

Mô hình thanh toán qua Mobile - Smart Money của Philippines - một số gợi ý cho Việt Nam

ThS. LÊ PHƯƠNG LAN - ThS. NGUYỄN THỊ MAI PHƯƠNG

Viện Chiến lược Ngân hàng

Trong vài thập kỷ qua, cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin, các dịch vụ, sản phẩm tài chính dựa trên nền tảng công nghệ và các hình thức thanh toán trực tuyến cũng phát triển rất đa dạng. Hiện nay trên thế giới, hình thức thanh toán qua điện thoại di động, qua internet (thanh toán di động) đang trở thành một xu hướng thanh toán mới, phát triển nhanh, đã và đang phát huy tính hiệu quả cao, nhất là tại các nước có tỷ lệ dân tiếp xúc với các dịch vụ ngân hàng thấp.

Việt Nam có khoảng trên 70% dân số sống ở khu vực nông thôn nhưng tỷ lệ người có tài khoản và tiếp cận dịch vụ ngân hàng hiện nay ở mức rất thấp. Việc tăng cơ hội tiếp xúc với các dịch vụ tài chính, ngân hàng, nhất là các dịch vụ thanh toán của người dân tại những khu vực này, góp phần phát triển kinh tế- xã hội là rất cần thiết. Phát triển dịch vụ thanh toán qua điện thoại di động là một giải pháp khả thi để đạt được mục tiêu này.

Bài viết đề cập đến mô hình thanh toán qua Mobile Smart- Smart Money đã áp dụng thành công tại Philippines với mong muốn những bài học đúc rút từ đây sẽ là gợi ý tốt trong việc xây dựng một mô hình thanh toán di động phù hợp với điều kiện nông thôn Việt Nam.

Từ khóa: thanh toán, Mobile-Smart Money, thanh toán trực tuyến

1. Mô hình thanh toán qua Mobile Smart - SMART Money (Philippines)

Theo Hiệp hội hệ thống thông tin di động toàn cầu (GSMA), có khoảng 163 sản phẩm thanh toán di động đang được vận hành tại các nước đang phát triển và khoảng 107 sản phẩm khác đang nằm trong kế hoạch triển khai (GSMA, 2013). Trong số đó, khoảng 90 sản phẩm đang hoạt động tại Châu Phi, 40 sản phẩm tại Châu Á-Thái Bình Dương và 17 sản phẩm tại Châu Mỹ. Ngược lại, ở các nước phát triển, khách hàng cá nhân và doanh nghiệp thường đã sử dụng các hệ thống thanh toán điện tử nên nhu cầu đối với các hệ thống thanh toán di động không cao như ở các nước đang phát triển. Tuy nhiên, với sự phát triển không ngừng của thương mại điện tử, các nước trên thế giới, kể cả các nền kinh tế phát triển, đang và sẽ quan tâm nhiều hơn tới việc phát triển các hệ thống thanh toán di động.

Hiện nay, có bốn mô hình kinh doanh thanh toán di động chính gồm mô hình ngân hàng làm chủ đạo, mô hình công ty di động làm chủ đạo, mô hình công ty cung ứng dịch vụ thanh toán độc lập và mô hình hợp



tác ngân hàng viễn thông và công ty cung ứng dịch vụ hỗ trợ thanh toán. Các mô hình này đều có các công ty dịch vụ công nghệ để cung cấp ứng dụng hay nền tảng cho việc phân phối các dịch vụ thanh toán. Rất nhiều giải pháp thanh toán di động được giới thiệu gần đây đã có sự liên kết với các mạng lưới thanh toán thẻ, chủ yếu như một cơ chế tài trợ và là kênh thanh toán cho những giao dịch chuyển tiền di động P2P (peer to peer – thanh toán hàng ngang). Đồng thời, cũng có nhiều giải pháp đang được thí điểm hoặc đang trong giai đoạn phát triển.

Thanh toán di động đã làm giảm đáng kể chi phí chuyển tiền tại một nước có lượng kiều hối chiếm tới hơn 10% GDP như Philippines. Theo công bố của Ngân hàng trung ương Philippines (BSP) – Bangko Sentral ng Pilipinas), năm 2008, công nhân quốc tịch Philippines làm việc tại nước ngoài đã gửi về nước cho người thân khoảng 18 tỷ USD. Nhiều công nhân xuất thân từ những tỉnh, những vùng mà cơ sở hạ tầng tài chính chính thức bị hạn chế và việc thanh toán chủ yếu là tiền mặt. Bên cạnh đó, tỷ lệ sử dụng SMS của những người dùng điện thoại di động tại Philippines là rất cao. Khoảng 75% dân số Philippines là chủ thuê bao điện thoại di động và gửi 1 tỷ tin nhắn mỗi ngày. Điều này giúp cho nước này như một ứng cử viên đương nhiên cho việc áp dụng các mô hình thanh toán di động. Thanh

toán di động cũng được xem là một phương tiện giúp các nhà cung cấp dịch vụ tài chính thâm nhập sâu hơn tới các khu vực nông thôn, những khu vực có mật độ dân số thấp và hạ tầng giao thông bị hạn chế mà không phải đầu tư quá cao vào cơ sở hạ tầng trong khi giảm thiểu được chi phí của các dịch vụ thanh toán.

Nắm bắt nhu cầu trong nước cũng như đón đầu xu thế phát triển của thanh toán di động, năm 2001, SMART Communications liên kết với ngân hàng Banco de Oro (BDO) khai trương mô hình SMART Money. SMART Money là một thẻ ghi nợ (thẻ trả trước) có thể được truy cập qua các ATM, điểm chấp nhận thẻ tín dụng hoặc điện thoại di động. Thẻ SMART Money cho phép người dùng rút tiền hoặc mua hàng hóa tại bất kỳ một thiết bị đầu cuối nào của MasterCard. Nó cũng cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch trên điện thoại di động như chuyển tiền từ tài khoản SMART Money của mình đến tài khoản của người khác. Thuê bao SMART được thông báo về giao dịch SMART Money qua điện thoại di động.

1.1. Quy trình của SMART Money

Đăng ký dịch vụ: Quy trình kích hoạt (gửi tin nhắn với cú pháp MONEY tới số 343) là bước đăng ký đầu tiên. Có các giao dịch tức thì (như nạp airtime, chuyển tiền) có thể được thực hiện sau bước khởi động này, nhờ đó một tài khoản

SMART Money 16 số được cung cấp sẵn cho khách hàng. Để nhận được tài khoản cá nhân (personalized account) hoặc thẻ, khách hàng đến một trong 95 trung tâm SMART Wireless, điền vào mẫu đơn đăng ký với các thông tin về họ tên, tuổi, giới tính, tình trạng hôn nhân, địa chỉ thường trú, trình độ học vấn/nghề nghiệp. Khách hàng không nhất thiết phải có tài khoản ngân hàng mới được đăng ký, và có quyền lựa chọn kết nối với tài khoản của mình tại 14 ngân hàng liên kết với SMART. Điều này làm cho tiến trình nạp tiền mặt vào tài khoản đơn giản và thuận tiện hơn cho khách hàng.

Khi khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ, có thể lựa chọn nhận ngay một thẻ SMART Money MasterCard hoặc chờ nhận một thẻ định danh được nhà cung cấp gửi vào địa chỉ hộp thư điện tử của mình. Khách hàng nhận thẻ định danh không cần phải thường xuyên nhập ID khi giao dịch vì KYC (know-your-customer – nhận biết khách hàng) đã được thực hiện. Khách hàng nhận thẻ định danh sau đó có thể kết nối thẻ này với điện thoại di động của mình với vài thao tác cơ bản trên điện thoại.

Nạp/rút tiền mặt (Cash In/Out): Việc nạp tiền mặt vào tài khoản SMART Money hoặc chuyển đổi tiền điện tử thành tiền mặt được thực hiện khác nhau ở nông thôn và thành thị. Ở những khu vực thành thị, các chi nhánh của BDO, cửa hàng Shoemart, các ATM và trung



Việc nạp tiền mặt vào tài khoản SMART Money hoặc chuyển đổi tiền điện tử thành tiền mặt được thực hiện khác nhau ở nông thôn và thành thị. Ở những khu vực thành thị, các chi nhánh của BDO, cửa hàng Shoemart, các ATM và trung tâm SMART Wireless (SWC) đóng vai trò là mạng lưới nhận, trả tiền chính. Ở vùng nông thôn, SMART sử dụng các hiệu cảm đồ và người đổi tiền để thực hiện việc nhận, đổi tiền.

tâm SMART Wireless (SWC) đóng vai trò là mạng lưới nhận, trả tiền chính. Ở vùng nông thôn, SMART sử dụng các hiệu cảm đồ và người đổi tiền để thực hiện việc nhận, đổi tiền.

Quy trình sử dụng: Khách hàng truy cập vào SMART Money qua một trình duyệt SIM (SIM browsing menu) trên thiết bị cầm tay của mình. Tất cả giao dịch được thực hiện sử dụng trình duyệt đó, đồng thời các tin nhắn xác nhận cho bất kỳ một lệnh nào trên trình duyệt được gửi tới người dùng và hiển thị dưới hình thức SMS. Đối với giao dịch chuyển tiền, cả người gửi lẫn người nhận đều phải đăng ký với SMART Money (và như vậy phải là khách hàng của SMART hoặc Talk n Text). Số tiền tối đa mà khách hàng có thể gửi mỗi ngày là 50.000 Peso (1.020 USD). Số tiền được rút tối đa một ngày là 30.000 Peso (612USD).

Có rất nhiều đối tác chính tham gia trong chuỗi cung cấp dịch vụ của SMART Money với những đóng góp và lợi ích khác nhau. Cụ thể:

- **BDO:** BDO có một mạng lưới điểm chấp nhận thẻ lớn nhất Philippines. Tại các khu vực thành thị ở Philippines, 675 chi nhánh ngân hàng của BDO là lựa chọn hàng đầu của khách hàng khi nạp/rút tiền. Ngoài

ra, BDO còn cung cấp dịch vụ cho phép người dùng SMART truy cập vào 1.299 ATMs qua các mạng Plus, Expressnet, Megalink và BancNet. Sự cộng tác giữa SMART và BDO cũng cho phép tất cả khách hàng của BDO được kết nối tài khoản của mình với SMART Money để đơn giản hóa và tiến hành quy trình nạp tiền. BDO còn khuyến mãi thẻ SMART Money MasterCard tại các chi nhánh ngân hàng của mình. Ngoài ra, BDO cũng phát hành thẻ SMART Money MasterCard phi thương hiệu (non- SMART Money branded MasterCard) nhằm đưa đến cho khách hàng nhiều lựa chọn hơn.

Khi khách hàng của SMART Money sử dụng thẻ tại một thiết bị POS của BDO, thì cả BDO và SMART Money phải trả phí giao dịch liên ngân hàng như quy định. Bên cạnh đó, BDO cũng có được thu nhập tài chính khi thẻ SMART Money được sử dụng tại các điểm giao dịch là đại lý chính thức của các ngân hàng khác. Với mỗi quan hệ chiến lược với SMART, BDO được độc quyền trong việc phát hành thẻ SMART Money MasterCard.

- **MasterCard** đảm nhiệm việc thực hiện quyết toán cho các giao dịch thanh toán liên ngân hàng khi thẻ SMART Money

được sử dụng tại các điểm giao dịch không phải là đại lý chính thức của BDO. Ngoài ra, khi truy cập vào mạng lưới của MasterCard cho phép sử dụng ATM và POS, người dùng thẻ SMART Money có thể thực hiện các giao dịch ngoài lãnh thổ Philippines trên ATM và POS do MasterCard cung cấp.

- **Trung tâm SMART Wireless (SWC):** SWC là hệ thống trung tâm duy nhất để khách hàng đăng ký SMART Money. Khách hàng có thể nạp tiền ở một SWC bất kỳ mà không phải mất phí. Khách hàng phải trả 1% phí khi thực hiện giao dịch rút tiền tại các SWC. Nhân viên tại SWC có thể giúp khách hàng giải quyết những thắc mắc và đóng vai trò là một điểm liên lạc cho các vấn đề không thể giải quyết tại đường dây nóng. SWC phát triển theo định hướng của SMART.

- **Các đối tác ngân hàng thực hiện dịch vụ ngân hàng trực tuyến và các đối tác ngân hàng quốc tế:** Ngoài BDO, SMART đã cộng tác với 14 ngân hàng khác tại Philippines để tạo điều kiện cho khách hàng có tài khoản tại ngân hàng được kết nối tài khoản của mình với SMART Money nhằm đơn giản hóa và tiến hành quy trình nạp tiền. Khách hàng của các ngân hàng thương mại là đối tác



của SMART có thể thực hiện dịch vụ ngân hàng trực tuyến thông qua SMART hoặc Talk n Text SIM. Thông qua mối quan hệ này, SMART có thể nhận thêm được nhiều khách hàng di động. Không những thế, SMART cũng đã cộng tác trực tiếp hoặc thông qua đối tác của các ngân hàng này tại nội địa với nhiều ngân hàng quốc tế như NCB, AUB, BDO International, PNB Global. Điều này giúp cho người mang quốc tịch Philippines tại các nước có tỷ lệ công nhân xuất khẩu lao động lớn có thể thực hiện giao dịch chuyển tiền bằng tin nhắn.

SMART tạo điều kiện cho các ngân hàng cung cấp những dịch vụ ngân hàng trực tuyến như một dịch vụ giá trị gia tăng cho khách hàng của mình. Điều này cũng giúp các ngân hàng đối tác của SMART có cơ hội quảng bá các dịch vụ ngân hàng đến các thuê bao của SMART, nhất là các thuê bao chưa phải là khách hàng của ngân hàng.

- Các mạng lưới ATMs (*Expressnet, MegaLink, BancNet*): Khách hàng có thể rút tiền từ tài khoản SMART Money qua ATMs. Các mạng lưới ATMs này được quyền thu phí giao dịch rút tiền của khách hàng.

- Các đối tác chuyển tiền quốc tế: Cho phép người gửi và người nhận tiền thực hiện các giao dịch chuyển/nhận tiền và thu phí giao dịch

- Các đại lý phi ngân hàng, tổ chức phi tài chính: Ở các vùng nông thôn không có chi nhánh

của BOD, SMART sử dụng những đại lý phi ngân hàng (hiệu cầm đồ, người đổi tiền) để thực hiện việc nhận, đổi tiền. Các đại lý phi ngân hàng được thu hoa hồng khi khách hàng thực hiện giao dịch.

Sự thành công của mô hình SMART Money có sự hỗ trợ rất lớn của NHTW Philippines (BSP). BSP đã cho phép các nhà vận hành mạng lưới di động được phát triển mô hình ngân hàng di động của mình trước khi thiết lập một khung khổ pháp lý riêng biệt cho thương mại điện tử hoặc tiền điện tử trong hệ thống ngân hàng di động. Ngân hàng di động bắt đầu ở Philippines vào năm 2004 dưới sự giám sát chặt chẽ của BSP nhưng khung pháp lý đồng bộ áp dụng cho tiền di động mãi tới năm 2009 mới được áp dụng. Việc xây dựng khung pháp lý đồng bộ cho tiền di động của BSP được chia thành 2 giai đoạn:

Giai đoạn 1: Năm 2000, Luật Thương mại điện tử (E-Commerce Act) được ban hành. Luật này xác định hiệu lực pháp lý của các giao dịch điện tử, chữ ký điện tử cũng như cung cấp nền tảng cho việc truy tố tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử.

Các nhà vận hành mạng lưới di động chịu sự điều chỉnh của Luật này và phải đưa ra một phương thức bảo vệ cho khách hàng. Mặt khác, quy định về ngân hàng di động ban đầu chưa hoàn chỉnh. Chẳng hạn, Luật Ngân hàng năm 2000 đã trao quyền cho BSP trong kiểm

soát việc sử dụng các thiết bị điện tử có liên quan đến các nghiệp vụ của một ngân hàng, nhưng quy định về nghiệp vụ phát hành tiền điện tử của các tổ chức phi ngân hàng lại chưa được chính thức ban hành. Chính vì vậy, khi Globe đề trình mô hình GCash lên BSP để xin giấy phép, một phần quan trọng trong đề án của họ là Globe luôn giữ các khoản tiền gửi ngân hàng tương đương về giá trị với tổng phát hành thẻ GCash. Hơn nữa, Globe sẽ đưa tất cả các nghiệp vụ GCash vào một công ty có tư cách pháp nhân riêng.

Giai đoạn 2: Vào năm 2009, sau khi quan sát hoạt động của SMART Money và GCash, BSP đã ban hành một thông tư về tiền điện tử. Thông tư này đưa ra các quy định về cung cấp dịch vụ tiền điện tử cho ngân hàng và các tổ chức phi ngân hàng. Thông tư quy định cụ thể về định nghĩa tiền điện tử, những điều cấm đối với việc tính lãi đối với tiền điện tử, mức vốn tối thiểu đối với nhà cung cấp phi ngân hàng.

1.2. Kinh nghiệm của SMART Money nói riêng và của Philippines

- NHTW có thể hỗ trợ một cách hiệu quả cho những đổi mới trong công nghệ di động để làm gia tăng sự tiếp cận tài chính thông qua việc bắt tay với các nhà vận hành mạng lưới di động trong khi phát triển các quy định an toàn. Điều này chứng minh rằng một sự kết hợp theo định hướng thị trường và một khung khổ pháp



lý hợp lý có thể là một phương tiện hữu hiệu để tăng khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính.

- Không ban hành quy định cứng ngay từ đầu mà ngược lại, BSP để cho hệ thống thanh toán di động phát triển dưới dạng thí điểm rồi sau đó mới dần dần đưa khung khổ pháp lý vào áp dụng. Theo cách này, chi phí giao dịch tài chính được giảm xuống và tiếp cận tài chính tới đối tượng người dân không có tài khoản ngân hàng tăng lên.

phát minh mới.

2. Một số gợi ý khi xây dựng mô hình thanh toán di động áp dụng cho khu vực nông thôn ở Việt Nam

Dân số khu vực nông thôn ở Việt Nam chiếm khoảng trên 70% nhưng tỷ lệ người có tài khoản và tiếp cận dịch vụ ngân hàng hiện nay ở mức rất thấp. Tại các khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa- những nơi chưa hoặc có rất ít sự tiếp cận của hệ thống ngân hàng- người

thanh toán qua điện thoại di động là tỷ lệ tiếp cận với dịch vụ viễn thông nói chung và sử dụng điện thoại di động nói riêng của người dân nông thôn hiện nay ở mức khá cao. Theo thống kê, đến hết năm 2011, số lượng thuê bao di động ở Việt Nam ước tính đạt 118 triệu thuê bao. Có thể nói tiềm năng phát triển thanh toán qua điện thoại di động tại Việt Nam là rất lớn. Đây là điều kiện thuận lợi cơ bản để Việt Nam có thể phát

Tại Việt Nam, các phương tiện thanh toán truyền thống cho tới nay phải dựa trên kênh tiếp cận qua mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch, điểm giao dịch, các thiết bị phần cứng như máy giao dịch tự động ATM của ngân hàng, hoặc thiết bị giao dịch tại điểm bán POS do ngân hàng lắp đặt, nên vẫn bị hạn chế về không gian, nhất là ở khu vực nông thôn, mật độ phân bố mạng lưới giao dịch này rất thấp. Xu hướng sử dụng các thiết bị cá nhân làm phương tiện giao dịch trong những năm gần đây đã giải quyết cho các ngân hàng vấn đề này, mở ra một kênh giao dịch mới, qua hệ thống liên lạc viễn thông, đáp ứng được nhu cầu tại các khu vực mà mạng lưới ngân hàng chưa bao phủ.

- Quy định pháp luật phải điều chỉnh theo các công nghệ mới vì sự phát triển của công nghệ có thể là động cơ mạnh mẽ mở rộng khả năng tiếp cận giữa người sử dụng dịch vụ tiềm năng với bên cung ứng dịch vụ. Nhưng sự thiếu rõ ràng trong các quy định pháp lý lại có thể gây trở ngại cho việc ứng dụng các công nghệ mới. Chính vì vậy, Chính phủ cần phải giữ cho các quy định pháp luật luôn cập nhật, không chỉ để bảo đảm khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện những gì họ dự định, mà còn hạn chế việc các quy định pháp lý gây trở ngại cho việc áp dụng các

dân gặp rất nhiều khó khăn, thậm chí là không có cơ hội tiếp xúc với các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng. Để rút ngắn khoảng cách giàu nghèo cũng như thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội đến năm 2020 theo kế hoạch của Đảng và Chính phủ, việc tăng cơ hội tiếp xúc với các dịch vụ tài chính, ngân hàng, nhất là các dịch vụ thanh toán của người dân tại những khu vực này là rất cần thiết. Phát triển dịch vụ thanh toán qua điện thoại di động là một giải pháp khả thi để đạt được mục tiêu này.

Một trong những điều kiện thuận lợi để phát triển dịch vụ

triển các sản phẩm thanh toán dựa trên nền tảng điện thoại di động mang lại tiện ích và thuận lợi cho nhiều đối tượng khách hàng có thuê bao di động từ thành phố đến miền núi, vùng sâu, vùng xa, đặc biệt tiện ích đối với các thị trường mà người dân ít có điều kiện tiếp xúc đối với các dịch vụ ngân hàng truyền thống.

Bên cạnh đó, Chính phủ cũng rất quan tâm đến việc thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam. Ngày 27/12/2011, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 2453/QĐ-TTg phê duyệt Đề án đẩy mạnh thanh toán không dùng



tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2011- 2015 trong đó xác định một mục tiêu cụ thể và quan trọng nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt là “áp dụng một số hình thức thanh toán mới, phù hợp với điều kiện và đặc điểm của khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa”.

Tại Việt Nam những năm gần đây, các dịch vụ, phương thức thanh toán đã được phát triển mạnh và đa dạng, đáp ứng ngày càng tốt nhu cầu thanh toán trong nền kinh tế. Các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam đã chủ động tiếp cận và giới thiệu các dịch vụ thanh toán hiện đại mới như thẻ, mobile banking, internet banking tới khách hàng. Song các phương tiện thanh toán truyền thống cho tới nay phải dựa trên kênh tiếp cận qua mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch, điểm giao dịch, các thiết bị phần cứng như máy giao dịch tự động ATM của ngân hàng, hoặc thiết bị giao dịch tại điểm bán POS do ngân hàng lắp đặt, nên vẫn bị hạn chế về không gian, nhất là ở khu vực nông thôn, mật độ phân bố mạng lưới giao dịch này rất thấp. Xu hướng sử dụng các thiết bị cá nhân làm phương tiện giao dịch trong những năm gần đây đã giải quyết cho các ngân hàng vấn đề này, mở ra một kênh giao dịch mới, qua hệ thống liên lạc viễn thông, đáp ứng được nhu cầu tại các khu vực mà mạng lưới ngân hàng chưa bao phủ.

Xu hướng sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử qua mạng

Internet hay điện thoại di động tại Việt Nam ngày càng tăng. Dịch vụ ngân hàng điện tử trong đó có Mobile banking được các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán bao gồm cả ngân hàng lẫn các tổ chức công nghệ thông tin viễn thông trong nước rất quan tâm. Cuộc “chạy đua” đầu tư ngày càng trở nên quyết liệt nhằm chiếm lĩnh thị phần của các loại hình dịch vụ này. Tính đến hết năm 2013, tại Việt Nam đã có tổng số 31 NHTMCP, ngân hàng 100% vốn nước ngoài và chi nhánh ngân hàng nước ngoài triển khai cung ứng dịch vụ Mobile banking với khoảng gần 2 triệu khách hàng sử dụng dịch vụ dịch vụ Mobile banking và khoảng 1,8 triệu Ví điện tử được phát hành với số lượng giao dịch ngày càng tăng. Ngoài việc tự triển khai xây dựng giải pháp Mobile banking riêng của mình, các ngân hàng cũng đã hợp tác với các đối tác trung gian như Viettel, M-Pay để tận dụng lợi thế khách hàng của các đơn vị này hoặc bổ sung đa dạng dịch vụ cho khác hàng trước khi đầu tư vào giải pháp lâu dài. Trong tổng số 31 ngân hàng triển khai dịch vụ Mobile banking, có 13 ngân hàng hợp tác với Viettel áp dụng giải pháp Bankplus, 12 ngân hàng hợp tác với M-Pay áp dụng giải pháp Mplus, 16 ngân hàng áp dụng giải pháp tự phát triển và một số ngân hàng áp dụng hai và cả ba giải pháp nêu trên.

Bên cạnh các NHTM, một số tổ chức trung gian thanh toán

với lợi thế về công nghệ thông tin cũng đã nghiên cứu, phát triển các giải pháp thanh toán, chuyển tiền thông qua mạng di động cũng như Internet dưới hình thức Ví điện tử. Đến nay, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) đã cho phép 9 tổ chức không phải là tổ chức tín dụng thực hiện thí điểm dịch vụ Ví điện tử thông qua các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, bao gồm: Công ty Cổ phần Hỗ trợ dịch vụ Thanh toán Việt Phú (MobiVí) với Ví điện tử MobiVí; Công ty Cổ phần Dịch vụ Trực tuyến Cộng đồng Việt (VietUnion) với Ví điện tử Payoo; Công ty Cổ phần Giải pháp thanh toán Việt Nam (VNPAY) với Ví điện tử VnMart; Công ty Cổ phần Dịch vụ thẻ Smartlink (Smartlink) với Ví điện tử Smartlink Ewallet; Công ty Cổ phần Công nghệ Thanh toán Việt Nam (9VinaPay) với Ví điện tử Vcash; Công ty Cổ phần Dịch vụ Di động trực tuyến (M_Service) với Ví điện tử M-Money; Công ty Cổ phần Thanh toán điện tử VNPT (VNPT EPAY) với Ví điện tử MegaPayment; Công ty Cổ phần Giải pháp phần mềm Hòa Bình (PeaceSoft) với Ví điện tử Ngânlương.vn; Công ty Cổ phần Giải pháp thanh toán Điện lực và Viễn thông (ECPay) với Ví điện tử EDong. Trong các dịch vụ Ví điện tử được các tổ chức trung gian thanh toán nêu trên cung ứng, chỉ có dịch vụ Ví điện tử của M-Service được cung ứng 100% qua kênh điện thoại di động.



Bên cạnh đó, hiện nay cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông đang phát triển cả chiều rộng và chiều sâu góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế- xã hội, phục vụ an ninh-quốc phòng, đáp ứng nhu cầu trao đổi thông tin và giao lưu văn hóa của nhân dân trên mọi miền đất nước, đặc biệt là khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, hải đảo. Tỷ lệ hộ gia đình ở nông thôn có điện thoại bao gồm cả điện thoại di động tăng rất nhanh trong 10 năm qua, từ 5,3% năm 2001 lên tới 86,6% năm 2011 trên phạm vi cả nước. Hệ thống mạng lưới kinh doanh Internet tư nhân ở nông thôn cũng phát triển rất nhanh. Tỷ lệ xã có điểm kinh doanh Internet tư nhân năm 2011 đạt 53,7% trên cả nước. Nhu cầu về dịch vụ ngân hàng ở nông thôn có thể đánh giá là khá cao, chẳng hạn như nhu cầu chuyển tiền, nhận tiền giữa những người định cư và di cư ở nông thôn và thành thị, trong nước và nước ngoài. Tất cả những điều này, cộng với sự quan tâm chú trọng của Chính phủ đối với sự nghiệp phát triển nông nghiệp nông thôn, là những yếu tố hết sức thuận lợi cho lĩnh vực dịch vụ thanh toán ở nông thôn, nơi vốn còn nhiều khoảng trống về mạng lưới ngân hàng.

Song cũng không ít yếu tố gây cản trở cho sự phát triển của thanh toán không dùng tiền mặt ở khu vực nông thôn nói chung và của thanh toán di động nói riêng, như (i) trình độ văn hóa hóa giáo dục và tiếp cận thông tin của người dân

nông thôn còn thấp; (ii) thu nhập và đời sống của người nông dân khu vực nông thôn Việt Nam thấp so với mức sống chung của cả nước; (iii) thói quen tiêu dùng và thanh toán bằng tiền mặt là chính; (iv) cơ sở pháp lý đối với dịch vụ ngân hàng điện tử nói chung và Mobile banking nói riêng còn chưa hoàn thiện...

Vì vậy, khi xây dựng, triển khai và quản lý mô hình thanh toán di động ở khu vực nông thôn Việt Nam, cần chú ý một số điểm sau:

- Mô hình thanh toán di động khi được xây dựng cần dựa trên những đặc trưng của khu vực nông thôn Việt Nam và thỏa mãn một số điều kiện như (i) phải có mạng lưới rộng khắp bao phủ các vùng nông thôn; (ii) dịch vụ thanh toán phi ngân hàng được cung cấp cho người thuê bao điện thoại di động; (iii) tiền của người sử dụng phải được huy động và quản lý tập trung trong hệ thống ngân hàng.

- Hoàn thiện cơ sở pháp lý đối với dịch vụ ngân hàng điện tử nói chung và Mobile banking nói riêng như bổ sung các quy định liên quan đến đại lý, trách nhiệm đối với giao dịch (từ chối giao dịch, giao dịch trùng, quy định về tra soát, khiếu nại, những tranh chấp có liên quan đến giao dịch thanh toán di động), hạn chế và loại bỏ các rào cản gia nhập thị trường, khuyến khích sự cạnh tranh lành mạnh và minh bạch giữa các chủ thể tham gia. Cần có văn bản đủ hiệu lực điều

chỉnh hoạt động của các đại lý làm dịch vụ thu hộ, chi hộ cho các NHTM, trong đó xác định rõ quyền, trách nhiệm đối với khách hàng, đối với ngân hàng, điều kiện thực hiện thu hộ, chi hộ liên quan đến tiếp cận hệ thống thanh toán ngân hàng nói chung và thanh toán di động nói riêng.

- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật cần được đầu tư mạnh mẽ hơn và hiệu quả hơn, như hạ tầng công nghệ thanh toán về quản lý khách hàng và tài khoản, xử lý giao dịch, kết nối với hệ thống ngân hàng, mạng di động... Đồng thời chú trọng bồi dưỡng kỹ năng cho đội ngũ nhân viên tại các điểm giao dịch thao tác quy trình thuần thực, nắm vững sản phẩm và dịch vụ, tiêu chuẩn phục vụ khách hàng... Việc tuyên truyền, giáo dục đối với việc sử dụng các dịch vụ thanh toán di động như thành lập các trung tâm hỗ trợ khách hàng trực tuyến cũng là yếu tố quyết định tới việc các phương thức và kênh thanh toán mới có được đón nhận rộng rãi hay không.

- NHNN hỗ trợ tích cực cho những bước tiến trong thanh toán nói chung và thanh toán di động nói riêng. Chẳng hạn, để quản lý tốt đối với dịch vụ Ví di động, NHNN cần yêu cầu các nhà vận hành hệ thống đảm bảo đầy đủ giá trị của các tài khoản ví bằng tài khoản tiền gửi có tính thanh khoản cao tại các NHTM của nhà cung cấp Ví di động nhằm tránh hiện tượng tiền ảo. Như vậy, nếu thực hiện tốt điều này, NHNN có thể điều



hành hoạt động thanh toán di động một cách an toàn, ổn định và phát triển. Ngoài ra, trong giai đoạn đầu có thể cho phép các nhà vận hành hệ thống ban hành các quy định tạm thời. Điều này sẽ giúp cho các quy định chính thức khi được ban hành sẽ đảm bảo tính hiệu lực, khả thi và hạn chế được các chi phí chỉnh sửa. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. CGAP (2010), Notes on Regulation of Branchless Banking in the Philippines, at <https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Regulation-of-Branchless-Banking-in-Philippines-Jan-2010.pdf>.
 2. IMF (2012), Enhancing Financial Sector Surveillance in Low Income Countries (LICS) – Case Studies: <http://www.imf.org/external/>

[np/pp/eng/2012/041612b.pdf](http://pp/eng/2012/041612b.pdf).

3. GSMA (2012), Mobile Money in the Philippines – The Market, the Models and Regulation, Mobile for the Unbanked: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2012/06/Philippines-Case-Study-v-X21-21.pdf>.

SUMMARY

Model for payments through Mobile – Smart Money of Philippines – some recommendations for Vietnam

Over the past few decades, along with the boom of the information technology, techno-based financial services and products and online payment have been increasingly diversified and developed. Recently, the world has witnessed the boom of mobile money and internet payment as more efficient new model for payment, particularly for countries where financial service penetration is low.

Vietnam is a country with more than 70% of its population living in rural areas and the penetration is very low. Therefore, better access to financial and banking services in these areas is very much needed. In this context, mobile payment is feasible solution to achieve this target.

This article has reviewed models of payment via Smart Mobile - Smart Money that was successfully applied in Philippines and would like to propose a recommendations that will contribute to develop a suitable mobile payment model for Vietnam rural areas conditions.

THÔNG TIN TÁC GIẢ

Lê Phương Lan, Thạc sỹ

Đơn vị công tác: Viện Chiến lược ngân hàng

Lĩnh vực nghiên cứu chính: Chiến lược và chính sách

Tạp chí tiêu biểu đã có bài viết đăng tải: Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng

Email: lephngln@yahoo.com

Nguyễn Thị Mai Phượng, Thạc sỹ

Đơn vị công tác: Viện Chiến lược ngân hàng

Lĩnh vực nghiên cứu chính: Chiến lược và chính sách

Tạp chí tiêu biểu đã có bài viết đăng tải: Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng

Email: lephngln@yahoo.com

Vui cười
Đợi đi giày đã

Bộ ba rần, rùa và rết ngồi nhậu với nhau. Đang lai rai bỗng dưng hết rượu giữa chừng. Ba con liền đề xuất ý kiến xem ai sẽ là người đi mua.

Rần: - Tao không có chân nên phải bò đi mua lâu lắm, làm lỡ hết cuộc vui, hai bọn mày đi mua đi!

Rùa: - Tôi tuy có chân nhưng bò chậm do có mai, thời tốt nhất là anh rết nhiều chân đi nhanh nên đi mua!

Rết: - Ok vậy tao sẽ đi mua!

Rần và rùa đợi tầm 30 phút mà chưa thấy rết đi liền hỏi: - Mày đi mua rượu về rồi hả rết?

- Chưa đi! - Thế này giờ mày làm gì mà chưa đi? - Tao đang mang... giày!