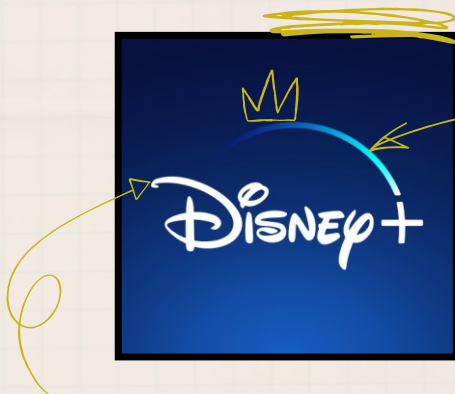


GA2 - NHÓM 6 INTERNATIONAL MARKETING

Phân tích môi trường vĩ mô ở Việt Nam ảnh hưởng tới
sự thâm nhập của Disney+

1

NỘI DUNG



1. MÔI TRƯỜNG KINH TẾ
2. MÔI TRƯỜNG NHÂN KHẨU HỌC
3. MÔI TRƯỜNG CHÍNH TRỊ, PHÁP LUẬT
4. MÔI TRƯỜNG TỰ NHIÊN
5. MÔI TRƯỜNG CÔNG NGHỆ
6. MÔI TRƯỜNG VĂN HÓA - XÃ HỘI

2

MÔI TRƯỜNG KINH TẾ



3

- Ước tính **GDP năm 2021 tăng 2,58%** (1)
- Năm 2021 **thu nhập bình quân tháng** của người lao động là **5,7 triệu đồng**, giảm **32 nghìn đồng** so với năm 2020 (1)



Trích Báo cáo tình hình Kinh tế – Xã hội Quý IV và năm 2021

4

Mức sống của người dân ngày càng tăng, kéo theo nhu cầu về chất lượng của các dịch vụ giải trí trực tuyến ngày càng tăng



5

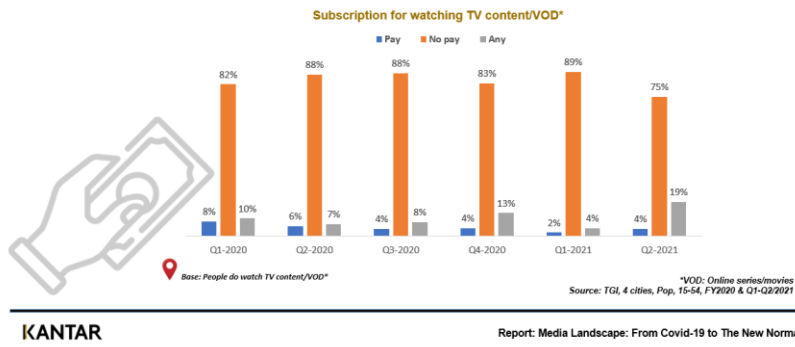
- Ảnh hưởng của đại dịch, tỷ lệ thất nghiệp của lao động trong độ tuổi là 3,22% (1), người dân phải ở nhà vào thời điểm đại dịch bùng phát, kéo theo nhu cầu giải trí tại nhà, các hình thức giải trí trực tuyến phát triển (2).

- Chỉ số giá tiêu dùng CPI tăng 1,84% so với năm trước, mức tăng thấp nhất kể từ năm 2016 (1). Khán giả không sẵn sàng trả phí cho OTT (over-the-top) nhưng trong đợt giãn cách xã hội kéo dài, tỷ lệ người có trả phí cho các nội dung giải trí online này tăng lên và số người cân nhắc về việc này cũng tăng, nhưng vẫn còn rất khiêm tốn (2).

6

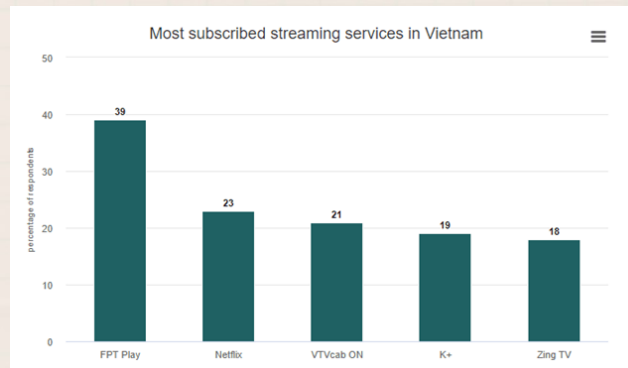
Despite that number sounds promising, those TV content/VOD* platforms still has a very long way to go in conquering the Vietnamese market.

Since Vietnamese people are **NOT willing to pay** for it.



Trích Báo cáo: Media Landscape: From Covid-19 to The New Normal

7



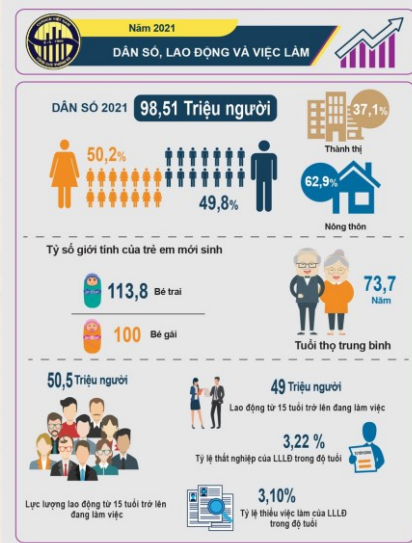
Dịch Covid-19 diễn biến phức tạp dẫn đến tăng trưởng âm của một số ngành dịch vụ làm giảm mức tăng chung của khu vực dịch vụ (1). Trong khi đó, **ngành thông tin và truyền thông tăng 5,97%, đóng góp 0,36 điểm phần trăm (1)**. Xu hướng **số hóa dịch vụ** ngày càng **phát triển** sau dịch, mở ra tiềm năng cho các hoạt động giải trí số.

8

MÔI TRƯỜNG NHÂN KHẨU HỌC



9



Quy mô và tốc độ tăng dân số

- Theo Tổng cục Thống kê (2021), Dân số trung bình năm 2021 của cả nước ước tính 98,51 triệu người, tăng 922,7 nghìn người, tương đương tăng 0,95% so với năm 2020.

=> Việt Nam là thị trường thu hút các doanh nghiệp với số lượng khách hàng tiềm năng lớn.

10

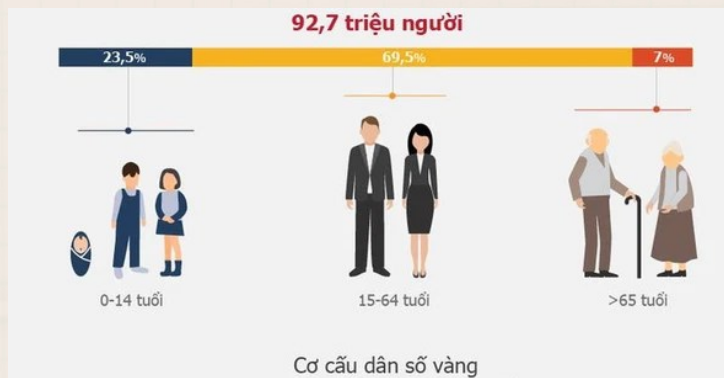


Tỉ lệ các bộ phận của dân số tham gia lao động

- Theo Tổng cục Thống kê (2021), số lượng lao động từ 15 tuổi trở lên có “công ăn, việc làm” tăng đều qua từng năm, với tốc độ tăng trung bình khoảng 0,48% trong giai đoạn 2015-2019.
- Riêng năm 2020, cả nước có 32,1 triệu người từ 15 tuổi trở lên bị ảnh hưởng tiêu cực bởi dịch COVID-19 bao gồm người bị mất việc làm, phải nghỉ giãn việc hoặc nghỉ luân phiên, giảm giờ làm.

=> Tỉ lệ người thất nghiệp gia tăng đồng nghĩa với việc thời gian ở nhà để sử dụng các dịch vụ trực tuyến tăng lên, là cơ hội để các dịch vụ giải trí mới phát triển.

11



Sự thay đổi về cơ cấu lứa tuổi dân cư

- Theo Tổng cục Thống kê, dân số Việt Nam có xu hướng "già hóa" nhanh, đi kèm với tỉ lệ người trong độ tuổi lao động chiếm phần lớn dân số.

=> Tỉ lệ người lao động tăng nhanh đồng nghĩa với việc khả năng tự chi trả cho các dịch vụ cũng tăng lên.

12



Sự thay đổi cơ cấu ngành nghề

- Theo tạp chí tài chính, trong giai đoạn 2015-2020, kinh tế Việt Nam có sự chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế theo hướng hiện đại, giảm dần nguồn lực khu vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản (gọi là khu vực 1, KV1), nguồn lực phân bổ cho khu vực công nghiệp, khai khoáng, xây dựng (khu vực 2, KV2) và khu vực dịch vụ (khu vực 3, KV3) tăng dần.



=> Ngành dịch vụ tại Việt Nam phát triển vừa là cơ hội vừa là thách thức đối với các doanh nghiệp trong ngành.

13



Trình độ học vấn

- Theo Viện Chiến lược và Chính sách tài chính, trình độ học vấn của nguồn nhân lực Việt Nam đã được nâng cao; phân bổ lực lượng lao động theo trình độ học vấn tăng mạnh ở các nhóm trình độ cao và giảm mạnh ở các nhóm trình độ thấp.
- Không chỉ trình độ học vấn được nâng cao, trình độ chuyên môn kỹ thuật của nguồn nhân lực Việt Nam cũng không ngừng được cải thiện.

=> Thu nhập của người dân tăng lên theo trình độ phát triển học vấn, dẫn đến mức chi trả cho các dịch vụ giải trí cũng tăng lên.

14

MÔI TRƯỜNG CHÍNH TRỊ - PHÁP LUẬT



15

CHÍNH TRỊ

- Ở Việt Nam, **môi trường chính trị ổn định.**
- Quan hệ giữa 2 nước **Việt Nam - Hoa Kỳ** đã trở thành **đối tác đáng tin cậy** với tình hữu nghị dựa trên nền tảng tôn trọng lẫn nhau.(1)
- Việt Nam – Hoa Kỳ có **mối quan hệ hợp tác ngày càng tích cực và toàn diện**, và đã phát triển thành **quan hệ đối tác vững chắc** trên các lĩnh vực chính trị, kinh tế, an ninh và giao lưu giữa nhân dân hai nước. (1)
- Nói về **lĩnh vực đầu tư**, Mỹ luôn nằm trong top đầu tại Việt Nam.(2)



16

PHÁP LUẬT

- Bộ Thông tin và Truyền thông Việt Nam **đang tiến hành siết chặt quản lý** đối với các kênh OTT TV xuyên biên giới.
- Bộ TT&TT vẫn **chưa cấp phép cho DN nước ngoài** cung cấp dịch vụ phát thanh truyền hình trả tiền xuyên biên giới tại Việt Nam (như Netflix, WeTV...).(3)
- Do các nội dung cung cấp trên dịch vụ OTT TV của các doanh nghiệp xuyên biên giới **không được biên tập, nhiều phim không được cấp phép phổ biến** theo quy định của pháp luật Việt Nam (3)
→ Các nội dung vi phạm quy định pháp luật Việt Nam.



NETFLIX



17

PHÁP LUẬT

- **Điều 12.1.a Nghị định 06/2016/NĐ-CP** ngày 18/1/2016 của Chính phủ về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ phát thanh, truyền hình quy định các tổ chức OTT xuyên biên giới khi **tham gia cung cấp** dịch vụ phát thanh truyền hình trả tiền **đều phải lập hồ sơ xin cấp phép đầu tư và được sự chấp thuận chủ trương của Thủ tướng Chính phủ** trước khi cung cấp dịch vụ.(4)



18

PHÁP LUẬT

- **Khoản 3 Điều 26 Luật An ninh mạng**, các dịch vụ OTT nêu trên **đang thu thập thông tin người dùng tại Việt Nam** (khi họ đăng ký tài khoản và thanh toán dịch vụ như lưu tên, số điện thoại, email, thông tin thẻ thanh toán qua ngân hàng...) nên phải **tiến hành đặt server lưu trữ dữ liệu và đặt chi nhánh hoặc văn phòng đại diện tại Việt Nam.**(4)



19

PHÁP LUẬT

- **Liên quan đến nghĩa vụ thuế**, theo quy định tại **Thông tư 103/2014/TT-BTC** các tổ chức OTT TV nước ngoài xuyên biên giới là **đối tượng chịu thuế nhà thầu (bao gồm thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập doanh nghiệp)** khi thực hiện cung cấp dịch vụ chiếu phim tại Việt Nam.(4)



20

PHÁP LUẬT

- Nếu hiểu các OTT TV xuyên biên giới đang hoạt động phổ biến phim thì tất cả phim trước khi phổ biến phải **có giấy phép được Cục Điện ảnh cấp**; cung cấp dịch vụ truyền hình trả tiền thì phim phải có **quyết định phát sóng của giám đốc đài truyền hình**; hoặc được **biên tập bởi một đơn vị biên tập có thẩm quyền**.(4)
- Nếu hiểu các tổ chức này là **kênh chương trình nước ngoài trên dịch vụ truyền hình trả tiền** thì nội dung phải được biên tập theo Điều 19 Nghị định 06/2016/NĐ-CP.(4)

21

PHÁP LUẬT

- Hiệp hội Truyền hình trả tiền Việt Nam (VNPayTV) đã gửi văn bản đến Văn phòng Chính phủ, Văn phòng Quốc hội, Ban Tuyên giáo trung ương và các bộ liên quan **kiến nghị về hoạt động cung cấp dịch vụ viễn thông OTT trực tuyến xuyên biên giới của các đơn vị nước ngoài đưa vào Việt Nam**. (Thay đổi Nghị định số 06/2016/NĐ-CP)(5)



FPT Play



Galaxy Play



22

PHÁP LUẬT

- Nêu lên **vấn đề về việc cạnh tranh công bằng** khi các OTT trong nước phải tuân thủ và chịu trách nhiệm nghiêm ngặt từ khâu nội dung, hình ảnh, thuế quan,... trong **khi các OTT nước ngoài lại không tuân thủ và chưa bị siết chặt.**(7)



23

MÔI TRƯỜNG TỰ NHIÊN



24

Bên cạnh những tác động do con người, thiên nhiên cũng là nguyên nhân lớn ảnh hưởng đến hệ thống cáp quang ở Việt Nam.



- Cá mập cắn cũng là một trong số các sự cố có "đóng góp" của thiên nhiên nhưng lý do vì sao loài động vật này lại thích "gặm" cáp thì vẫn còn nhiều tranh cãi.
- Sách đỏ Việt Nam gọi *Carcharodon carcharias* là "cá mập ăn thịt người", thuộc họ cá mập, bộ cá nhám chuột (Lamniformes). Chúng thường lui tới tại các vùng biển Trường Sa, Khánh Hòa, Bình Thuận, Côn Đảo, Quy Nhơn... của Việt Nam. (1)
- **Vì nằm trong sách đỏ nên cá mập không hẳn là mối nguy lớn cho hệ thống cáp quang**

25

life balance goals



Theo quantrimang.com (2), mực nước ở vùng biển Đông của Việt Nam (đặc biệt là khu vực Vũng Tàu, nơi tuyến cáp AAG đổ bộ lên đất liền) tương đối nông. Trong khi đó, hoạt động tàu bè xung quanh khu vực này lại rất lớn.

-> Vì vậy, đây là những vùng biển dễ xảy ra tình trạng đứt cáp ngầm biển do mỏ neo của tàu thuyền.

26



27



28

54	+3	Macau (SAR)	44.89	54	+1	Estonia	81.77
55	-2	Montenegro	44.79	55	-1	Bulgaria	81.16
56	+10	Vietnam	44.49	56	-	Australia	79.98
57	+1	Turkey	43.49	57	-	Serbia	79.97
58	-2	Latvia	42.04	58	+2	Jordan	75.93
59	+6	Trinidad and Tobago	41.72	59	-	Ukraine	70.13
60	-5	Moldova	40.41	60	+1	Vietnam	70.05
61	-1	Israel	40.25	61	-3	Belarus	65.57

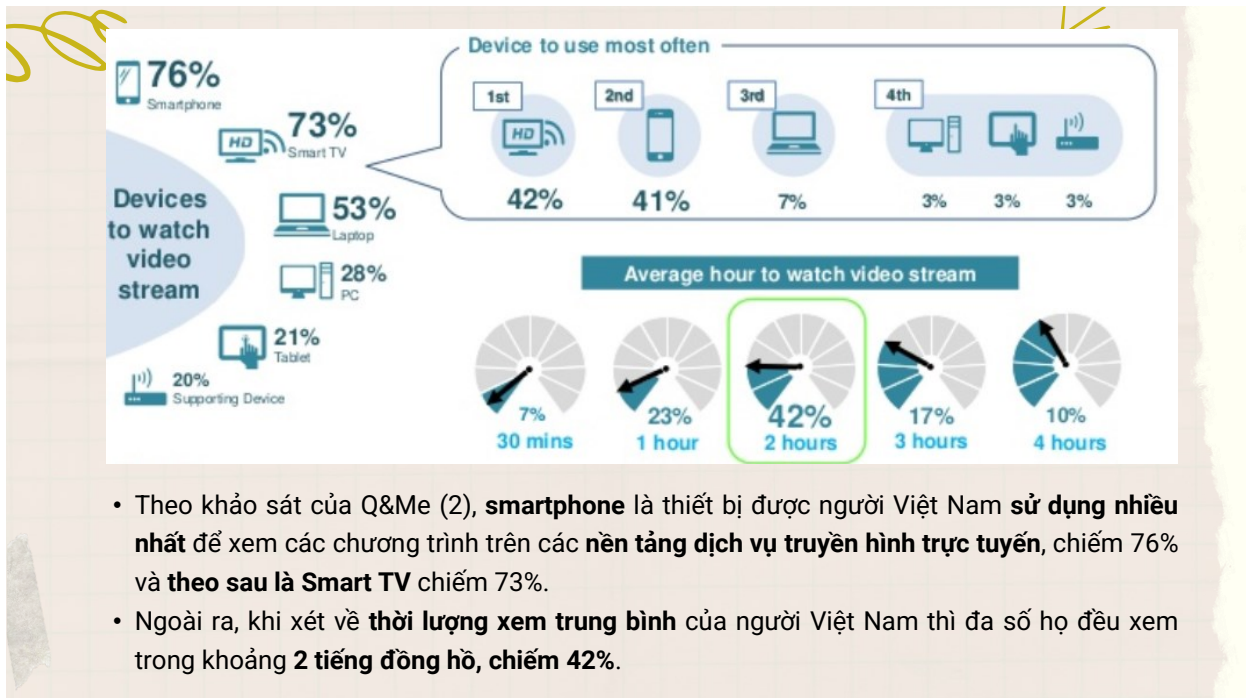
Theo Speedtest (1) , hiện tại tốc độ Internet di động ở Việt Nam vẫn **thấp hơn** khá nhiều so với trung bình thế giới. Trong tháng 5, tốc độ Internet di động trung bình của thế giới là **54,53 Mb/giây**. Quốc gia có tốc độ **cao nhất** là **UAE** (194,04 Mb/giây), **thứ 2** là **Hàn Quốc** (192,58 Mb/giây). Thời gian qua, tốc độ Internet ở cả **Việt Nam** và **trên thế giới** đều có xu hướng ở **hạng mục Internet di động**, với sự phát triển nhanh của **mạng 5G**.

29

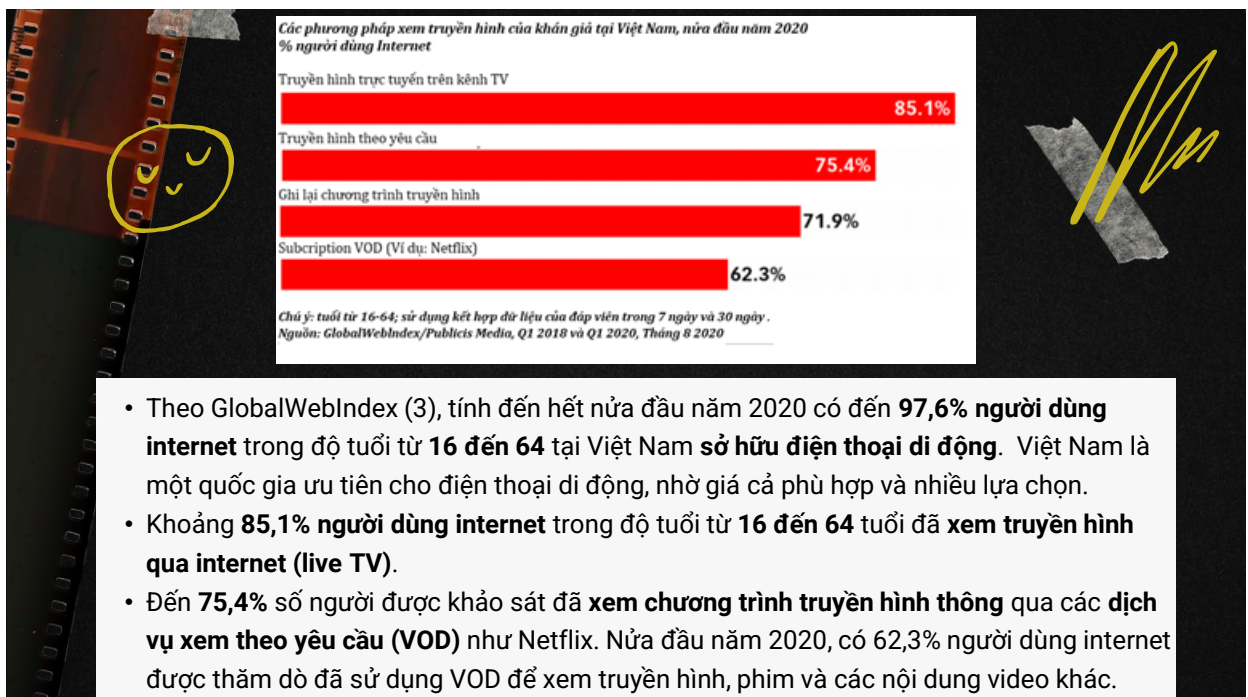


Việt Nam là một quốc gia nằm trên **bán đảo Đông Dương**, khu vực **Đông Nam Á**, ven biển Thái Bình Dương. Với Internet di động, **tốc độ download** tại Việt Nam trong tháng 5/2021 đạt **44,49 Mb/giây**, **tốc độ upload** đạt **20,16 Mb/giây**. So với tháng trước, tốc độ download **tăng khoảng 16%**, kéo theo thứ hạng của Việt Nam **cao hơn 10 bậc** trên bảng xếp hạng toàn cầu, **lên vị trí 56**.

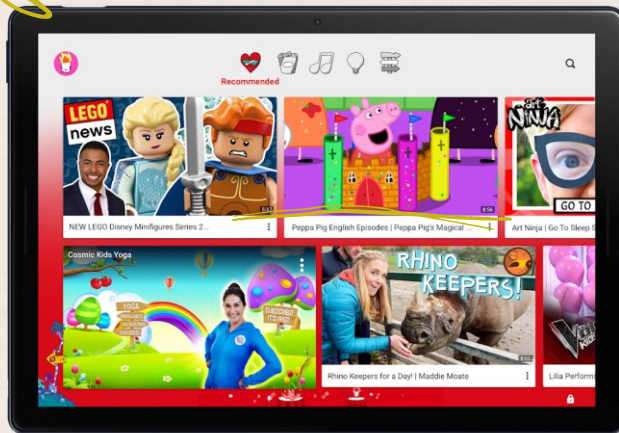
30



31



32



- Hiện nay, trẻ em cũng sử dụng các kênh truyền hình trực tuyến khá nhiều vì vậy dẫn đến sự gia tăng phổ biến của các video **lấy trẻ em làm trung tâm** trên các trang web như YouTube.
- Công nghệ đã trở thành **cách dễ dàng nhất** để cho một **đứa trẻ giải trí** và cha mẹ có thể thích nghi với nó một cách nhanh chóng.

- Đây chắc chắn là một dấu hiệu tích cực trong môi trường công nghệ cho Disney + (Jordan Sturgill, 2019) (4)

-> Như vậy, không đứng ngoài xu thế chung, thị trường nghe-nhìn Việt Nam có những thay đổi lớn. Nhu cầu xem truyền hình trực tuyến dần cũng tăng lên

33



34

- Dân số lớn và còn trẻ tuổi của Việt Nam là khách hàng tiềm năng cho nhiều ngành kinh doanh, trong đó phim trực tuyến không phải là ngoại lệ khi đây là thú vui giải trí thời thượng đối với người trẻ.
- Môi trường văn hóa - xã hội tại Việt Nam ảnh hưởng đến hình thức xem phim trực tuyến trả phí và các nội dung mà nền tảng này mang lại xoay quanh các yếu tố: **thể loại phim ưa thích** (thể loại hành động/siêu anh hùng, thể loại hài tình cảm) và **thói quen xem phim online**.

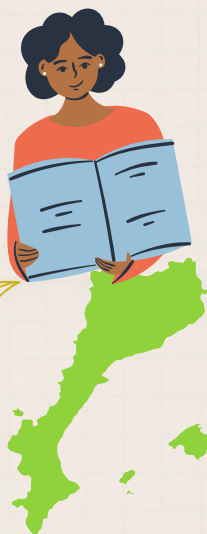
(1)



35

- Yếu tố lịch sử cũng đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định nội dung và thể loại phim được xuất hiện trên các nền tảng chiếu phim trực tuyến.
- Trước đây từng có nhiều phim Trung Quốc cũng “cài cắm” hình ảnh “đường lưỡi bò” khi chiếu trên nền tảng phim trực tuyến, và những chi tiết khẳng định chủ quyền sai lệch. Điều này thực sự đáng lên án và khán giả Việt Nam đều quyết bài trừ các phim có chứa bản đồ “đường lưỡi bò” mỗi lần phát hiện.

(2)



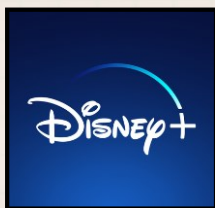
36



- Ví dụ điển hình như: vào ngày 15/9, ở tập 13 của phim "Nhất sinh nhất thế" (Một đời một kiếp) khi phát sóng trên nền tảng iQiyi Việt Nam, có một phân đoạn phim cho thấy hình ảnh "đường lười bò" xuất hiện trên bản đồ của nhân vật.
- Do các **nội dung không được biên tập, kiểm duyệt**, nên đã có xuất hiện nội dung vi phạm **xuyên tạc lịch sử** chống ngoại xâm của dân tộc, làm sai lệch chủ quyền lãnh thổ Việt Nam, đặc biệt các nội dung xấu độc gây hại đến trẻ em...

(2)

37



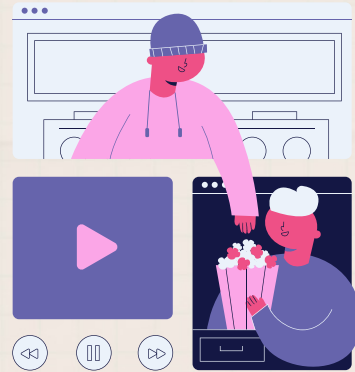
- Lợi thế lớn nhất của Disney+ khi xâm nhập thị trường Việt Nam có thể là sở hữu độc quyền dòng phim Marvel - thể loại phim ưa thích của người Việt.
- Điều này chứng minh qua việc phim Marvel chiếm 30% doanh thu phòng vé trong năm 2021.
- Trong bối cảnh dịch bệnh, nhu cầu xem phim trực tuyến sẽ càng tăng cao, vậy nên thay vì đi ra rạp, người xem hoàn toàn có thể mãn nhãn với những bộ phim bom tấn ngay tại nhà với Disney+.

(3)

38

- Theo thói quen xem phim online của người Việt, đặc biệt là với đại đa số các bạn trẻ và đối tượng người xem từ 30 - 55 tuổi, **việc trả phí** cho các nền tảng/ứng dụng xem phim là điều **còn xa lạ**.
- Nó dẫn đến việc các website phim có nguồn doanh thu khổng lồ từ quảng cáo bởi lượng người xem vô cùng lớn ở một đất nước đông dân như Việt Nam.

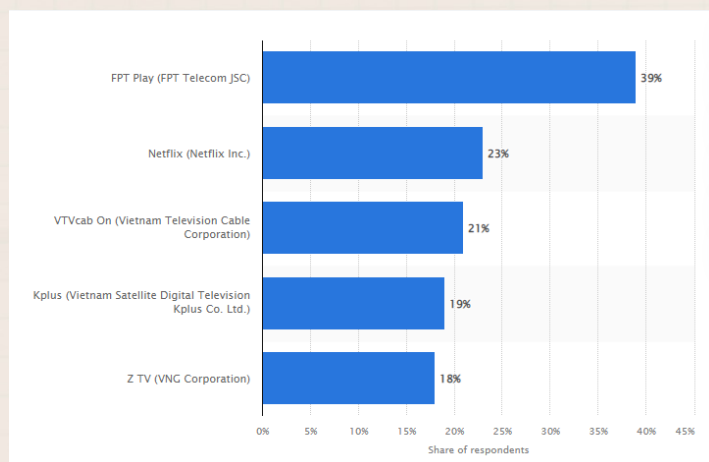
(4)



39

Những năm gần đây, nhiều bạn trẻ **đã có ý thức trả phí xem phim online, đó là một dấu hiệu khả quan** nhưng rất tiếc số lượng đó vẫn còn quá ít ỏi so với con số xem phim online lên đến hàng trăm triệu lượt trên các web phim lậu khác, điển hình như phimmoi.net, dongphim.net.

(4)



Tỷ lệ % những người đang sử dụng dịch vụ xem phim trực tuyến có trả phí trên những nền tảng phim tại Việt Nam vào năm 2020

40

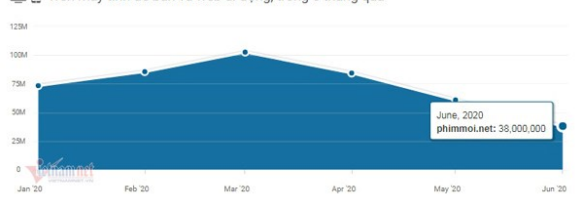
Để có cơ hội cho những trang phim có bản quyền và trả phí xâm nhập vào thị trường trong nước, trước hết phải **thay đổi từ chính thói quen** xem “chùa” của công chúng. Khi công chúng nói không với web phim lậu, chắc chắn nó sẽ không có cơ hội tồn tại.

(4)

Tổng số lượt truy cập vào phimmoi.net ①

Tăng trưởng & tổng số lượt truy cập vào phimmoi.net theo thời gian

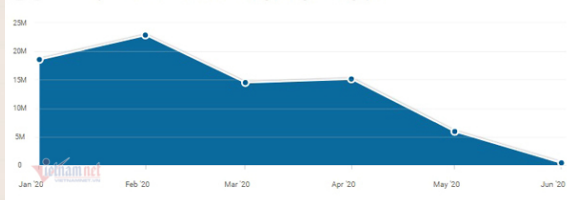
Trên máy tính để bàn và web di động, trong 6 tháng qua



Tổng số lượt truy cập vào dongphim.net ①

Tăng trưởng & tổng số lượt truy cập vào dongphim.net theo thời gian

Trên máy tính để bàn và web di động, trong 6 tháng qua



Lượt truy cập của những trang phim lậu giảm mạnh sau khi bị chặn truy cập

41

REFERENCE

(Môi trường Kinh Tế)

(1) BÁO CÁO TÌNH HÌNH KINH TẾ – XÃ HỘI QUÝ IV VÀ NĂM 2021. (2021, December 29). Tổng Cục Thống Kê. Retrieved January 24, 2021, from <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/12/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2021/>

(2) Kantar Media Vietnam. (2021, November 15). NETFLIX TĂNG TỐC CHÍNH PHỤC NGƯỜI DÙNG VOD VIỆT NAM, LIỆU CÓ KHẢ THI? <https://www.kantarmedia.vn/vi/thong-tin-thi-truong/goc-nhin/noi-dung/netflix-tang-toc-chinh-phuc-nguoi-dung-vod-viet-nam-lieu-co-kha-thi/>

(3) M.L. (2021, December 25). Thị trường phim trực tuyến: Phim Việt vừa cũ, vừa mờ. Copyright © 2020 by TUOITRE.VN. <https://tuoitre.vn/thi-truong-phim-truc-tuyen-phim-viet-vua-cu-vua-mo-20211225102817301.htm>

(Môi trường công nghệ)

(1) Nhi, B. (2021, June 24). Tốc độ Internet tại Việt Nam so sánh ra sao với thế giới? BizLIVE. Retrieved January 22, 2022, from <https://nhipsongdoanhnghiep.cuocsongantoan.vn/cong-nghe/toc-do-internet-tai-viet-nam-so-sanh-ra-sao-voi-the-gioi-3565912.html>

(2) [Báo cáo] Xu hướng sử dụng dịch vụ truyền hình của người Việt Nam. (2021, January 29). MarketingAI. <https://marketingai.vn/bao-cao-xu-huong-su-dung-dich-vu-truyen-hinh-cua-nguoi-viet-nam/>

(3) Trung, N. (2020, November 11). VIETNAM-TAM - Xu hướng xem truyền hình qua internet. vietnamtam.com. <http://vietnamtam.vn/tin-tuc/item/395-xu-huong-xem-truyen-hinh-qua-internet>

(4) Jordan Sturgill (2019). Beyond the Castle: An Analysis of the Strategic Implications of Disney+ from <https://dc.etsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1554&context=honors>

42

REFERENCE

(Môi trường nhân khẩu học)

- INFOGRAPHIC DÂN SỐ, LAO ĐỘNG VÀ VIỆC LÀM NĂM 2021. (2022, January 13). Tổng Cục Thống Kê. Retrieved January 20, 2022, from <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2022/01/infographic-dan-so-lao-dong-va-viec-lam-nam-2021/>
- Thị Nhiên, N. ề. (2020, November 27). Cơ cấu "dân số vàng", nếu không tận dụng, sẽ lỡ thời cơ. Bộ Y Tế - Cổng Thông Tin Điện Tử. Retrieved January 22, 2022, from https://moh.gov.vn/chuong-trinh-muc-tieu-quoc-gia/-/asset_publisher/7ng11fEWgASC/content/co-cau-dan-so-vang-neu-khong-tan-dung-se-lo-thoi-1
- A. (2018, July 16). Dân số Việt Nam mới nhất (2022) - cập nhật hằng ngày. DanSo.Org. Retrieved January 23, 2022, from <https://dan-so.org/viet-nam/#bieu-do>
- Chi tiết tin. (2021, October 28). Cổng Thông Tin Điện Tử. Retrieved January 24, 2022, from https://mof.gov.vn/webcenter/portal/vclvcstc/pages_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=MOFUCM212408
- Chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế ở Việt Nam và những vấn đề đặt ra. (2021, September 4). TapChiTaiChinh. Retrieved January 23, 2022, from <https://tapchitai chinh.vn/su-kien-noi-bat/chuyen-dich-co-cau-nganh-kinh-te-o-viet-nam-va-nhung-van-de-dat-ra-338320.html>

(Môi trường tự nhiên)

- (1) vietnamaviation.vn. 2021. 'Nhiều Vùng Biển Việt Nam Có Cá Mập Ở Việt Nam Có Cá Mập, Cá Nhám'. [online] Available at: <https://vietnamaviation.vn/ca-map-o-viet-nam/> [Accessed 19 February 2022].
- (2) Quân trị mạng. 2021. Tại sao cấp quang biển liên tục đứt?. [online] Available at: <https://quantrimang.com/tai-sao-cap-quang-bien-dut-lien-tuc-184309#:~:text=70%25%20c%C3%A1%20v%E1%BB%A5%20C4%91%E1%BB%A9t%20c%C3%A1p,c%E1%BB%A7a%20con%20ng%C6%B0%E1%BB%9Di%20g%C3%A2y%20ra.&text=V%C3%AC%20v%E1%BA%ADy%2C%20C4%91%C3%A2y%20l%C3%A0%20nh%E1%BB%AFng,ch%E1%BB%A7%20C4%91%C3%ADch%20c%E1%BB%A7a%20con%20ng%C6%B0%E1%BB%9Di.>> [Accessed 19 February 2022].
- (3) Vncold.vn. n.d. [online] Available at: <http://www.vncold.vn/Modules/CMS/Upload/10/TuLieu/150817/DongDatvn.pdf> [Accessed 19 February 2022]

43

REFERENCE

(Môi trường Chính trị - Pháp luật)

- (1) U.S. Embassy & Consulate in Vietnam. (2021, June 7). Quan hệ Hoa Kỳ - Việt Nam - Đại sứ quán và Tổng Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại Việt Nam. Đại sứ quán và Tổng Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại Việt Nam. Retrieved January 20, 2022, from <https://vn.usembassy.gov/vi/our-relationship-vi/policy-history-vi/us-vietnam-relations-vi/>
- (2) L.Đ.O. (2021, September 21). Quan hệ Việt-Mỹ: Tăng trưởng kinh tế nhảy vọt đầy ấn tượng. LAO ĐỘNG. Retrieved January 20, 2022, from <https://laodong.vn/kinh-te/quan-he-viet-my-tang-truong-kinh-te-nhay-vot-day-an-tuong-956012.laod>
- (3) Cương K. (2021, November 23). Bộ TT&TT chưa cấp phép cho Netflix cung cấp dịch vụ phát thanh truyền hình trả tiền xuyên biên giới. BizReal.vn. Retrieved January 22, 2022, from <https://bizreal.vn/bo-tttt-chua-cap-phep-cho-netflix-cung-cap-dich-vu-phat-thanh-truyen-hinh-tra-tien-xuyen-bien-gioi-25917.html>
- (4) H.Phong. (2022, January 18). OTT xuyên biên giới: Không để lọt lưới kiểm duyệt. Báo Lao động thủ đô. Retrieved January 22, 2022, from <https://laodongthudo.vn/ott-xuyen-bien-gioi-khong-de-lot-luoi-kiem-duyet-135288.html>
- (5) PayTV đề nghị dẹp loạn truyền hình xuyên biên giới. (2020, July 24). baodautu. Retrieved January 22, 2022, from <https://baodautu.vn/paytv-de-nghi-dap-loan-truyen-hinh-xuyen-bien-gioi-d126372.html>
- (6) Đức Thiện - Báo tuổi trẻ (2022, January 13). Thị trường truyền hình OTT: Cuộc chơi không công bằng! Retrieved January 22, 2022, from <https://congnghe.tuoi tre.vn/thi-truong-truyen-hinh-ott-cuoc-choi-khong-cong-bang-20220113081747937.htm>
- (7) Hữu Tuấn. (2021, January 9). Truyền hình trả tiền trước ác mộng OTT xuyên biên giới. baodautu. Retrieved January 22, 2022, from <https://baodautu.vn/truyen-hinh-tra-tien-truoc-ac-mong-ott-xuyen-bien-gioi-d136197.html>

44

REFERENCE

(Môi trường văn hóa - xã hội)

- (1) Asia Plus Inc. (n.d.). Người Việt thưởng thức tại rạp phim như thế nào? - Báo cáo nghiên cứu thị trường | Q&Me. Asia Plus. Retrieved January 23, 2022, from [https://qandme.net/vi/baibaocao/nguoi-viet-thuong-thuc-tai-rap-phim-nhu-the-nao.html#:~:text=84%25%20c%C3%B3%20xem%20phim%20t%E1%BA%A1i,r%E1%BA%A1p%20Lotte%20cinema%20\(50%25\)](https://qandme.net/vi/baibaocao/nguoi-viet-thuong-thuc-tai-rap-phim-nhu-the-nao.html#:~:text=84%25%20c%C3%B3%20xem%20phim%20t%E1%BA%A1i,r%E1%BA%A1p%20Lotte%20cinema%20(50%25)).
- (2) Phúc H. (2021, October 19). Lợi lỗ kiểm duyệt phim chiếu mạng: Hệ lụy khó lường. Báo Dân tộc và Phát triển. Retrieved February 17, 2022, from <https://baodantoc.vn/phim-chieu-tren-mang-kiem-duyet-long-leo-he-luy-kho-luong-1634272058181.htm>
- (3) Minh B. B. (2020, July 15). Web phim lậu liệu có biến mất tại Việt Nam? VietNamNet. Retrieved January 23, 2022, from <https://ictnews.vietnamnet.vn/cuoc-song-so/internet/web-phim-lau-lieu-co-bien-mat-tai-viet-nam-258683.html>
- (4) (Statista. (2020, December 9). Most popular video streaming subscription services based in usage in Vietnam 2020. Retrieved January 22, 2022, from <https://www.statista.com/statistics/1102406/vietnam-most-popular-video-streaming-services/>
- (4) Online T. T. (2020, October 1). Dịch bệnh 'điều chỉnh' thói quen thưởng thức phim điện ảnh? TUOI TRE ONLINE. Retrieved January 20, 2022, from <https://tuoitre.vn/dich-benh-dieu-chinh-thoi-quen-thuong-thuc-phim-dien-anh-2020100118153653.htm>
- (4) D. (2022, January 7). Phim Marvel chiếm 30% doanh thu phòng vé năm 2021, riêng Spider-Man đã vượt mốc 1 tỷ USD chỉ sau hơn nửa tháng công chiếu. Công ty cổ phần Truyền Thông Việt Nam - Vccorp. Retrieved January 22, 2022, from <https://genk.vn/phim-marvel-chiem-30-doanh-thu-phong-ve-nam-2021-rieng-spider-man-da-vuot-moc-1-ty-usd-chi-sau-hon-nua-thang-cong-chieu-20220107102954118-chn>

45



46