu game, thiết bị lưu trữ hàng Terrabytes, bộ nhớ RAM 4-8GB... nếu muốn. Do đó, nếu xét về giá thành, máy All-in-One có phần cao hơn so với máy truyền thống. Tuy vậy, bạn sẽ nhận lại được hàng loạt những ưu điểm mà quá trình sử dụng máy sẽ nhanh chóng xóa tan nỗi buồn về chiếc ví của bạn bị mỏng đi.

Nguyễn Thúc Hoàng Linh



**LAPTOP NHIỀU TÍNH NĂNG,
THIẾT KẾ SÀNH ĐIỀU VẠN
... SỢT**

Những chiếc laptop có các tính năng hấp dẫn, thiết kế sành điệu lại gây xôn xao cho thị trường Việt Nam. Asus giới thiệu với người tiêu dùng bộ sưu tập laptop K series Domino Collection, gồm hai dòng K40IJ và K40IN (589 USD và 609 USD, chưa VAT), đều có màn hình LCD 14 inch LED backlight giúp bảo vệ mắt, giảm tiêu thụ điện gần 50% so với màn hình LCD thường, tỷ lệ 16:9, thời gian pin có thể lên tới 6 giờ. Chiếc netbook "đỉnh đám" nhất mùa Hè 2009 - Eee PC 1008HA Seashell được Asus giới thiệu tại Triển lãm CeBIT hồi



TapChiTinHoc * INFO



tháng 3 vừa qua cũng đã chính thức có mặt tại Việt Nam vào ngày 17/6 với hai phiên bản màu đen và trắng, sắp tới là các phiên bản màu hồng, xanh và đỏ. Giá tham khảo của laptop "vỏ sò" này trên thị trường khoảng 519 USD, chưa bao gồm thuế VAT.

Trước đó 2 ngày, HP đã đưa ra dòng laptop doanh nhân mới Probook 4410s (giá 13,9 triệu đồng, chưa tính VAT) vừa đẹp về thiết kế, vừa mạnh về tính năng, cấu hình đáp ứng tối đa nhu cầu sử dụng, lại mang phong cách thời trang với màn hình LED backlid 14 inch, tỷ lệ 16:9, các thiết kế mạnh mẽ "vuông thành sắc cạnh", bàn phím phẳng và chìm tương tự máy MacBook.

Chiếc laptop Sony Vaio P sau nhiều thời gian gây sóng gió ở thị trường quốc tế, vào ngày 22/6 đã chính thức có mặt tại thị trường Việt Nam. Chiếc laptop có hình dáng nhỏ nhắn, nặng chỉ 620g này với nhiều màu sắc như đỏ lựu, đen Obsidian huyền bí, trắng pha lê có giá 17.990.000 đồng (đã bao gồm VAT). Khách hàng khi mua Vaio P chính hãng (model VGN-P23G) sẽ sở hữu ngay 1 túi đựng máy và 1 túi đựng adapter chính hiệu Sony cùng tông màu với máy. Ngoài ra, còn được thêm 1 bộ tai nghe Sony nhiều màu sắc.

ĐỂ CẢM ỨNG NGÀY Càng RẺ

Thị trường điện thoại ở các tỉnh phía Nam vẫn giữ vững được nhịp độ tương đối sôi động với sự ra mắt của nhiều model điện thoại mới được người tiêu dùng ưa chuộng. Còn ở thị trường phía Bắc thì doanh số giảm khá mạnh do đang là mùa thấp điểm, các chương trình khuyến mãi không nhiều nên ảnh hưởng khá lớn đến sức tiêu thụ hàng hoá.

Trong tháng 6, nổi bật nhất là model S5233 (Star) của hãng Samsung, là điện thoại cảm ứng giá rẻ chỉ khoảng 4 triệu đồng mà tính năng, thiết kế không hề thua kém với Omnia; và sự xuất hiện của máy tính di động Nokia N97 (giá 12,5 triệu đồng) với thiết kế dành cho người sử dụng Internet, sở hữu công nghệ cảm biến, chip xử lý tốc độ cao. Nokia N97 có bộ nhớ lưu trữ 8 GB, máy ảnh 5 MP, hỗ trợ các dịch vụ Ovi Share qua HSDPA, hoặc Wi-Fi.

Cạnh đó các thương hiệu nhỏ



Các model giảm giá của Sony Ericsson

| Model | Giá cũ | Giá hiện tại | Đã giảm |
|-------|------------|--------------|------------|
| G900 | 7.289.000đ | 4.699.000đ | 2.590.000đ |
| C902 | 6.980.000đ | 4.599.000đ | 2.381.000đ |
| W760 | 4.980.000đ | 3.990.000đ | 990.000đ |
| T700 | 4.390.000đ | 3.890.000đ | 500.000đ |
| W395 | 3.150.000đ | 2.890.000đ | 260.000đ |
| F305 | 3.090.000đ | 2.690.000đ | 400.000đ |
| W302 | 3.090.000đ | 2.690.000đ | 400.000đ |

như Cayan cho ra mắt các model C260i và C308 với lượng hàng bán ra khá ấn tượng, MobiStar của P&T thì trình diện các model F600 (1.879.000đ), F610 (1.789.000đ), B100 (689.000đ) cũng thu hút được sự chú ý của thị trường. Để kích thích tiêu dùng, Sony Ericsson đã quyết định giảm giá khá mạnh (từ 250.000đ đến 2.500.000đ) hàng loạt các model của hãng.

TV LED ĐANG "THÂM DÒ"?

Tình hình tiêu thụ TV LED vẫn ở giai đoạn "thăm dò" người tiêu dùng, chưa mua bán sôi động dù phản hồi về chất lượng của TV LED khá tốt, do nguyên nhân chính nằm ở mức giá khá đắt của TV LED khiến cho nhiều khách hàng dè dặt. Như Pico Plaza trong 1 tháng vừa qua chỉ tiêu thụ được khoảng 60 chiếc với mức giá 35-40 triệu đồng, chiếm tỷ lệ rất nhỏ so với tổng doanh số tivi bán ra của siêu thị. Siêu thị Điện máy Việt Long thì đưa ra chương trình "Tuần lễ Samsung - Tiết kiệm nhân đôi": khách hàng khi mua sản phẩm TV LED được hưởng

một số khuyến mãi, nhưng do mức giá hiện tại của TV LED chỉ phù hợp với những khách hàng có khả năng tài chính cao, nên số lượng bán ra cũng còn rất hạn chế. Trong tháng 7/2009, hãng Samsung sẽ tung ra mẫu TV LED B6000 32 inch, với mức giá hợp lý hơn (17,9 triệu đồng) để phù hợp hơn với số đông khách hàng.

Bên cạnh Samsung, hiện nay các đối thủ cạnh tranh khác cũng đang tiến hành sản xuất và bán TV LED. Dự kiến trong tháng 6/2009, Tivi LCD BRAVIA ZX1 ứng dụng công nghệ đèn LED của Sony sẽ trình làng tại Việt Nam, và tháng 8 tới, TV LED của LG cũng sẽ góp mặt vào thị trường dần "nóng" lên này.



Một số thông tin khuyến mãi cần lưu ý cho những người đang tìm mua TV LCD và TV LED: Kể từ ngày 15/6/2009 đến hết ngày 31/07/2009, khách hàng mua TV LCD, hoặc TV LED Samsung từ 40 inches trở lên tại bất cứ đại lý, hay siêu thị điện máy trên phạm vi toàn quốc sẽ được tặng ngay 1 khung hình kỹ thuật số Samsung trị giá 2,1 triệu đồng.

GIẢM GIÁ CƯỚC DI ĐỘNG

Từ 2005 đến nay, số lượng thuê bao di động tại Việt Nam đã phát triển một cách ngoạn mục. Trong đó, số lượng thuê bao phát triển hàng năm bằng với tổng số thuê bao của các năm trước. Thị trường Internet băng rộng đã tăng đến 2 triệu thuê bao cho thấy những tiềm năng viễn thông to lớn tại Việt Nam (Theo báo cáo của Hội

thảo "Kỷ nguyên hội tụ - thế giới kết nối 2009" ngày 9/6). Để tăng thêm thị phần của mình, các mạng di động đã cạnh tranh quyết liệt từ việc nâng cao dịch vụ đến giảm giá cước.

Viettel đã tuyên bố giảm cước với mức giảm trung bình 15% từ 1/6, MobiFone tung ra chương trình giảm cước "sốc" hơn với mức giảm lên đến 30% từ 3/6. VinaPhone triển khai Chương trình giảm cước lớn nhất từ trước đến nay, với mức giảm trung bình lên tới 21%,

bao gồm cước thuê bao tháng cho dịch vụ trả sau và cước trả trước gọi nội mạng, liên mạng... Sau lần giảm cước ngày 10/06, Vietnamobile cũng đã đưa ra chương trình khuyến mãi hấp dẫn: Từ 16/6 - 15/7/2009, các thuê bao của Vietnamobile nạp thẻ với mệnh giá từ 50.000 đồng trở lên sẽ được 600.000 đồng miễn phí gọi và nhắn tin nội mạng trong 6 tháng tiếp theo.



Hệ điều hành Windows Mobile đã trở nên phổ biến và quen thuộc với những người chơi công nghệ Việt Nam, từ những sản phẩm O2 trước đây và hiện nay là Samsung Omnia i900, HTC Touch Pro, HTC Touch 3G,... Nếu bạn đang sử dụng một chiếc MacBook, hoặc máy tính Mac, thì việc kết nối và thực hiện nhiều tác vụ sẽ trở nên thật đơn giản với phần mềm SyncMate. SyncMate được tích hợp rất nhiều chức năng cao cấp: Chia sẻ Internet từ Mac qua Windows Mobile, Đồng bộ Windows Mobile với iPhotos, iTunes, Xem thông tin trên điện thoại Windows Mobile, Đồng bộ với Google (Gmail),... (Hình 1)



Ở phiên bản "free", bạn đã có thể thực hiện hầu hết các chức năng cơ bản: Đồng bộ danh bạ, Calendar, với Google (Gmail); Làm ổ đĩa USB, Duyệt SMS, Chia sẻ Internet từ Mac qua Windows Mobile, Xem thông tin Điện thoại. Để có thể sử dụng bản đầy đủ, bạn phải "chi ra" 39,95 USD và nhấp vào Upgrade to Expert Edition. (Hình 2)



Sau khi tải về, bạn nhấp vào Eltima SyncMate để cài đặt.

Chương trình sẽ tự động đề nghị bạn khởi động lại máy để nhận những cài đặt mới. Khởi động lại máy và cắm cáp USB để kết nối điện thoại và máy tính. Tại Device Profile sẽ hiển thị tên thiết bị kết nối với máy tính. Biểu tượng Connect sẽ sáng lên báo hiệu 2 thiết bị đã kết nối với nhau thành công. (Hình 3)



Lúc này, SyncMate sẽ mời bạn cài đặt vào điện thoại 1 phần mềm. Bạn phải nhấp OK để chương trình tự động cài đặt 1 phần mềm. Sau đó, bạn nhấp Connect để kết nối. (Hình 4)



Biểu tượng chức năng

Moutdisk giúp bạn hiển thị điện thoại của mình như 1 ổ cứng trong máy tính Mac. Khi "nhìn" thấy điện thoại của mình rồi, bạn sẽ thấy giao diện phần này cũng khá giống với ActiveSync (Hình 5).



Phần Name sẽ là tên của thư mục, file. Phần Date Modified sẽ là thời gian (ngày) tạo, sửa đổi thư mục, file. Bạn có thể lựa chọn kiểu hiển thị cho phần dữ liệu trên điện thoại của mình: Tiles, Icons, Thumbnails, Details.

Tất cả các chức năng đồng bộ sẽ nằm hết bên trái của giao diện, trong phần Synchronization (Hình 6). Tại đây, bạn muốn đồng bộ danh bạ thì tích vào Contacts. Bạn chú ý là khi đồng bộ danh bạ thì nên bỏ, không chọn phần Synchronize only this group of Contact. Khi bỏ chọn như vậy thì SyncMate mới đồng bộ toàn bộ danh bạ chứ không phải chỉ một nhóm danh bạ. Bạn cũng có thể đồng bộ thông qua Google Contacts. Chức năng này rất tiện lợi cho những người năng động. Ở bất cứ đâu, người sử dụng cũng có thể tìm được những số liên lạc cần thiết.

Mục Folders giúp bạn đồng bộ các thư mục dữ liệu của mình.

Mục iCal giúp bạn đồng bộ phần Calendar. Bạn sẽ không bị lỡ những cuộc họp quan trọng, lỡ những chuyến bay đã đặt trước, những cuộc gặp mặt bạn bè,... Đặc biệt, chương trình hỗ trợ luôn chức năng đồng bộ với Google Calendar. Mục iPhotos và iTunes giúp người sử dụng đồng bộ hình ảnh. Tương tự như vậy với mục iTunes.

Các phần khác cũng khá quan trọng, đó là Call History, SMS Reader. Call History sẽ lưu lại toàn bộ lịch sử cuộc gọi của bạn trong một thời gian nhất định. Phần SMS

Reader giúp bạn đọc toàn bộ tin nhắn của mình mà không cần phải dùng tay nhấp vào màn hình điện thoại. Bạn cũng có thể sắp xếp lại tin nhắn, xóa tin,... (Hình 7)



Bạn để ý là trong phần Synchronization Direction, phải chọn là MacMobile Device. Sau đó, bạn nhấp Sync now để đồng bộ. (Hình 8)



Bất kỳ khi nào có kết nối Internet trên máy tính, chương trình

sẽ lập tức tự động mời chia sẻ kết nối với điện thoại. Khi kết nối Internet được chia sẻ thì hộp thoại Internet shared successfully sẽ hiện ra. (Hình 9)



Mục Preferences là nhiều tùy chọn đồng bộ khác, được chia ra thành 2 phần: General Preferences là các tùy chọn thông thường như là phông chữ, bảo mật, danh bạ, công việc; Mail & News Preferences là các tùy chọn về thư tín và tin tức. (Hình 10)



Bạn có thể tải về bản cài đặt miễn phí của SyncMate tại: <http://www.sync-mac.com/syncmate.html>

iSync

“Cầu nối” của MAC với “dế”

Khi sử dụng laptop MacBook mới mua, bạn khám phá ra rất nhiều đặc điểm khác biệt so với những hệ điều hành mình đã sử dụng. Đặc biệt là khả năng kết nối và đồng bộ giữa MacBook và điện thoại di động. Trên máy tính Mac, hoặc laptop MacBook, bạn chỉ cần sử dụng một chương trình có sẵn là iSync, với chương trình này, bạn có thể liên kết và đồng bộ danh bạ, lịch làm việc, ... với các loại điện thoại di động Nokia, Sony Ericsson.

Đối với các loại điện thoại thông thường, thì iSync sẽ nhận ra ngay. Nếu iSync không nhận ra điện thoại của bạn, thì bạn phải tải về Plugin tương ứng với model đó (ngay trên trang web của nhà sản xuất điện thoại).

Đối với điện thoại Sony Ericsson, bạn chỉ cần tải về một plugin cho tất cả các model:

<http://www.sonyericsson.com/cws/support/softwaredownloads/detailed/sonyericssonisync/g900?cc=gb&lc=en>

Đối với điện thoại Nokia, bạn tải tại: <http://europe.nokia.com/get-support-and-software/product-support/isync/compatibility-and-download>

(tại đây, bạn có thể tìm thấy ngay plugin dành cho cả các model mới như: E75, E75, E71, N96, 5800 XpressMusic, ...)



Chúng ta có thể kết nối Mac và điện thoại thông qua Bluetooth, hoặc USB. Bài viết này được thực hiện thử nghiệm với điện thoại Nokia N73, thông qua kết nối Bluetooth.

Bạn bật Bluetooth ở Mac và điện thoại lên. Trên N73, bạn vào thư mục Connect, chọn Bluetooth. Tại phần My phone's

visibility, bạn phải chắc chắn rằng "Shown to all" để Mac có thể "nhìn thấy" "dế" của bạn. (Hình 2,3)



Trên Mac, bạn vào System Preferences > Bluetooth > Devices rồi chọn Set Up New Device hoặc bạn cũng có thể vào mục Bluetooth ở thanh công cụ, rồi chọn Set up Bluetooth Device. (Hình 4)



Cửa sổ Bluetooth Setup Assistant sẽ hiện ra. Bạn nhấp vào Continue rồi tích chọn Mobile phone. (Hình 5)



Lúc này, thông tin Searching for your mobile phone sẽ thông báo việc tìm kiếm N73 của bạn. Khi Mac tìm ra, chương trình sẽ hiện tên điện thoại. Bạn chọn N73 rồi nhấp Continue. (Hình 6)



Passcode sẽ được đòi hỏi trên Nokia N73, bạn nhập một mã số trên Mac và sau đó trên N73 để 2 thiết bị nhận nhau. Điện thoại sẽ hỏi "Accept connection request from MyMac?". Bạn chọn Yes. (Hình 7,8)



Bạn có thể đặt quyền ưu tiên cho phép Mac luôn được kết nối với N73, mà không cần hỏi Passcode cho những lần sau. Trong phần Paired devices trên N73, bạn chọn Options. Bạn chọn Set as authorised là được. (Hình 9)



Cửa sổ tiếp theo trên Mac sẽ mời bạn chọn dịch vụ. Bạn chọn Set up iSync to transfer contacts and events để đồng bộ danh bạ và lịch hẹn, ... của mình. (Hình 10)



Cuối cùng, dòng thông báo chúc mừng kết nối thành công sẽ hiện ra!

THẠCH NGỌC

KẾT NỐI VÀ ĐỒNG BỘ

dữ liệu điện thoại Samsung với PC

Hãng Samsung luôn dẫn đầu về dòng điện thoại thời trang, với các sản phẩm luôn được người sử dụng trên thế giới đón nhận nồng nhiệt. Tuy nhiên, nhiều người dùng khi muốn đưa dữ liệu từ điện thoại vào máy tính và ngược lại gặp khá nhiều khó khăn. Có nhiều mục lựa chọn và các hình thức kết nối khác nhau giữa máy tính và điện thoại Samsung, chúng ta cùng khám phá với phần mềm Samsung PC Studio phổ biến và dễ sử dụng. Bạn có thể quản lý danh bạ, đồng bộ, quản lý dữ liệu, quản lý tin nhắn,... với phần mềm này.

Việc đầu tiên bạn cần làm là tải phần mềm này về và cài đặt trên máy tính của mình. Phiên bản Samsung PC Studio 3.2.1 được cung cấp miễn phí tại: <http://www.brothersoft.com/samsung-pc-studio-download-78015.html>

Với phần mềm này, khi bạn truy cập vào, chương trình sẽ hỏi ngay bạn lựa

Infrared Connection (Hình 1). Ví dụ, bạn chọn kết nối USB, hộp thoại kết nối này sẽ hiện ra và mời bạn kết nối với máy tính. Khi kết nối, máy tính sẽ nhận ra cáp USB này (nhờ driver đã cài sẵn) và biểu tượng kết nối thành công sẽ hiển thị trên thanh công cụ phía dưới màn hình máy tính.

Samsung PC Studio 3.2.1 có thể giúp bạn thực hiện nhiều chức năng như là quản lý danh bạ, đồng bộ, quản lý dữ liệu, quản lý tin nhắn,... (Hình 2)

Để quản lý danh bạ, bạn chọn biểu tượng Manage Contacts and more. Phần Phone Editor này sẽ giúp người sử dụng có thể truy tìm dữ liệu danh bạ; chỉnh



Hình 3

sửa, xóa, thêm bớt hoặc sao chép danh bạ vào máy tính để lưu trữ.

Đầu tiên là chức năng Phone Management (Hình 3). Trên màn hình Phonebook của Phone Editor, bạn có thể quản lý cả danh bạ trên điện thoại, hoặc trên máy tính (nếu đã có sẵn). Phần shortcut bên trái màn hình giúp bạn phân biệt khu vực danh bạ dành cho điện thoại và máy tính. Khu vực dành cho điện thoại lại chia ra 2 phần: danh bạ SIM và danh bạ máy. Các danh mục con (subfolder) của khu vực điện thoại và máy tính chính là các nhóm. Bạn có thể xem hoặc ẩn và hiển thị bằng lệnh View > Show Fields;

Tự do lựa chọn mục danh bạ, số liên lạc cụ thể. Bạn nhấp đúp vào một số liên lạc cụ thể và chọn Edit để chỉnh sửa. Sau đó, số liên lạc đó sẽ tự động được lưu lại và xuất hiện lại trên danh sách danh bạ.

Phần Transfer giúp bạn chuyển giao danh bạ giữa điện thoại và máy tính.



Chức năng này được thực hiện rất đơn giản thông qua lệnh Copy, Cut, Paste.

Một phần quan trọng trong chức năng của Samsung PC Studio 3.2.1 là Synchronize (Đồng bộ). Chức năng này



Hình 4

giúp bạn sao chép danh bạ, lịch (các kế hoạch, ngày kỷ niệm,...), nhiệm vụ (công việc), ghi chú vào máy tính. (Hình 4)

Bạn chọn biểu tượng Synchronize trên bảng hiển thị, hoặc nhấp chuột phải vào biểu tượng trên thanh công cụ và chọn Synchronize. Bạn tiếp tục nhấp chuột phải và chọn lệnh Sync. Hộp thoại kiểm tra các mục cần được đồng bộ sẽ bắt đầu và quá trình sẽ được thực hiện sau đó. Khi quá trình này đang thực hiện, bạn có thể dừng lại bằng lệnh Stop. Khi quá trình đồng bộ hoàn thành, bạn có thể nhấp vào nút Detail để xem các chi tiết đồng bộ. Phần tùy chọn và cài đặt (Options and Settings) của Synchronize sẽ gồm có các lựa chọn về phần mềm trên PC (Microsoft Outlook/Microsoft Outlook Express), loại dữ liệu muốn đồng bộ (Select PC Data Type), cách đồng bộ (ghi đè lên dữ liệu trên máy tính/điện thoại hoặc thêm vào), loại đồng bộ (loại đồng bộ một chiều hay hai chiều).

* Bài viết được thử nghiệm với máy Samsung U600



Hình 1

chọn kết nối nào: USB Cable Connection, Bluetooth Connection,



Hình 2



PrintBoy

"Cậu bé in ấn"



Việc in ấn, chia sẻ tài liệu đối với Pocket PC (PPC) đôi khi gây khó khăn và làm mất thời gian của bạn. PrintBoy là một giải pháp mới giúp tiết kiệm được thời gian, tiện lợi hơn rất nhiều trong việc in ấn và chia sẻ tài liệu.

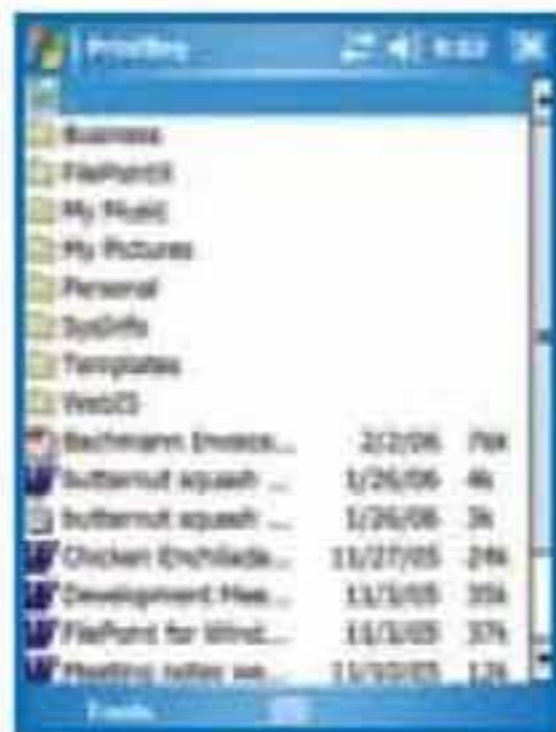
PrintBoy nối trực tiếp tới máy in của bạn bằng cách sử dụng cổng hồng ngoại, Bluetooth, Wi-Fi, Smartphone. Với PrintBoy, bạn có thể in những tài liệu tới máy in mạng cục bộ của bạn theo đường Wi-Fi, hay gửi một báo cáo quan trọng cho máy in văn phòng của

người sử dụng PPC tự động tìm những máy in tại vị trí của họ.

PrintBoy dễ cài đặt và sử dụng, thích hợp với Hệ điều hành Windows

khác...

Với các hệ điều hành dành cho các thiết bị cầm tay, những máy in chia sẻ qua nối mạng Windows có thể không được hỗ trợ, vì thế sẽ có một giải pháp khác, đó là phần mềm PrintBoy Proxy Server. Phần mềm này rất tiện lợi trong hoàn cảnh ở những nơi có máy in không có IP, hoặc không thể



Mobile từ 5.0 trở lên (tải tại: <http://www.bachmannsoftware.com/pbce.htm>). PrintBoy có thể làm việc được với đa số các máy in như HP, Canon, Epson, Lexmark (optra) và các loại

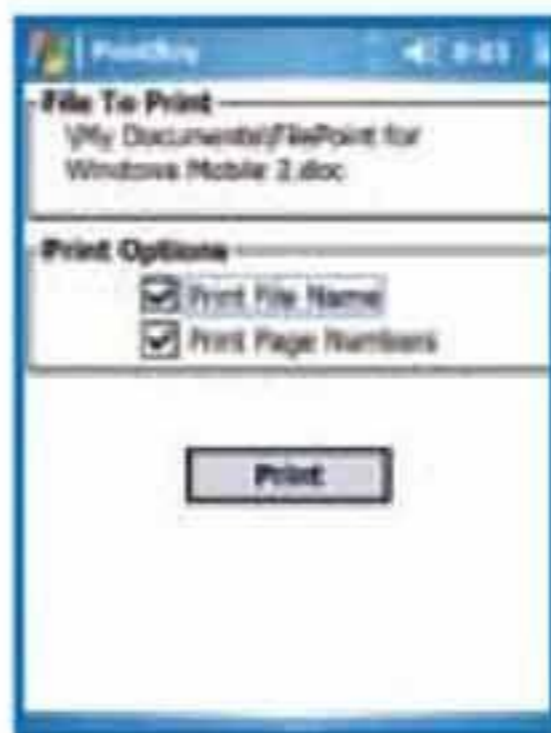


xác định được IP/cổng port. Cũng như một số ứng dụng Windows, và gửi một lần nữa tất cả các lệnh in tới bất kỳ máy in nào mà được gán cho Windows PC trực tiếp, hay qua mạng. PrintBoy Proxy Server được thiết kế để hỗ trợ mạng không dây in ấn trong những hoàn cảnh nơi kết nối IP trực tiếp từ thiết bị PocketPC đến máy in không khả dĩ.



bạn qua đường điện thoại một cách thông minh. Người dùng cũng có thể tận dụng những lợi ích thực sự mang tính di động bằng việc sử dụng khả năng in ấn những tài liệu của bạn ở bất cứ nơi đâu với PrintBoy.

Ngoài ra, PrintBoy cho phép những



N.Tùng



I don't pursue freedom I live it.



đã có bán tại Nhật Cường



Đồng bộ BLACKBERRY & MAC

Số lượng người sử dụng BlackBerry (BB) trên thế giới ngày càng tăng cao, đặc biệt là ở Việt Nam. Đối với những người yêu công nghệ, việc cài đặt, làm việc giữa máy tính và BB trở nên thật tiện dụng, mang lại nhiều thú vị. Đối với máy tính Mac, laptop MacBook, bạn có thể sử dụng phần mềm Missing Sync để đồng bộ dữ liệu với BB. Missing Sync được thiết kế với giao diện rất thông minh, có tốc độ hoạt động cao, ổn định,...

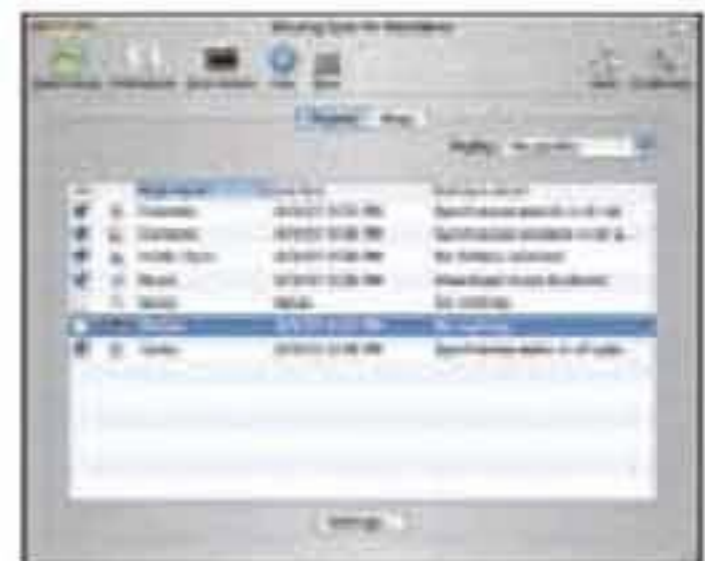
Chương trình tương thích với tất cả các đời BB:

7100 series, 7290 (Cingular/T-Mobile), 7250 (Verizon), 7520 (Nextel), 7130 series, 8100 series (Pearl), 8300 (Curve), 8700 series, 8703 series (Sprint), 8705, 8707 series, 8800 series.

Hệ thống Mac đòi hỏi:
PowerPC G4, PowerPC G5.
Mac OS X Tiger 10.4.8 hoặc cao hơn.
Mac OS X Leopard 10.5 hoặc cao hơn.
Bạn có thể tải về bản dùng thử tại:
<http://www.versiontracker.com/dyn/moreinfo/macosx/31994>
<http://www.markspace.com/downloads.html>

Máy tính Mac có thể "nối" với BB thông qua kết nối cáp USB, Bluetooth. Tuy nhiên, bạn sử dụng kết nối bluetooth sẽ tiện hơn. Đầu tiên, bạn phải bật bluetooth trên chiếc BB của mình và đồng thời trên Mac. Trên Mac, bạn chọn ngay thanh công cụ, rồi chọn mục Set up Bluetooth Device. Bạn cũng có thể truy cập System Preferences > Bluetooth > Devices rồi chọn Set Up New Device.

Sau khi hai thiết bị đã nhận ra nhau, bạn đã có thể đồng bộ ngay danh bạ, lịch hẹn, ghi chú, video, hình ảnh, nhạc, tin nhắn,... (Hình 1)



Hình 2

Giao diện của Missing Sync rất thân thiện. Thanh công cụ phía trên sẽ là các lệnh cơ bản. Synchronize là lệnh thực hiện quá trình đồng bộ sau khi bạn đã cài đặt, lựa chọn thông số đầy đủ. Plugin Profiles là các toàn bộ các cấu hình Plugin. Phần Sync History là lịch sử các lần đồng bộ, chương trình sẽ quản lý chi tiết theo thời gian cụ thể. Phần Downloads giúp bạn có thể tải thêm về các tính năng cập nhật mới của Missing Sync.

Bên dưới sẽ là tất cả các loại dữ liệu mà bạn có thể đồng bộ, gồm có: Calendar, Call Log, SMS Log, Video, Tasks,... Tại mục Last Sync, chương trình thông báo cho bạn lần đồng bộ cuối cùng.

Phần đầu tiên là Calendar, các lịch công tác, lịch hẹn của bạn. Mục Calendar Settings sẽ giúp bạn thực hiện các cài đặt. Bạn có thể lựa chọn All Calendars để chọn hết hoặc



Hình 2

Selected Calendars để lựa chọn riêng từng phần Calendar. Các phần này được phân loại riêng ra thành: Business, Events,...Mục Sync, bạn sẽ lựa chọn được đồng bộ tất cả các Event hoặc Event from...before now(các event từ ... tháng trở lại đây). (Hình 2)

Mục Contacts, bạn cũng thực hiện tương tự như Calendar. Selected Groups sẽ giúp bạn đồng bộ riêng từng nhóm.



Hình 3, 4, 5

có khá nhiều lựa chọn đồng bộ nhạc. Người



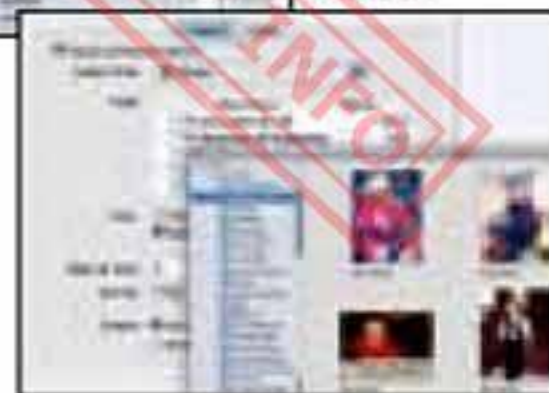
(Hình 3,4,5)

Phần Music sẽ gồm



Hình 6,7

sử dụng có thể đồng bộ nhạc theo các danh sách riêng(Mục Choose Playlists To Synchronize). Mục Advanced Options là các cài đặt chi tiết hơn. (Hình 6)



Để có thể lưu giữ hình ảnh trong máy BlackBerry trên Mac, bạn lựa chọn phần đồng bộ Photos. Khi đồng bộ với iPhoto người dùng có thể lựa chọn thay đổi kích cỡ hình ảnh, sắp xếp lại hình ảnh. (Hình 7)

Nguyễn Anh

mẹo vặt

Duyệt bản đồ bằng phím tắt trên BB Bold 9000

Trên chiếc máy BlackBerry Bold 9000 đời mới, bạn có thể tìm đường, thực hiện nhiều ứng dụng nhờ có kết nối GPS mạnh mẽ. Với chức năng GPS, những bản đồ của nhiều vùng, miền khác nhau sẽ "rõ nét" trên màn hình của 9000. Trong khi duyệt bản đồ, lúc bạn đang di chuyển, nếu bạn thao tác nhanh, thì sẽ rất tiện lợi. Những phím tắt thao tác trong khi duyệt bản đồ sẽ giúp bạn tiết kiệm thời gian.

Nếu muốn phóng to bản đồ, bạn chỉ cần nhấn phím I. Với nhu cầu thu nhỏ bản đồ, bạn nhấn phím O. Khi cần ẩn đi, hoặc muốn hiển thị dòng thông tin tình trạng ở phía dưới cùng bản đồ, bạn chọn phím U. Tương tự như vậy, phím khoảng cách (Space) sẽ giúp bạn ẩn, hoặc hiển thị thông tin về con đường ở phía dưới bản đồ. Nếu muốn chuyển đến địa điểm tiếp theo trong lộ trình của mình, bạn chọn phím N, và phím P có tác dụng ngược lại.



Tin nhắn đến không hiện tên?

Thật bức mình, mỗi khi có tin nhắn đến trên chiếc iPhone 2G, bạn không thể nhận ra ai nhắn tin cho mình. Lý do là tin nhắn đó không hiện tên, không nhận với những tên đã có trong danh bạ của bạn. Việc này gây nhiều phiền phức, mất thời gian cho bạn. Vậy làm sao để giải quyết vấn đề này đây?

Bạn chỉ cần tải về hai file dữ liệu sau đây và sao chép vào đường dẫn chính xác là được. Bạn vào địa chỉ và tải về:

<http://www.2shared.com/file/4608797/86a3e8a9/sualoikhonghi entencuaSMS.html>
File Default.phoneformat, bạn sao chép vào: System/Library/PrivateFrameworks/AppSupport.framework/File UIDefaultFormat.phoneformat, bạn sao chép vào: System/Library/Frameworks/UIKit.framework/PhoneFormat/

Sau đó, bạn khởi động lại iPhone của mình. Ngay lập tức, lỗi trên sẽ được khắc phục ngay.



IPHONE

- những trục trặc cần lưu tâm

Không thể phủ nhận iPhone 3G ra mắt là một trong những cú sốc của làng di động năm 2008. Cho đến nay, đây vẫn là chiếc điện thoại được ưa chuộng và là một trong những mẫu được người dùng hâm mộ nhất. Mặc dù vậy, bản thân iPhone 3G cũng có những khiếm khuyết, mà nếu không đề phòng, bạn rất có thể sẽ phải thất vọng.



Không tương thích nhiều phụ kiện cũ

Theo một nhân viên của Apple Store, các phụ kiện cũ như đế cắm và vỏ bao được thiết kế cho iPhone 2G sẽ không tương thích với iPhone 3G do hình dáng khác biệt. Mặc dù tai nghe hay các thiết bị điều khiển từ xa sẽ vẫn bình thường, nhưng điều đáng tiếc là những hệ thống âm thanh iPhone cho loại 2G với đế cắm Universal sẽ không thể lắp vừa 3G mới.

Những người dùng vốn đã trang bị "đủ bộ" cho mình khi mua iPhone 2G thế hệ đầu tiên sẽ phải chuẩn bị chi thêm, hoặc ngậm ngùi giải phóng bớt đồ chơi cũ vì vấn đề này.

Máy ảnh số vẫn chưa thực sự gây ấn tượng

Nếu như các mẫu điện thoại mới nhất đã có máy ảnh số lên tới 8Megapixel

cùng nhiều tính năng quan trọng như tự động lấy nét, quay phim..., thì iPhone 3G vẫn "kẹt cứng" với máy ảnh 2Megapixel. Mặc dù khả năng cân bằng trắng (White Balance) của iPhone được đánh giá rất cao và kích thước ảnh chưa thực sự quan trọng đối với điện thoại di động, nhưng sự thiếu hụt khả năng lấy nét tự động vẫn sẽ khiến nhiều người dùng phải nuối tiếc.



Vỏ nhựa dễ nứt vỡ

Theo phản hồi từ cộng đồng người dùng, vỏ nhựa của iPhone 3G, đặc biệt là các máy màu trắng thường bị hiện tượng nứt vỡ sau một thời gian sử dụng. Những đường nứt này chỉ nhỏ như sợi tóc nhưng sẽ bị bụi bẩn bám vào và biến thành các sọc đen trên thân máy. Một số trường hợp tệ hơn là vỏ bị rời hẳn ra. Hiện tượng này xảy ra chủ yếu ở góc máy gần tai nghe, hoặc hai bên hông. Bên cạnh đó, hầu như chiếc iPhone 3G nào cũng rất dễ bị xước ở mặt dưới nếu không được bảo vệ. Đây là một phần lý do khiến cho nhiều người Việt Nam dùng thích thú với mẫu 2G có vỏ kim loại hơn.

Màn hình có phần ngả sang vàng

Những chủ nhân của iPhone 3G hẳn sẽ nhận thấy màn hình có phần hơi vàng so với phiên bản 2G trước đây. Theo ông Bob Borchers - Giám đốc Tiếp thị sản phẩm iPhone của Apple - thì đây "là sự tinh chỉnh của Apple để giải quyết vấn đề sắc màu có phần hơi lạnh trên các máy loại cũ", tuy nhiên rõ ràng Apple đã hơi "quá tay" và kết quả bạn có thể thấy như trong hình bên.

Rõ ràng, chiếc iPhone 2G (bên trái) hợp mắt với nhiều người dùng hơn. Điều may mắn là hiện nay, theo một số nguồn tin trực tuyến, người dùng có thể giải quyết vấn đề này bằng việc cập nhật lên những bản firmware mới nhất định để khôi phục lại trạng thái màu cũ.

Sạc điện có vấn đề

Đi kèm với iPhone 3G là loại sạc mới siêu nhỏ gọn của Apple. So với sạc loại cũ, kích thước của loại sạc mới chỉ bằng một nửa, nên thuận tiện cho việc sử dụng hơn rất nhiều. Tuy nhiên, những đợt hàng đầu tiên lại gặp phải hiện tượng phần đầu cắm bị vỡ rời ra và dính liền với ổ điện. Điều này sẽ gây nguy hiểm cho người sử dụng. Sau khi nhận biết được vấn đề này, Apple đã tiến hành đổi miễn phí sạc iPhone 3G bằng các mẫu mới có một chấm xanh đánh dấu để tiện nhận biết. Hãng cũng cảnh báo người dùng đang sở hữu sạc cũ không nên tiếp tục sử dụng, mà hãy chuyển qua sử dụng sạc kiểu mới (giống của iPhone 2G) hoặc cắm vào cổng USB trên máy tính. Bạn có thể kiểm tra lại sạc của mình và tham khảo thêm thông tin về chương trình đổi này tại website của "quả táo".





Kỹ nghệ

Cắt xén



Thời gian gần đây, các cửa hàng điện thoại trên địa bàn TP HCM cạnh tranh bán hàng khá gay gắt. Cùng một model sản phẩm, nguồn gốc, chất lượng, thời gian bảo hành nhưng giá mua bán chênh lệch nhau từ vài chục đến một hai trăm ngàn đồng. Do đâu lại có sự chênh lệch như vậy?

CẮT XÉN ĐỂ TĂNG LỢI NHUẬN

Một dân chuyên kinh doanh điện thoại tự do tiết lộ, nhiều nguồn hàng điện thoại xách tay được tung ra bán ở các cửa hàng với mức giá khá chênh lệch (khoảng 50- 100 ngàn đồng/sản phẩm). Chủ cửa hàng trên đường 3/2 có vẻ bức xúc: Nhiều chủ cửa hàng cho đánh tráo các linh kiện zin trong máy ra và thay linh kiện lô vào. Sau đó, lấy linh kiện zin bán riêng ra cho những ai có nhu cầu. Linh kiện bị tráo là pin, sạc, tai nghe ở các loại model điện thoại đang "hot" của Nokia. Trong đó, tráo pin và cục sạc pin nhiều nhất. Đơn giản vì pin lô được làm giả khá giống pin zin. Người sử dụng nếu không tinh ý hoặc chưa từng cắm cả 2 loại pin zin và lô thì không thể nào nhận ra. Điều này giải thích rõ vì sao linh phụ kiện như pin, sạc, tai nghe zin của Nokia rất phổ biến trên thị trường còn ở các dòng điện thoại khác lại không. Mỗi cục pin zin của E71 chẳng hạn có giá

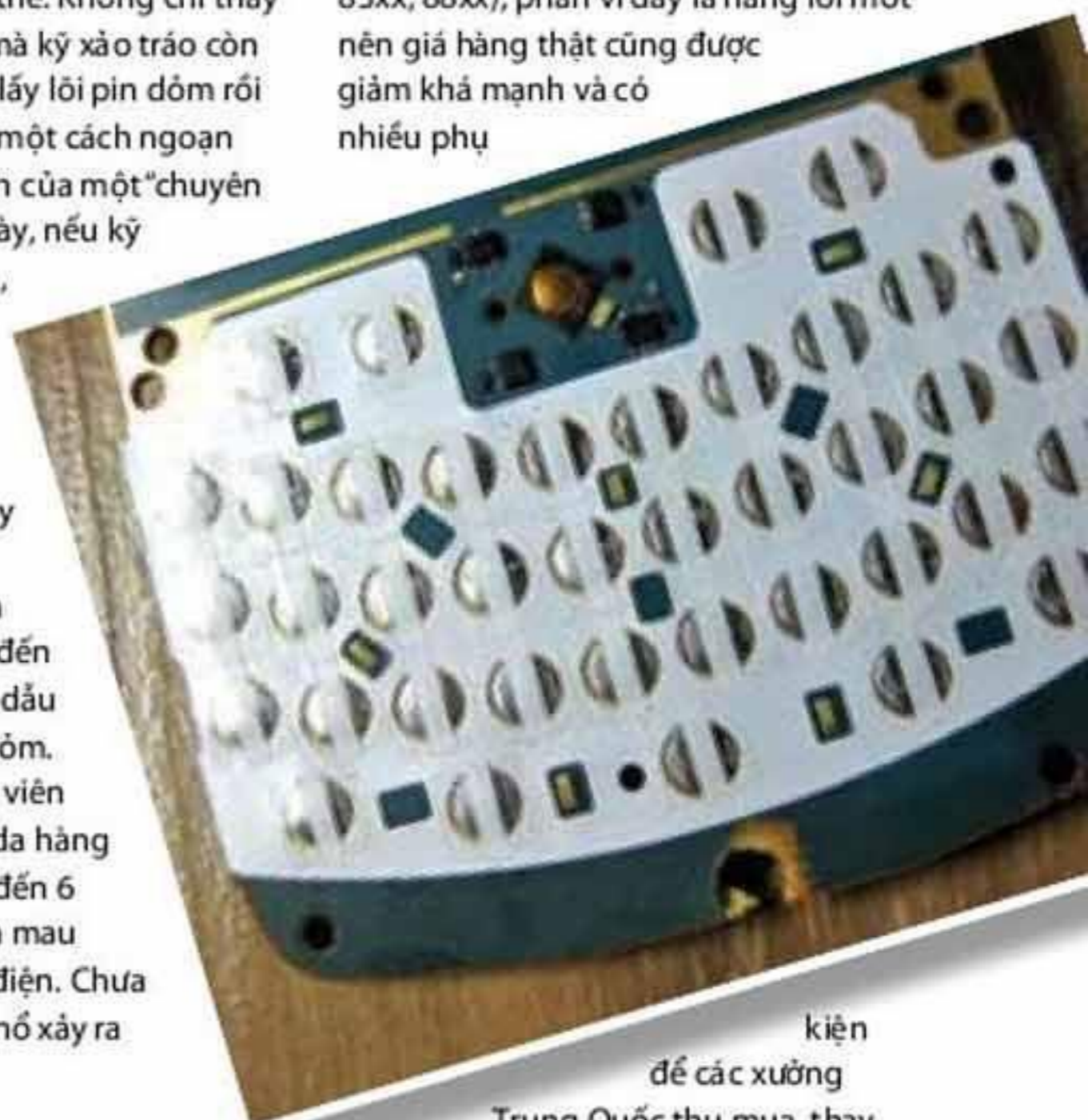
khoảng 480.000đồng, trong khi pin lô là 120.000đồng. Tính ra, mỗi viên pin zin-lô chủ cửa hàng lãi vài trăm ngàn.

Cách cắt xén này không chỉ có các cửa hàng thực hiện với khách mà ngay cả các đại lý lớn bán lại cho đại lý, các cửa hàng nhỏ cũng thế. Không chỉ thay pin zin bằng pin lô mà kỹ xảo tráo còn "cao cấp" hơn. Đó là lấy lõi pin dỏm rồi cho vào bao pin zin một cách ngoạn mục. Theo nhận định của một "chuyên gia" trong lĩnh vực này, nếu kỹ xảo tốt, tay nghề xịn, sự chênh lệch chất lượng, mẫu mã giữa pin zin và lô không quá nhiều. Với cách này thì ngay cả đại lý nhỏ còn không thể phát hiện ra chứ đừng nói chi đến khách hàng. Nhưng dầu sao thì dỏm vẫn là dỏm. Chẳng hạn trong 10 viên pin "hồn Trương Ba da hàng thịt" kiểu này thì có đến 6 viên dễ trục trặc: pin mau chai, nạp không ăn điện. Chưa kể hiện tượng cháy nổ xảy ra không phải ít.

CẮT XÉN KIỂU BB

Không như các dòng Nokia bị cắt xén

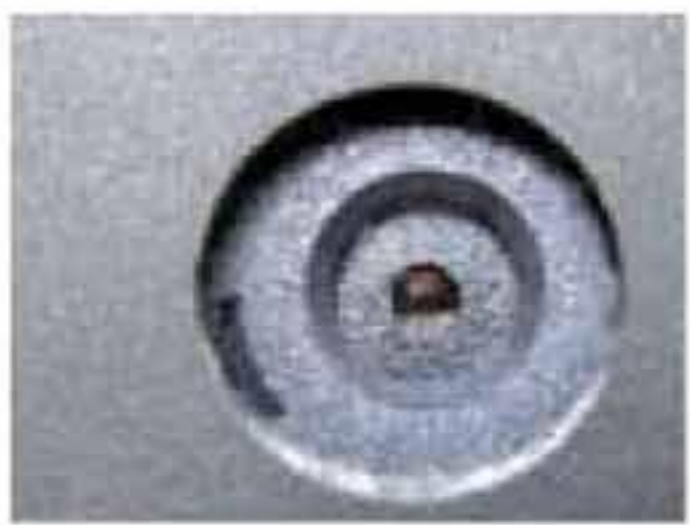
linh kiện zin để hạ giá thành. Blackberry bị cắt xén theo kiểu "tính toán" rất đặc biệt và tinh vi của những nhà xưởng Trung Quốc. Do vậy, chỉ sau 1 năm có mặt trên thị trường, BB bỗng dưng rớt giá trầm trọng (ở các model BB 81xx, 83xx, 88xx), phần vì đây là hàng lỗi mốt nên giá hàng thật cũng được giảm khá mạnh và có nhiều phụ



kiện để các xưởng Trung Quốc thu mua, thay thế). Tận dụng các linh kiện hỏng như mainboard, bàn phím, màn hình... bị

thải ra do lỗi sản xuất kỹ thuật, nhiều nhà xưởng Trung Quốc thu mua lại với giá cực rẻ, sau đó sản xuất thêm vỏ, phụ kiện bên ngoài sao cho giống BB nhất (nguồn hàng này có tên là BB Dolly, được lấy tên theo con cừu sinh sản vô tính Dolly) rồi tung ra thị trường.

Đơn cử, một chiếc 8700 giá vài trăm ngàn đồng từ biên giới Lạng Sơn, Móng Cái được các cửa hàng chào bán từ 1 đến 1,5 triệu đồng. Với nguồn hàng này, các chủ cửa hàng đều biết rõ nguồn gốc



nhưng vẫn lập lờ và xem đó như hàng thật cùng lời giải thích, hàng nhập về nhiều nên giá ngày càng giảm. Khách hàng dĩ nhiên không thể nhận biết đâu là thật đâu là giả nếu không mở tung bên trong máy ra. Một thợ sửa điện thoại mách: Hàng này khi mở máy ra sẽ thấy mainboard bị đục lỗ (nhà sản xuất đục lỗ đánh dấu để thải loại các main đã hỏng). Vì vậy, có thể căn cứ vào đây để phân biệt hàng thật và hàng Dolly.



Đã gọi là hàng Dolly thì chắc chắn main đã đục lỗ. Tuy nhiên, vị trí đục lỗ mới là quan trọng. Lỗ đục vào vị trí các bản mạch thì cách sửa chữa để dùng lại là sẽ câu dây đồng tùm lum. Tất nhiên, dạng main này không



tốt. Chỉ cần cú va chạm nhẹ là máy mất một vài tính năng hữu dụng. Các main bị đục lỗ ở bìa hoặc chưa bị thay thế Flash (vẫn còn niêm sứ màu đỏ tươi, trường hợp đã bị tháo, thì niêm sứ sẽ bị đen hoặc màu đỏ đậm) vẫn dùng khá ổn định. Quan sát các miếng đế can dán trên nhiếp phim vẫn còn nguyên chưa bị lột lên, nút nhấn Trackball vẫn còn để can màu vàng thì máy còn tốt. Thêm nữa, code in trên màn hình LCD còn đầy đủ thì có thể sử dụng "ngon lành cảnh đào". Hay như nắp che camera có phần chống lóa khi nghiêng qua nghiêng lại dưới ánh sáng sẽ đổi nhẹ sang màu xanh tím là camera xịn (phần chống lóa không còn, thì khi nghiêng qua nghiêng lại sẽ thấy màu trong suốt). Ngoài việc mua lại main lỗi, hàng Dolly còn tận dụng lại những linh kiện máy cũ nên Dolly được dân trong nghề gọi là "hàng dựng" chứ không phải hàng làm nhái. Trên cơ sở này, nhiều cửa hàng mạnh dạn tung ra bán với thời gian bảo hành khá lâu cho khách tin tưởng chính vì căn cứ theo vị trí đục lỗ trên bản mạch và linh kiện đi kèm. Có khách hàng vì không biết mà mua nhưng có khách hàng biết khá rõ nguồn gốc nhưng vẫn chấp nhận Dolly vì giá rẻ. Và không phải con Dolly nào cũng có vấn đề. Nếu hên vẫn có thể sử dụng ngon lành, thậm chí up rom thoải mái.

CON DAO 2 LƯỚI

Chủ cửa hàng trên đường Hùng Vương tâm sự: Lúc đầu thấy lợi trước mắt là lời thêm tiền từ vụ cắt xén hoặc

lập lờ hàng thật, hàng dựng, nhưng nếu tính về lâu dài thì chỉ có lỗ nặng. Bán 1 cái điện thoại như vậy có thể lời thêm vài trăm ngàn đồng nhưng cần tính đến chi phí bảo hành và thay thế linh kiện khi có vấn đề. Có cái máy phải thay tới thay lui một hai cục pin mới hoạt động ổn định, hay máy cứ chập cheng lúc được lúc không phải bảo hành nhiều lần. Tính đi tính lại đầu cũng vào đấy. Đó là với các cửa hàng bán lẻ. Riêng với các đại lý bán sỉ lại cho đại lý, cửa hàng nhỏ thì thiệt hại càng nặng hơn. Bởi chi phí cho thợ đi bảo hành một vài lần, hoặc thay thế linh kiện hỏng thì xem như không lời và có khi "mất cả chì lẫn chài". Suy cho cùng, cách cạnh tranh này là con dao 2 lưỡi, lăm khi cắt cả vào chính mình. Chưa nói đến trường hợp khách hàng khi biết mình bị lừa giữa "con" BB thật và BB hàng dựng Trung Quốc đã lên mạng rêu rao, cảnh báo cho những người mua khác làm mất uy tín cửa hàng. Dẫu vậy không phải ông chủ cửa hàng nào cũng nhận ra điều đó. Với họ, trước mắt là kéo được nhiều khách hàng và kiếm được ít lời, mọi chuyện khác sẽ tính sau.

Không tính đến nguồn pin bị làm giả tinh vi theo kiểu "hồn Trương Ba, da hàng thịt" thì bằng mắt thường quan sát vẫn có thể phát hiện ra khá dễ pin zin, pin giả. Ông chủ cửa hàng khác chỉ dẫn: Trước hết là nhìn tem dán trên pin. Tem của pin giả có màu nhạt hơn tem pin thật. Khi nghiêng mặt tem thì tem pin giả không có chiều sâu thể hiện ở logo bàn tay kết nối của Nokia không được rõ ràng, sắc nét. Qua thời gian sử dụng, pin giả nhanh hết điện hơn. Hơn thế là do sử dụng nguyên liệu rẻ tiền nên pin giả dễ làm cháy nổ máy.

Ái Dân

VIỆT NAM

“khát” NHÂN LỰC CNTT CHUẨN QUỐC TẾ



THEO ĐÁNH GIÁ CỦA GIỚI CHUYÊN MÔN, VIỆT NAM ĐANG CÓ NHIỀU VẬN HỘI LỚN TRONG VIỆC ĐÓN ĐẦU CÁC LÀN SÓNG ĐẦU TƯ MỚI VÀO LĨNH VỰC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN (CNTT). TUY VẬY, VẤN ĐỀ CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC CNTT ĐANG THỰC SỰ LÀM ĐAU ĐẦU CÁC NHÀ QUẢN LÝ, NHÀ ĐẦU TƯ, CÁC DOANH NGHIỆP, CÁC TRƯỜNG HỌC/CƠ SỞ ĐÀO TẠO VỀ CNTT. TRƯỚC NHU CẦU BỨC BÁCH VỀ NGUỒN NHÂN LỰC CNTT TRÌNH ĐỘ CAO, ĐẠT CHUẨN/CHỨNG CHỈ QUỐC TẾ, CHÚNG TÔI ĐÃ CÓ CUỘC TRÒ CHUYỆN VỚI ÔNG NGUYỄN TRUNG DŨNG, GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CNTT BÁCH KHOA (BKACAD) – TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI.

ĐÀO TẠO THỪA, TUYỂN DỤNG THIẾU

PV: Thưa ông, Việt Nam hiện nay đang phải đối mặt với thực trạng “khủng hoảng” về nguồn nhân lực CNTT, “cung không đủ cầu”, “đốt đuốc đi tìm kỹ sư CNTT giỏi”. Tuy nhiên, lại cũng có 1 thực tế là, nhiều sinh viên Công nghệ ra trường vẫn không tìm được việc làm? Theo ông, đâu là điểm mấu chốt của nghịch lý đó?

Ông Nguyễn Trung Dũng: Theo tôi, nguồn nhân lực CNTT Việt Nam nơi thừa thì vẫn thừa, nơi thiếu thì vẫn thiếu. Hàng năm, các trường Cao đẳng, Đại học trên cả nước đào tạo hàng vạn sinh viên ngành CNTT, tuy nhiên, chúng ta thiếu là thiếu những nhân lực có trình độ kỹ thuật cao, có kỹ năng tốt. Điểm mấu chốt chính là nguồn nhân lực CNTT của chúng

ta chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của ngành CNTT và của xã hội, cả về số lượng cũng như chất lượng.

Thực tế, trong bối cảnh toàn cầu hóa, Việt Nam đang có nhiều vận hội lớn trong việc phát triển ngành CNTT. Rất nhiều Công ty, Tập đoàn ICT hàng đầu thế giới đánh giá Việt Nam là một môi trường đầu tư hấp dẫn và đang xúc tiến triển khai các dự án đầu tư hàng triệu USD. Hơn bao giờ hết, vấn đề nguồn nhân lực CNTT trình độ cao lại trở nên khủng hoảng thiếu. Có thể dẫn ra đây vài ví dụ: Với dự án 1 tỷ USD tại TP.HCM, Công ty Intel cần tuyển dụng khoảng 1.000 kỹ sư chủ yếu thuộc các lĩnh vực điện, điện tử, CNTT, tự động hoá; Hãng IBM, năm 2007 cần 1.000 kỹ sư phần mềm, tăng lên 2.000 kỹ sư năm sau và tiếp tục tăng mạnh trong những năm tới. Hãng Boeing cũng đang tìm đối tác tại

Việt Nam, và mỗi hợp đồng cần tối thiểu 1.000 kỹ sư CNTT...

PV: Nguồn nhân lực CNTT của chúng ta thiếu và yếu cái gì, thưa ông?

Ông Nguyễn Trung Dũng: Nguồn nhân lực CNTT Việt Nam không phải không có thế mạnh. Chúng ta có nền tảng về khoa học cơ bản được đào tạo khá tốt, lao động Việt Nam cần cù, chịu khó, thông minh...Tuy nhiên, khả năng thực hành trực tiếp trên máy móc, kỹ năng đọc hiểu tiếng Anh chuyên ngành, các kỹ năng mềm như kỹ năng thuyết trình, làm việc theo nhóm... còn nhiều hạn chế. Đặc biệt là các em sinh viên mới ra trường, cơ hội cọ xát thực tế và định hướng hoạt động nghề nghiệp trong tương lai hầu như chưa có.

PV: Ông đánh giá như thế nào về vấn đề



đào tạo theo chuẩn, đào tạo theo “đơn đặt hàng” (của các doanh nghiệp, Tập đoàn) và xã hội hóa công tác đào tạo nguồn nhân lực CNTT hiện nay ở Việt Nam?

Ông Nguyễn Trung Dũng: Việc đào tạo nguồn nhân lực CNTT chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu phát triển ngày càng cao của xã hội là đòi hỏi bức thiết. Chính vì thế, tôi cho rằng, quá trình đào tạo phải gắn liền với nhu cầu xã hội, theo “đơn đặt hàng” và đảm bảo được một quy chuẩn chung dựa trên quan điểm tương đương về bằng cấp, trình độ so với thế giới là quan trọng nhất. Chỉ có đơn vị sản xuất kinh doanh mới biết mình cần gì nên khi đặt hàng, nhà trường sẽ vươn lên để đáp ứng đúng, trúng nhu cầu của doanh nghiệp.

Việc xây dựng quy chuẩn quốc tế phải dựa trên những hệ thống đánh giá chất lượng đào tạo CNTT như: cơ sở vật chất, giáo trình đào tạo, trình độ giáo viên, môi trường thực hành và chất lượng nguồn nhân lực sau đào tạo... Ngoài ra, cũng cần thay đổi quan niệm cũ về đào tạo trong lĩnh vực CNTT. Chẳng hạn, chúng ta quen coi các chương trình đào tạo của những hãng lớn như Microsoft, Oracle, IBM... là phi chính quy, nhưng thực tế những người có chứng chỉ này, có thể được nhận vào làm việc ở nhiều nơi trên thế giới, trong khi hệ thống đào tạo chính quy thì chưa được như vậy.

TỰ TIN VỚI CHỨNG CHỈ QUỐC TẾ

PV: Việc hợp tác với các hãng công nghệ lớn, nước ngoài để đào tạo - cung cấp nguồn nhân lực CNTT trình độ cao, đạt chuẩn Quốc tế, liệu có phải là xu hướng

“đi tắt, đón đầu”, hay chỉ là chạy đua theo tâm lý “sinh ngoại”?

Ông Nguyễn Trung Dũng: Trang bị được cho mình những chứng chỉ Quốc tế về CNTT đang là mục tiêu của nhiều sinh viên và kỹ sư CNTT hiện nay. Chúng ta biết rằng, việc đào tạo chính quy trong các trường Đại học vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp.

Chính vì thế, chứng chỉ Quốc tế CNTT như là một minh chứng cho quá trình học hỏi cao hơn. Những nhân viên nỗ lực đạt được chứng chỉ, là những người được đào tạo tốt hơn, được tiếp cận với công nghệ cao hơn, do đó sẽ ít mắc lỗi và thất bại. Hầu hết, các doanh nghiệp ICT đều rất chú trọng tới các chứng chỉ này, thậm chí còn đưa vào một trong những yêu cầu chính để tuyển dụng. Chính bởi vậy, để rộng mở cơ hội nghề nghiệp, những người có định hướng tốt, hay đã hoạt động trong lĩnh vực CNTT vẫn phải miệt mài giành lấy, để thêm “điểm cộng” trước nhà tuyển dụng.

PV: Cũng chính vì thế mà các Trung tâm/ cơ sở đào tạo, luyện thi chứng chỉ CNTT Quốc tế xuất hiện như “nấm mọc sau mưa”? Điều gì khác biệt giữa các Trung tâm “thật” và “nhái”?

Ông Nguyễn Trung Dũng: Do tốc độ phát triển quá nhanh, các hãng công nghệ lớn về CNTT trên thế giới như Microsoft, Cisco, Oracle, IBM, Sun v.v... đều có các chứng chỉ của riêng mình. Hiện nay, có hàng trăm các loại chứng chỉ Quốc tế về CNTT, tuy nhiên, ở Việt Nam, chứng chỉ của Cisco và Microsoft được khá nhiều bạn trẻ chọn lựa.

Trên thị trường hiện xuất hiện rất nhiều Trung tâm đào tạo “nhái”, không có chứng nhận ủy quyền của các hãng công nghệ, nhưng vẫn tổ chức giới thiệu,

quảng cáo, tuyển sinh. “Ưu điểm” của những trung tâm đào tạo kiểu này là rút ngắn thời gian học, “tự chế” giáo trình, không có hệ thống máy móc thực hành, không có phòng lab đạt chuẩn quốc tế (chỉ được xem demo), chú trọng vào thủ thuật, mẹo thi và tất nhiên, học phí thì “siêu rẻ”. Thực tế cũng có học viên có được chứng chỉ nhưng khi giao việc thì không làm được.

Hỏi: Điều gì là lợi thế của Học viện CNTT Bách Khoa (BKACAD) trong việc đào tạo hệ thống chứng chỉ Quốc tế này, thưa ông?

Ông Nguyễn Trung Dũng: Học viện CNTT Bách Khoa - BKACAD (www.bkacad.com) – trực thuộc trường Đại học Bách Khoa Hà Nội tự hào là đối tác chính thức, ủy quyền của nhiều Tập đoàn công nghệ hàng đầu thế giới như Cisco, Microsoft (Học viện mạng cấp khu vực), SUN Microsystems, Prometric, VUE...

Thế mạnh của BKACAD là hệ thống công nghệ và trang thiết bị hiện đại với 18 phòng LAB tiêu chuẩn Quốc tế; hệ thống thiết bị thí nghiệm tiêu chuẩn gồm hàng trăm Router, Switch, tổng đài, Getway, Firewall; hệ thống máy chủ chuyên dụng cho các giáo trình của SUN Microsystems, Microsoft, Linux... với đội ngũ giáo viên giàu kinh nghiệm, sở hữu nhiều chứng chỉ quốc tế như CCNA, CCDA, CCNP, CCDP... (Cisco); MCSA, MCSE, MCSA+... (Microsoft)...

Với 5 năm phát triển, BKACAD đã khẳng định được chất lượng hàng đầu của mình thông qua một loạt các giải thưởng như “Học viện Đào tạo CCNA và ITE xuất sắc nhất Việt Nam”; “Giải nhất cuộc thi Kỹ năng Mạng Việt Nam 2008”...

Đăng Khoa

“Điểm nhấn” Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009

TRIỂN LÃM - HỘI NGHỊ QUỐC TẾ VỀ TRUYỀN THÔNG VIỆT NAM 2009 (VIETNAM COMM & VIETNAM ELECTRONICS 2009) ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ LÀ MỘT TRONG NHỮNG SỰ KIỆN TRIỂN LÃM - HỘI NGHỊ CÓ QUY MÔ LỚN NHẤT VÀ UY TÍN NHẤT VỀ LĨNH VỰC CNTT, TRUYỀN THÔNG, ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM, NƠI QUY TỤ NHỮNG DOANH NGHIỆP ICT CÓ TÊN TUỔI HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI VỚI NHỮNG GIẢI PHÁP, CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI, ĐEM ĐẾN NHỮNG GIÁ TRỊ TO LỚN CHO CẢ CÁC DOANH NGHIỆP VÀ CUỘC SỐNG HIỆN ĐẠI CỦA CON NGƯỜI.



ÔNG BÙI QUỐC VIỆT
GIÁM ĐỐC TRUNG TÂM THÔNG TIN VÀ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG (IPC),
PHÓ TRƯỞNG BAN TỔ CHỨC HỘI NGHỊ, TRIỂN LÃM CỦA TẬP ĐOÀN VNPT

“Nhiều chủ đề “nóng” sẽ được bàn thảo sôi nổi”

Pv: Bối cảnh nền kinh tế thế giới và Việt Nam khủng hoảng, gặp nhiều khó khăn, liệu có ảnh hưởng gì đến Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009, thưa ông?

Ông Bùi Quốc Việt: Mặc dù trong tình hình khủng hoảng kinh tế toàn cầu, Việt Nam vẫn là một trong những thị trường CNTT và Điện tử hấp dẫn nhất trên thế giới với việc cấp phép 3G mới chính thức được công bố, chính phủ tiếp tục đẩy mạnh việc ứng dụng CNTT trong các cơ quan nhà nước, nhu cầu truyền thông và quản trị doanh nghiệp tăng mạnh...

Năm 2008, các Doanh nghiệp ICT Việt Nam đã đạt được doanh thu lên tới 5,4 tỷ USD, tăng 38% so với năm 2007. Việt Nam cũng đã đạt đến con số 80 triệu thuê bao di động và 20,7 triệu lượng người sử dụng Internet. Tổng sản phẩm quốc nội tăng 6,23%, nguồn vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài đạt 64 tỷ USD, tỷ lệ tăng trưởng xuất nhập khẩu cao, góp phần đưa nền kinh tế của Việt Nam phát triển nhanh chóng. Với giấy phép 3G, Việt Nam đang hứa hẹn trở thành thị trường mới của ngành viễn thông với

những nước đạt doanh thu từ 6 đến 7 tỷ USD vào năm 2010.

Tất cả các yếu tố thuận lợi nói trên cho thấy, những cơ hội phát triển kinh doanh vô cùng to lớn về điện tử, viễn thông, công nghệ thông tin và các sản phẩm có liên quan đến ngành công nghiệp khác tại Việt Nam và giúp Ban Tổ chức lạc quan về thành công của Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009

Pv: Chủ đề “nóng” của Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009 là gì, thưa ông?

Ông Bùi Quốc Việt: Với mục đích tăng cường trao đổi phát triển thị trường và công nghệ trình độ cao, Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009 sẽ tập trung vào các Hội thảo chuyên sâu với những chủ đề thực sự nóng bỏng và khác biệt. Phục vụ nhu cầu phát triển của doanh nghiệp, chủ đề chính năm nay là “Truyền thông doanh nghiệp hiện đại” sẽ được sôi nổi bàn thảo nhằm giới thiệu, các dịch vụ/ thiết bị phục vụ trong các mạng vô tuyến doanh nghiệp, các dịch vụ quản lý doanh nghiệp...

Ngoài ra, Hội nghị cũng tập trung vào các chủ đề “nóng” khác như: Công nghệ 3G, WiMax, Broadband, E-Entertainment, Truyền thông đa phương tiện, NGN, Truyền thông qua vệ tinh, các dịch vụ quản lý, TD-SCDMA và TD-LTE...

Pv: Với vai trò là Doanh nghiệp chủ lực về BCVT ở Việt Nam, Tập đoàn VNPT sẽ tham gia Triển lãm như thế nào, thưa ông?

Ông Bùi Quốc Việt: Tập đoàn VNPT tham gia Triển lãm vừa với tư cách là Nhà tổ chức, vừa trực tiếp tham gia Triển lãm. Các công ty thành viên của VNPT cũng là các tên tuổi lớn trên thị trường ICT Việt Nam như VinaPhone, MobiFone, VDC, VTI, một số đơn vị cung cấp các dịch vụ nội dung số và sản phẩm phần mềm... sẽ giới thiệu những dịch vụ tiện ích, đa dạng, công nghệ cao như các dịch vụ thông tin di động đa phương tiện, 3G, các dịch vụ tiện ích trên mạng thế hệ mới NGN, các dịch vụ truy cập băng thông rộng, các dịch vụ của thông tin qua vệ tinh với nhiều giá trị tiện ích cho người dân...



PV: Trong bối cảnh khủng hoảng, liệu Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009 có “vàng bóng” các tên tuổi ICT hàng đầu thế giới?

Ông Stanley Chu: Triển lãm Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009 luôn nhận được sự đánh giá cao và nhiệt tình tham gia của các nhà khai thác trong và ngoài nước, các công ty nổi tiếng toàn cầu và các tổ chức chuyên nghiệp trên thế giới. Chúng tôi rất lấy làm vinh dự lại được đón chào các công ty như NTT DOCOMO, Huawei, ZTE, Orange (France Telecom), Motorola, Công ty Eaton Power, Công ty Neto, Rosenberger, Roxtec, Tebbabs... Các đơn vị trong nước thì có Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT), Công ty Viễn thông Điện lực (EVN Telecom), Công ty Gtel, Công ty Viễn thông Hà Nội (Hanoi Telecom), Công ty Mobifone, Công ty VinaPhone, Đài truyền hình kỹ thuật số VTC, Cục Tấn số...

Ngoài ra, chúng tôi nhận được sự ủng hộ to lớn từ các gian trưng bày Quốc gia, vùng lãnh thổ bao gồm Trung Quốc, Pháp, Singapore và Đài Loan. Đây là lần đầu tiên gian trưng bày Quốc gia Pháp (do UBIFRANCE dẫn đầu) tham gia triển lãm sẽ góp mặt

ÔNG STANLEY CHU

CHỦ TỊCH CÔNG TY DỊCH VỤ TRIỂN LÃM ADSALE (HONGKONG), NHÀ ĐỒNG TỔ CHỨC SỰ KIỆN VIETNAM COMM & VIETNAM ELECTRONICS 2009

“Triển lãm kép hướng đến mục tiêu phát triển thị trường ICT Việt Nam”

thêm nhiều công ty và giải pháp ICT mới tới Việt Nam.

Pv: Ông hy vọng sẽ gạt hái được những điều gì tại Vietnam Comm & Vietnam Electronics 2009?

Ông Stanley Chu: Các nhà khai thác dịch vụ, các Công ty nổi tiếng toàn cầu và các Hiệp hội chuyên nghiệp luôn ủng hộ hết mình và nhiệt tình tham gia vào sự kiện này. Tất cả đều mong đợi được trình diễn tại một triển lãm thành công, nơi quy tụ những công nghệ mới về CNTT, truyền thông và việc mở rộng các ứng dụng ICT vào quá trình tự động hóa sản xuất và quản lý của các tổ chức.

Hơn thế nữa, dựa vào nhu cầu luôn gia tăng về “Truyền thông doanh nghiệp hiện đại”, các sản phẩm triển lãm mới và đặc sắc dự kiến sẽ thu hút được một lượng khách hàng mới đến từ các Bộ ngành, doanh nghiệp và các ngành phục vụ công cộng.

Với sự tham gia của nhiều nhà triển lãm quốc tế và các khu trưng bày cùng với việc tổ chức các hội thảo, chuyên đề, sự kiện lần này được mong đợi sẽ thắt chặt hơn nữa mối quan hệ hợp tác kinh doanh giữa các doanh nghiệp Việt Nam và thế giới.

Với vai trò là Nhà đồng tổ chức triển lãm, mục tiêu lớn nhất mà Adsale đặt ra là giúp đỡ các doanh nghiệp tham gia triển lãm thành công trong việc tìm kiếm đối tác bằng cách giữ vững thương hiệu đã làm nên tên tuổi của các doanh nghiệp, đồng thời bổ

sung các yếu tố công nghệ mới nhất từ sự kiện này, tạo ra điểm hẹn lý tưởng để xây dựng các mối quan hệ hợp tác kinh doanh giữa các doanh nghiệp và đẩy mạnh hoạt động quảng bá thương hiệu tới các đơn vị tài trợ và các nhà triển lãm.

Pv: Ông đánh giá thế nào về triển vọng phát triển của ngành CNTT – Truyền thông ở Việt Nam sau nhiều năm tham gia tổ chức sự kiện Vietnam Comm?

Ông Stanley Chu: Triển vọng phát triển ngành ICT tại Việt Nam là rất khả quan và dự kiến sẽ tăng trưởng không ngừng trong tương lai. Việt Nam hội tụ rất nhiều yếu tố thuận lợi để ngành ICT phát triển nhanh và bền vững, trong đó Chính phủ đã có những bước tiếp cận chiến lược để hỗ trợ ngành này phát triển khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới vào năm 2006, cùng lúc chỉ số GDP tăng trưởng liên tục, nhiều nguồn đầu tư phát triển, dân số trẻ và nhiều yếu tố thuận lợi khác. Sự kiện các doanh nghiệp Viễn thông Việt Nam chính thức cấp giấy phép triển khai mạng 3G và các doanh nghiệp cam kết đầu tư 33.822 tỷ đồng tương đương 2 tỷ USD vào xây dựng mạng 3G trong vòng 3 năm, đưa ngành ICT của Việt Nam bước vào một kỷ nguyên mới và dự kiến sẽ kích thích ngày càng có nhiều dịch vụ và giải pháp tiên tiến đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

KHÔNG PHẢI CỨ CÓ TIỀN, MỚI LO *giữ* "VÍ"



Các hình thức thanh toán điện tử không dùng tiền mặt, luôn được phát triển đa dạng, nhằm mang đến những tiện ích, phù hợp với nhu cầu người dùng hiện nay như thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, thẻ thanh toán, thẻ rút tiền tự động - ATM..., các dịch vụ thanh toán hóa đơn qua tin nhắn SMS (APaybill), thanh toán trực tuyến dưới nhiều hình thức... "Ví điện tử", một dịch vụ tiện ích mới được ra mắt thị trường tiêu dùng Việt Nam. Phóng viên Xã hội Thông tin đã có buổi trò chuyện với bà Dương Thu Phương - Quản lý kinh doanh VnMart, kiêm Phó Giám đốc Kỹ thuật của Công ty Cổ phần Giải pháp Thanh toán Việt Nam (VNPAY), về vấn đề này.

PV: Bà vui lòng cho biết, trải qua bao lần kiểm nghiệm, và sát hạch, Ví điện tử VnMart mới chính thức được ra mắt

Bà Dương Thu Phương: Ý tưởng cho ra đời Ví điện tử VnMart được chúng tôi bắt đầu từ 2002, đã trải qua quá trình nghiên cứu, thử nghiệm, ứng dụng. Đến ngày 10/11/2008, VnMart chính thức được triển khai, cho phép các chủ thẻ ghi nợ E-Partner của Ngân hàng Công thương Việt Nam (Vietinbank) có thể sử dụng Ví điện tử.

Mới đây, ngày 8/6/2009, VnMart tiếp tục đem đến cho các chủ tài khoản của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) cơ hội mua sắm thoải mái trên mạng Internet... Công ty VNPAY đang tiếp tục thử nghiệm dịch vụ ví điện tử VnMart bằng cả hai kênh ATM và mobile với Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV).

Quyết định số 675/QĐ-NHNN ngày 30/3/2009 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã cho phép VNPAY thực hiện

cung ứng dịch vụ thanh toán Ví điện tử VnMart. Bắt đầu từ thời điểm này, ví điện tử VnMart chính thức được công nhận, đảm bảo về mặt pháp lý để tiếp tục phát triển, góp phần vào công cuộc xã hội hoá nền thương mại điện tử của nước nhà.

PV: Đây có thể được coi là một trong những sản phẩm chiến lược của VNPAY? Bà có thể cho biết đôi nét chính, về sản phẩm này?

Bà Dương Thu Phương: Ví điện tử VnMart có vai trò như một ví tiền online, giúp khách hàng chọn mua các sản phẩm dịch vụ dễ dàng khi lướt web. Đặc biệt hơn nữa, nhu cầu sử dụng các dịch vụ nội dung số, nhu cầu mua sắm các sản phẩm đã có thương hiệu ngay khi ngồi duyệt web ở nhà sẽ bùng nổ trong thời gian tới. VnMart còn là một phương tiện cho phép khách hàng có thể lựa chọn khi thanh toán các loại hoá đơn dịch vụ.

PV: So với những sản phẩm tương tự, như

ví PAYOO chẳng hạn, Bà có thể đưa ra một vài so sánh, với hai tiêu chí Hạn chế - Thế mạnh?

Bà Dương Thu Phương: Mỗi công ty đều có chiến lược kinh doanh riêng của mình. Khác với các giải pháp đang triển khai trong nước, giải pháp chúng tôi tạo ra những giá trị gia tăng như:

- Thực hiện thanh toán bằng điện thoại di động, thông qua tin nhắn, hoặc trên Internet mà không cần đi đến các cửa hàng, điểm giao dịch.
- Tính an toàn cho khách hàng khi thực hiện giao dịch do áp dụng cơ chế mật khẩu hiện đại OTP (one time password) và các giải pháp bảo mật khác được trang bị cho hệ thống Ví điện tử tại VNPAY.
- Ví tiền an toàn trên mạng vì các giao dịch đều có nguồn đích rõ ràng.
- Cùng đội ngũ chăm sóc khách hàng với phong cách phục vụ hiện đại và chuyên nghiệp là những thế mạnh của chúng tôi.



TapChit

VnMart là phương tiện thanh toán được thể hiện dưới dạng một tài khoản điện tử, có chức năng như "Ví tiền" trong thế giới số (mạng Internet và các mạng di động...), cho phép chủ tài khoản Agribank có thể chuyển tiền từ tài khoản ngân hàng sang tài khoản ví và sử dụng số tiền trong đó để giao dịch, mua bán, trao đổi tại các trang web Thương mại điện tử, các mạng liên kết của VnMart một cách tiện lợi và an toàn nhất.

Hiện tại, khách hàng có thể nạp tiền vào Ví điện tử VnMart để sử dụng các tiện ích như: mua hàng tại các website Thương mại điện tử, mua vé máy bay, nạp tiền cho điện thoại di động (VnTopup), SMS VnMart. Để sử dụng VnMart, khách hàng truy cập vào website www.vnmart.vn để đăng ký. Khách hàng có thể sử dụng dịch vụ Ví điện tử VnMart tại bất kỳ nơi nào có mạng Internet, mạng điện thoại di động. Với VnMart, khách hàng sẽ được hỗ trợ 24h/ngày và 7 ngày/tuần.

PV: Người dùng, cần thực sự lưu tâm những gì, để trở thành chủ nhân của Ví điện tử VnMart hoàn hảo?

Bà Dương Thu Phương: Khi đăng ký mở tài khoản Ví điện tử VnMart khách hàng cần cung cấp đầy đủ, trung thực, chính xác các thông tin trong mẫu đăng ký.

Khi hoàn tất thủ tục đăng ký Ví điện tử VnMart, khách hàng đã sở hữu: Số tài khoản VnMart, mật khẩu thanh toán cũng chính là mật khẩu đăng nhập website www.vnmart.vn. Khách hàng cần bảo mật thông tin này trong quá trình giao dịch.

Trong trường hợp quên mật khẩu thanh toán, khách hàng có thể lấy lại mật khẩu của mình tại website www.vnmart.vn hoặc gọi điện đến tổng đài 1900 555577 để được hỗ trợ.

Để tránh thất thoát tiền trong ví, không nên cho người khác "mượn ví". Khi thực hiện các giao dịch từ điện thoại di động của mình, khách hàng cần điền thông tin chính xác về tài khoản, mã dịch vụ...

PV: Thanh toán điện tử, luôn tiện ích và nhanh chóng, nhưng với nó cũng không ít phiền toái. Bà có thể chia sẻ đôi điều về vấn đề này?

Bà Dương Thu Phương: Không thể phủ nhận những đặc tính ưu việt của Ví điện tử so với các loại thẻ tín dụng đang áp dụng cho loại hình giao dịch trực tuyến hiện nay tại Việt Nam.

Trở ngại lớn nhất vẫn là thói quen, tâm lý tiêu dùng truyền thống của người Việt Nam. Tuy nhiên, bài toán chúng tôi đặt ra nhằm giải quyết cho số đông, vì vậy, chúng tôi sẽ không ngừng gia tăng giá trị về tiện ích cũng

như giá trị niềm tin đối với khách hàng, nhằm đưa sản phẩm Ví điện tử VnMart ngày càng trở nên phổ biến với cộng đồng tiêu dùng trực tuyến tại Việt Nam.

PV: Giữa nhu cầu, và thực tại, một vài lời khuyên hữu ích cho khách hàng, thưa bà?

Bà Dương Thu Phương: Ví điện tử VnMart sẽ sớm trở thành phương tiện thanh toán trực tuyến phù hợp với phong cách tiêu dùng của người Việt Nam.

PV: Khi có sự cố mất ví, quyền lợi người dùng sẽ được đảm bảo thế nào?

Bà Dương Thu Phương: Là người sở hữu Ví điện tử, khách hàng cần ý thức được các khuyến cáo của chúng tôi như đã trình bày ở trên. Đối với bất kỳ hình thức mua bán nào cũng sẽ có những rủi ro tiềm ẩn của nó, tuy nhiên, với Ví điện tử VnMart, rủi ro hầu như chỉ có thể xuất phát từ sự bất cẩn của khách hàng (như quên mật khẩu, hay bị đánh cắp mật khẩu, hay mất điện thoại,...).

Với mục tiêu đặt quyền lợi của khách hàng lên hàng đầu, bất kỳ thời điểm nào trong ngày, nếu khách hàng phát hiện có nguy cơ rủi ro đối với Ví điện tử của mình, cần báo ngay cho VNPA theo đường dây nóng 1900555577. Bộ phận quản lý rủi ro sẽ tiến hành phân loại và xử lý theo yêu cầu cấp bách của tình huống thực tế.

Xin cảm ơn bà!

Tuệ Linh (thực hiện)

24 BÀI HÁT
TRỊ GIÁ
2 TRIỆU USD



Đó là mức phạt mà Tòa án Mỹ yêu cầu công dân Jammie Thomas-Rasset, một bà mẹ độc thân nuôi 4 đứa con sống ở thị trấn Brainerd, Minnesota, Mỹ phải chấp hành vì tội vi phạm bản quyền âm nhạc khi sử dụng mạng chia sẻ ngang hàng Kazaa để tải bài hát.

Vụ việc ngay lập tức gây xôn xao ngành công nghiệp giải trí và công nghệ cao trên toàn thế giới và xuất hiện như một tin tức "giật gân" trên các tờ báo lớn và diễn đàn trên mạng Internet. Có thể nói, đây là lần đầu tiên một người sử dụng Internet để tải nhạc miễn phí bị đưa ra xét xử vì tội vi phạm bản quyền ở Mỹ, vì tải nhạc là một trong những thói quen phổ biến của hàng triệu người sử dụng mạng ở nước Mỹ cũng như trên toàn thế giới.

Sau phiên tòa kéo dài 5 tiếng đồng hồ, Jammie Thomas-Rasset bị cáo buộc đã sử dụng mạng chia sẻ ngang hàng Kazaa để tải file vào tháng 10/2007. Bà nằm trong số hàng nghìn người bị Hiệp hội Công nghiệp Thu âm Mỹ (RIAA) và các hãng nhạc kiện vì chia sẻ nội dung giải trí trái phép. Đa phần trong số đó về sau đã đồng ý mức phạt 3.000-5.000 USD để tránh phải ra tòa. Tuy nhiên, Thomas-Rasset là người đầu tiên từ chối thỏa thuận trên. Kết quả là bà sẽ phải bồi thường tới 80.000 USD/ca khúc cho các hãng thu âm Capitol Records, Sony BMG Music, Arista Records, Interscope Records, Warner Bros Records & UMG Recordings và trở thành tâm điểm của mọi sự chú ý.

Sự việc càng trở nên rối loạn khi bà mẹ độc thân này kiên quyết tuyên bố: "kẻ thừa kiện sẽ không lấy được một đồng xu nào từ tôi". Ngay

trong phiên tòa, Thomas-Rasset đã kiên quyết chống lại phán quyết của tòa án. Bà cho rằng, mình không hề làm việc đó mà có thể là người tình cũ đã chung sống cùng bà trong 8 năm, hoặc lũ trẻ trong nhà. Tuy nhiên, theo đại diện của Công ty Bảo vệ Bản quyền MediaSentry, thì thủ phạm đích thị là bà mẹ độc thân này. Họ đã lần theo dấu vết những bài hát được chia sẻ bởi một người có tên "Tereastarr" – chính là nickname được Thomas-Rasset sử dụng từ nhiều năm qua cho dịch vụ thư điện tử và các dịch vụ Internet khác như mạng xã hội MySpace.

Tuy vậy, Tòa án vẫn quyết định giữ nguyên phán quyết. Bước ra khỏi phiên tòa, Thomas-Rasset đã òa khóc khi phát biểu với báo giới: "Thật không thể tin được. Làm sao tôi có khả năng chi trả số tiền khổng lồ đó khi đang phải nuôi 4 đứa con nhỏ với mức thu nhập hạn chế. Đây thực sự là một cơn ác mộng đối với bản thân và gia đình tôi". Tiếp lời thân chủ của mình, luật sư Kiwi Camara của Thomas-Rasset cho biết họ sẽ chống án. Ông nói: "Đã có vấn đề không đúng khi khách hàng của tôi bị phạt gần 2 triệu USD khi chỉ ăn cắp 24 bản nhạc mà nó đáng giá có 1.99 USD mỗi bản ở iTunes".

Cho đến nay, sự việc vẫn chưa ngã ngũ. Tuy nhiên, theo các chuyên gia, trường hợp của bà Thomas-Rasset chính là lời cảnh báo nghiêm khắc với những người có thói quen sử dụng sản phẩm chất xám "chùa" trên mạng. Hiện nay, hàng triệu người vẫn còn khá mơ hồ về khái niệm "thông tin miễn phí", vì có quá nhiều thứ thực sự miễn phí trên mạng. Hàng triệu người thực sự không biết mình đang vi phạm bản quyền. Do đó, theo các chuyên gia tư vấn, việc có một luật lệ chặt chẽ trong việc quản lý các sản phẩm "chất xám" trên Internet là một công việc vẫn còn tốn rất nhiều thời gian và công sức.

YOUTUBE "LỖ CHỔNG VÓ"

- SỰ THẬT HAY TIN ĐỒN?

THÔNG TIN TỪ CREDIT SUISSE

Theo khảo sát của công ty Credit Suisse, năm 2009 sẽ là một năm đầy khó khăn đối với YouTube. Mạng chia sẻ video nổi tiếng nhất thế giới đang phải đối mặt với cuộc khủng hoảng kinh tế với nguy cơ thua lỗ khoảng 470 triệu USD do quá tốn kém vào việc đầu tư băng thông rộng, nhưng lại thiếu chính sách quảng cáo hiệu quả.

Để minh chứng cho thông báo của mình, Credit Suisse thậm chí còn đưa ra bảng tính toán cụ thể. Theo các chuyên gia của công ty, đến cuối năm nay, Google - chủ sở hữu website YouTube - sẽ phải chi khoảng 711 triệu USD để mở rộng băng thông rộng, mua bản quyền nội dung và chia sẻ lợi nhuận quảng cáo, lưu trữ cũng như tiến marketing và quảng cáo. Trong khi đó, tổng doanh thu của trang video "cây nhà lá vườn" của Google chỉ đạt 240 triệu USD. Mặc dù mức thu này đã tăng 20% so với cùng kỳ năm 2008, nhưng Google sẽ vẫn chịu lỗ đến 470 triệu USD.

Thông tin này không phải không có cơ sở, vì thời gian gần đây, rất nhiều hình thức quảng cáo mà YouTube đưa ra đều vấp phải sự phản đối của khách hàng.

SỰ THẬT HAY TIN ĐỒN

Con số lỗ khổng lồ do Credit Suisse đưa ra đã khiến YouTube trở thành chủ đề bàn luận sôi nổi trên thị trường phố Wall và Internet. Tuy nhiên, mới đây, một nguồn tin khác hoàn toàn trái ngược đã khiến mọi việc càng trở nên mơ hồ. Đó là thông tin từ RampRate (Mỹ). Theo nghiên cứu của các chuyên gia cố vấn công nghệ thuộc công ty RampRate, năm nay, YouTube chỉ thất thu khoảng 174,2 triệu USD, thấp hơn rất nhiều con số 470 triệu USD mà các nhà phân tích của Credit Suisse (Mỹ) ước tính.

Trước những dự đoán "đối đầu" nhau như vậy, "đại gia" Google - chủ sở hữu website YouTube - lại tỏ ra hoàn toàn thờ ơ. Trong cuộc họp báo gần đây nhất, khi bị hỏi về vấn đề YouTube, Giám đốc Tài chính Patrick Pichette của Google chỉ đưa ra một nhận xét chung chung rằng YouTube không mang lại nhiều lợi nhuận như Google mong đợi và từ chối cung cấp thông tin chi tiết. Điều này càng làm giới phân tích và người tiêu dùng "đoán già đoán non". Vì thế, việc xuất hiện những tin đồn và kết luận thiếu chính xác là điều khó tránh khỏi.

Về phía mình, phát ngôn viên Aaron Zamost của YouTube không bình luận trực tiếp đến những bản báo cáo của RampRate, hay Credit Suisse, nhưng ông cũng nhấn mạnh, Google vẫn đang chạy quảng cáo trên hàng triệu video của YouTube nhằm giúp mạng chia sẻ này tránh được nguy cơ thua lỗ. Google không muốn phóng



đại tình trạng khó khăn của YouTube nhằm tăng lợi nhuận cho công ty. "Chúng tôi muốn đối tác của mình hoạt động tốt hơn, bởi khi họ thành công, chúng tôi cũng sẽ thành công", Zamost nói.

Thái độ thờ ơ của Google và YouTube đã khiến cho cuộc "khẩu chiến" giữa RampRate và Credit Suisse ngày càng trở nên nóng bỏng. Giới phân tích cũng có vẻ rất đồng tình với dự đoán doanh thu năm nay của YouTube chỉ đạt 240 triệu USD do Credit Suisse đưa ra dựa trên sự tư vấn của các chuyên gia trong ngành. Tuy nhiên, câu trả lời về con số thất thu thực sự của YouTube trong năm 2009 vẫn còn là một ẩn số.



TERMINATOR SALVATION LÀ BỘ PHIM THỨ TƯ CỦA DÒNG PHIM HÀNH ĐỘNG NỔI TIẾNG **TERMINATOR** ĐƯỢC PHÁT HÀNH PHÂN ĐẦU VÀO NĂM 1984. BỐI CẢNH PHIM DIỄN RA TRONG THẾ GIỚI GIẢ TƯƠNG CỦA NĂM 2018, KHI CUỘC CHIẾN CỦA NHÂN LOẠI VỚI NHỮNG CỖ MÁY HỦY DIỆT DO HỆ THỐNG MÁY TÍNH THÔNG MINH SIÊU VIỆT TÊN SKYNET LÀM CHỦ. SAU KHI ẨM MƯU XÓA SỎ NHÂN LOẠI TRONG HÀNG TRĂM VỤ NỔ HẠT NHÂN, SKYNET VÀ BINH ĐOÀN HỦY DIỆT CỦA NÓ BẮT ĐẦU TIẾN HÀNH CHIẾN DỊCH TRUY QUÉT VÀ TÀN SÁT NHỮNG NGƯỜI SỐNG SỐT. AI SẼ LÀ ANH HÙNG CỨU RỜI LOÀI NGƯỜI?

KẺ HỦY DIỆT IV

- những điều chưa từng thấy

John Connor chính là người mang sứ mệnh lãnh đạo toàn nhân loại đứng lên đấu tranh như đã biết từ những phần phim trước, và chính anh đã cử người về quá khứ để bảo vệ mẹ anh - Sarah Connor và chính bản thân anh trước sự ám sát của những Kẻ hủy diệt được gửi từ tương lai đến, cũng như hủy diệt con chip thông minh mà sau này Skynet đã sử dụng để phát triển binh đoàn máy móc. Tuy nhiên, John Connor lúc này chỉ mới là một người lính trẻ chưa có nhiều kinh nghiệm trong quân đội. Mọi chuyện bắt đầu thay đổi khi nhân vật Marcus Wright xuất hiện. Marcus tự xưng là người sống sót từ vụ nổ bom nguyên tử trong quá khứ, nhưng thật ra anh là một Kẻ hủy diệt đến từ tương lai. Trong ký ức của Marcus là sự đau xót về một đế chế máy móc bạo tàn, nơi con người hoàn toàn bị thống trị, và một sự thật là Connor sẽ bị giết vào năm 2032.

Sứ mệnh cứu rỗi loài người được giao phó cho John Connor, và đây cũng chính là thời điểm Connor gửi Kyle Reese về quá khứ để bảo vệ mẹ anh, và để làm cha của đứa bé John Connor.

Trong phần này, để thực hiện những gì "chưa từng thấy" và để vượt qua những ranh giới, các chuyên gia kỹ xảo đã sử dụng kỹ thuật bắt hình động cao cấp để



thể hiện hình ảnh khuôn mặt Kẻ hủy diệt bị tàn phá, trong khi đó, một mô hình tòa nhà cao 20 feet để thể hiện cảnh một tòa nhà 30 tầng nổ tung và sụp đổ.

Phim dùng phần mềm xử lý hậu kỳ Oz của xưởng Technicolor nổi tiếng, với hiệu ứng chủ đạo về màu bạc, được cho là màu sắc chính của thế giới tương lai. Xưởng ILM cũng phát triển các hệ đồ bóng riêng để tạo hiệu ứng ánh sáng hiện thực cho các mẫu CGI. Các nhà làm phim đã tư vấn nhiều nhà khoa học về cảnh tượng của một thế giới bị bỏ hoang và mùa đông tạo ra bởi hiệu ứng bom nguyên tử. Các mẫu robot T-600, và T-700 được thiết kế phủ lớp cao su, trong khi nhóm Mototerminators được thiết kế trên cảm hứng về xe máy Ducati vốn nổi tiếng sành điệu.

Hãy đến rạp và tận hưởng những cú va chạm như muốn làm người xem tung người khỏi ghế. Hoặc tiếng đập của những âm thanh phát ra từ cánh máy bay trực thăng như muốn phá tan lồng ngực... Và máy ai biết được vì thực hiện kỹ xảo, trong một pha thu hình cháy nổ, diễn viên thủ vai Terminator bị gãy tay, và chuyên gia kỹ xảo gắn cột một chân. Mất mát và hy sinh, nhưng cuối cùng tất cả ê kíp làm phim đã hoàn thành siêu phẩm, mà chính nó mang những điều chưa từng được thấy đến với người xem một cách hoàn thiện nhất, chân xác nhất.



Transformers 2: Revenge of the Fallen

MỘT QUẢ SIÊU BOM

THẬT SỰ ĐƯỢC COI LÀ MỘT "QUẢ SIÊU BOM" CỦA MÙA HÈ NĂM NAY. KHỞI CHIẾU TRÊN CÁC RAP Ở HÀ NỘI VÀO NGÀY 2/7/2009, NGƯỜI XEM SẼ TIẾP TỤC ĐƯỢC THẢ TRÍ TƯƠNG TƯỢNG VỚI CÁC MÀN GIAO ĐẤU KHỐC LIỆT, SỐNG CÒN GIỮA NHỮNG SIÊU NGƯỜI MÁY.

Việc quay phim thực hiện ở Los Angeles, bang California (Mỹ), từ tháng năm 2008. Đoàn làm phim đã chọn nhà máy thép ở Bethlehem, tiểu bang Pennsylvania (Mỹ) làm phim trường chính, thu hình ở Bảo tàng Hàng không và Vũ trụ Smithsonian. Phim còn được quay ở nhiều nơi khác nhau, trong các căn cứ không quân, nhà máy điện, và cả khu vực Kim tự tháp ở Ai Cập.

Trong Phần 1, cao điểm của phim chỉ là cuộc chiến đấu rất khó theo dõi của robot trong cụm 5 tòa nhà cao tầng. Lần này, cao điểm của phim diễn ra trong không gian rộng lớn hơn, trên sa mạc dưới bóng các Kim tự tháp Ai Cập hùng vĩ.

Với các khung cảnh, phim trường như vậy, đạo diễn có cơ hội dựng lên những pha hành động từ kinh điển cho đến những cảnh chưa từng xuất hiện trên màn ảnh. Một cảnh săn đuổi điển hình, nhóm Autobots (chính nghĩa) kết hợp cùng đội đặc nhiệm SAS (Anh) truy một đống chiếc ô tô nhãn Audi R8 (đồng bọn của Decepticons, thuộc phe tà). Ngoài ra, trong cuộc rượt đuổi này còn có thêm robot sinh đôi, nữ Ninja Arcee màu hồng, một chiếc xe thô tên Wheelbot và một chiếc Porsche tên Stinger. Trong màn săn đuổi nghẹt thở này, còn có 3 chiếc Can-Am Spyders, 1 chiếc Ironhide, 3 chiếc NEST Hummer, 10 chiếc xe cảnh sát Thượng Hải, 1 chiếc trực thăng của cảnh sát Trung Quốc và 2 chiếc máy bay Diều Hâu. Trong phần 2, đạo diễn muốn nhiều cảnh quay cận hơn vào khuôn mặt của các robot sinh học. Điều này đặt ra nhiều thách thức hơn đối với các kĩ thuật viên CGI. Họ vừa phải thể hiện độ phân giải cao hình ảnh 3D các khuôn mặt robot, lại vừa phải giả lập cử chỉ khuôn mặt tốt hơn để thể hiện diễn biến tâm lí. Scott Farrar trở lại với vai trò giám sát hiệu ứng hình ảnh và phụ trách mảng các robot Deceptions.

Riêng với nhóm Autobot, chi phí để giả lập hành động của thủ lĩnh Optimus Prime rất tốn kém. Bởi lần này, phim hoàn toàn thu hình theo chuẩn công nghệ IMAX, những khuôn hình giả lập đòi hỏi tới vài ngày làm việc liên tục. Và nếu như ILM

chỉ dùng 15 terabyte dung lượng ổ cứng máy tính để thể hiện hình ảnh cho kĩ xảo trong Phần 1, thì ở Phần 2, ILM đã phải "ngốn" tới 40

terabyte. Đặc biệt, các người máy của

Transformers 2 còn khổng lồ hơn cả đám người máy của Phần 1. Trong phần mới này, các robot biến hình tương tác nhiều hơn với thế giới xung quanh chúng. Đường như đạo diễn đã chú ý hình thành nên một cái gọi là "văn hoá của các robot". Kĩ thuật viên làm tới 60 nhân vật robot khác nhau, gấp 3 lần số robot ở Phần 1. Mỗi nhân vật robot có đặc điểm, tính cách và vai trò rất riêng trong phim. Phần lớn đều ở kích cỡ hơn bình thường và khán giả do đó sẽ choáng ngợp khi con robot khổng lồ xuất hiện trong màn săn đuổi trên sa mạc.

Không quá khó hiểu khi Dreamworks và đạo diễn Michael Bay quyết định thực hiện Transformers 2 ở định dạng 3D. Khi đeo kính đặc biệt, khán giả sẽ tận hưởng cảm giác những con robot lao thẳng về phía mình. Kết hợp với âm thanh vòng cao cấp, người xem như bị "ném" thẳng vào phim, hồi hộp và lo sợ, choáng ngợp trước những diễn biến hành động cực nhanh và mạnh mẽ.

Thử tưởng tượng một chiếc xe tải lao đến trước mặt và biến thành con robot khổng lồ, đưa bàn tay của nó ra sát ngay mũi bạn. Thật là kinh hoàng phải không?

T.M

PHẦN 1 BỘ PHIM TRANSFORMERS ĐÃ RA MẮT VÀO MÙA HÈ NĂM 2007 VÀ NGAY LẬP TỨC TẠO RA TIẾNG VANG LỚN CẢ VẾT TÂM ẢNH HƯỞNG LẦN DOANH THU KHI ĐEM VỀ TỔNG DOANH THU HƠN 700 TRĂM TRIỆU USD TRONG KHI KINH PHÍ BỎ RA CHỈ CÓ 150 TRIỆU USD.

NHỌC CÔNG ĐI TÌM

những “con đẽ biết hát” đầu tiên



còn có M100, mẫu điện thoại nghe nhạc đầu tiên của Samsung khá hiếm hoi còn sót lại trên thị trường. Ra mắt cùng năm với SL45, M100 cũng có thiết kế anten nổi nhưng máy thanh thoát, gọn nhẹ hơn, trọng lượng 97g. Mặt tiền máy được kháng định với dòng chữ MP3 to rõ cùng bộ nhớ 32MB. Anh Đức đánh giá, M100 nghe nhạc rất hay với tiếng bass ấm và chắc, vì sở hữu kỹ thuật âm thanh hiện đại 19.3mm lúc bảy giờ. Đặc biệt là bộ điều khiển nhạc từ xa đi kèm theo máy với các nút Play, Stop, Forward, Rewind, Index play, Call answer và Volume để dễ dàng điều chỉnh nhạc, hay tâm sự cùng bạn bè.

Cũng theo anh Đức, một mẫu music phone khác cực kỳ hiếm mà những dân chơi sành đồ cổ

Với dân chơi, khái niệm chơi điện thoại thời “cổ lỗ xỉ” khác rất xa với chơi điện thoại cũ. Điện thoại cổ chỉ được dân chơi ưa thích khi nó mang đậm dấu ấn lịch sử của kẻ tiên phong mở đường. Đặc biệt là những model điện thoại cổ “biết hát” đầu tiên trên thế giới đánh dấu một trào lưu mới - trào lưu điện thoại giải trí.

NHỮNG MẪU MUSIC PHONE ĐẦU TIÊN

Mọi người chắc đều biết tầm tiếng của chiếc SL45, nhưng hẳn ít ai quan tâm đến lịch sử xuất xứ của nó. Đây có thể xem là mẫu điện thoại “biết hát” đầu tiên trên thế giới chào đời năm 2000 với bộ nhớ mở rộng MMC dung lượng 32MB và máy chơi nhạc MP3 đủ sức chứa 45 phút nghe nhạc,

hoặc lưu được 500 địa chỉ liên lạc. Anh Đức (nhân viên kinh doanh), thành viên của diễn đàn sl4x.com tâm sự. Dù đã có hơn 8 năm ra đời, nhưng với người chơi, SL45 vẫn mới như ngày đầu và ngày càng có nhiều thứ hấp dẫn để mà tìm tòi, khám phá. Hiện nay, linh kiện, phụ kiện hỗ trợ cho việc nghe nhạc trên SL45 là cực kỳ phong phú. Việc độ (mod) SL45 ở mọi diện cả phần cứng, mềm cũng phát triển mạnh mẽ. Bằng chứng là đã có nguyên một câu lạc bộ người chơi SL45 cũng như diễn đàn sl4x.com với số lượng thành viên đông đảo. Trong bộ sưu tập của anh Đức hiện nay



muốn sở hữu nữa là CMD MZ5 của Sony. MZ5 ra mắt vào tháng 5 năm 2001, nhưng lại không được phổ biến ở thị trường Việt Nam như dòng SL45, hay M100. Sở dĩ dân chơi săn lùng MZ5 vì dẫu gì đây là model cuối cùng của Sony trước khi từ giã sự nghiệp sản xuất điện thoại để cùng kết hợp với Ericsson cho ra thương hiệu Sony Ericsson với những chiếc điện thoại chuyên nghe nhạc nổi tiếng. Hơn hết, dân chơi hướng đến MZ5, vì MZ5 được thừa hưởng những tinh hoa âm thanh rất tiếng tăm của Sony. Nhưng tất cả điều đó chẳng có ý nghĩa gì so với quá trình đi tìm linh phụ kiện để chép nhạc vào máy. Muốn chép được nhạc vào máy, bạn cần 1 dây cáp 2 đầu chuẩn 3.5mm. Tuy nhiên, cách chép nhạc qua dây cáp này lại cho ra chất lượng âm thanh không đã tai cho lắm. Thế là dân chơi lại phải mày mò ra cách khác. Tìm một MZ5 trong thời hiện đại đã là khó lắm rồi chứ đừng nói đến việc tìm sợi dây cáp zin theo máy.

ĐAU CHỈ LÀ CHƠI

Một thành viên khác với thành tích nổi bật là đang sở hữu cả bộ sưu tập music phone MZ5, SL45 và cả M100 tâm sự. Cái thú của chơi music phone cổ là có thể mất hàng tháng trời để đặt mua bộ tai nghe Sony MDR-V6/7506 chuyên sử dụng trong phòng thu để cả SL45 và MZ5 tìm được bạn tri kỷ đồng hành. Nghe đi nghe lại nhiều lần mà vẫn không thấy chán. Từ những con để biết hát khó tìm đến dễ tìm hơn như Nokia đều được dân chơi săn đón, trân trọng với tất cả sự say mê, Nokia 5510 xuất hiện vào thời điểm 2001 lúc ấy như nhân vật lạ với bàn phím QWERTY trái đũa 2 bên màn hình. Cái kiểu dáng "ngầu ngầu", lạ lẫm là nhân tố chính để 5510 lôi cuốn người chơi đến tận hôm nay. Anh Minh

Phong (kinh doanh trong lĩnh vực bất động sản), người chuyên sưu tầm điện thoại nghe nhạc cổ Nokia kể lại. Lần đầu tiên, người sử dụng điện thoại làm quen với phần mềm cài đặt nghe nhạc, phải nhọc công thông qua quá trình cài đặt hết sức công phu trên máy tính mới có thể nghe được tiếng hát thánh thót từ 5510. Để chép nhạc, bạn cần phải cài phần mềm Nokia Audio Manager để tập tin nhạc từ máy tính được chuyển vào máy. Có điều lý thú là phần mềm này chỉ tương thích với Windows 98, hoặc Win ME.

Cái khó chịu của 5510 khiến người chơi thích thú còn thể hiện ở việc thưởng thức âm nhạc chỉ thật sự tuyệt vời trên tai nghe. Nếu nghe qua loa ngoài thì xem như hỏng. Mà cái tai nghe zin theo máy thì ai cũng hiểu, cũng chẳng phải dễ tìm gì cho cam. Những ai đã từng sử dụng dòng điện thoại Sony Ericsson đều hiểu máy rất kén thẻ. Giá thẻ Memory Stick của hãng cũng cao ngất. Chưa kể cái thẻ cho MZ5 là

MagicGate Memory Stick dung lượng



128MB còn độc nhất vô nhị hơn. Thẻ này

chỉ tồn tại trên những dòng máy chụp ảnh rất cũ kỹ của Sony. Tất cả những khó khăn đó như rào cản, thử thách cho những người chơi dòng music phone cổ đầu tiên. Nhưng một khi đã vượt qua được, ta thấy mình thật sảng khoái như vừa chinh phục thành công đỉnh Everest vậy. Một thành viên khác trong câu lạc bộ SL45 mạnh mẽ khẳng định.

Một thành viên kỳ cựu trên diễn đàn SL45 chia sẻ thêm: Ngoài chơi music phone cổ đời đầu tiên, hiện khá nhiều anh em còn có thú sưu tầm những con điện thoại thế hệ tiên phong. Ví như sản phẩm con Nokia 2110 sản xuất năm 1995, được đánh giá là chiếc điện thoại GSM cầm tay đầu tiên của Nokia (theo nhận định của GSM Arena). Hay Nokia 7110, điện thoại thông minh đầu tiên có hệ điều hành serial 30 với bàn phím bấm trượt và nút lăn 3 chiều bên dưới màn hình kèm theo cốc sạc. Con Sony Ericsson R380 World, điện thoại màn hình cảm ứng đen trắng đầu tiên của hãng...

Khi đưa Samsung M100 ra khoe, Tiến (thành viên của hội chơi N-gage) với nick gọi thân mật anh 7 với vẻ mặt đầy sung sướng. Con này là do một anh bạn gửi tặng. Cái đáng giá là nó được gìn giữ gần như mới 100% với đầy đủ linh kiện, phụ kiện zin. Nghe đâu là anh bạn này đặt mua ở nước ngoài đã lâu, nay hàng mới về. Sau khi mang ra cho các bạn khác xem, Tiến đặt M100 lại trong bao da một cách cẩn thận.

Sức hấp dẫn, sức lôi cuốn của những chiếc điện thoại nghe nhạc cổ là như thế. Là phải khó khăn tìm kiếm, phải bỏ công theo đuổi để đạt được điều mình mong muốn. Như thế mới thực sự là chơi.

Huỳnh Vy



... “VNPT tìm đến khách hàng để bán hàng và chăm sóc khách hàng tốt nhất”



MegaVNN

Những góc nhìn...

MEGAVNN - ĐỊNH HƯỚNG VÀ PHÁT TRIỂN

Ngày 16/3/2009, 28 Viễn thông các tỉnh, thành phía Bắc đã cùng ngồi lại với lãnh đạo Công ty Điện toán và Truyền số liệu (VDC) nhằm đưa ra những hướng phát triển tối ưu nhất cho dịch vụ Internet tốc độ cao MegaVNN tại Hội thảo mang tên “MegaVNN - Định hướng và phát triển”.

Theo phân tích của giới chuyên môn, một trong những điểm yếu của dịch vụ MegaVNN là giá cước còn chưa linh hoạt so với đối thủ. Vì vậy, để giữ được thị phần này, năm 2009, VNPT cần đưa các gói cước sẽ được xây dựng theo hướng “đối tượng mục tiêu”. Cụ thể, những đối tượng khách hàng mục tiêu mà MegaVNN nhắm tới trong năm 2009 là học sinh, sinh viên tại các trường Đại học, Cao đẳng và Trung học với những chính sách ưu đãi về giá cước, chế độ chăm sóc... hợp lý. Hơn nữa, để tiếp tục khẳng định là nhà cung cấp dịch vụ Internet số 1 tại Việt Nam, đặc biệt, giữ vững thị phần 60% dịch vụ MegaVNN trên địa bàn phía Bắc, các nhóm giải pháp trọng tâm được đưa ra lấy ý kiến đó là đẩy mạnh phát triển thuê bao mới, chăm sóc giữ khách hàng hiện có. Và giải pháp trọng tâm này được coi như là kim chỉ nam hành động của một loạt các hoạt động rầm rộ triển khai dịch vụ MegaVNN tới khách hàng bằng nhiều hình thức, trong đó những chuỗi ngày hội, Gala- Kết nối đam mê xuyên suốt từ miền núi tới miền xuôi, từ Bắc chí Nam.

MEGAVNN KẾT NỐI ĐAM MÊ... MỌI MIỀN

Nhằm khuếch trương thương hiệu MegaVNN của VNPT, tri ân khách hàng cũng như đánh dấu bước phát triển vượt bậc của Internet, Viễn thông các tỉnh phối hợp với Công ty VDC đang tổ chức những chuỗi ngày hội Kết nối đam mê-MegaVNN đồng loạt trên toàn quốc ở cả ba miền Bắc, Trung, Nam. Qua những ngày hội này, dễ thấy được sự phát triển đích thực của dịch vụ cũng như cung cách tiếp cận và sự phản hồi của chính khách hàng bằng con số thuê bao tăng trưởng mạnh và tỷ lệ thị phần chiếm lớn.



Ngày hội Mega VNN ở Tiền Giang

Ngày 24/4/2009, ngày hội

Internet MegaVNN-Kết nối đam mê nhằm chào mừng thuê bao MegaVNN thứ 20.000 diễn ra tại Nam Định. Con số này coi là khá lớn khi chỉ 3 năm trước, Nam Định mới có 8.000 thuê bao ADSL. Với 20.000 thuê bao ADSL đã khẳng định sức mạnh VNPT Nam Định chiếm tới 95% thị phần thuê bao. Điều đáng nói là, việc phát triển Internet bằng rộng, mà VNPT là doanh nghiệp dẫn đầu, đã tác động thúc đẩy rất lớn đối với kinh tế và đời sống văn hóa xã hội tại Nam Định.

Đến Ngày hội Kết nối đam mê MegaVNN Nghệ An, thì hiện nay, VNPT Nghệ An đã phát triển được 35.000 thuê bao ADSL, chiếm thị phần áp đảo so với các đối thủ cùng cung cấp dịch vụ tương tự trên địa bàn tỉnh. Hơn thế nữa, doanh nghiệp đang nỗ lực để đạt được thêm 30 ngàn thuê bao nữa ngay trong năm 2009. Một chỉ tiêu được đánh giá là không dễ đạt được...

Tuy nhiên, theo lời Giám đốc VNPT Nghệ An, Đỗ Duy Dũng

cho biết thì, không chỉ có vậy mà từ nay đến 2015, VNPT Nghệ An đủ năng lực về cơ sở hạ tầng để phát triển mạnh hơn nhiều. Tuy vậy, trong mỗi năm, doanh nghiệp vẫn phải mở rộng và bổ sung thêm. Về di động, Nghệ An sẽ có khoảng 320 trạm BTS. Hạ tầng mạng 3G đang được xây dựng với khoảng 100 trạm thu phát sóng. Đặc biệt với mạng băng rộng, hiện VNPT Nghệ An có khoảng 100 ngàn cổng kết nối và phục vụ lắp đặt thuê bao, và đến năm 2015 con số này sẽ tăng lên tới 300 ngàn cổng.



CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG: "CHIẾU" HÚT KHÁCH SỐ MỘT

Mặc dù các VNPT địa phương đều là những nhà cung cấp dịch vụ bưu chính, viễn thông lớn nhất trên địa bàn toàn tỉnh, kể cả di động, băng rộng, cố định có dây và không dây, tuy nhiên, trên địa bàn địa phương nào còn có rất nhiều nhà cung cấp dịch vụ bưu chính, viễn thông như Viettel, SPT, Hanoi Telecom, EVN-Telecom... mà họ cũng có mạng viễn thông sâu rộng và cạnh tranh rất quyết liệt.

Và, điều dễ nhận thấy ở các doanh nghiệp thuộc VNPT ở địa phương khi phát triển dịch vụ ADSL, đó là tập trung mạnh mẽ vào công tác chăm sóc khách hàng.

Với VNPT Nam Định, để có được kết quả 20.000 thuê bao, chính doanh nghiệp đã cam kết đem đến chất lượng và giá cả cạnh tranh nhất, xóa bỏ tư duy cũ và bằng tư duy mới bắt kịp với cơ chế thị trường là "tìm đến khách hàng để bán hàng và chăm sóc khách hàng tốt nhất". Một phần quan trọng nữa là VNPT Nam Định có cơ sở hạ tầng tốt, cơ bản cáp quang hóa đến tận cấp xã, nên là đơn vị duy nhất có thể cung cấp dịch vụ ADSL trên địa bàn toàn tỉnh với chất lượng tốt nhất. Đó chính là điều mà các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông khác không có được. Được biết, VNPT Nam Định cũng đã có những động thái marketing hợp lý khi đưa ra gói cước Mega Edu rất cạnh tranh với mức cước chỉ có 70.000 đồng/tháng. VNPT Nam Định còn có kế hoạch kết hợp với Công ty Intel Việt Nam để tạo điều kiện cho giáo viên mua máy tính giá rẻ bằng hình thức trả góp. Trong đó lãi suất hàng tháng trả cho ngân hàng sẽ do VNPT Nam Định chi trả để giúp cho các giáo viên có thể mua máy tính và sử dụng dịch vụ Internet.

Trong khi đó, để giữ được khách hàng, vấn đề đầu tiên mà

VNPT Nghệ An chú trọng đó là phải chăm sóc khách hàng tốt bằng cách các dịch vụ phải có chất lượng cao và thỏa mãn mọi nhu cầu của khách hàng. Vừa cung cấp, phục vụ nhằm thúc đẩy phát triển viễn thông, CNTT, vừa làm công tác kinh doanh- hai yếu tố này được VNPT Nghệ An kết hợp nhuần nhuyễn với nhau.

Quan điểm hoạt động chăm sóc khách hàng đối với VNPT Nghệ An không phải là việc của một, hay một nhóm người, mà đó là nhiệm vụ của toàn thể cán bộ công nhân viên chức của VNPT Nghệ An, nên mọi lúc, mọi nơi, doanh nghiệp đều tận dụng để làm công tác chăm sóc khách hàng. Cái khó nhất hiện nay là với địa bàn tỉnh sâu rộng, lượng khách hàng của VNPT Nghệ An cũng rất đa dạng, nhiều đối tượng khác nhau. Vấn đề là phải lựa chọn những biện pháp tốt nhất, hiệu quả nhất để thực hiện.

GIẢI PHÁP KHÔNG CHỈ LÀ GIÁ CƯỚC

Cạnh tranh về giá đối với các dịch vụ viễn thông dường như không bao giờ kết thúc. Đối với dịch vụ ADSL, các doanh nghiệp ngoài VNPT thường có giá cước khá linh hoạt và có tính cạnh tranh cao. Để lấy lại sự cân bằng trong cạnh tranh, Công ty VDC (thuộc VNPT) liên tục phải có những chương trình khuyến mại, miễn phí, tặng quà cho khách hàng khi đăng ký sử dụng dịch vụ của VDC.

Mới đây, chương trình khuyến mại: "Mega VNN đón chào Hè 2009" do VDC phát động đã hết hạn trên toàn quốc (chương trình này bắt đầu từ ngày 17/04/2009 đến hết ngày 31/05/2009), nhưng Viễn thông các tỉnh, tùy theo thực tế của mình tiếp tục có các chương trình khuyến mại cho MegaVNN.

Viễn thông Quảng Ninh là một trong những tỉnh đang đẩy mạnh quảng bá cho thương hiệu MegaVNN bằng những giải thưởng hấp dẫn và mức khuyến mại cao. Khuyến mại thường xuyên, chất lượng dịch vụ ổn định và nếu có giá cước linh hoạt nữa thì khó doanh nghiệp nào giành được vị trí dẫn đầu của VDC trong dịch vụ ADSL ở các tỉnh, thành phố.

Hiện nay, việc ứng dụng CNTT, sử dụng mạng Internet vào hoạt động sản xuất, kinh doanh phục vụ đã trở thành nhu cầu thiết yếu, không thể thiếu đối với nhiều cơ quan quản lý, doanh nghiệp ở địa phương như khối ngân hàng. Trong những thành tựu phát triển kinh tế có phần đóng góp nhờ triển khai nhiều dịch vụ viễn thông tiện ích, trong đó có MegaVNN của VNPT.



Sự học ở Phìn Hồ

Tận mắt chứng kiến cảnh sinh hoạt của những học sinh tại những khu bán trú Sìn Hồ, một trong những huyện nghèo nhất của tỉnh Lai Châu, chúng tôi càng nhận thấy cam kết hỗ trợ để giảm nghèo của một Tập đoàn kinh tế hàng đầu đất nước là Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam (VNPT) với tỉnh Lai Châu càng có ý nghĩa hơn bao giờ hết.

NƠI NGHÈO NHẤT ĐẤT NƯỚC

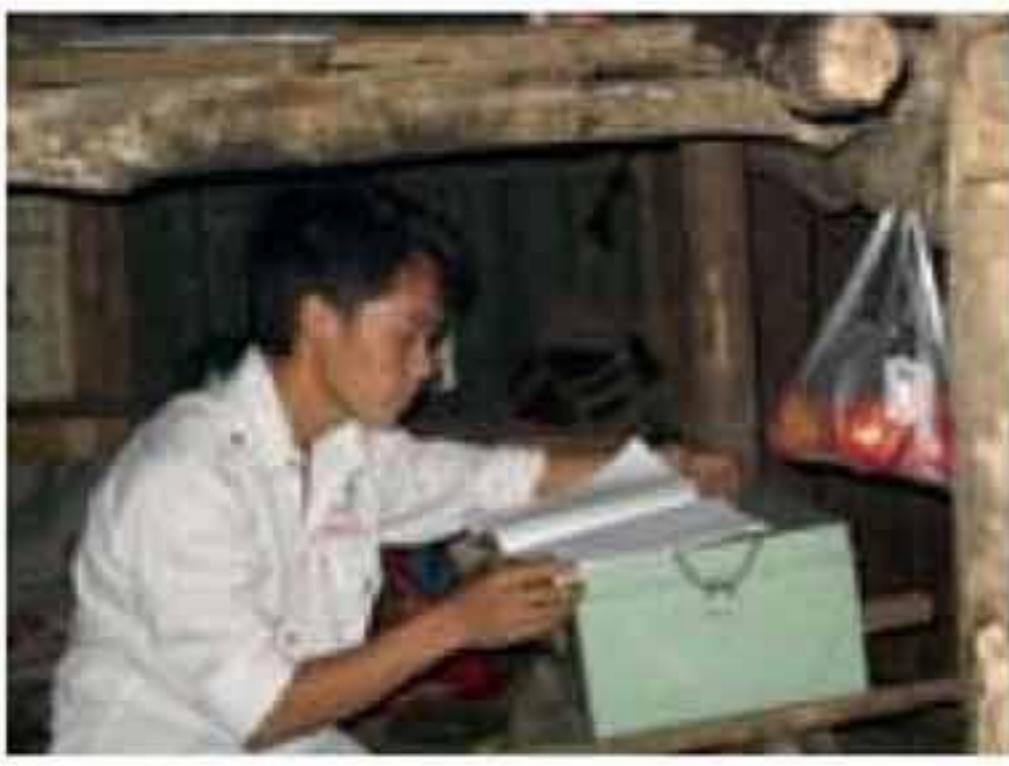
Đa số học sinh vùng cao, vùng sâu có nhà cách trường từ 10 đến 20 km đường rừng. Các em đến lớp phải vượt đèo, vượt suối rất gian nan, chưa kể mùa mưa, lũ quét, khiến nhiều trẻ em miền núi phải bỏ học giữa chừng. Để khắc phục, nhiều trường vùng cao đã huy động các gia đình học sinh làm tạm mái lán quanh trường cho con em nghỉ lại. Mô hình "bán trú dân nuôi" đã hình thành trong hoàn cảnh ấy. Nhưng cũng vì ở tạm bợ nên cuộc sống của những học sinh bán trú này rất khó khăn, thiếu thốn, ảnh hưởng đến kết quả học tập của các em. Trường Tiểu học Phìn Hồ có 29 lớp học với 200 học sinh, học rải rác tại bảy điểm trường. Điểm trường Seo Lông nơi chúng tôi đến là điểm trường trung tâm. Gọi là điểm trường trung tâm, nhưng cơ sở vật chất nơi đây cũng rất tạm bợ, chỉ có hai dãy nhà cấp bốn với 5 lớp học và một khu bán trú dân nuôi làm bằng ván thùng và mái tôn.

Mặc dù đã chia tách từ hai năm nay, trường THCS Phìn Hồ đã có cơ sở riêng ngay cạnh đó, nhưng do khó khăn, cả hai trường vẫn chung nhau một khu bán trú trông chẳng khác nào một khu nhà "ổ chuột". Dãy nhà tạm được chia làm hai gian, một gian dành cho học sinh nam, một gian cho học sinh nữ. Những tấm ván ải, thanh củi mục được gá với nhau tạm bợ để tạo thành những cái giường hai tầng. Đến cả cái chiếu rải trên những chiếc giường đó cũng rách bươm!

Thầy giáo Hà Minh Hưng, Chủ tịch Công đoàn Trường Tiểu học Phìn Hồ cho biết, khu nhà bán trú này được nhân dân trong xã quyên góp để dựng nên cách đây ba bốn năm. Đó là nơi sinh sống của hơn 100 học sinh thuộc hai trường Tiểu học và THCS Phìn Hồ. Cũng nhờ khu nhà này, nhiều học sinh ở những thôn bản xa xôi đã không phải bỏ học vì quãng đường đến trường quá xa, chưa kể những ngày mưa gió, lũ quét...

Bên trái dãy nhà bán trú là căn nhà tạm cũng sập sệ không kém của vợ chồng cô giáo Nguyễn Thị Anh, đều là giáo viên của trường. Mái nhà được che tạm bằng những tấm ni lông chằng đụp. Một đứa trẻ chừng hai tuổi tha thẩn chơi trước sân, trong khi bố mẹ nó đang bận làm việc. Thấy, cô giáo ở đây còn





phải sống tạm bợ thế này, thì họ làm sao yên tâm lo cho những học sinh của mình được?

CHO NGÀY MAI TƯƠI SÁNG HƠN

Những ngày này, học sinh tiểu học của Trường PTCS Phìn Hồ, xã Phìn Hồ, huyện Sin Hồ, tỉnh Lai Châu đang nghỉ hè. Trong khu bán trú dân nuôi chỉ còn lại học sinh lớp 6 của trường THCS Phìn Hồ. Cậu bé Lý A Cố, 12 tuổi, người dân tộc H'Mông ở bản Tà Kênh, xã Phìn Hồ, với Thảo Thị Vũ, 12 tuổi đang lúi húi trên tấm ván được kê làm mâm cơm với những chiếc nồi đen méo mó.

Cô bé mặc áo hồng xinh xắn có tên Thảo Thị Hoa, người dân tộc H'Mông ở thôn Tà Tao, học sinh lớp 6 kè, từ nhà em đi bộ đến trường phải mất một tiếng rưỡi đồng hồ. Đi mỗi chân lấm, mà lại hay bị muộn học nữa, sáng nào em cũng phải dậy đi học từ rất sớm, thế nên bố mẹ đã cho em vào ở khu bán trú này. Cứ cuối tuần, em lại trở về nhà để lấy rau, lấy gạo.

Những học sinh học tại đây không phải đóng học phí, mỗi tháng các em được trợ cấp thêm 140.000 đồng tiền ăn. Nhưng số tiền nhỏ nhoi đó không thấm vào đâu so với tuổi ăn tuổi ngủ của những đứa trẻ đáng thương này. Vậy mà chúng vẫn hồn nhiên sống như thế trong những căn nhà tạm, với những bữa ăn chỉ có cơm rau. Hồn nhiên đến mức chúng cũng không biết mình đang khổ. "Em ở đây còn tốt hơn ở nhà nhiều", Hoa cười nói.

Thầy Hà Minh Hưng tha thiết mong muốn sẽ có một ngôi nhà bán trú khang trang hơn cho học sinh cả hai trường tiểu học và THCS Phìn Hồ để các em yên tâm học tập và mong muốn đó của thầy có thể sẽ thành hiện thực trong thời gian ngắn tới. Bởi vì mới đây, Tập đoàn VNPT đã ký cam kết với tỉnh Lai Châu sẽ hỗ trợ hai huyện nghèo nhất của tỉnh là Mường Tè và Sin Hồ giảm nghèo nhanh và bền vững, theo

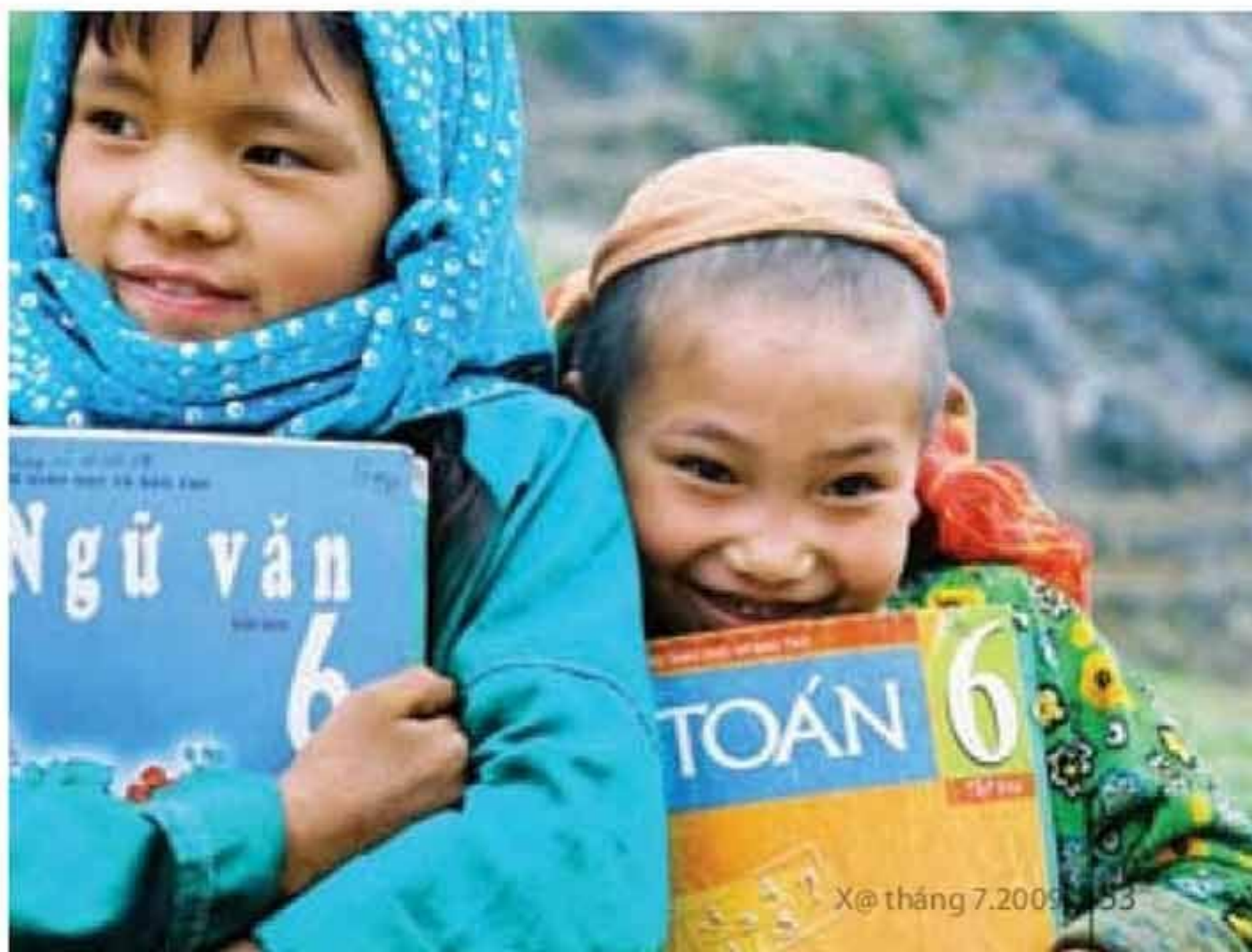
Nghị quyết số 30a/2008/NQ-CP ngày 27/12/2008 về chương

trình hỗ trợ giảm nghèo nhanh và bền vững đối với 61 huyện nghèo.

Một trong những nội dung của cam kết này là sẽ xóa bỏ những nhà bán trú tạm bợ từ nay đến năm 2015 tại hai huyện này, tạo điều kiện cho các em học sinh yên tâm học tập và ổn định cuộc sống xa nhà. Riêng ở Sin Hồ, Tập đoàn VNPT sẽ xây lại 9 điểm trường, tương ứng 45 phòng, bao gồm phòng ở, khu phụ, bếp cho các em. Dự kiến kinh phí hỗ trợ là 9,4 tỷ đồng.

Sự hỗ trợ này phù hợp với định hướng phát triển giáo dục, đào tạo của tỉnh Lai Châu trong thời gian tới, cụ thể là hoàn thành phổ cập giáo dục trung học cơ sở vào năm 2009; hoàn thành phổ cập trung học phổ thông vào năm 2015; hàng năm, số học sinh được huy động đến lớp tăng 4,47%. Đồng thời, mở rộng quy mô các trường dân tộc nội trú, phát triển các trường bán trú dân nuôi tại trung tâm các cụm xã, trung tâm các xã... Sự hỗ trợ thiết thực của VNPT sẽ sớm được triển khai, để những đứa trẻ nghèo ở Sin Hồ được sống khang trang hơn, có điều kiện để học tập tốt hơn, rút ngắn bớt khoảng cách với những đứa trẻ thành phố vốn chỉ biết học và chơi.

Hằng Nga



VINA SEARCH

- Tìm kiếm trên điện thoại di động



Với những ưu điểm: nhỏ gọn, thuận tiện, có thể truy cập web tại bất kỳ nơi đâu, bất kỳ lúc nào... điện thoại di động ngày càng trở nên sẵn sàng cho việc truy cập và khai thác thông

điện thoại di động đầu tiên hoàn toàn thuần Việt. Dịch vụ này cho phép các thuê bao di động của VinaPhone hỗ trợ GPRS sử dụng miễn phí các dịch vụ tìm và tải hình ảnh, tìm thông tin rao vặt, tra từ điển trực tuyến... trên điện thoại di

phần mềm sử dụng. Với lợi thế tải nhạc chuông, hình ảnh chi phí phải trả thấp, chỉ trả phí GPRS trong khi các dịch vụ nhắn tin bằng đầu số người dùng phải trả từ 3000-5000 đồng/ 1 tin nhắn, khiến dịch vụ VinaSearch sớm được đông đảo người dùng đón nhận.



tin trên mạng Internet. Xu hướng phát triển tìm kiếm thông tin trên Mobile là tất yếu trong giai đoạn hiện nay.

Dịch vụ VinaSearch là sản phẩm tìm kiếm thông tin đa phương tiện trên điện thoại di động đầu tiên hoàn toàn thuần Việt. Với nhiều tính năng tìm kiếm đa dạng: Từ điển, Thông tin rao vặt, Hình ảnh, Nhạc chuông... VinaSearch đảm bảo đáp ứng đầy đủ và chính xác mọi nhu cầu tìm kiếm thông tin của người sử dụng.

THẾ GIỚI TRONG TÁM TAY

Nhằm đáp ứng nhu cầu tìm kiếm thông tin trên điện thoại của người dùng, Công ty VinaPhone và Naiscorp đã hợp tác cho ra mắt dịch vụ VinaSearch(VNS) - dịch vụ tìm kiếm trên

Dịch vụ tìm thông tin rao vặt được cập nhật từ hơn 60 web và web thương mại điện tử Việt Nam cung cấp khoảng 10-20 nghìn tin rao vặt. Các thông tin rao vặt được VinaPhone cập nhật sau 10 phút, cung cấp đủ thông tin quan trọng nhất gồm tên sản phẩm, giá, người bán, địa điểm bán và ngày đăng tin. Bên cạnh đó, dịch vụ tra từ điển của VNS cho phép người dùng tra từ tại mọi lúc, mọi nơi. Đặc biệt, VNS đã bổ sung thêm dịch vụ tìm kiếm nhạc, cung cấp cho người dùng di động miễn phí hàng ngàn bản nhạc Việt Nam, gồm cả các bài hát và nhạc chuông đã được mua bản quyền khai thác.

Sau thời gian ngắn thử nghiệm, mỗi ngày có khoảng 2000 lượt người tải

SỬ DỤNG DỊCH VỤ

VinaSearch cung cấp cho khách hàng 3 phương thức sử dụng dịch vụ.

1. Sử dụng dịch vụ VinaSearch qua SMS 9022, gồm: Tra từ điển, tìm địa điểm; Rao vặt, tải client VinaSearch (Cho các máy có kết nối GPRS).

Để tra Từ điển: Soạn cú pháp nhắn tin: {td}{dấu cách}{kiểu từ điển}{dấu cách}{từ cần tra}. Trong cú pháp trên, {kiểu từ điển} là mã tương ứng của các loại từ điển như sau (Mã tương ứng):

- Anh - Việt : ev
- Việt - Anh : ve
- Anh - Anh : ee
- Việt - Việt : vv
- Pháp - Việt : fv
- Việt - Pháp : vf

Ví dụ: muốn tra từ "love" trong từ điển Anh - Việt thì soạn tin với cú pháp "td ev love" và gửi tới 9022

Để tìm địa điểm, soạn cú pháp nhắn tin: {dd}{dấu cách}{truy vấn}

- Chú ý:

- Độ chính xác của thông tin trả về phụ thuộc nhiều vào truy vấn của người dùng.
- Trong đó, truy vấn là thông tin mô tả ngắn gọn địa điểm và nơi muốn tìm địa điểm này. Ví dụ: nhahang, khachsan, cafe...
- Số lượng địa điểm trả về nằm trong khoảng 4 đến 8 kết quả, nếu những kết quả trả về chưa đáp ứng được yêu cầu, thì người dùng có thể: hoặc nhấn thêm một tin với truy vấn khác, hoặc nhấn tin

yêu cầu lấy các kết quả tiếp theo của truy vấn cũ với cú pháp {c} và gửi tới 9022.

Ví dụ: muốn tìm kiếm các địa điểm karaoke trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh thì soạn "**dd karaoke HCM**" và gửi **9022**. Hoặc nếu muốn tìm chính xác hơn nữa, thì tin nhắn sẽ có dạng như sau: "dd karaoke Nguyen Dinh Chieu HCM", kết quả trả về sẽ là các địa điểm karaoke trên đường Nguyễn Đình Chiểu tại TP. Hồ Chí Minh.

Để đăng tin/ tìm tin Rao vặt, soạn cú pháp nhắn tin: {rv}{dấu cách}{truy vấn}.

Tuy nhiên, phải lưu ý là, độ chính xác của thông tin trả về phụ thuộc nhiều vào truy vấn của người dùng. Trong đó, truy vấn là thông tin mô tả ngắn gọn thông tin rao vặt và nơi muốn có thông tin này. Ví dụ: oto Hanoi, xemay... Số lượng tin



rao vặt trả về nằm trong khoảng 4 đến 8 kết quả, nếu những kết quả trả về chưa đáp ứng được yêu cầu, thì người dùng có thể hoặc nhấn thêm một tin với truy vấn khác, hoặc nhấn tin yêu cầu lấy các kết quả tiếp theo của truy vấn cũ với cú pháp {c} và gửi 9022.

Ví dụ: muốn tìm các thông tin rao vặt cho "iphone" tại Hà Nội thì soạn tin nhắn "rv iphone HN" và gửi 9022. Kết quả trả về sẽ là các thông tin rao vặt về iPhone tại Hà Nội.

Để tải client cho VinaSearch, soạn cú pháp nhắn tin: {vns} Gửi tới 9022 để tải client cho VinaSearch.

- Chú ý: điện thoại khách hàng phải hỗ trợ kết nối GPRS và nằm trong vùng phủ sóng GPRS.

2. Sử dụng dịch vụ qua ứng dụng VinaSearch: Để sử dụng dịch vụ VinaSearch qua ứng dụng VinaSearch cài trên điện thoại di động, khách hàng thực hiện theo các bước sau:

Bước 1:

Tải ứng dụng VinaSearch: Có 2 cách để tải ứng dụng VinaSearch về máy điện thoại di động:

- Cách 1: Tải qua tin nhắn SMS đến đầu số 9022: Từ máy điện thoại di động, soạn tin nhắn với cú pháp "VNS" và gửi tới đầu số 9022. Hệ thống sẽ trả về bản tin wap-push chứa đường link để tải ứng dụng VinaSearch.
- Cách 2: Truy nhập website dịch vụ bằng 1 trong 2 địa chỉ: <http://vinasearch.vinaphone.com.vn> hoặc <http://www.vinasearch.com.vn>, nhập số điện thoại di động theo hướng dẫn trên màn hình

website. Hệ thống sẽ gửi trả bản tin wap-push chứa đường link để tải ứng dụng VinaSearch.

Bước 2:

Sau khi tải và cài đặt thành công ứng dụng VinaSearch trên máy điện thoại di động, khách hàng truy nhập và sử dụng các menu tìm kiếm trên ứng dụng.

3. Sử dụng dịch vụ qua wapsite: Để sử dụng dịch vụ VinaSearch theo phương thức wapsite, từ máy điện thoại di động khách hàng truy nhập wapsite dịch vụ tại 1 trong 2 địa chỉ: <http://vinasearch.vinaphone.com.vn> hoặc <http://vinasearch.com.vn> và thực hiện tìm kiếm thông tin, nội dung dựa trên Menu của wapsite.



Ông Hồ Minh Đức - Phó Tổng Giám đốc Công ty Naiscorp, đơn vị hợp tác với VinaPhone triển khai dịch vụ VinaSearch.

Khái niệm tìm kiếm trên di động (mobile search) là khá mới mẻ tại Việt Nam. Tìm kiếm trên di động cho phép người sử dụng tìm kiếm thông tin mọi lúc mọi nơi mà không nhất thiết phải có internet và máy tính.

Tiềm năng phát triển dịch vụ tìm kiếm trên di động là rất lớn. Với số lượng thuê bao phát triển không ngừng, cũng như cơ sở hạ tầng và các nội dung thông tin trên điện thoại di động ngày càng phát triển, thì việc phát triển một công cụ để tìm kiếm và xử lý thông tin là điều tất yếu. Nó cũng giống như quy luật phát triển trên môi trường internet.

Với công cụ này, cho phép người sử dụng tiếp cận thông tin một cách hoàn toàn mới so với cách tiếp cận thông tin như hiện nay chỉ tập trung qua tin nhắn và đầu số. Cũng như chi phí sẽ giảm đáng kể khi người dùng chỉ mất chi phí GPRS. Hiện tại, chúng tôi đã cung cấp sản phẩm Socbay Mobile Search, cho phép người dùng tìm kiếm và xử lý thông tin bằng các từ khóa tìm kiếm, cho phép người dùng thao tác với các kết quả tìm kiếm được như tổng hợp tin tức, tra cứu từ điển, nghe và tải nhạc online..."

Bán hàng *giữa* chợ phiên

Tổ chức các đội bán hàng lưu động, tham gia bán trong các chợ phiên, mặc trang phục của đồng bào dân tộc, quảng bá sản phẩm, dịch vụ của VNPT đến tận tay những người dân nghèo... đang là những cách làm mới, sáng tạo của các Viễn thông, Bưu điện các tỉnh miền núi. Phóng viên XHTT ghi lại hình ảnh đội bán hàng lưu động của Bưu điện, Viễn thông Hà Quảng tại chợ phiên Nà Giàng (Cao Bằng).



Quầy hàng lưu động bày bán các sản phẩm - dịch vụ CNTT - Viễn thông - Bưu điện giữa chợ phiên.



Mang sắc phục của chính đồng bào để bán hàng là một sáng tạo mới trong kinh doanh - tiếp thị sản phẩm.



Quầy hàng này 'lạ' lắm, vào xem họ bán gì mới được.



Điện thoại GPhone hoạt động tốt giữa núi rừng.



Để liên lạc, em nhấn số và bấm vào nút này nhé!



Đăng ký thông tin thuê bao trả trước cho người dân.

Tạp Chí



Chia sẻ niềm vui có điện thoại mới



Phát tờ rơi giới thiệu dịch vụ Bảo hiểm Bưu điện giữa chợ



Gian hàng lúc nào cũng đông đúc người xem, mua sản phẩm

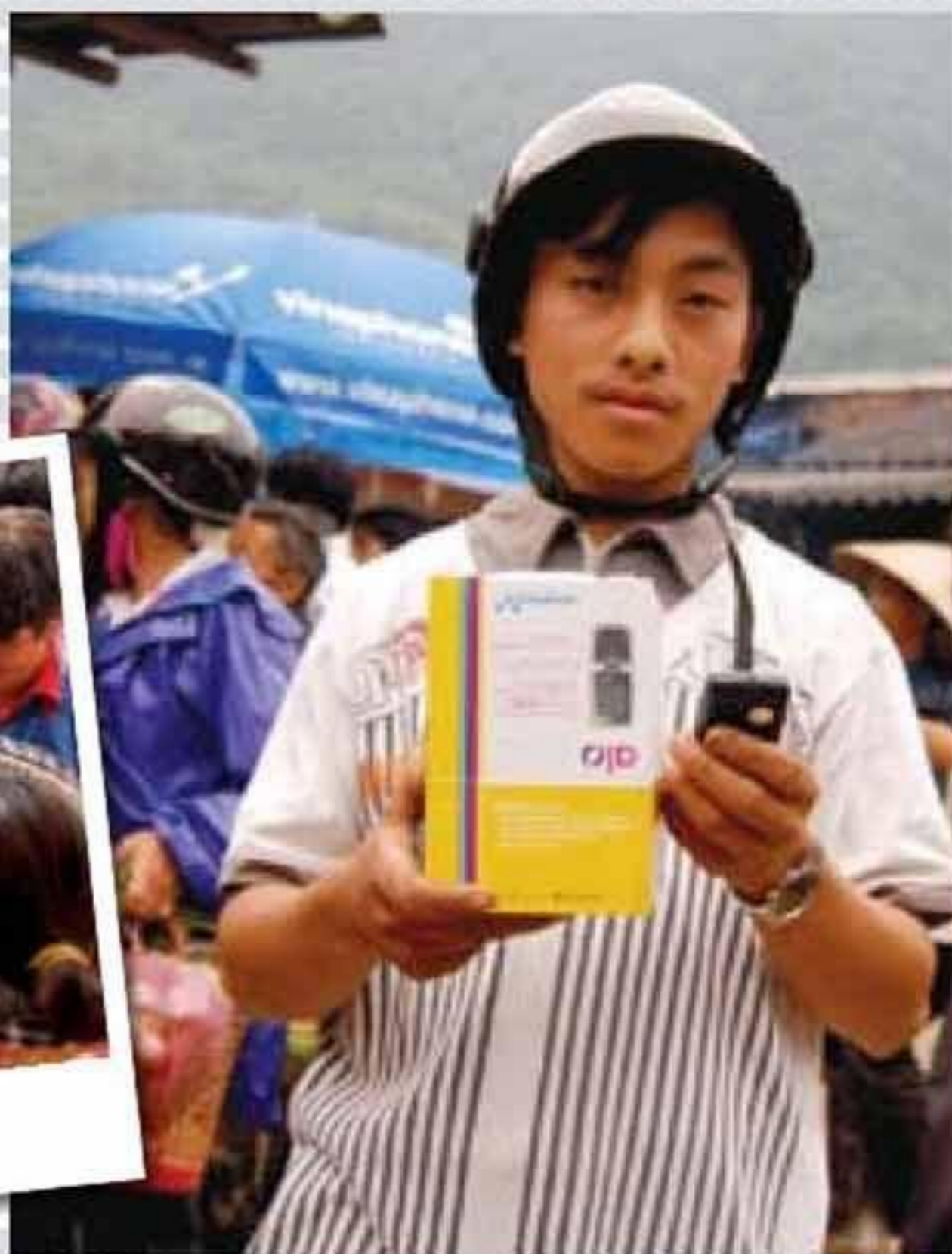


Xem "đế" ai có nhạc chuông hay hơn



Có nhiều số đẹp, anh muốn chọn số nào cũng được

Vui quá, lần đầu tiên được sử dụng điện thoại di động



Rút tiền sảm "dễ" ngay giữa chợ

DOANH NGHIỆP NÊN DỪNG VOICE IP?



ĐIỆN THOẠI IP PHONE SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ VOICE-OVER-IP (VOIP) LÀ CÁCH TRUYỀN DẪN CÁC CUỘC GỌI ĐIỆN THOẠI QUA MẠNG SỐ LIỆU (MẠNG INTERNET). VÌ VẬY, CUỘC GỌI KHÔNG HẠN CHẾ VỀ RANH GIỚI

ĐỊA LÝ, VĂN PHÒNG,... CHỖ NÀO CÓ INTERNET LÀ Ở ĐÓ CÓ THỂ GỌI ĐIỆN THOẠI, CƯỚC GỌI GỌI RẺ, THẬM CHÍ CÒN KHÔNG MẤT TIỀN.

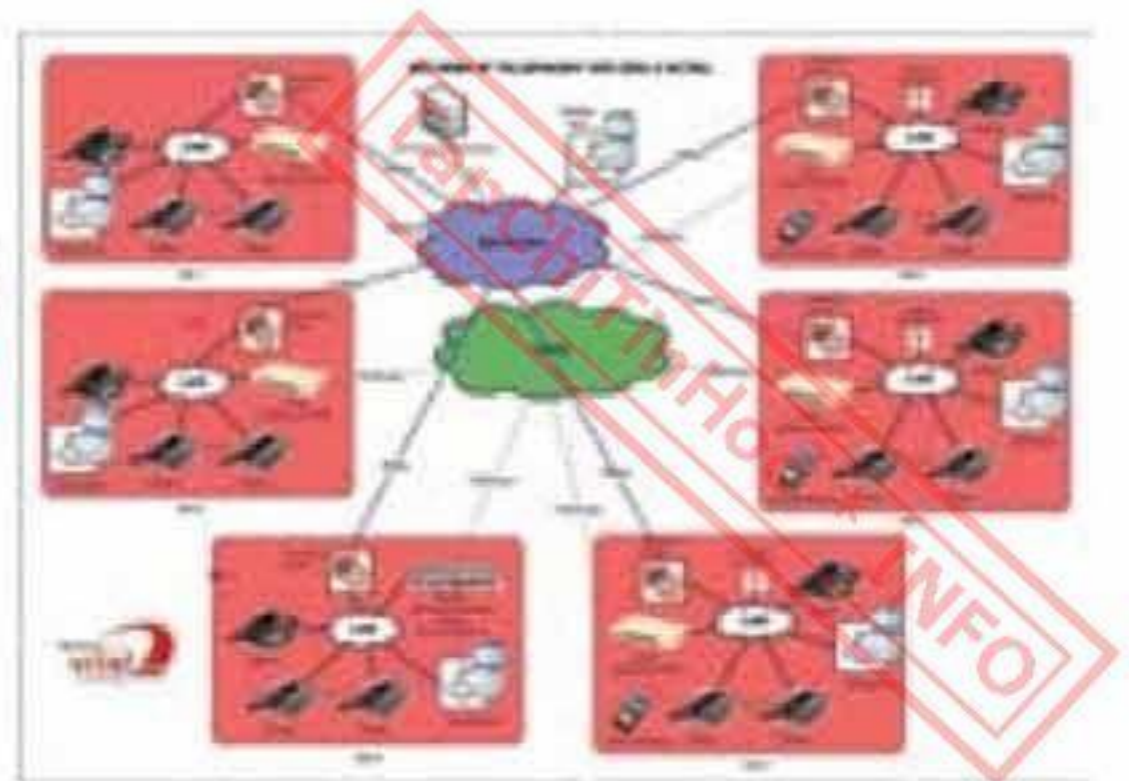
NGUYÊN LÝ SỬ DỤNG ĐƠN GIẢN

Với VoIP, ngay khi bạn nhấc máy điện thoại và nghe thấy âm mời quay số, chúng tỏ ta đã có kết nối tới tổng đài nội hạt. Tiếp tục quay số, cuộc gọi được thiết lập định hướng qua chuyển mạch tại tổng đài nội hạt tới nơi ta đang gọi. Một kết nối thực hiện giữa điện thoại của ta với đường line khác, lúc này mạch đang mở. Khi gác máy, mạch sẽ ngắt và đường line được giải phóng. Trong khoảng thời gian nói chuyện, mạch liên tục mở giữa hai máy. Cuộc gọi qua tổng đài PSTN truyền thống truyền với tốc độ cố định là 64 Kbps, hoặc 1024 bit/giây theo mỗi hướng và tốc độ phát tổng cộng là 128 Kbps.

TIẾT KIỆM TỐI ĐA

Tại sao VoIP (Voice Over IP) lại có giá thành rẻ hơn so với PSTN (Public Switched Telephone Network)?

Trước hết, âm thanh đã được nén lại trước khi gửi đi. Ví dụ, trong lĩnh vực điện thoại, theo định lý Nyquist (Nyquist theorem), giọng nói của con người có tần số ≤ 4000 Hz. Để mã hoá giọng nói đó dưới dạng digital, âm thanh phải được lấy mẫu (sample) với tần số $\geq 2 \times 4000$ Hz = 8000 Hz nghĩa là trong một giây có 8000 mẫu (sample) => 1 ms có 8 mẫu. Như vậy, trong 30ms có 240 mẫu, mỗi mẫu được mã hoá bằng là 2 byte. Do đó, chúng ta cần $240 \times 2 = 480$ byte để biểu diễn âm thanh được nói trong 30 ms. Nếu dùng nén (thực ra người ta gọi là codec = Code



& Decode) thì có thể nén giọng nói đó lại, có loại nén cho ra kết quả chỉ bằng 24 byte (hãy so sánh với mã hoá kiểu mp3 hoặc kiểu Real Audio). Như vậy, dùng VoIP tốn rất ít băng thông so với phương pháp cổ điển. Vì thế nên tiết kiệm chi phí.

Hai là, do chỉ gửi âm thanh khi người dùng điện thoại thật sự nói chuyện. Đối với điện thoại thông thường, khi đường dây điện thoại mà A gọi cho B được thiết lập, thì đường dây đó chỉ dành cho 2 người và không thể chia sẻ cho người khác được. Ngược lại, khi dùng VoIP, đường truyền được chia sẻ giữa các cuộc gọi.

Bằng các cuộc khảo sát người ta thấy thông thường trong các cuộc điện đàm có hơn 50% thời gian im lặng. Ví dụ, khi điện đàm người ta phải im lặng khi suy nghĩ, hoặc đợi người kia trả lời. Do đó, nếu VoIP chỉ gửi âm thanh khi người dùng nói chuyện thì sẽ tiết kiệm được 50% băng thông. Và đường truyền qua VoIP được chia sẻ bởi nhiều người, vì vậy băng thông tiết kiệm được có thể dùng cho cuộc điện thoại khác.

Ưu điểm của giải pháp Voice IP khi doanh nghiệp áp dụng.

Gọi điện miễn phí giữa các chi nhánh.

Có thể kết nối với các nhà cung cấp dịch vụ Internet phone để gọi quốc tế mà không cần nâng cấp thiết bị.

Nhân viên từ xa có thể đăng nhập vào hệ thống để thực hiện các cuộc gọi nội bộ và nhận cuộc gọi từ bên ngoài ở bất kỳ đâu trên thế giới.

Có thể sử dụng softphone trên máy tính để bàn để nhận cuộc gọi và thực hiện cuộc gọi.

Có thể dùng điện thoại bàn, điện thoại di động để gọi quốc tế giá rẻ thông qua tổng đài IP.

Dễ dàng nâng cấp, có thể tích hợp với nhiều ứng dụng khác.

Dễ dàng di chuyển điện thoại từ phòng ban này sang phòng ban khác và kết nối vào mạng LAN mà không phải đi dây riêng.

CÔNG TY TNHH ĐIỆN THOẠI VĂN CHUNG (NHÀ CUNG CẤP TỔNG ĐÀI CHUYÊN NGHIỆP)

Địa chỉ: 151 – 157 Phố Đặng Tiến Đông - Quận Đống Đa - Hà Nội

Điện thoại: 04 3537 5995

Fax: 04 3537 6006

Website: www.vctel.com

Email: vctek@vctel.com

TRA CỨU ĐIỂM THI VÀO KHỐI CHUYÊN CỦA ĐẠI HỌC QUỐC GIA VÀ ĐẠI HỌC SƯ PHẠM HÀ NỘI QUA 1080

8011 5678
Thông tin tuyển sinh

Hệ thống 1080 và hộp thư 8011 5678 đang triển khai cung cấp thông tin điểm thi vào khối

THPT chuyên của Đại học Quốc gia Hà Nội và Đại học Sư phạm Hà Nội. Theo đó, thí sinh chỉ cần gọi 1080 (di động: 04.1080) đọc số báo danh của mình, điện thoại viên sẽ trực tiếp tra điểm cho từng thí sinh. Hoặc, thí sinh cũng có thể gọi vào hộp thư 8011 5678/ bấm số 2/ sau đó bấm tiếp số 2/ nhập số báo danh/ hệ thống sẽ tự động đọc điểm thi từng môn của thí sinh một cách chính xác nhất.

TƯ VẤN GIÁO DỤC MỚI TRÊN TỔNG ĐÀI 1088

Kể từ ngày 15/06/2009, Công ty Dịch vụ Viễn Thông Hà Nội phối hợp với Công ty TNHH tư vấn đầu tư thương mại An Hưng mở kênh tư vấn giáo dục mới trên hệ thống 1088.

Khi có nhu cầu hỏi tư vấn về giáo dục, hướng nghiệp, gia sư, khách hàng có thể gọi vào tổng đài 1080/ bấm số 6/ bấm tiếp số 3 để được các chuyên gia trả lời tư vấn. Các tư vấn viên đều có kiến thức và kinh nghiệm lâu năm trong ngành sư phạm sẽ giúp bạn tháo gỡ những khó khăn trong lĩnh vực học tập và định hướng nghề nghiệp. Thời gian phục vụ từ 07h 00 đến 21h30 hàng ngày (trừ Tết Âm lịch).

BỘ CÔNG AN TRẢ LỜI THỦ TỤC TRONG CÔNG TÁC QUẢN LÝ HÀNH CHÍNH VỀ TRẬT TỰ XÃ HỘI QUA HỘ THƯ 8011 1025

Để phổ biến rộng rãi các thông tin liên quan đến trật tự xã hội cho người dân, kể từ tháng 6/2009, Cục Cảnh sát Quản lý hành chính về trật tự xã hội đã phối hợp với tổng đài 1080 trả lời thủ tục trong công tác quản lý hành chính về trật tự xã hội trên số hộp thư 8011 1025 và tổng đài 1080.

Bất kỳ người dân nào muốn biết các thông tin liên quan đến lĩnh vực trật tự xã hội đều có thể gọi vào hộp thư 8011 1025, hoặc 1080 bất kỳ giờ nào trong ngày.

Gọi 8011 1025 sau đó bấm các phím sau:

Phím 1: Hướng dẫn sử dụng số điện thoại khẩn cấp 113

Phím 2: Thông tin về việc đăng ký thương trú

Phím 3: Thông tin về đăng ký tạm trú

Phím 4: Thông báo lưu trú

Phím 5: Khai báo tạm vắng

Phím 6: Thủ tục cấp giấy chứng minh nhân dân

Phím 7: Thủ tục cấp giấy xác nhận đủ điều kiện về an ninh trật tự và cam kết thực hiện điều kiện về an ninh trật tự

Phím 8: Các văn bản quy định về thủ tục trong công tác



quản lý hành chính về an ninh trật tự.

Đây là một chương trình mang tính tuyên truyền lớn giúp người dân biết và hiểu rõ các quy định của nhà nước trong công tác quản lý hành chính về trật tự xã hội.



HỘ THƯ BẠN CỦA NHÀ NÔNG 8011 1056

Để biết thông tin về nông nghiệp, đặc biệt là những người nông dân có thể sử dụng dịch vụ Hộp thư trả lời tự động Bạn của nhà nông theo số 8011 1056. Bà con khi gọi vào số 8011 1056 sẽ được cung cấp nhiều thông tin như: Giá cả các loại nông sản và sản phẩm nông nghiệp, nhu cầu mua và bán các sản phẩm nông nghiệp ...

Cụ thể cách gọi: quay số 8011 1056 rồi bấm:

Phím 1: Giá các loại sản phẩm nông nghiệp tại các chợ đầu mối Hà Nội và một số tỉnh Miền Bắc

Phím 2: Nhu cầu mua và bán các sản phẩm nông nghiệp của các hộ sản xuất, kinh doanh, các trang trại và làng nghề trên địa bàn thành phố Hà Nội

Phím 3: Các thông tin về kỹ thuật nông nghiệp

Bà con cũng có thể đặt câu hỏi, góp ý vào phím số 0, và được trả lời tại phím số 4.