

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MOBILE MONEY TẠI VIỆT NAM: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC



MỤC LỤC

3 LỜI NGỎ

4 GIỚI THIỆU XU HƯỚNG MỚI

- 4 **Mobile Money** – Giải pháp thúc đẩy tài chính toàn diện và công nghệ tài chính làm thay đổi thế giới
- 5 **Cho vay ngang hàng (P2P lending)** - Lĩnh vực nhiều tiềm năng lẫn tiềm ẩn rủi ro
- 6 **Thí điểm Mobile Money** tại ba doanh nghiệp viễn thông Viettel, VNPT và MobiFone

BAN CỐ VẤN

PGS. TS Nguyễn Anh Phong
- Trưởng khoa Tài chính - Ngân hàng
ThS Tô Thị Thanh Trúc
- Phó khoa Tài chính - Ngân hàng
ThS Nguyễn Thị Hai Hằng
Cùng tập thể giảng viên
khoa Tài chính - Ngân hàng

BAN BIÊN TẬP

Lê Thị Thảo Nghi
Lê Thị Thanh Ngân
Tô Quỳnh Bảo Trâm
Đặng Huyền Linh
Nguyễn Thị Trà My
Nguyễn Hà Nam Phương
Cùng tập thể ban nội dung CS KTTTCH

NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

- Vai trò của Mobile Money** trong thời kì chuyển đổi số ở Việt Nam 8
- Thực trạng phát triển Mobile Money** trên thế giới và xu hướng tại Việt Nam 14
- Yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng Mobile Banking** của khách hàng tại Việt Nam trong đại dịch COVID-19 26

36 Ô CỬA PHÁP LUẬT

39 GÓC SINH VIÊN

41 MINIGAME

42 CÓ THỂ BẠN CHƯA BIẾT

43 THƯ NGỎ

THIẾT KẾ TRÌNH BÀY

Lý Thanh Ngân
Nguyễn Thị Hồng Hạnh
Phạm Thị Kiều My
Nguyễn Thị Như Quỳnh



LỜI NGỎ

Giữa xã hội chuyển động không ngừng, trong bối cảnh nền kinh tế vận hành theo cơ chế mới, thanh toán điện tử đang dần chiếm vị trí quan trọng cùng với những tiện dụng của chúng mang lại. Hơn nữa, đại dịch Covid 19 đã tạo cơ hội cho thanh toán điện tử được phổ biến rộng rãi và được nhiều người biết đến. Thanh toán điện tử có bước phát triển vượt bậc do việc hạn chế tiếp xúc dẫn đến hiệu suất và số lượng sử dụng tăng đáng kể.

Hiện nay, có rất nhiều phương thức thanh toán điện tử ra đời như thanh toán qua điện thoại di động, thanh toán qua ví điện tử, thanh toán trực tuyến,... Trong đó, thanh toán qua thiết bị di động đang được phát triển mạnh mẽ như mobile money, mobile banking,...

Tại Việt Nam, chính phủ đã cho phép thí điểm thực hiện dịch vụ mobile money tại 3 nhà mạng Viettel, Mobiphone, Vinaphone, điều này mở ra nhiều cơ hội lẫn thách thức cho dịch vụ này. Bên cạnh đó, các ngân hàng đã và đang mở rộng dịch vụ mobile banking cùng nhiều biến đổi của các phương thức thanh toán điện tử khác. Tất cả những điều đó sẽ được tổng hợp và phân tích rõ hơn trong số báo 23: **“PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ MOBILE MONEY TẠI VIỆT NAM: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC”**.

Với số báo 23, Chuyên san rất vinh dự khi nhận được sự đóng góp của các bạn cộng tác viên cũng như sự hỗ trợ và cố vấn nhiệt tình từ quý thầy, cô khoa Tài chính - Ngân hàng. Hy vọng Chuyên san sẽ mãi là người bạn đồng hành cùng với các bạn quan tâm và yêu thích lĩnh vực kinh tế tài chính-ngân hàng và công nghệ tài chính. Chuyên San xin chân thành gửi lời tri ân đến quý độc giả.

Trân trọng

Ban biên tập





MOBILE MONEY – GIẢI PHÁP THúc ĐẨY TÀI CHÍNH TOÀN DIỆN VÀ CÔNG NGHỆ TÀI CHÍNH LÀM THAY ĐỔI THẾ GIỚI

Lê Thị Thanh Ngân

K20404B

Mobile Money là tài khoản dùng để thanh toán các dịch vụ với giá trị không quá lớn. Mobile Money giúp cho việc thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM) dễ dàng hơn. Dịch vụ này đã được nhiều nhà mạng viễn thông trên thế giới triển khai thành công, đã và đang cho thấy những sự thay đổi mạnh mẽ cách thức thanh toán, sử dụng các dịch vụ tài chính của người dân. Trong thời đại công nghiệp 4.0, việc ứng dụng công nghệ số đang trở nên phổ biến hơn. Vì thế để cho ra đời các dịch vụ thanh toán, các ngân hàng đã và đang hoàn thiện các dịch vụ thanh toán mới thông qua việc ứng dụng công nghệ thông tin. Có thể nói, việc đầu tư phát triển thanh toán qua điện thoại di động - Mobile Money là giải pháp thúc đẩy TTKDTM tối ưu nhất, TTKDTM đặc biệt được Chính phủ ưu tiên phát triển nhằm hình thành các giao dịch có tính minh bạch, dễ dàng sử dụng, đảm bảo an toàn và tiết kiệm chi phí hơn. Mobile Money có thể được xem là một dịch vụ công nghệ tài chính làm cho thế giới thay đổi, hiện nay Mobile Money đã phổ biến ở 95 quốc gia, với hơn 2 tỷ USD giao dịch mỗi ngày (Theo trang VnExpress được đăng tải vào Thứ 5, 11.03.2021, 00:00 (GMT+7)), có số khách hàng tiếp cận các địa điểm chuyển tiền cao gấp 7 lần so với các địa điểm giao dịch ATM. Ở một số nước tiền mặt đã và đang mất giá như Somalia hay Zimbabwe, Mobile Money rất tiện lợi cho người dân khi đi chợ, mua sắm. Thay vì lúc nào cũng phải mang theo tiền mặt đi trao đổi, mọi người chỉ cần giao dịch qua điện thoại. Việc chuyển hay lưu trữ tiền cũng an toàn hơn giao dịch bằng tiền mặt. Toàn bộ tiền trong Mobile Money được bảo mật bởi một mã hóa. Người sử dụng phải truy cập bằng mật khẩu để mở vào điện thoại, nhập mã PIN nếu muốn thực hiện giao dịch. Trong trường hợp không may chiếc điện thoại bị mất, khách hàng chỉ cần gọi đến công ty cung cấp dịch vụ, thông báo muốn tạm khóa tài khoản của mình,

sau khi thay điện thoại mới, số sim mới thì có thể tiếp tục sử dụng như trước. Mobile Money hoạt động như một tài khoản ngân hàng, cho phép khách hàng trực tiếp theo dõi những lịch sử giao dịch, khoản tiết kiệm, các kế hoạch có thể thực hiện trong tương lai.

Khi người dân tham gia phổ biến vào hệ thống này, quốc gia có thể cải thiện nền kinh tế, giúp giảm tác động từ các cú sốc tài chính. Ở các nước có nền công nghệ, tài chính phát triển, Mobile Money sẽ chỉ là lựa chọn phụ. Nhưng ở những nước nghèo hoặc những nước đang phát triển, nơi người dân chưa tiếp cận được dịch vụ tài chính số, Mobile Money lại phát triển khá nhanh. Tóm lại, Mobile Money là loại hình dịch vụ có thể kết nối mọi người đang sử dụng ứng dụng này thông qua mạng di động về mặt tài chính; Mobile Money sẽ là cầu nối để người dân có thêm nhiều cơ hội tiếp cận với dịch vụ tài chính số, nhất là với những người đang sinh sống ở khu vực vùng sâu vùng xa và những người không có tài khoản ngân hàng đang khó khăn trong việc tiếp cận với dịch vụ ngân hàng. Sử dụng Mobile Money có thể dễ dàng hơn, ít tốn kém hơn và là cách giao dịch an toàn hơn so với chuyển khoản smartbanking hoặc chuyển tiền qua bưu điện hay giao dịch trực tiếp bằng tiền mặt khi có nhu cầu. Vì thế mà Mobile Money không những là lựa chọn tốt nhất mà còn là loại hình dịch vụ giúp cân bằng cuộc sống của mọi người dân trên toàn miền đất nước nói riêng và thế giới nói chung.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Trung Hiếu, Bảo Ngọc & Bá Toàn (2020), "Mobile Money là giải pháp mạnh mẽ thúc đẩy thanh toán không tiền mặt", VOV, truy cập lần cuối ngày 01 tháng 02 năm 2020, từ <<https://vov.vn/kinh-te/mobile-money-la-giai-phap-manh-me-thuc-day-thanh-toan-khong-tien-mat-1004920.vov>>

[2] Khương Nha (2021), "Mobile Money- công nghệ tài chính làm thay đổi Thế Giới", Vnexpress, truy cập lần cuối ngày 11 tháng 03 năm 2021, từ <<https://vnexpress.net/mobile-money-cong-nghe-tai-chinh-lam-thay-doi-the-gioi-4246544.html>>

CHO VAY NGANG HÀNG (P2P LENDING) - LĨNH VỰC NHIỀU TIỀM NĂNG LẼN TIỀM ẨN RỦI RO

Nguyễn Hải Triều

Lê Thị Thu Uyên

K20413C

K20404CA

Cho vay ngang hàng là hoạt động dựa trên nền tảng công nghệ tài chính (P2P lending) được thiết kế và xây dựng trên nền tảng giao dịch trực tuyến dựa trên nền tảng công nghệ số nhằm mục đích kết nối trực tiếp giữa người đi vay và người cho vay với nhu cầu vốn nhỏ và ngắn hạn mà không cần thông qua những trung gian tài chính như tổ chức tín dụng hay bất cứ ngân hàng nào. Đây là hình thức cho vay cũng như đầu tư mới mang lại nhiều lợi ích cho cả nhà đầu tư và nhà vay vốn.

Đối với nhà đầu tư, các nhà đầu tư có nhiều cơ hội để đa dạng hóa và quản lý rủi ro tốt hơn vì có thể cho vay tiền trả góp với nhiều hình thức với thời hạn khác nhau, hoàn toàn không có rủi ro về kỳ hạn bởi kỳ hạn cho vay và thời gian đi vay được đối chiếu khớp với nhau một cách tuyệt đối. Các nhà đầu tư sẽ được cung cấp những dịch vụ tư vấn đa dạng, trong nhiều trường hợp thì các nhà cung cấp dịch vụ sẽ đóng vai trò cầu nối như một đơn vị ủy quyền thu nợ cho chính nhà đầu tư. Đối với người vay vốn, người vay vốn khi vay ngang hàng sẽ được giảm chi phí lãi suất. Lý do là vì các

dịch vụ được cung cấp hoạt động trên nền tảng Fintech, giúp giảm thiểu các chi phí cho xây dựng mạng lưới phân phối và hoạt động so với các kênh truyền thống. Một số lợi ích khác mà dịch vụ này có thể kể đến như thủ tục nhanh chóng, không rườm rà, không cần nhiều giấy tờ, duyệt hồ sơ nhanh; chỉ cần có một chiếc Smartphone có kết nối Internet là bạn có thể vay tiền qua mô hình Peer To Peer mà không cần phải di chuyển; mức vay linh hoạt, lãi suất thấp. Với đa dạng các dịch vụ cho vay tài chính khác nhau, các công ty P2P đóng vai trò là trung gian về công nghệ, cung cấp thông tin cho các bên. Sự có mặt và gia nhập thị trường ngày càng nhiều của các công ty kinh doanh dịch vụ tài chính dựa trên nền tảng công nghệ (Fintech) như P2P lending mở ra kênh tiếp cận vốn mới cho những khách hàng mong muốn vay những khoản vay nhỏ với kỳ hạn ngắn, không phải mất quá nhiều thời gian công sức cũng như chi phí để giao dịch giấy tờ với ngân hàng và giúp giảm bớt một vấn nạn nhức nhối của xã hội là vay tín dụng đen.



Bên cạnh những lợi ích mà cho vay ngang hàng mang lại, dịch vụ này còn tồn tại nhiều rủi ro. Thứ nhất, hành lang pháp lý chưa có hoặc chưa đầy đủ, nên khi xảy ra rủi ro, các bên liên quan không chịu trách nhiệm hoặc không được giải quyết đền bù như thường lệ. Thứ hai, trách nhiệm ràng buộc giữa công ty P2P và nhà đầu tư khá hạn chế, dẫn đến tranh chấp có thể xảy ra. Cuối cùng, các hạn chế về kiến thức tài chính từ người dân, dẫn đến việc dịch vụ P2P lending bị lạm dụng, trở thành một kênh của nạn tín dụng đen, khiến thị trường hình thành những mảng tối khó điều chỉnh. Với xu thế tất yếu của việc chuyển đổi số trong thời đại Công nghiệp 4.0 cùng những tiện ích mới trong cho vay tiêu dùng thì hình

thức cho vay P2P lending đã và đang chứng tỏ tiềm năng to lớn của mình trong lĩnh vực cho vay đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như khách hàng cá nhân.

Do đó, chúng ta cần có những giải pháp thiết thực quản lý và giúp dịch vụ này phát triển. Thứ nhất, cần sớm có hành lang pháp lý để chi phối, quản lý hoạt động cho vay ngang hàng. Thứ hai, nghiên cứu các quy định pháp lý, các biện pháp quản lý rủi ro gây hại đến hệ thống, rủi ro lan truyền trên thị trường tài chính – tiền tệ. Đây cũng là giải pháp nhằm góp phần ổn định hệ thống tài chính – tiền tệ, dù cho quy mô và phạm vi hoạt động của cho vay ngang hàng được cho là có thị phần chưa quá lớn, nhưng đây là việc làm cần thiết để giảm bớt những hệ lụy khó lường.



Thứ ba, cần nâng cao nhận thức và sự hiểu biết của người dân và doanh nghiệp về dịch vụ tài chính – ngân hàng cũng như cách thức hoạt động của hình thức cho vay ngang hàng này. Thứ tư, cần chú trọng nâng cấp hạ tầng công nghệ quốc gia, nhất là cơ sở dữ liệu lớn (big data), chính quyền điện tử, kiến thức và kỹ năng quản lý rủi ro công nghệ thông tin cùng với việc xây dựng nguồn nhân lực chuyên gia có trình độ và hiểu biết sâu cả về lĩnh vực tài chính và công nghệ thông tin nhằm giúp cho hoạt động cho vay ngang hàng trở nên hiệu quả, an toàn, thông suốt. Tại Việt Nam, cho vay ngang hàng mới xuất hiện trong vài năm qua nhưng đến nay đã có khoảng 100 công ty cho vay theo mô hình này, với đa dạng các dịch vụ cho vay tài chính khác nhau, các công ty P2P đóng vai trò là trung gian về công nghệ, cung cấp thông tin cho các bên, kết nối dễ dàng người có nhu cầu vay vốn với người cho vay với quy trình thủ tục đơn giản và thể hiện đây là một kênh dẫn vốn tốt cho thị trường vốn ở nước ta.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Trường Anh (2021), “P2P lending-xu hướng tất yếu của kinh tế số”, Lao động, truy cập lần cuối ngày 13 tháng 08 năm 2021, từ <<https://laodong.vn/thi-truong/p2p-lending-xu-huong-tat-yeu-cua-kinh-te-so-941137.laod>>

[2] PV(2021), “P2P lending tại Việt Nam mang đến nhiều ưu điểm nổi bật cho các nhà đầu tư”, Tạp chí tài chính, truy cập lần cuối ngày 09 tháng 04 năm 2021, từ <<https://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/p2p-lending-tai-viet-nam-mang-den-nhieu-uu-diem-noi-bat-cho-cac-nha-dau-tu-333105.html>>

[3] Nguyễn Mạnh Hùng & Tạ Thu Hồng Nhung(2020), “Thực trạng hoạt động cho vay ngang hàng tại Việt Nam”, Tạp chí công thương, truy cập lần cuối ngày 24 tháng 11 năm 2020, từ <<https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-hoat-dong-cho-vay-ngang-hang-tai-viet-nam-76652.htm>>

THÍ ĐIỂM MOBILE MONEY TẠI BA DOANH NGHIỆP VIỄN THÔNG VIETTEL, VNPT VÀ MOBIFONE

Nguyễn Quốc Sang Tô Quỳnh Bảo Trâm

K20504

K20502

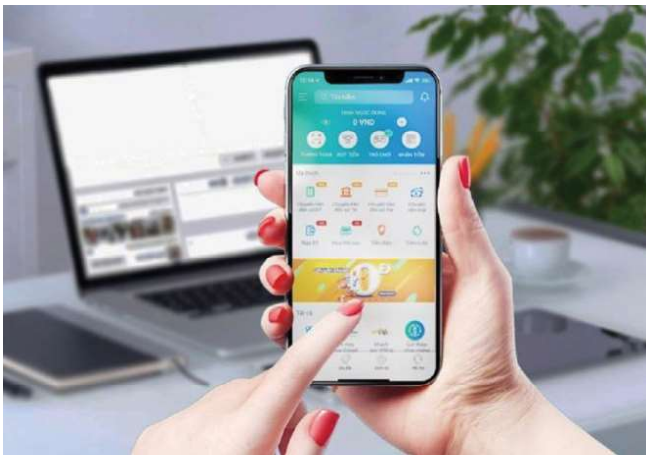
Lê Thị Thu Uyên

K20404CA

Trong hệ sinh thái ứng dụng thanh toán không dùng tiền mặt, Mobile Money (Tiền điện tử trên thuê bao di động) đang là cái tên thu hút nhiều sự quan tâm tại Việt Nam hiện nay. Nhận thấy tiềm năng mà dịch vụ này mang lại, ba doanh nghiệp viễn thông (DNVT) lớn là Viettel, VNPT và MobiFone đã chuẩn bị sẵn sàng cơ sở hạ tầng và triển khai thử nghiệm Mobile Money trong nội bộ DN với các giao dịch thanh toán nhỏ theo Quyết định 316/QĐ-TTg do Thủ tướng ban hành. Các dịch vụ mà doanh nghiệp được cấp phép triển khai bao

gồm: dịch vụ cổng thanh toán điện tử; dịch vụ hỗ trợ thu hộ, chi hộ; dịch vụ hỗ trợ chuyển tiền điện tử và dịch vụ ví điện tử.

Viettel đã chuẩn bị hoàn tất cơ sở hạ tầng, kỹ thuật phục vụ, hỗ trợ cho dịch vụ MM từ thành thị đến nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Theo ông Phạm Trung Kiên - Phó giám đốc Tổng công ty viễn thông Viettel cho biết hiện công ty họ đã được cấp phép dịch vụ ví điện tử và trung gian thanh toán, đồng thời Viettel cũng đang xử lý dòng tiền hơn 50 nghìn tỷ đồng và hơn 30 triệu giao dịch hàng tháng. Doanh nghiệp này cũng đã hoàn thành việc thử nghiệm nội bộ dịch vụ với 40.000 nhân viên và thu được kết quả cho thấy tỷ lệ người dùng tài khoản viễn thông là 94% so với 6% sử dụng tài khoản ngân hàng.



VNPT hiện đang trong quá trình 2 năm thí điểm dịch vụ này tại Việt Nam (từ tháng 2/2021-3/2023). VNPT cho biết hiện họ có thể đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng trên toàn lãnh thổ Việt Nam vì đang có hơn 1.000 điểm giao dịch và hơn 10.000 điểm giao dịch của doanh nghiệp đối tác cũng như gần 200.000 điểm kinh doanh dịch vụ cá nhân và hộ gia đình. Trong quý I/2021, DN họ đã triển khai thí điểm dịch vụ Mobile Money với 40.000 cán bộ, nhân viên của VNPT trên toàn quốc. Trong tương lai gần, DNVN này sẽ mở rộng dịch vụ cho toàn bộ thuê bao Vinaphone. MobiFone là nhà mạng thứ 3 tại Việt Nam đủ điều kiện để triển khai thí điểm dịch vụ mobile money. Ngày 14/10/2021 tại Hà Nội, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) và Tổng Công ty Viễn thông MobiFone đã ký kết Thỏa thuận hợp tác toàn diện giai đoạn 2021-2026. Theo đó, cả hai sẽ tăng cường hợp tác sâu rộng

và toàn diện, khai thác tối ưu thế mạnh, tiềm năng của mỗi bên trên cơ sở quy định của pháp luật hiện hành. BIDV cũng là ngân hàng phối hợp, phục vụ Mobifone triển khai đề án mobile money này.

Việc các doanh nghiệp viễn thông lớn tại Việt Nam ráo riết chuẩn bị và thí điểm dịch vụ Mobile Money cho thấy được cơ hội mà dịch vụ này mang lại là rất lớn. Tuy nhiên, việc triển khai dịch vụ này tại sẽ gặp nhiều thách thức bởi sự cạnh tranh khốc liệt của các dịch vụ TTKDTM khác và hệ thống pháp lý của nước ta cũng chưa hoàn thiện nên sẽ gặp nhiều rủi ro trong quá trình quản lý dịch vụ này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Trần Ngọc và Thiên Bình (2021), "Dịch vụ Mobile Money sẽ được tiến hành thí điểm trong vòng 2 năm", VOV, truy cập lần cuối ngày 03 tháng 10 năm 2021, từ <https://vov.vn/kinh-te/dich-vu-mobile-money-se-duoc-tien-hanh-thi-diem-trong-vong-2-nam-895185.vov?fbclid=IwAR2RwcJ9V_JmkrqZ5pahK4wCB_cuJNx1QdklzZpg2PPyxzjGyV5YXX>

[2] Thành Luân (2021), "Viettel công bố triển khai dịch vụ Mobile Money", Thanh Niên, truy cập lần cuối ngày 01 tháng 12 năm 2021, từ <<https://thanhnien.vn/viettel-cong-bo-trien-khai-dich-vu-mobile-money-post1406919.html>>

[3] "VNPT trở thành Nhà cung cấp dịch vụ Mobile Money đầu tiên tại Việt Nam", VNPT (2021), truy cập lần cuối ngày 25 tháng 11 năm 2021, từ <<https://www.vnpt.com.vn/tin-tuc/vnpt-tro-thanh-nha-cung-cap-dich-vu-mobile-money-dau-tien-tai-viet-nam.html>>

[4] MobiFone được chấp thuận triển khai thí điểm Mobile Money (2021), truy cập lần cuối ngày 18 tháng 11 năm 2021, từ <<https://www.mobifone.vn/tin-tuc/chi-tiet/mobifone-duoc-chap-thuan-trien-khai-thi-diem-mobile-money-2201>>

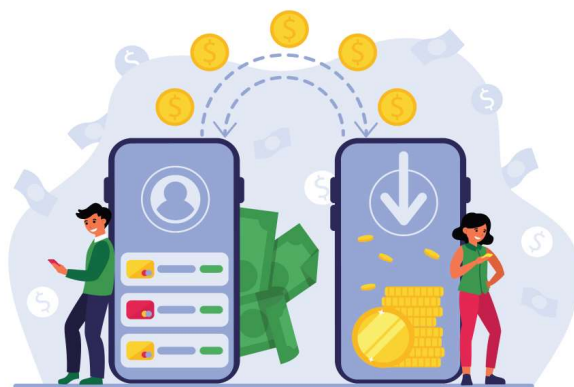
VAI TRÒ CỦA MOBILE MONEY TRONG THỜI KÌ CHUYỂN ĐỔI SỐ Ở VIỆT NAM

Diệp Bảo Thiện

K19401

Lê Thị Thanh Ngân

K20404B



Tóm tắt: Chuyển đổi số đang dần được áp dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực và nhiều doanh nghiệp khác nhau bởi nó tạo ra nhiều giá trị mới cho doanh nghiệp và cho nền kinh tế tại Việt Nam. Trong bối cảnh như vậy, vai trò của Mobile Money trở nên to lớn hơn. Mobile Money không chỉ mang lại lợi ích ở nhiều phương diện kinh tế - xã hội mà còn thúc đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số bên trong các doanh nghiệp khi Mobile Money được ứng dụng sâu rộng trong thực tiễn. Do đó, Mobile Money là một trong những lĩnh vực xứng đáng được đầu tư và quan tâm đúng mức từ phía Chính phủ và doanh nghiệp vì những giá trị thực tiễn mà dịch vụ tài chính điện tử này mang lại.

Từ khoá: Mobile money, chuyển đổi số, tài chính điện tử, thanh toán điện tử.

1. Giới thiệu các khái niệm

1.1. Mobile Money

Mobile Money là ví điện tử viễn thông, hay hiểu đơn giản là ví điện tử mà không cần tài khoản ngân hàng là có thể sử dụng được, loại hình dịch vụ này yêu cầu phải có một số điện thoại của chính khách hàng thuộc các nhà mạng bất kỳ để đăng ký sử dụng cho tài khoản của mình.

Mobile Money là việc chuyển từ tiền mặt sang tiền điện tử theo tỉ lệ 1:1. Mobile Money khác với các ví điện tử, cả Mobile Money lẫn ví điện tử là dịch vụ giúp người dùng thanh toán khi mua sắm, giúp người dùng chuyển tiền với mệnh giá không quá lớn. Tuy nhiên, Mobile Money không cần liên kết với tài khoản ngân hàng vẫn có thể sử dụng, còn Ví điện tử bắt buộc phải liên kết với tài khoản ngân hàng mới có thể sử dụng được dịch vụ. Về Điều kiện khi mở tài khoản, Mobile Money chỉ cần khách hàng đăng ký bằng SIM cá nhân của chính mình, Ví điện tử lại yêu cầu khách hàng phải liên kết với tài khoản ngân hàng hiện đang sử dụng và tài khoản ngân hàng đó phải chưa từng liên kết với Ví này dưới tên một người dùng khác. Tuy nhiên, khi giao dịch bằng Mobile Money thì hạn mức tối đa chỉ với 10 triệu đồng/tháng/tài khoản cho tổng giao dịch, Ví điện tử được giao dịch với hạn mức gấp 10 lần Mobile Money lên

đến 100 triệu đồng/tháng/tài khoản cho tổng giao dịch. Cách thức thanh toán cũng khác nhau, Mobile Money chỉ cần thanh toán qua tin nhắn SMS hoặc trên một ứng dụng thanh toán do chính nhà mạng đó phát hành; còn khi thanh toán bằng Ví điện tử, người thanh toán cần nạp tiền từ tài khoản ngân hàng vào Ví mới có thể thanh toán hoặc thanh toán trực tiếp trên smartbanking. Ngoài ra, Mobile Money có thể nạp tiền và rút tiền qua ngân hàng hoặc ví điện tử hoặc các địa điểm giao dịch của các nhà mạng và lịch sử giao dịch được lưu trữ trên điện thoại được thông báo trong tin nhắn SMS; Ví điện tử có phương thức nạp tiền và rút tiền qua ngân hàng, qua thẻ ATM hoặc qua smartbanking và lịch sử giao dịch của Ví được lưu trữ trực tiếp trên Ví và lưu trữ ở phần lịch sử giao dịch trên tài khoản ngân hàng mà khách hàng đã liên kết.

1.2. Chuyển đổi số

Chuyển đổi số (Digital Transformation) đóng một vai trò quan trọng trong cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0. Hay nói cách khác, chuyển đổi số là kết hợp các công nghệ kỹ thuật số vào tất cả mọi lĩnh vực của một doanh nghiệp, tận dụng công nghệ để thay đổi việc vận hành, mô hình kinh doanh và cung cấp các giá trị mới cho mọi người cũng như đẩy nhanh các hoạt động kinh doanh. Tại Việt Nam, Chuyển đổi số được hiểu là quá trình thay đổi từ mô

hình doanh nghiệp truyền thống sang mô hình doanh nghiệp số bằng cách áp dụng công nghệ mới như dữ liệu lớn, Internet cho vạn vật, điện toán đám mây,... nhằm thay đổi phương thức điều hành, lãnh đạo, quy trình làm việc, văn hóa của công ty. Chuyển đổi số còn đóng vai trò quan trọng trong các lĩnh vực khác của xã hội như chính phủ, truyền thông đại chúng, y học, khoa học...

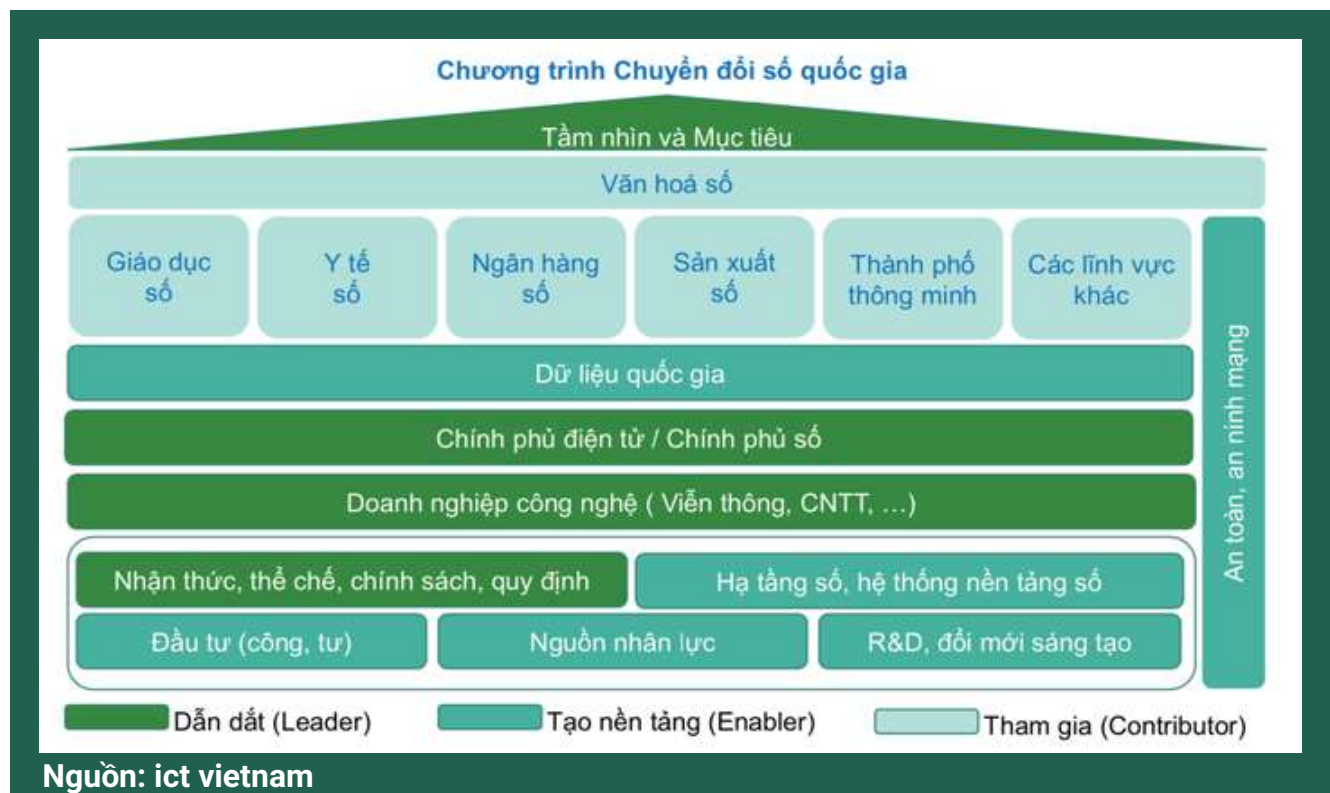
Chuyển đổi số cần phân biệt với khái niệm số hóa. Nói về điểm giống nhau, Số hóa và Chuyển đổi số đều ứng dụng công nghệ vào quy trình vận hành của doanh nghiệp. Điểm khác nhau là chuyển đổi số không đơn giản chỉ đòi hỏi doanh nghiệp áp dụng thật nhiều công nghệ tiên tiến vào việc điều hành, mà chuyển đổi số chính là mấu chốt cuối cùng trong cả một quy trình gây dựng nên những thành công vĩ đại của doanh nghiệp. Trong sự thành công của doanh nghiệp gắn liền với kinh tế 4.0, số hóa dữ liệu và số hóa quy trình có thể xem là bước đầu tiên, là bước tiếp theo trước khi bước vào chuyển đổi số. Do đó cần phải phân biệt rõ ràng hai định nghĩa số hóa và chuyển đổi số để có một tầm nhìn và quyết định chính xác nhất. Nhiều doanh nghiệp cần phải sử dụng các nền tảng khác nhau để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số và được những lợi ích và song song đó những nền tảng đó sẽ tốn rất nhiều

chi phí và thời gian để đảm bảo việc vận hành sẽ không làm cho doanh nghiệp bị tụt hậu so với các đối thủ cạnh tranh.

2. Mobile Money - nhân tố quan trọng thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của quốc gia

Theo quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, ba trụ cột chính trong công cuộc chuyển đổi số tại Việt Nam là: chính phủ số, kinh tế số và xã hội số. Trong số các lĩnh vực cần ưu tiên phát triển trong công cuộc chuyển đổi số, lĩnh vực tài chính – ngân hàng có vai trò quan trọng, bắt buộc phải tham gia vào chuyển đổi số vì đây là lĩnh vực có ảnh hưởng sâu rộng đến quốc gia và từng chủ thể trong nền kinh tế. Với dư địa lớn cùng số lượng người sử dụng di động và internet cao (73,8 triệu thuê bao sử dụng 4G và 68,17 triệu người sử dụng internet, đều chiếm trên 50% tổng thuê bao và người dân cả nước cuối năm 2020), Mobile Money là sản phẩm phù hợp và tiềm năng thuộc lĩnh vực tài chính – ngân hàng trong thời kỳ chuyển đổi số của quốc gia, thể hiện qua nhiều cách thức khác nhau.

Thứ nhất, Mobile Money tăng cường việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính kỹ thuật số. Hiện nay, đại đa số người Việt Nam vẫn



giữ thói quen sử dụng tiền mặt và các phương thức thanh toán truyền thống. Việt Nam nằm trong Top 10 các nước có tỷ lệ sử dụng tiền mặt nhiều nhất trên thế giới (ở mức 26%) và 69% dân số Việt Nam vẫn chưa có tài khoản ngân hàng. Do đó, Mobile Money là giải pháp tối ưu có thể giải quyết được cả hai vấn đề kể trên khi người sử dụng không cần tài khoản ngân hàng nhưng vẫn tiếp cận được những tính năng tiện lợi khi giao dịch và thanh toán, phổ cập dịch vụ tài chính điện tử đến nhiều đối tượng trong xã hội, đặc biệt là những vùng sâu vùng xa – nơi mà các ngân hàng vẫn chưa tiếp cận được. Ngoài ra, càng nhiều người tham gia vào loại hình dịch vụ điện tử sẽ giảm bớt sự mất công bằng trong xã hội, thực hiện mục tiêu “không ai đứng ngoài tiến trình chuyển đổi số của cả quốc gia”.

Thứ hai, Mobile Money có mối quan hệ tương hỗ với nhiều lĩnh vực khác nhau, đặc biệt là các lĩnh vực mới bên cạnh các ngành nghề truyền thống trong nền kinh tế số. Thương mại điện tử là ví dụ điển hình phát triển phương thức thanh toán không tiền mặt trên chính nền tảng của mình bởi những lợi ích mà thương mại điện tử có thể khai thác. Nhờ vào việc chi trả trực tuyến, các nền tảng thương mại điện tử có thể giảm bớt lượng tiền mặt trong quá trình lưu thông hàng hóa, tiết kiệm chi phí chuyển đổi tiền từ các đơn vị trung gian (công ty vận chuyển), dễ dàng quản lý lượng tiền từ nhiều nguồn khác nhau (khách hàng, người vận chuyển, đơn vị tài chính,...), thanh toán cho các mặt hàng xuyên quốc gia,... Do đó, các nền tảng thương mại điện tử đều tích hợp các phương thức chi trả điện tử với nhiều ưu đãi, khuyến mãi hấp dẫn. Điều này thể hiện rất rõ thông qua sự phát triển bùng nổ của thương mại điện tử trong thời gian gần đây cũng đã kéo theo sự tăng trưởng rõ rệt của các phương thức thanh toán không sử dụng tiền mặt. Tỷ lệ tăng trưởng tổng giá trị giao dịch của Thương mại điện tử Việt Nam trong quý I/2021 tăng 5,5 lần so với quý IV/2020, trong khi đó, giao dịch qua internet và giao dịch qua kênh điện thoại di động cũng có sự phát triển (giá trị giao dịch tăng lên 28,4% và 103%) trong 3 tháng đầu năm 2021. Mặc dù tốc độ tăng trưởng của hai mảng này chưa đồng bộ, nhưng phần nào cũng cho thấy được

sự liên kết giữa 2 lĩnh vực này. Ngoài ra, các dịch vụ công và các doanh nghiệp tư nhân cũng được hưởng lợi từ sự phát triển của loại hình dịch vụ này bởi tính tiện dụng, minh bạch và dễ quản lý của nó.

Thứ ba, thúc đẩy sự phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ, viễn thông quốc gia nhằm thỏa mãn đáp ứng nhu cầu sử dụng các dịch vụ thanh toán điện tử, đặc biệt là Mobile Money. Các phương án kỹ thuật, máy móc thiết bị, quy trình nghiệp vụ, bảo mật thông tin, phát triển ứng dụng điện thoại,... cần phải được chuẩn bị kỹ lưỡng, theo quy định của Nhà nước mới có thể triển khai loại hình Mobile Money tại Việt Nam. Có thể nhận thức rõ việc chú trọng đầu tư, cập nhật và phát triển hệ thống thanh toán nội bộ, với kỹ thuật, công nghệ tiên tiến, quản lý tập trung, cho phép các đơn vị cung ứng các dịch vụ, phương tiện thanh toán hiện đại, đa dạng, tiện lợi, mở rộng phạm vi cung ứng trên toàn quốc, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có thể ứng dụng Mobile Money sâu rộng vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đặc biệt, mục tiêu của Mobile Money là có thể tiếp cận đến những nơi vùng sâu, vùng xa, hải đảo – nơi mà có điều kiện tự nhiên hiểm trở và nghèo nàn về các dịch vụ tài chính – đồng nghĩa với việc cơ sở hạ tầng cũng phải được mở rộng và phát triển để “chạm” đến các vùng này. Do đó, một cuộc “chạy đua” giữa các nhà mạng viễn thông nhằm chiếm ưu thế trong tâm thế là đối tác cung cấp dịch vụ Mobile Money cho người tiêu dùng đang diễn ra sôi nổi, tiêu biểu là Mobifone, Vinaphone và Viettel. Các nhà mạng đang trong giai đoạn thử nghiệm và sẽ sớm cung ứng dịch vụ Mobile Money ra thị trường ngay khi được Bộ Thông tin và Truyền thông cấp phép. Ngoài ra, ở cấp độ cấp doanh nghiệp, việc đưa ra sự thay đổi về ứng dụng Mobile Money vào doanh nghiệp cũng như tự doanh nghiệp phát triển các giải pháp công nghệ của Mobile Money cũng góp phần phát triển quy mô và chất lượng công nghệ của quốc gia.

Theo Quyết định 316/QĐ-TTg do Thủ tướng ban hành vào ngày 09/03/2021 nêu rõ các doanh nghiệp thí điểm phải có hệ thống đáp ứng yêu cầu đảm bảo an toàn hệ thống thông tin cấp độ 3. Hạ tầng công nghệ thông tin

và các giải pháp phục vụ cung ứng dịch vụ Mobile money phải đảm bảo hoạt động liên tục, an toàn trong suốt quá trình triển khai thí điểm. Doanh nghiệp phải có công cụ, giải pháp phù hợp xác định được chính xác địa chỉ IP, thuê bao sử dụng để có thể truy vết đối tượng khách hàng sử dụng tài khoản Mobile Money. Có hệ thống lưu trữ lịch sử giao dịch Mobile Money phát sinh, hệ thống lưu trữ thông tin định danh khách hàng, định danh thiết bị, địa chỉ IP, thời gian giao dịch, nội dung, tài khoản nhận/gửi... từ khi khách hàng mở đến khi đóng tài khoản, trong đó có các thông tin truy vết người sử dụng dịch vụ (thông tin lưu trữ tối thiểu 2 năm) và có các bản sao lưu thông tin. Thông tin địa chỉ IP, thời gian đăng nhập phải lưu trữ tối thiểu 2 năm.

Thứ tư, dịch vụ Mobile Money hướng đến là giải pháp thanh toán tối ưu và an toàn, tạo động lực và nền tảng cho nền tài chính toàn diện của quốc gia. Với Mobile Money, ngoài việc thông tin khách hàng được bảo mật, danh tính của người sử dụng cũng sẽ được định danh trên mỗi thuê bao và phải làm nhiều thủ tục chuyển đổi, xác minh nếu muốn chuyển đổi sang thuê bao khác. Bên cạnh cải thiện tốc độ thực hiện giao dịch trên nền tảng, các giải pháp bảo mật, an toàn thông tin, chống rửa tiền hay chống trục lợi từ hệ thống Mobile Money cũng được chú trọng. Đây là cơ hội tốt để lấy Mobile Money làm chuẩn mực an toàn thông tin cho các dịch vụ thanh toán điện tử khác, phát triển tài chính toàn diện của quốc gia. Từ đó, nhiều loại hình dịch vụ điện tử mới ra đời và đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số của quốc gia.

3. Thị trường nhiều tiềm năng của Mobile Money

3.1. Mobile Money ra đời nhằm lấp đầy những khoảng trống cho hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt

Hiện nay, số người có điện thoại di động ở Việt Nam là gần 125 triệu thuê bao, trong khi tỷ lệ người trong độ tuổi được đăng ký tài khoản tại ngân hàng chỉ là 64%. Vì thế dịch vụ Mobile Money sẽ là loại hình dịch vụ phù hợp về thanh toán các dịch vụ thiết yếu như điện, nước, internet, mua bán trực tuyến,...

Mobile Money chủ yếu sẽ hướng đến những người dân khu vực vùng sâu vùng xa chưa có tài khoản ngân hàng, các dịch vụ điện tử khác như Ví điện tử cũng đều phải có tài khoản ngân hàng để liên kết mới sử dụng được. Do đó, Mobile Money sẽ là loại hình thanh toán thay cho giao dịch thường ngày bằng tiền mặt đối với các sản phẩm cần thiết trong cuộc sống của người dân.

Ngoài ra, phát triển dịch vụ Mobile Money trên điện thoại di động đem đến nhiều lợi ích cho khách hàng; tiết kiệm chi phí khi thanh toán các hóa đơn, sản phẩm, dịch vụ. Hiện nay tình hình dịch COVID-19 khá phức tạp, việc thúc đẩy phát triển Mobile Money để thanh toán thay cho tiền mặt đang được nhiều doanh nghiệp và mọi người mong chờ.

3.2. Tại Việt Nam, Mobile Money là dịch vụ tương đối mới, tuy nhiên, có nhiều tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong tương lai xét về cả phía cung và cầu.

Tính đến thời điểm hiện tại, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc đã ban hành và cho phép dùng tiền di động để chi trả cho các dịch vụ với mệnh giá không quá lớn. Điều này giúp cho Việt Nam phát triển nhanh chóng các loại hình thanh toán thay thế tiền mặt, giúp cho người dân ở các khu vực vùng sâu vùng xa dễ dàng tiếp cận với các dịch vụ tài chính. Mobile Money là ứng dụng gián tiếp giúp cho ai trong số chúng ta cũng có thể tiếp cận với các dịch vụ thiết yếu khi thanh toán không cần phải nhất thiết là thanh toán hay chi tiêu bằng tiền mặt theo kiểu truyền thống; đặc biệt với mạng lưới internet ở Việt Nam cùng với các cơ sở hạ tầng, cơ sở dữ liệu sẽ mang lại lợi ích cho khách hàng về chi phí khi sử dụng loại dịch vụ này.

Mobile Money đã giảm được khó khăn cho các doanh nghiệp sản xuất, đảm bảo an toàn cho người dân trong thời kỳ dịch COVID-19 trong việc hạn chế tiếp xúc, hạn chế lây lan và đảm bảo đáp ứng các sản phẩm, dịch vụ thiết yếu cho người dân, đem đến cuộc sống dễ dàng hơn, tiện lợi hơn và tối ưu hóa doanh thu cho các cơ sở, đại lý kinh doanh bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh trong thời gian dài.

Do đó, việc cho phép triển khai loại hình dịch

vụ Mobile Money tại Việt Nam sẽ mang lại không chỉ lợi ích cho các doanh nghiệp mà còn giúp cho các nước ta nói chung và các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải nói riêng sẽ có được thị trường khách hàng tiềm năng, và khi mức độ sử dụng của mọi người ngày càng tăng thì Mobile Money hứa hẹn sẽ trở nên phổ biến hơn cả các dịch vụ ngân hàng hay các tổ chức tín dụng hiện nay.

Ngay sau khi Thủ tướng phê duyệt nghị quyết về việc cho phép dịch vụ Mobile Money sẽ giúp người dân thanh toán các hàng hóa, dịch vụ có giá trị không quá lớn. Để Mobile Money đi vào hoạt động, các doanh nghiệp viễn thông cần phải thành lập một bộ hồ sơ đề nghị lên Thủ tướng Chính phủ để được phép triển khai và sử dụng thử dịch vụ Mobile Money trước thời gian ra mắt, qua đó Thủ tướng Chính phủ sẽ xem xét đã đáp ứng đủ điều kiện quy định mà dịch vụ này mang lại hay chưa. Ngân hàng Nhà nước, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công an có trách nhiệm thực hiện việc kiểm tra các vấn đề có thể xảy ra và xử lý kịp thời để đảm bảo không gây ảnh hưởng đến người sử dụng dịch vụ. Nếu tất cả hồ sơ xin phê duyệt có chất lượng và các điều kiện được quy định trong quyết định của Thủ tướng Chính phủ thì dịch vụ Mobile Money sẽ sớm được triển khai.

3.3. Mobile Money tại Việt Nam được kỳ vọng sẽ góp phần cung ứng đầy đủ các phương tiện thanh toán cho người dân

Khi dịch Covid-19 trở nên bùng phát mạnh hơn, hầu hết các ngân hàng hàng đã nâng cấp và cho ra mắt các ứng dụng internet banking, mobile banking, smartbanking,... các ứng dụng này có thể giúp người dân ngồi tại nhà vẫn có thể đi chợ Online, vừa giúp người dân bảo vệ chính sức khỏe của mình và giúp cho việc mua sắm để đáp ứng nhu cầu trở nên đơn giản và dễ dàng hơn.

Dù vậy, chuyển đổi số tại các ngân hàng Việt Nam còn hạn chế, đồng thời tỷ lệ tiền mặt trong nền kinh tế vẫn ở mức cao. Thống kê cho thấy hiện vẫn còn khoảng 40% người dân Việt Nam chưa có tài khoản ngân hàng.

Dù ví điện tử đã phổ biến và dịch vụ ngân hàng cũng phát triển nhanh chóng nhưng Mobile Money sẽ thuận lợi hơn vì chỉ cần dùng điện

thoại để thanh toán mà không cần liên kết với tài khoản ngân hàng. Khi Mobile Money được triển khai, cần kiểm soát các tính năng của Mobile Money, tức là khách hàng chỉ được bỏ tiền vào tài khoản trên điện thoại di động rồi thanh toán, chuyển tiền. Các nhà mạng không được triển khai các sản phẩm dịch vụ liên quan đến cấp tín dụng, cho vay... đối với dịch vụ Mobile Money. Điều này góp phần tránh rủi ro cho nền kinh tế, cho hệ thống tiền tệ.

Dịch vụ Mobile Money sẽ được hoạt động như ví điện tử, tức người dùng nạp tiền vào để thanh toán hàng hoá, dịch vụ, chuyển tiền..., nhà mạng không được cung cấp các nghiệp vụ liên quan đến tín dụng, hay nói cách khác đó là nghiệp vụ chỉ các ngân hàng thương mại được thực hiện. Tuy nhiên, đây là hoạt động phức tạp, đòi hỏi phải bảo đảm an toàn cho người sử dụng, cho người dân cũng như an toàn cho hệ thống thanh toán. Là hình thức thanh toán không dùng tiền mặt hết sức thuận tiện cho người dân nhưng cũng đòi hỏi phải hết sức an toàn, tránh bị lợi dụng.

4. Kết luận

Mobile Money mới chỉ là một loại hình thức thanh toán mới, người dân đặc biệt là những người đang sinh sống tại các khu vực vùng sâu vùng xa không có tài khoản ngân hàng vẫn có thể thanh toán thay cho tiền mặt-một loại hình giao dịch truyền thống từ trước đến nay của dân tộc Việt Nam nói riêng và các quốc gia đang phát triển nói chung. Loại hình thanh toán này tác động nhiều mặt đến nền kinh tế và xã hội Việt Nam. Mobile Money giúp quá trình thanh toán dễ dàng và đơn giản hơn, an toàn hơn là thanh toán trực tiếp bằng tiền mặt; Giúp mọi người dân tiếp cận các dịch vụ trên nền tảng internet như y tế, giáo dục, tài chính, việc làm và an sinh xã hội; Tạo điều kiện cho sự ra đời của các doanh nghiệp, các ngân hàng trên địa bàn lãnh thổ Việt Nam trong lĩnh vực kinh tế số; Cuối cùng là góp phần tăng trưởng kinh tế. Cuộc đua khốc liệt trong mảng thanh toán ở Việt Nam sẽ đón chào tân binh mới-Mobile Money, Với tiềm lực lớn của Mobile Money, sự góp mặt của các nhà mạng hứa hẹn sẽ giúp đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt ở Việt Nam. Mobile Money góp phần thúc đẩy Chiến lược chuyển đổi số quốc gia.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Kim Anh (2021), Mobile Money là gì? Sử dụng như thế nào?, Luật Việt Nam, truy cập vào ngày 19 tháng 11 năm 2021, từ <<https://luatvietnam.vn/tin-phap-luat/mobile-money-la-gi-su-dung-the-nao-230-29339-article.html#:~:text=Mobile%20Money%20>>

[2] (2021), Chuyển đổi số là gì? Sự khác biệt giữa Số hóa và chuyển đổi số, Smartfactory, truy cập vào ngày 19 tháng 11 năm 2021, từ <<https://smartfactoryvn.com/digital-transformation/chuyen-doi-so-la-gi/>>

[3] (2020), Sự Khác Biệt Giữa Số Hóa Và Chuyển Đổi Số Trong Chuỗi Cung Ứng, ABIVIN, truy cập vào ngày 20 tháng 05 năm 2020, từ <<https://vi.abivin.com/post/su-khac-biet-so-hoa-va-chuyen-doi-so>>

[4] H.Hương (2021), Thị trường ngóng Mobile Money, Đại đoàn kết, truy cập vào ngày 19 tháng 11 năm 2021, từ <<http://daidoanket.vn/thi-truong-ngong-mobile-money-5668683.html>>

[5] Janine Aron (2018), The World Bank Research Observer, Volume 33, Issue 2, Pages 135–188, retrieved on November 20th 2021, from <<https://academic.oup.com/wbro/article/33/2/135/5127166>>

[6] M.K.Brunnermeier, H.James, Jean-Pierre Landau (2019), The Digitalization of Money, Scholar.princeton, retrieved on November 20th 2021, from <https://scholar.princeton.edu/sites/default/files/markus/files/02c_digitalmoney.pdf>

[7] Mai Hoàng Lan (2020), Hướng tới xây dựng hạ tầng thanh toán số quốc gia, Tạp chí ngân hàng, truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, từ <<http://tapchinganhang.gov.vn/huong-toi-xay-dung-ha-tang-thanh-toan-so-quoc-gia.htm>>

[8] Lê Thanh Tâm, Nguyễn Thị Thu Trang (2021), Phát triển dịch vụ mobile money: cơ hội và thách thức tại Việt Nam, Vass.gov,

truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, từ <<https://vass.gov.vn/nguyen-cuu-khoa-hoc-xa-hoi-va-nhan-van/Phat-trien-dich-vu-mobile-money-co-hoi-va-thach-thuc-tai-Viet-Nam-158>>

[9] Đức Thiện (2021), Chạy đua cung cấp Mobile-Money, Tuổi trẻ, truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, từ <<https://tuoitre.vn/chay-dua-cung-cap-mobile-money-20210312084129217.htm>>

[10] An An (2021), Mobile Money, giải pháp tích cực giữa bối cảnh COVID-19, Cand.com, truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, <<https://cand.com.vn/Khoa-hoc-Quan-su/Mobile-Money-giai-phap-tich-cuc-giua-boi-can-19-i621703/>>

[11] Trần Thủy (2021), Thay đổi thói quen, 'bùng nổ' thanh toán không dùng tiền mặt, Vietnamnet, truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, từ <<https://vietnamnet.vn/vn/kinh-doanh/tai-chinh/thoi-quen-sau-dai-dich-bung-no-thanh-toan-khong-dung-tien-mat-789864.html>>

[12] Hà An (2021), Chuyển đổi số - vấn đề sống còn của nền kinh tế, Cand.com, truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, từ <<https://cand.com.vn/Thi-truong/chuyen-doi-so-van-de-song-con-cua-nen-kinh-te-i628099/>>

[13] Lan Phương (2020), Công thức cho chuyển đổi số của Việt Nam, Ictvietnam, truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, từ <<https://ictvietnam.vn/cong-thuc-cho-chuyen-doi-so-cua-viet-nam-20200708113352122.htm>>

[14] Diệp Anh (2021), Đa dạng sản phẩm tài chính thông qua chuyển đổi số, Báo tin tức, truy cập vào ngày 21 tháng 11 năm 2021, từ <<https://baotintuc.vn/kinh-te/da-dang-san-pham-tai-chinh-thong-qua-chuyen-doi-so-20211007135220448.htm>>

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN **MOBILE MONEY** TRÊN THẾ GIỚI VÀ XU THẾ TẠI VIỆT NAM

Đặng Huyền Linh

Nguyễn Thị Trà My

Nguyễn Hà Nam Phương

K19404CA

K19404CA

K19404CA

Nội dung tóm tắt: Mobile Money - Tiền di động là một hình thức thanh toán phổ biến tại Châu Phi từ các thập kỷ trước. Hiện nay, các quốc gia Châu Á là thị trường tiềm năng để mở rộng và phát triển dịch vụ Mobile Money vì sự phát triển nhanh chóng của điện thoại di động và mạng viễn thông tại khu vực, đặc biệt hơn hết, chính phủ Việt Nam cũng bắt đầu cho thí điểm sử dụng loại hình dịch vụ Mobile Money và hứa hẹn sẽ mang lại sự đột phá trong mô hình thanh toán tại quốc gia. Bài viết sẽ tìm hiểu về thực trạng phát triển Mobile Money trên thế giới và xu thế của Việt Nam khi bước đầu triển khai mô hình.

Từ khóa: Mobile Money, Tiền di động, thực trạng phát triển, xu thế Việt Nam và thế giới

1. Giới thiệu về Tiền di động – Mobile Money

Thủ tướng Chính phủ vừa ban hành Quyết định số 316/QĐ-TTg về việc triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile Money). Quyết định (có hiệu lực từ ngày 9/3/2021) sẽ áp dụng trong 2 năm, kể từ thời điểm doanh nghiệp đầu tiên được chấp thuận triển khai thí điểm dịch vụ.

1.1. Khái niệm Tiền di động - Mobile Money

Theo Báo cáo về thực trạng lĩnh vực Mobile Money của GSMA 2017 được trích từ dữ liệu ngân hàng nhà nước Việt nam (2021), dịch vụ chỉ được coi là Mobile Money khi có những điều kiện: (i) dịch vụ thanh toán và chuyển tiền thông qua điện thoại thông minh; (ii) ưu tiên những khách hàng chưa có tài khoản chính thức tại một tổ chức tài chính hay chưa có tài khoản ngân hàng; (iii) phải cung cấp ít nhất một trong những dịch vụ: thanh toán hóa đơn, chuyển tiền trong ngoài nước, giải ngân các khoản vay và thanh toán cho người bán hoặc bộ phận lưu trữ giá trị; (iv) cung cấp các hệ thống giao dịch vật lý bên ngoài các địa điểm ngân hàng và các ATM, giúp cho tất cả người dân có thể sử dụng hiệu quả; (v) các dịch vụ ngân hàng sử dụng điện thoại di động chỉ như kênh khác hỗ trợ để truy cập vào một các dịch vụ ngân hàng truyền thống hay các ứng dụng thanh toán liên kết với sản phẩm ngân hàng không bao gồm trong thuật ngữ này (Mobile Money không phải là Mobile Banking).

1.2. Mô hình

Hai mô hình quản lý Mobile Money điển hình trên thế giới có thể kể đến là mô hình quản lý theo nhà điều hành mạng di động (Mobile Network Operator - MNO) và mô hình quản lý kiểu ngân hàng (Bank-led model). Trong mô hình quản lý theo nhà điều hành mạng di động (Mobile Network Operator - MNO), các dịch vụ được điều hành bởi các nhà cung cấp dịch vụ di động và hoạt động độc lập với các tổ chức tài chính. Mặt khác, trong mô hình quản lý kiểu ngân hàng (Bank-led model), các nhà cung cấp dịch vụ di động có nghĩa vụ phải làm việc cùng với ngân hàng và do đó, dịch vụ này chịu sự giám sát từ trước của các cơ quan quản lý tài chính của một quốc gia, tuân thủ vấn đề định danh khách hàng (KYC), các yêu cầu chống rửa tiền và chống tài trợ khủng bố.

Điểm khác biệt quan trọng giữa mô hình quản lý bởi nhà mạng di động và quản lý bởi ngân hàng là đối với mô hình quản lý theo nhà mạng di động, các nhà cung cấp thanh toán di động không phải tuân theo các yêu cầu quy định giống như các ngân hàng khi họ nhận tiền gửi hoặc thực hiện các chức năng liên quan đến tiền gửi.

Việc lựa chọn bất kỳ mô hình quản lý nào cũng sẽ có tác động đến sự phát triển của Mobile Money. Nhìn chung, nghiên cứu cho thấy rằng các mô hình MNO thường sinh lợi hơn đối với sự gia tăng của tiền di động so với các mô hình quản trị kiểu ngân hàng, nhưng lại mang rủi ro

cao hơn (Evans & Pirchio, 2014). Đại diện cho hai mô hình quản trị này là Mexico (mô hình quản trị ngân hàng) và Kenya (mô hình MNO). Ở Mexico, các ngân hàng có mối quan hệ rất chặt chẽ với các cơ quan quản lý, điều này được thể hiện qua việc họ tuân thủ các nguyên tắc quốc tế về hiểu biết khách hàng (KYC) và chống rửa tiền (AML), và ngân hàng đã đưa ra các quy tắc cho thanh toán di động ngay từ đầu. Ngược lại, mối quan hệ của Kenya với các cơ quan quản lý và ngân hàng còn yếu, phản ánh sự tuân thủ yếu kém của nước này đối với các hướng dẫn KYC và AML quốc tế và việc các ngân hàng không có khả năng can thiệp để cho phép triển khai dịch vụ thanh toán di động. Kết quả của hai mô hình quản lý Tiền di động này cho thấy mức độ phổ biến của Tiền di động. Ở Kenya, hơn 72% dân số có tài khoản thanh toán di động, chỉ hơn 11% tại Mexico. Vấn đề sửa đổi các quy định được đưa ra để minh họa các loại mô hình quản trị và điều này sẽ ảnh hưởng như thế nào đến việc phát triển các dịch vụ cho các nhóm dân cư chưa được tiếp cận với các dịch vụ tài chính ngân hàng (Hoàng Công Gia Khánh, Trần Hùng Sơn và Huỳnh Thị Ngọc Lý, 2019).

1.3. Mobile Money với các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt khác

1.3.1. Sự khác biệt giữa Tiền DI ĐỘNG (Mobile Money) và Ví ĐIỆN TỬ (E-Money)

E-Money cho phép lưu giữ một giá trị tiền tệ được đảm bảo bằng giá trị tiền gửi, tương ứng với giá trị tài khoản thanh toán của khách hàng gửi vào tài khoản đảm bảo thanh toán của tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán theo tỷ lệ 1:1 (Lê Trung Cang, 2020).



Điểm giống nhau: (1) Tiền di động và Ví điện tử đều là dịch vụ điện tử định danh; (2) cả hai ứng dụng không được làm xuất hiện lượng tiền tệ. Tuy nhiên, hai thuật ngữ này có những điểm khác nhau sau:

(1) Tiền di động không liên kết với tài khoản ngân hàng, còn Ví điện tử có kết nối cùng tài khoản ngân hàng cụ thể.

(2) Với Ví điện tử, các ngân hàng thực hiện định danh khách hàng. Đây là điểm phân biệt lớn nhất khi mà việc định danh của Tiền di động được tiến hành và kiểm soát bởi chính các nhà mạng viễn thông. Các công ty mạng viễn thông đối diện thách thức lớn là kho dữ liệu thông tin khách hàng phải được khó cung cấp và quản lý chính xác, tránh mạo danh lừa gạt và xác thực được như ở các ngân hàng.

(3) Tiền di động là một tài khoản điện tử định danh được thực hiện thông qua thiết bị di động thông minh ngược lại, tài khoản định danh của ví điện tử phải được lưu trữ trên hệ thống đảm bảo của ngân hàng. Qua đó yêu cầu các nhà cung cấp viễn thông phải có một hệ thống công nghệ thông tin lưu trữ toàn bộ kho dữ liệu thông tin khách hàng.

(4) Các nhà mạng Mobile Money hiện không được phép trả lãi cho số tiền bạn để trong tài khoản điện thoại di động, trong khi một số Ví điện tử sẽ trả lãi cho bạn. Các công ty Mobile Money cũng không được phép cung cấp các dịch vụ ngân hàng như cho huy động vốn và cho vay khách hàng.

1.3.2. Ngân hàng, Ví điện tử, Mobile Money phân chia thị phần

Mobile Money được coi là đối thủ nặng ký với Ví điện tử. Tuy nhiên, hiện nay số lượng ví điện tử ở Việt Nam khá lớn, nhiều ví điện tử như Momo, Moca, Payoo, MoMo, Senpay, Airpay, Zalopay, Vimo đang chiếm lĩnh thị trường khá tốt. Thậm chí, một số ví điện tử cũng có lượng khách hàng lớn hơn các ngân hàng lớn. Ví dụ, theo thống kê báo thanh niên 2021 “Momo và con đường xây nền tảng thanh toán cho người Việt”, với lượng người dùng trên 25 triệu người, MoMo là ví điện tử được nhận biết rộng rãi nhất (94% số người được hỏi đều biết đến MoMo) và có số lượng người dùng thường

xuân lớn nhất (61%), theo báo cáo “Ứng dụng di động 2021” do Appota phát hành.

Ngoài ra, hầu hết các ví điện tử lớn ngày nay đều được liên kết với một hệ sinh thái riêng biệt. Ví dụ, ví điện tử Moca được liên kết với hệ sinh thái Grab, ví điện tử Nextpay được liên kết với hệ sinh thái NextTech Group và ví điện tử Airpay và Senpay được liên kết với nền tảng thương mại điện tử Shopee của Sendo,... Chính vì vậy, Mobile Money sẽ khó mà “cướp” khách hàng của các Ví điện tử.

Điều này không có nghĩa là đất sống của tiền lưu động không còn nữa. Theo báo cáo của Thủy Liên trong bài “Dịch vụ tiền di động (Mobile Money): Miếng bánh nào cho kẻ đến sau” 2021, gần 40% dân số không có tài khoản ngân hàng và hơn 90% các giao dịch vi mô lên đến 100.000 đồng vẫn được thực hiện bằng tiền mặt, đặc biệt là ở các vùng sâu vùng xa, đây là một dư địa lớn cho Mobile Money. Tất nhiên, Mobile Money có bùng nổ được hay không sẽ phụ thuộc phần lớn vào sự tiện lợi, chất lượng dịch vụ, hệ sinh thái và bảo mật mà mô hình này cung cấp.

Trong tương lai gần, Mobile Money vẫn chưa phải là đối thủ mạnh, thị phần được phân chia rất rõ ràng, bổ sung cho nhau. Tất nhiên, áp lực cạnh tranh của tiền di động đối với các đối thủ của nó sẽ chỉ tăng lên nếu nó được tích cực phát triển và chấp thuận cung cấp một số dịch vụ mới như bảo hiểm, tiết kiệm, cho vay vi mô, v.v.

Theo chuyên gia ngân hàng, TS. Cấn Văn Lực (2020), sự ra đời của Mobile Money sẽ không có tác động lớn đến Ví điện tử và ngân hàng. Điều này là do phân khúc khách hàng của ba mô hình là khác nhau. Đối tượng Mobile Money hướng đến là khách hàng vùng sâu, vùng xa, vùng nông thôn với chi phí nhỏ, đối tượng mà ngân hàng và Ví điện tử không “đụng hàng”.

Tiềm năng của Mobile Money ở Việt Nam là rất lớn, nhưng điều đó không có nghĩa là sẽ có sự gia tăng trong thanh toán bằng Mobile Money. Trong tương lai gần, Mobile Money mới bắt đầu thử nghiệm, nhưng chưa thật sự mạnh mẽ. Thực ra khi Mobile Money ra đời sẽ có sự cạnh tranh với ngân hàng và Ví điện tử,

nhưng sẽ có nhiều sự hợp tác phát triển dịch vụ trên tinh thần hợp tác và cạnh tranh.

2. Thực trạng phát triển dịch vụ tiền di động trên thế giới

2.1. Thống kê sử dụng “Mobile Money” toàn cầu

Việc thanh toán không dùng tiền mặt đang dần trở nên phổ biến ngày nay, đặc biệt là tại những nước đang phát triển, nơi mà dân cư sử dụng tài khoản ngân hàng vẫn còn hạn chế. Theo thống kê của hiệp hội GSMA (Hệ thống thông tin di động toàn cầu), số lượng đăng ký tài khoản giao dịch Mobile Money tăng đáng kể trên toàn cầu trong năm 2020, gấp 13% (Hình 1) so với cùng kỳ năm ngoái và có hơn 136 triệu lượt đăng ký mới. Sự tăng trưởng này là gấp đôi so với dự kiến và nâng tổng số tài khoản đăng ký thanh toán mobile money lên tới 1.21 tỷ người sử dụng. Đặc biệt trong năm 2020, có khoảng 300 triệu tài khoản hoạt động thường xuyên mỗi tháng, ước tính tăng 17% so với năm ngoái (GSMA, 2021).

Hình 1: Thống kê sử dụng “Mobile Money” toàn cầu 2020



Nguồn: Báo cáo thực trạng về lĩnh vực “Mobile Money” năm 2021 (gsma.com)

Bên cạnh sự thay đổi từ hành vi người tiêu dùng, nguyên nhân cho sự gia tăng nhanh chóng này cũng được hiểu do chính phủ và các tổ chức tài chính viễn thông đã áp dụng hiệu quả công nghệ, điển hình như công nghệ KYC (Know Your Customer) đang là xu hướng hiện nay. Thêm vào đó, ảnh hưởng của đại dịch Covid 19 trên toàn cầu cũng là tiền đề cho sự bùng nổ của các hoạt động số hóa. Những hạn chế về di chuyển và những rủi ro khi giao dịch bằng tiền mặt đã khiến người tiêu dùng dần chuyển sang thanh toán bằng hình thức kỹ thuật số như một lựa chọn an toàn và dễ tiếp cận hơn.

Đặc biệt, đối với những quốc gia tiền mặt đang mất giá, ví dụ như Somali hay Zimbabwe, Mobile Money là một giải pháp hiệu quả cho người dân khi thực hiện các giao dịch thanh toán. Thay vì phải dùng rất nhiều tiền giấy để trao đổi, người dân chỉ cần giao dịch qua điện thoại. Điều này sẽ khiến việc thanh toán cũng như lưu trữ tiền tệ được hiệu quả và an toàn hơn (Phương, 2021).

Hình 2: Thống kê sự phát triển Mobile Money toàn cầu 2020



Nguồn: Báo cáo về thực trạng lĩnh vực "Mobile Money" năm 2021 (GSMA)

Thực tế cho thấy có sự phát triển không đồng đều giữa các quốc gia sử dụng dịch vụ Mobile Money. Châu Phi đang là tâm điểm của Mobile Money với tỷ lệ người dùng lớn. Trong số 1.21 tỷ tài khoản đăng ký sử dụng dịch vụ thanh toán Mobile Money trên thế giới, riêng vùng hạ Sahara thuộc Châu Phi có khoảng 548 triệu tài khoản người dùng, chiếm gần 50% số lượng người sử dụng "Mobile Money" toàn cầu. (GSM Association, 2021). (Hình 2)

Các nhà phân tích nhìn nhận sự phân bố không đồng đều này phần lớn là do môi trường mỗi quốc gia là khác biệt cũng như từng quốc gia sẽ áp dụng mô hình quản lý khác nhau. Mobile Money ghi nhận mức tăng trưởng mạnh mẽ tại các quốc gia đang phát triển. Tuy nhiên, mức độ sử dụng dịch vụ là khá hạn chế tại các quốc gia mà công nghệ đã rất phát triển và có nền kinh tế mạnh.

2.2. Mobile Money ở các nước Châu Phi

Tại Châu Phi, các nước vùng hạ Sahara hiện đang dẫn đầu về số lượng sử dụng tài khoản Mobile Money. Tính đến cuối năm 2020, Theo báo cáo của GSMA 2021, tại Châu Phi có khoảng 562 triệu tài khoản sử dụng dịch vụ Mobile Money và có khoảng 161 triệu người dùng trong tổng số đó hoạt động thường xuyên hàng tháng (Hình 3). Dịch vụ Mobile Money đã trở thành kênh tài chính quan trọng tại khu vực này và theo thống kê từ Forbes (2020), Mobile Money phổ biến hơn ngân hàng ở hầu hết các quốc gia tại vùng Châu Phi hạ Sahara.

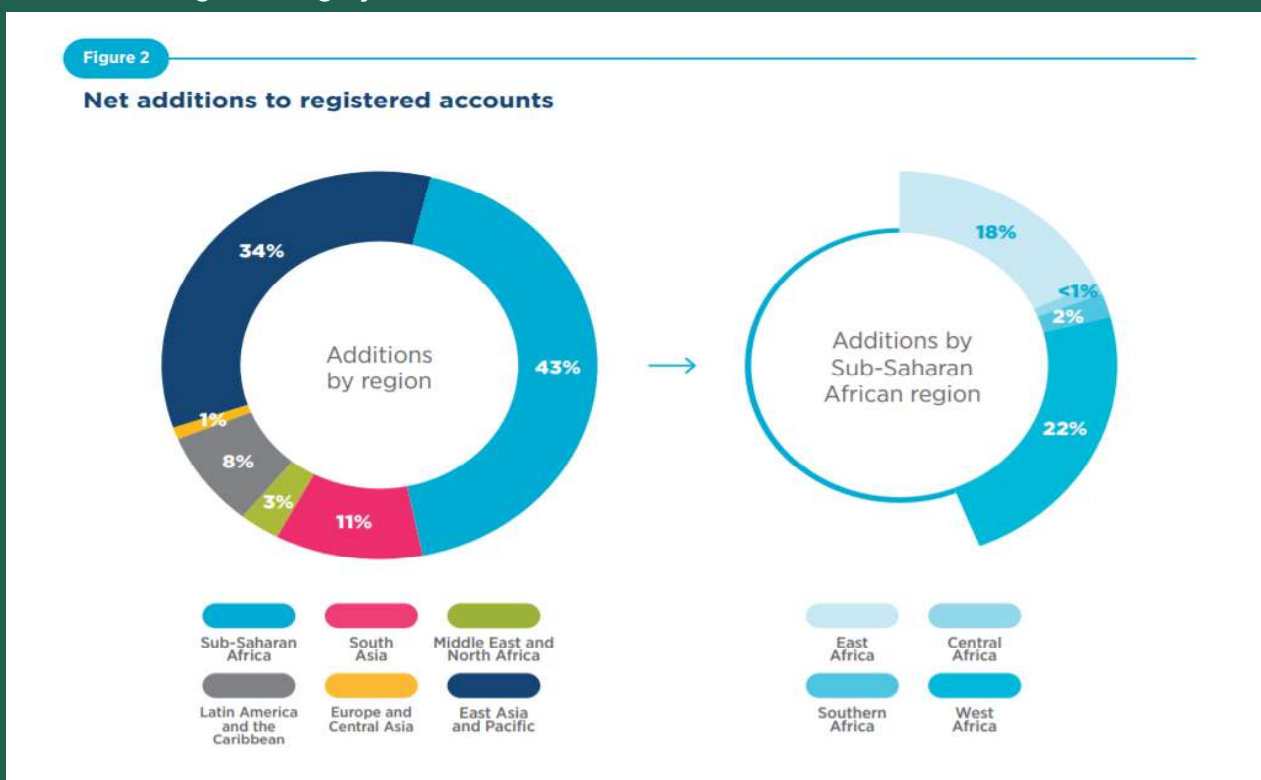
Hình 3: Thống kê sự phát triển mobile tại Châu Phi 2020



Nguồn: Báo cáo về thực trạng lĩnh vực "Mobile Money" năm 2021 (GSMA)

GSMA 2021 cũng thông kê các tài khoản đăng ký mới tại Châu Phi cũng chiếm 43% tổng số các người dùng mới trong năm 2020. Trong đó, phía Tây và phía Đông Châu Phi ghi nhận mức tăng trưởng cao nhất lần lượt là 18% và 22% trên tổng số lượt đăng ký mới toàn cầu. (Hình 4)

Nhắc đến sự thành công và phát triển vượt bậc của thị trường mobile money tại Châu Phi phải kể đến sự xuất hiện của dịch vụ M-Pesa của Safaricom - nhà mạng lớn nhất Kenya, đặt nền móng cho sự phát triển mobile money tại khu vực. M-Pesa được đánh giá là công ty FinTech thành công nhất châu Phi khi chiếm tới 25% tổng lượng người dùng dịch vụ tài chính di động tại châu lục này (Thanh Lương, 2021).

Hình 4: Thống kê đăng ký tài khoản mới 2020


Nguồn: Báo cáo về thực trạng lĩnh vực “Mobile Money” năm 2021 (GSMA)

Bên cạnh khu vực Châu Phi, khu vực Đông Á và Thái Bình Dương cũng có mức tăng trưởng cao, chiếm tới 34% trên tổng số lượt đăng ký tài khoản mới toàn cầu năm 2020, đặc biệt là sự tăng trưởng các giao dịch thanh toán Mobile Money tại các quốc gia Đông Nam Á. (Hình 4)

Thêm vào đó, một điểm đáng chú ý là tần suất sử dụng dịch vụ của các khu vực Mỹ Latinh và Caribe, với khoảng 67% tài khoản đang hoạt động (GSMA, 2021). Không thể phủ nhận rằng sự hỗ trợ đáng kể từ chính phủ khi gửi gói cứu trợ đại dịch cho hàng triệu người thông qua dịch vụ di động và điều này đã phần nào thúc đẩy việc sử dụng Mobile Money trong khu vực.

2.3. Mobile Money ở Trung Quốc

Trung Quốc là một trong những thị trường mà thanh toán điện tử phát triển rất mạnh mẽ trong những năm gần đây khi có tới 85.2% giao dịch là qua điện thoại (Saarinen, 2021). Không thể phủ nhận rằng thanh toán bằng điện thoại di động đã trở thành một đặc trưng trong thanh toán tiêu dùng được sử dụng hàng ngày ở Trung Quốc. Theo nghiên cứu, tỷ lệ người trưởng thành sử dụng dịch vụ thanh toán thông qua điện thoại tại Trung Quốc chiếm

khoảng 76.9% vào năm 2017, trong khi tỷ lệ này là 66.5% ở các vùng nông thôn (Huang, Wang, 2020).

Trung Quốc là quốc gia ghi nhận các giao dịch thông qua di động là chủ yếu và thẻ tín dụng hiện không được sử dụng phổ biến trong đại chúng. Sự tiện lợi cũng như sự phát triển của hình thức thanh toán bằng điện thoại tại Trung Quốc là tiền đề dẫn đến sự tăng trưởng mạnh mẽ dịch vụ Mobile Money tại khu vực. Nói một cách dễ hiểu chính là việc sử dụng mã QR đã khiến các giao dịch trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Điều này có thể được giải thích bởi vì người tiêu dùng chỉ cần một thao tác đơn giản là quét mã giữa bên mua và bên bán, các giao dịch sẽ được hoàn thành nhanh chóng.

3. Bối cảnh triển khai dịch vụ tiền di động tại Việt Nam

3.1. Bối cảnh tại Việt Nam

Không thể phủ nhận rằng Mobile Money là một hình thức dịch vụ thanh toán còn khá mới lạ tại Việt Nam. Tuy nhiên, Việt Nam đã không ngừng học hỏi và thích nghi để phát triển, đặc biệt là việc ứng dụng số hóa và công nghệ cũng được Chính phủ hết sức quan tâm và chú

trọng. Kể từ ngày 9/3/2021, theo Quyết định số 316/QĐ-TTg Chính phủ đã chấp thuận cho thí điểm dịch vụ Mobile Money kéo dài trong hai năm, tập trung phát triển chủ yếu tại các vùng sâu vùng xa, nơi mà số lượng sử dụng tài khoản ngân hàng vẫn còn hạn chế.

Việt Nam là quốc gia ghi nhận lượng người sử dụng điện thoại thông minh rất lớn khi có khoảng 73% dân số sử dụng điện thoại với ước tính gần 150 triệu thuê bao toàn quốc (Simon, 2020). Vì vậy có thể kết luận rằng viễn thông đang có độ bao phủ rất lớn trên dân số Việt Nam.

Sử dụng tài khoản ngân hàng là một hình thức thanh toán khá phổ biến bên cạnh tiền mặt. Tuy nhiên, số lượng người tiếp cận được với dịch vụ thẻ ngân hàng vẫn còn hạn chế (khoảng 35% dân số chưa có tài khoản ngân hàng), đặc biệt là tại các vùng sâu vùng xa thuộc địa phận Việt Nam.



Mobile Money là thị trường tiềm năng mà các hãng viễn thông đặc biệt chú trọng trong chiến lược phát triển sắp tới. Viettel, VNPT, Mobifone hiện đang là ba nhà mạng được nhà nước cho phép thí điểm dịch vụ Mobile Money. Ngoài ra, các công ty fintech cũng có thể tham gia vào thị trường. Tuy nhiên, đây sẽ là một quá trình vô cùng khó khăn bởi vì các công ty fintech phải xin giấy phép thiết lập mạng viễn thông công cộng di động mặt đất sử dụng băng tần vô tuyến điện.

Mật độ phủ sóng của các ngân hàng và các công ty fintech tập trung chủ yếu ở khu vực thành thị. Vì vậy, người dân tiếp cận với thanh toán điện tử qua thiết bị di động vẫn còn gặp nhiều hạn chế. Thậm chí, ở một số nơi khó khăn, người dân chưa hề có khái niệm thanh toán điện tử.

Vì vậy, Với những phân khúc khách hàng đầy tiềm năng có đặc thù về vị trí địa lý, Mobile Money được dự đoán sẽ là một sự bùng nổ trong thời gian sắp tới bên cạnh dịch vụ tài khoản thanh toán ngân hàng và ví điện tử.

3.2. Cơ hội, thách thức, khuyến nghị

3.2.1. Cơ hội

Chính phủ có định hướng và chỉ đạo rõ ràng

Ngày nay, dịch vụ Mobile Money đã có tác động rất lớn đến nhiều nước khác nhau, đặc biệt là các quốc gia đang trên đà phát triển. Năm bắt xu hướng này, Việt Nam đã rất quan tâm đến việc cải thiện các dịch vụ này trong những năm gần đây, đáng chú ý là trong việc không sử dụng tiền mặt để thanh toán. Cụ thể trong các cam kết, hệ thống và văn bản quy phạm pháp luật. Tại Nghị định 02 / NQ CP vào ngày 01/01/2019 của Chính phủ “Tiếp tục thực hiện những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2019 và định hướng đến năm 2021”, trường học, bệnh viện, công ty Internet, công ty cấp nước và thoát nước; môi trường công ty vệ sinh, công ty viễn thông và bưu chính. Hợp tác với các ngân hàng và các tổ chức trong lĩnh vực kinh doanh và quản lý các nghiệp vụ về tiền tệ, tín dụng, dịch vụ thanh toán thu tiền hàng hóa, chi phí cá nhân,... theo phương pháp không sử dụng tiền mặt để thanh toán, đặc biệt thanh toán qua di động hoặc thẻ, được thực hiện trước tháng 12 năm 2019 (Chính phủ, năm 2019).

Số lượng người dùng thiết bị di động cao



Sự hiện diện của thiết bị di động là điều kiện tiên quyết để tiến hành giao dịch Mobile Money. Việt Nam hiện có 145,6 triệu thuê bao trên 97 triệu, số lượng người sử dụng điện thoại di

động ở mức khá cao. Kết quả là người dùng di động chiếm 152% tổng dân số, trong đó 67% sử dụng Internet và 57% sử dụng Internet, tỷ lệ trên chưa bao gồm số lượng người dùng các loại thiết bị khác. Việc dùng Internet và các phương tiện truyền thông xã hội đã tăng đáng kể so với năm 2017, với Internet là 28% và mạng xã hội là 20%, với thông tin liên lạc tiếp cận chiếm gần 100% toàn bộ dân số. Lượng người dùng Internet của Việt Nam được xếp vào vị trí thứ 16 so với toàn thế giới (Vietnam Digital Landscape, 2018). Đang trong giai đoạn dân số vàng với độ tuổi tiêu chuẩn là 31, cùng với 69,3% dân số vào năm 2020, đó là một phần mà Việt Nam đang củng cố vào các ứng dụng kỹ thuật số và đang nhanh chóng áp dụng các công nghệ tiên tiến mới. Các nhân tố này đã góp phần tạo điều kiện rất tốt cho việc áp dụng dịch vụ Mobile Money trên cả nước (Tài chính thế giới, 2018).

Các công ty khởi nghiệp về fintech (công nghệ tài chính) đang phát triển rất mạnh mẽ

Các công ty về công nghệ tài chính nhận xét các dịch vụ ngân hàng từ quan điểm của người tiêu dùng và họ biết cố gắng nâng cao trải nghiệm khách hàng. Ngân hàng là những chuyên gia về mảng tài chính, đa dạng nguồn vốn, được khách hàng tín nhiệm, hiểu rõ về tài chính của người dùng. Sự hợp tác này sẽ làm cho công nghệ tài chính trở thành một phần mở rộng của ngân hàng đối với người tiêu dùng của mình.



Các thực thể không có tài khoản với ngân hàng hiện tại hoặc chưa có quyền truy cập vào các dịch vụ hiện có. Các nhà khai thác mạng có lượng khách hàng lớn, đầu tư phần lớn vào cơ sở hạ tầng và công nghệ viễn thông, hiểu biết

về hành vi khách hàng và các nhà phân phối. Sự hợp tác giữa các công ty công nghệ tài chính, tổ chức tài chính và công ty viễn thông sẽ tạo ra bước đột phá trong sự phát triển của dịch vụ MM. Với sự hỗ trợ từ các chính phủ, tổ chức tài chính và các công ty khởi nghiệp, ngành công nghiệp fintech của Việt Nam đang cải thiện vượt bậc. Fintechnews có trụ sở tại Singapore đã nêu bật 13 công ty khởi nghiệp Fintech tại Việt Nam sẽ làm cho Việt Nam có mặt tại danh sách Fintech toàn thế giới và khuyến khích các nhà đầu tư nên quan tâm hơn vào năm 2019. Danh sách này bao gồm: bePOS, Finhay, Finsify, Growth Wealth, Momo, Moca, OnOnPay, TheBank.vn, TrueMoney Vietnam, Timo, TrustingSocial, TomoChain, Zion (ZaloPay) (VietNam Fintechnews, 2019). Sự tăng trưởng vượt bậc của các công ty về công nghệ tài chính cũng đã giúp mở ra một môi trường làm việc năng động đồng thời thu hút nguồn lao động chất lượng cao thông qua các loại hàng hóa và dịch vụ mới. Lượng người tiêu dùng sử dụng dịch vụ và tin tưởng sử dụng phương thức không dùng tiền mặt để thanh toán ngày một tăng cao.

Hệ thống cơ sở hạ tầng viễn thông và các dịch vụ hỗ trợ phù hợp

Hạ tầng viễn thông của Việt Nam hiện nay đang tăng trưởng rất sôi động, đặc biệt là với hai nhà mạng viễn thông lớn là VNPT và Viettel. Đối mặt với xu hướng trên toàn thế giới và các chính sách, cả hai nhà mạng đang chuẩn bị áp dụng dịch vụ không dùng tiền mặt và thanh toán qua tài khoản viễn thông. Cùng với việc kết nối hai mạng viễn thông lớn, Việt Nam một lần nữa có cơ sở hạ tầng viễn thông đáp ứng cho việc cải thiện dịch vụ Mobile Money. Hệ sinh thái hỗ trợ cũng bao gồm các nhà đầu tư, các sự kiện và nhà tổ chức, không gian làm việc chung, các hoạt động của chính phủ cho các công ty khởi nghiệp nói chung và các công ty công nghệ tài chính chuyên về giao dịch nói riêng. Hệ sinh thái này đang có những bước tăng trưởng đáng kể tại Việt Nam. Không gian làm việc chung ở Việt Nam đã nâng cao với tốc độ trung bình 55% và các công ty CNTT sử dụng tới 55% không gian làm việc chung trong 5 năm qua (Anh Lê, 2017).

Các định chế tài chính đang tăng trưởng

nh nhanh chóng với mục tiêu là thị trường bán lẻ, thu nhập thấp

Ba mô hình cung cấp dịch vụ Mobile Money, bao gồm: (1) nhà cung cấp dịch vụ viễn thông; (2) các tổ chức tài chính; (3) đối tác giải pháp hợp tác chặt chẽ với một hoặc nhiều tổ chức tài chính và nhà khai thác viễn thông với các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông. Mô hình thứ 3 đã khắc phục được những thiếu sót của hai mô hình đầu tiên, nó ngày càng trở nên quan trọng và chiếm ưu thế. Các tổ chức tài chính có khả năng quản lý tài chính, nguồn vốn dồi dào, sự tín nhiệm của người dùng và hiểu rõ tài chính của khách hàng. Các nhà khai thác viễn thông có số lượng khách hàng lớn và nguồn phân phối rộng. Các nhà sản xuất có đa dạng hàng hóa, nhưng thiếu chuyên môn về quản lý tài chính. Vì vậy, việc kết hợp cả ba yếu tố này là điều vô cùng cần thiết, các tổ chức tài chính là nhân tố không thể thiếu trong mô hình này.



Việt Nam có các hệ thống tài chính phong phú và đa dạng. Thông qua ba kênh chính: vay ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm; Ngân hàng tiếp tục là nguồn vốn dồi dào nhất, chiếm phần lớn với 14 triệu tỷ đồng. Các tổ chức tín dụng chiếm 95,5% tổng tài sản, chứng khoán và công ty quản lý quỹ gồm 3,4%, và công ty bảo hiểm có 1,1%. Tính đến cuối năm 2018, quy mô của các tổ chức này đã tăng 11,5% lên 203% tổng sản phẩm quốc nội (GDP) (Ủy ban Giám sát Tài chính, 2018). Với nhiều loại hình hệ thống khác nhau, các định chế tài chính sẽ đóng một phần quan trọng trong việc tăng trưởng dịch vụ Mobile Money tại Việt Nam.

Dịch COVID - 19 mang đến “cơ hội vàng” khiến cho các hình thức thanh toán điện tử tăng trưởng mạnh mẽ

Đại dịch COVID-19 là một thách thức rất lớn

đối với đất nước khi nhiều sự kiện đã bị hoãn lại. Nhưng có vấn đề thì cũng có cơ hội. Hiện nay, khi đại dịch xảy ra, người dân đã cố tình không sử dụng tiền mặt để thanh toán nhằm đảm bảo an toàn cho bản thân, hạn chế lây lan cho những người xung quanh. Đây được xem là “cơ hội vàng” để giúp cho hình thức thanh toán điện tử tại Việt Nam phát triển. Khi giao dịch không dùng tiền mặt tăng lên, người tiêu dùng và doanh nghiệp sẽ được nhiều lợi ích. Đặc biệt là ở các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa; các tầng lớp có thu nhập thấp; những công ty nhỏ, nhà sản xuất và thương mại. Điều này đóng vai trò thiết yếu đối với sự tăng trưởng kinh tế - xã hội và giúp tăng cường “khả năng chống chịu”, khả năng sáng tạo, thích ứng nhanh và phục hồi nhanh chóng những hậu quả khó lường của đại dịch COVID-19.

Không cần phải có tài khoản ngân hàng, điện thoại thông minh hay Internet

Để có thể dùng Mobile Money, khách hàng chỉ cần có chứng minh nhân dân (căn cước công dân, hộ chiếu) được xác thực đúng với thông tin đăng ký số thuê bao di động theo đúng quy định. Mỗi số thuê bao phải đảm bảo có thời gian kích hoạt và dùng liên tiếp trong ít nhất 3 tháng cho đến thời điểm đăng ký dịch vụ Mobile Money. Mỗi người dùng chỉ được mở một tài khoản Mobile Money tại mỗi doanh nghiệp cung cấp dịch vụ. Khách hàng có thể thực hiện giao dịch từ tài khoản thanh toán tại ngân hàng hoặc từ ví điện tử của khách hàng tại chính doanh nghiệp cung cấp thí điểm dịch vụ. Với hạn mức giao dịch tối đa là 10 triệu đồng/tháng, các tài khoản trong cùng một hệ thống có thể giao dịch qua lại với nhau.

Một điểm cộng cho Mobile Money là không bị giới hạn bởi bất kỳ không gian hay thời gian. Vì vậy, người tiêu dùng dù ở bất kỳ nơi đâu cũng đều có thể thanh toán các chi phí cá nhân, gia đình, doanh nghiệp chỉ qua các thao tác nhỏ trên chiếc điện thoại thông minh. Với khách hàng dùng điện thoại phổ thông hay những nơi không có Internet vẫn giao dịch được qua tin nhắn SMS bằng tài khoản Mobile Money một nhanh chóng không cần phải có tài khoản ngân hàng. Theo thời gian, dịch vụ này sẽ từng chút làm thay đổi cách sử dụng tiền mặt của

mọi người.

3.2.2. Thách thức

Chưa hoàn thiện và thiếu đồng bộ về Hệ thống khuôn khổ pháp lý

Dịch vụ tiền di động dựa trên sự đổi mới và phát triển công nghệ tiên tiến không ngừng nên thường không tuân thủ các quy định của pháp luật hiện hành. Vì vậy, khi các vấn đề từ ngữ phát sinh, việc thiếu cơ sở pháp lý có thể gây ra rất nhiều thiệt hại cho độ tin cậy của hệ thống.



Hiện nay, ở Việt Nam, môi trường pháp lý trong lĩnh vực này còn chưa hoàn thiện, đồng bộ và thiếu đồng bộ, các chính sách và điều kiện hỗ trợ phát triển dịch vụ thanh toán điện tử còn thiếu và thiếu. Ngoại trừ một số văn bản liên quan đến thanh toán không dùng tiền mặt, chính phủ vẫn chưa ban hành các quy định cụ thể về việc sử dụng các dịch vụ MM. Việc sử dụng dịch vụ MM sẽ nảy sinh nhiều vấn đề liên quan đến khuôn khổ pháp lý, bảo mật giao dịch, bảo mật thông tin, tội phạm tiền điện tử và chủ quyền kỹ thuật số ở mỗi quốc gia.

Nhận thức của đại đa số dân cư về tiền di động còn thấp, thanh toán chủ yếu bằng tiền mặt, một bộ phận thiếu sự tin tưởng đối với các giao dịch điện tử

Các sản phẩm tài chính khó sử dụng và phức tạp đối với đa số người dân, đặc biệt là ở những nơi có nhận thức tài chính thấp. Do đó, các dịch vụ tiền di động cần dễ sử dụng và an toàn. Trên thực tế, người dùng Việt Nam rất dễ lo ngại về bảo mật của điện thoại vì bọn tội phạm tấn công các nhà cung cấp dịch vụ và thực hiện các giao dịch bất hợp pháp. Thói quen thanh toán bằng tiền mặt hiện nay rất

phổ biến ở Việt Nam. Tuy nhiên, 90% chi phí sinh hoạt ở Việt Nam là bằng tiền mặt, và 99% được chi bằng tiền mặt khi mua hàng hóa dưới 100.000 đồng (Tạp chí tài chính, 2019). Do đó, việc thay đổi thói quen cũ và hình thành thói quen thanh toán không dùng tiền mặt là một thách thức lớn đối với các nhà cung cấp và đòi hỏi sự phối hợp giữa các bộ phận để có sự lãnh đạo và phổ biến mạnh mẽ phát triển cho các tầng lớp nhân dân.

Còn nhiều bất cập trong hạ tầng thanh toán công nghệ số

Triển khai chưa đồng bộ và nhất quán trong quản lý hệ thống thanh toán số. Việt Nam hiện có 87 ngân hàng, 26 trung gian thanh toán cùng 23 ví điện tử, cần liên kết hàng trăm nghìn tổ chức, doanh nghiệp trong xã hội để cung cấp dịch vụ thanh toán. Tuy nhiên, khi nhận tiền thanh toán, việc xây dựng hệ thống thiết bị thanh toán riêng đều được chủ động thực hiện bởi mỗi công ty kinh doanh, dẫn việc sử dụng cơ sở hạ tầng chung bị lãng phí và khó khai thác hiệu quả. Các phương thức thanh toán mới như NFC, mã QR và sinh trắc học mới bắt đầu được sử dụng và chưa phát triển mạnh mẽ. Cuối năm 2018, chỉ có 16 ngân hàng áp dụng mã QR tại 30.000 chi nhánh chấp nhận mã QR (Minh Châu, 2019).



Hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt chưa được mở rộng ở tất cả các vùng của đất nước. Tổ chức tài chính chỉ tập trung phát triển mạng lưới và đối tượng khách hàng ở khu vực thành thị dành cho những người có thu nhập cao có tài khoản ngân hàng. Những người sống ở các vùng sâu, vùng xa, vùng có thu nhập thấp với thói quen tiết kiệm tiếp tục có nhu cầu về các dịch vụ tài chính hợp lý và dễ tiếp cận.

Nhân lực cho phát triển các dịch vụ Mobile Money còn thiếu và hạn chế về kinh nghiệm

Do sự phát triển mạnh mẽ của ngành thương mại điện tử nói chung và dịch vụ MM nói riêng trong những năm gần đây, nguồn cung lao động cho ngành này vẫn còn hạn chế cả về lượng và chất. Mặc dù một số sinh viên ra trường có kỹ năng về thương mại điện tử nhưng còn thiếu kiến thức và kinh nghiệm về thương mại hoặc ngoại ngữ, chưa đáp ứng được ngay nhu cầu của doanh nghiệp và phần lớn doanh nghiệp phải học tiếp sau khi đi làm.

Sự phối kết hợp giữa các đơn vị tham gia còn chưa chặt chẽ

Hiện tại, chỉ có một số ngân hàng liên kết với các nhà mạng và nhà cung cấp dịch vụ trên các dịch vụ tài chính di động. Sự tham gia này hầu hết là độc lập và không có sự phối hợp chặt chẽ giữa ba bên. Dịch vụ chủ yếu tập trung vào ví điện tử làm mục đích thanh toán chính. Đối với các tổ chức tài chính, hàng tiêu dùng không đa dạng vì không có sự tham gia đồng thời của tất cả các đơn vị. Hiện tại, chỉ có một số công ty bảo hiểm tham gia mua bán sản phẩm thông qua ví điện tử.

3.2.3. Một số kiến nghị nhằm tăng trưởng dịch vụ Mobile money tại Việt Nam

Cải tiến khuôn khổ pháp lý

Để khích lệ sự hợp tác cạnh tranh cho đôi bên cùng có lợi giữa các tổ chức bằng cách tạo ra “nơi cạnh tranh công bằng” cho các nhà cung cấp dịch vụ trong tương lai. Để giảm mức độ rủi ro pháp lý, các chính phủ phải thiết lập các nhà cung cấp dịch vụ về giới hạn tài khoản, số lần giao dịch cũng như khoản tiền và số tiền được chuyển trong một mức thời gian. Nếu giao dịch ngoài ngân hàng, nhiều doanh nghiệp có thể thanh toán tiền cho các tệ nạn xã hội bằng tiền có trong ví điện tử, nhưng tiền trong ví điện tử là tiền thuần túy. Đây được xem là phạm tội có thể được dùng để rửa tiền, đặc biệt phải hạn chế tần suất, khối lượng và thời gian giao dịch, vì ở Việt Nam hiện nay có hơn 45 triệu tài khoản cá nhân (đã loại bỏ số trùng), xấp xỉ một nửa dân số nước ta (Tập chí ngân hàng, 2020). Ngoài ra, để giảm thiểu mọi rủi ro có thể xảy ra là theo dõi các luồng giao dịch nhằm nhắc nhở nguy hiểm đến các nhà cung cấp dịch vụ về các giao dịch đáng

ngghi và có hành động kịp thời. Trong khi đó, việc phối hợp và kiểm soát chặt chẽ giữa các bộ, ban ngành liên quan là vô cùng cần thiết. Không ngừng quản lý, bảo vệ quyền lợi khách hàng, mở ra một môi trường kinh doanh thuận lợi cho sự tăng trưởng của các ngành Fintech và dịch vụ Mobile Money sẽ đóng góp vào sự bình ổn của hệ thống ngân hàng Việt Nam.

Củng cố giao tiếp và tạo thói quen mới cho khách hàng.

Chính phủ hiện nay có mong muốn chuyển sang nền kinh tế không dùng tiền mặt để thanh toán. Nói cách khác, các dịch vụ Mobile Money phải tiếp cận được với tất cả tầng lớp của xã hội. Để thực hiện được mục tiêu đề ra, cần phải có các chiến lược như tổng quát hóa, nâng cao nhận thức của mọi người về tài chính, xây dựng niềm tin và học cách dùng các dịch vụ an toàn và xây dựng thói quen tốt. Thói quen thanh toán không dùng tiền mặt. Nó sẽ đóng góp làm tăng nhu cầu của khách hàng.



Cải thiện cơ sở hạ tầng cho các dịch vụ tài chính di động.

Cơ sở cho sự tăng trưởng của các dịch vụ Mobile Money được xem là các cơ sở hạ tầng mạng được dùng để tích lũy và chuyển tiền, làm cho việc tiếp cận tài chính trở nên dễ dàng hơn. Cải thiện cơ sở hạ tầng là một điều vô cùng cần thiết với hoạt động kinh tế của bạn, vì nếu nó phù hợp sẽ giúp giảm chi phí kinh doanh và tăng khả năng cạnh tranh của bạn. Vì việc áp dụng dịch vụ Mobile Money yêu cầu một mạng công nghệ tiên tiến, cơ sở hạ tầng truyền thông được xem là thành phần tiên quyết. Cần thay đổi, mở rộng và cải thiện chất lượng hàng hóa, dịch vụ, nắm bắt được công nghệ, quan tâm đến tính thuận tiện, dễ dùng, đồng thời bảo đảm an toàn, bảo mật, phòng ngừa mọi rủi ro, mang đến kết quả tốt nhất cho

cộng đồng. Bạn cũng nên học cách tích hợp và phối hợp nhịp nhàng các tài khoản khác nhau để người dùng dùng sản phẩm tiện lợi hơn. Cũng cần cải thiện sự hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn từ các tổ chức quốc tế như ADB, WB và trao đổi, trao đổi những kinh nghiệm hữu ích có ích trong thực tế thông qua hợp tác song phương với các cơ quan quản lý các nước, quản lý kinh doanh Fintech.

Mục tiêu đầu tư vào tăng trưởng nguồn nhân lực cho hệ thống điện tử.

Đào tạo và hỗ trợ các chuyên gia kỹ thuật là rất quan trọng vì con người là nhân tố tiên quyết góp phần rất lớn đến sự tăng trưởng của ngành công nghiệp, công nghệ ở mọi nơi. Cần lưu ý về các kiến thức công nghệ kỹ thuật số và lĩnh vực tài chính - ngân hàng. Việt Nam cần theo đuổi chính sách hợp tác, liên kết lâu dài trong lĩnh vực học hỏi với các nước có khả năng quản lý và tăng trưởng công nghệ tốt như Singapore, Hong Kong, Indonesia, Australia như: Kenya, Uganda, Nam Phi hoặc một số nước ở Philippines.

Tăng cường hợp tác giữa các nhà cung cấp dịch vụ

Bao gồm các nhà cung cấp dịch vụ, tổ chức tài chính. Sự hợp tác này dẫn đến việc tạo ra nhiều hàng hóa và dịch vụ đa dạng, giảm chi phí, thu hút nhu cầu của khách hàng và hạn chế mọi rủi ro bằng cách tạo ra các biện pháp quản lý và kiểm soát chặt chẽ hơn giữa các bên.

4. Nhận xét

Mobile money là xu hướng phát triển mới tại thị trường Việt Nam. Một câu hỏi được quan tâm bởi người tiêu dùng hiện nay là làm thế nào các nhà cung cấp dịch vụ có thể bảo mật thông tin khách hàng. Vì vậy, đối với các doanh nghiệp, khi tham gia vào thị trường “mobile money”, các hãng viễn thông đặt mục tiêu và kế hoạch triển khai dịch vụ mobile money cần thiết phải liên tục nâng cao cũng như hoàn thiện về mặt công nghệ thông tin, tránh rủi ro rò rỉ thông tin khách hàng, qua đây tối ưu hóa quy trình để khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận và sử dụng nhất. Để làm được điều này, các nhà mạng cũng đã có những phương án về an ninh mạng điển hình như xác thực (KYC)

khách hàng, sử dụng trí thông minh nhân tạo AI và khuyến khích thanh toán không tiếp xúc để nâng cao bảo mật và an toàn thông tin. Trước mắt, mô hình mobile money vẫn còn khá mới lạ tại thị trường Việt Nam và còn rất sớm để có thể kết luận rằng mô hình thanh toán mobile money sẽ thành công tại thị trường khu vực. Không thể phủ nhận rằng các nhà mạng viễn thông có ưu thế vượt trội trong cuộc đua triển khai loại hình dịch vụ mobile money. Trong khi ngân hàng hoạt động mạnh mẽ tại phân khúc khách hàng lớn và doanh nghiệp. Mặt khác, công ty fintech và các nhà mạng đều hướng đến nhóm khách hàng nhỏ lẻ. Vì vậy, không tránh khỏi sự cạnh tranh giữa các đơn vị trong tương lai tại thị trường ngách này. Khi dịch vụ mobile money ngày càng phát triển đòi hỏi các hãng viễn thông và các công ty fintech cũng cần phải có chiến lược dài hạn khi tham gia hoạt động trong thị trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] “Digital 2018 Vietnam (January 2018)”, từ <<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2018-vietnam-january-2018>>
- [2] Anh Lê (2017). “Hơn 55% người sử dụng co-working space làm việc trong ngành CNTT”, truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <<https://viettimes.vn/hon-55-nguoi-su-dung-co-working-space-lam-viec-trong-nganh-cntt-post55528.html>>
- [3] Báo Thanh niên (2021). “MoMo và con đường xây nền tảng thanh toán cho người Việt” (2021), truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <<https://thanhnien.vn/momo-va-con-duong-xay-nen-tang-thanh-toan-cho-nguoi-viet-post1389634.html>>
- [4] Evans, D. S. & Pirchio, A. (2014). “An empirical examination of why mobile money schemes ignite in some developing countries but flounder in most”. Review of Network Economics, 13(4), 397–451.
- [5] Global System for Mobile Communications (2021). “State of the

Industry Report on Mobile Money 2021(Báo cáo thực trạng về lĩnh vực “Mobile Money” năm 2021 dịch)”, truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2021/03/GSMA_State-of-the-Industry-Report-on-Mobile-Money-2021_Full-report.pdf>

[6] Hoàng Công Gia Khánh, Trần Hùng Sơn và Huỳnh Thị Ngọc Lý (2019). “Mô hình nào cho mobile money tại Việt Nam?”, truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <<https://ibt.uel.edu.vn/Resources/Docs/SubDomain/ibt/NC-01-2019-M%C3%B4-h%C3%ACnh-n%C3%A0o-cho-mobile-money-t%E1%BA%A1i-Vi%E1%BB%87t-Nam.pdf>>

[7] Huang, Y., Wang, X., & Wang, X. (2020). “Mobile Payment in China: Practice and Its Effects”, truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <<https://vass.gov.vn/nguyen-cuu-khoa-hoc-xa-hoi-va-nhan-van/Phat-trien-dich-vu-mobile-money-co-hoi-va-thach-thuc-tai-Viet-Nam-158>>

[14] Phát triển dịch vụ mobile money: cơ hội và thách thức tại Việt Nam (2021), truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <<https://vass.gov.vn/nguyen-cuu-khoa-hoc-xa-hoi-va-nhan-van/Phat-trien-dich-vu-mobile-money-co-hoi-va-thach-thuc-tai-Viet-Nam-158>>

[15] Quyết định số 316/QĐ-TTg về việc phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ

[16] Saarinen, J., (2018). “Mobile Payments in China: Why Foreign Businesses Should Adopt a Strategy - China Briefing News”, retrieved on December 6th 2021, from <<https://www.china-briefing.com/news/mobile-payments-china-foreign-businesses-china-adopt-strategy/>>

[17] Simon, K. (2020). “Digital 2020: VIETNAM”. retrieved on December 6th 2021, from <<https://datareportal.com/reports/digital-2020-vietnam>>

[18] Tài chính thế giới 2018 (2018).

“Báo cáo tóm tắt: Tổng quan thị trường tài chính năm 2018”, truy cập ngày 03 tháng 12 năm 2021, từ <http://nfsc.gov.vn/wp-content/uploads/2018/12/BC-Public-t%E1%BA%A1i-H%E1%BB%99i-th%E1%BA%A3o-v%C3%A0-website-%E1%BB%A6y-ban_191218.pdf>

[19] Tạp chí tài chính (2019). “Kiểm soát các hình thức thanh toán trong khu vực kinh tế phi chính thức ở Việt Nam”, truy cập ngày 03 tháng 12 năm 2021, từ <<https://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/kiem-soat-cac-hinh-thuc-thanh-toan-trong-khu-vuc-kinh-te-phi-chinh-thuc-o-viet-nam-312063.html>>

[20] TS. Cấn Văn Lực (2020). “Không nên quá lo ngại về sự cạnh tranh giữa mobile money và các ví điện tử khác”, truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <<https://cafef.vn/ts-can-van-luc-khong-nen-qua-lo-ngai-ve-su-canh-tranh-giua-mobile-money-va-cac-vi-dien-tu-khac-20200610115332308.chn>>

[21] Thanh Lương (2021). “Mobile Money “thần đèn” giúp hàng triệu người dân châu Phi thoát nghèo”, truy cập ngày 03 tháng 12 năm 2021, từ <<https://dantri.com.vn/kinh-doanh/mobile-money-than-den-giup-hang-trieu-nguoi-dan-chau-phi-thoat-ngheo-20211011142719809.html>>

[22] Thùy Liên (2021). “Dịch vụ tiền di động (Mobile Money): Miếng bánh nào cho kẻ đến sau”, truy cập lần cuối ngày 06 tháng 12 năm 2021, từ <<https://baodautu.vn/dich-vu-tien-di-dong-mobile-money-mieng-banh-nao-cho-ke-den-sau-d124496>>

YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG MOBILE BANKING CỦA KHÁCH HÀNG TẠI VIỆT NAM TRONG ĐẠI DỊCH COVID-19



Lê Thị Thảo Nghi

K19413

(Người dịch)

Tóm tắt: Nghiên cứu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động (mobile banking) của 314 khách hàng tại Việt Nam. Nghiên cứu phân tích 7 yếu tố ảnh hưởng đến ý định và khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng từ Việt Nam, bao gồm (i) Nhận thức rủi ro; (ii) Nhận thức dễ sử dụng; (iii) Nhận thức hữu ích; (iv) Thái độ; (v) Độ tin cậy; (vi) Hình ảnh xã hội; và (vii) Tính đổi mới. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn phân tích 4 biến phản ánh nhân khẩu học của khách hàng là giới tính, độ tuổi, học vấn, nghề nghiệp và 6 biến mô tả hành vi của khách hàng khi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng các yếu tố sau (i) Tính đổi mới; (ii) Thái độ; (iii) Nhận thức rủi ro; (iv) Nhận thức dễ sử dụng, và (v) Độ tin cậy có tác động đáng kể nhất đến hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại các thị trường mới nổi như Việt Nam trong bối cảnh đại dịch kéo dài và liên tục bị đóng cửa tại nhiều tỉnh, thành phố. Nghiên cứu cũng có giá trị lớn đối với các nghiên cứu về sự thay đổi hành vi của khách hàng sử dụng ứng dụng ngân hàng di động sau đại dịch COVID-19 tại Việt Nam. Nghiên cứu sẽ cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm hữu ích cho các nhà quản trị ngân hàng trong việc thúc đẩy khách hàng sử dụng ứng dụng mobile banking, giúp phát triển nền kinh tế số tại Việt Nam.

Từ khóa: Ý định người tiêu dùng, Ứng dụng ngân hàng di động, Khuyến nghị khách hàng, Việt Nam.

Mã phân loại JEL: G10, G18, G20, G21, G24

1. Giới thiệu chung

Sự phát triển của công nghệ giúp ngân hàng từng bước củng cố nền tảng ngân hàng trực tuyến, mang lại nhiều lợi ích cho chính ngân hàng và khách hàng. Trong số các nền tảng ngân hàng trực tuyến, ngân hàng di động là nền tảng quan trọng trong chiến lược tăng trưởng của ngành ngân hàng (Goswami & Raghavendran, 2009). Ứng dụng ngân hàng di động giúp các ngân hàng thương mại nâng cao năng lực chăm sóc khách hàng tốt hơn, quản lý vốn hiệu quả hơn, nâng cao năng lực cạnh tranh và cung cấp trọn gói cho khách hàng thông qua các sản phẩm và dịch vụ đi kèm như cho vay tiêu dùng, thẻ tín dụng, tư vấn quản lý danh mục đầu tư, v.v. . Mobile banking cũng có thể được thừa hưởng như một sản phẩm để nâng cao sức cạnh tranh thương hiệu của mỗi ngân hàng. Ngân hàng

có thể tạo dựng uy tín và lòng tin đối với khách hàng thông qua kênh ngân hàng di động, sáng tạo, tầm nhìn dài hạn và các sản phẩm hiện đại. Hơn nữa, các ngân hàng có thể tận dụng lợi thế dẫn đầu bằng cách chủ động hình thành các tiêu chuẩn công nghệ, dựa trên các lợi thế cạnh tranh trong quá trình phát triển và ra mắt ngân hàng di động. Mobile banking có thể cung cấp dịch vụ ở những khu vực địa lý xa xôi mà không cần đầu tư thành lập chi nhánh và thuê thêm nhân viên, vừa là cơ hội vừa là thách thức đối với ngân hàng. Do đó, ứng dụng ngân hàng di động giúp các ngân hàng thương mại duy trì và củng cố vị thế cạnh tranh của mình (Dapp, 2017). Bên cạnh lợi ích cho ngân hàng, ứng dụng ngân hàng di động còn mang lại lợi ích cho khách hàng sử dụng dịch vụ. Các nhu cầu giao dịch của khách hàng sẽ được phục vụ trong khu vực địa lý rộng, nơi

tín hiệu điện thoại di động nhanh chóng và thuận tiện. Khách hàng không phải xếp hàng chờ đợi để đến cây ATM hoặc chi nhánh để sử dụng các dịch vụ ngân hàng. Điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho việc lập kế hoạch tài chính và xem xét giao dịch của khách hàng mọi lúc, mọi nơi. So với các hình thức dịch vụ ngân hàng điện tử khác, ngân hàng di động mang đến cho khách hàng một kênh giao dịch an toàn hơn.

Lợi thế đáng kể nhất mà ngân hàng di động mang lại cho ngân hàng là hiệu quả chi phí khi lựa chọn kênh cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng. Hơn nữa, với ứng dụng ngân hàng di động, khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngân hàng mọi lúc, mọi nơi, giúp khách hàng luôn sẵn sàng cung cấp dịch vụ ngân hàng trong trường hợp khẩn cấp. Ngoài ra, ứng dụng ngân hàng di động giúp ngân hàng cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng phù hợp với sở thích cá nhân của từng khách hàng tương ứng với vị trí địa lý hiện tại của họ (Al-Otaibi và cộng sự, 2018; Çera và cộng sự, 2020). Tuy nhiên, một ứng dụng ngân hàng di động thành công đòi hỏi nhiều người dùng và khả năng thay đổi thói quen của người dùng, gắn ứng dụng ngân hàng di động vào thói quen hàng ngày của khách hàng (Laukkanen, 2007; Goswami & Raghavendran, 2009).

Đại dịch COVID-19 đã thay đổi hành vi và thói quen của khách hàng trong việc chấp nhận và đề xuất các ứng dụng ngân hàng di động (Nair và cộng sự, 2021). Nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích 7 yếu tố ảnh hưởng đến ý định và khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng đến từ Việt Nam trong thời kỳ đại dịch COVID-19, bao gồm (i) Hình ảnh xã hội; (ii) Nhận thức dễ sử dụng; (iii) Nhận thức hữu ích; (iv) Thái độ; (v) Độ tin cậy; (vi) Nhận thức rủi ro và (vii) Tính đổi mới. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn phân tích 4 biến phản ánh nhân khẩu học của khách hàng là giới tính, độ tuổi, học vấn, nghề nghiệp và 6 biến mô tả hành vi của khách hàng khi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động. Nghiên cứu sẽ cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về sự thay đổi hành vi của khách hàng sử dụng ứng dụng ngân hàng di động sau đại dịch COVID-19 tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

Ngân hàng di động được định nghĩa là việc sử dụng thiết bị di động thông qua mạng viễn thông để kết nối với tổ chức tài chính hoặc ngân hàng nhằm giúp khách hàng thực hiện các yêu cầu sử dụng dịch vụ. Ngân hàng di động là kênh phân phối các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng hiện đại thông qua mạng thông tin di động. Với dịch vụ ngân hàng di động, khách hàng có thể thực hiện hầu hết các giao dịch tài chính như tại chi nhánh ngân hàng truyền thống; đó là lý do tại sao mobile banking và các hình thức ngân hàng điện tử khác còn được gọi là ngân hàng không chi nhánh (Kochar, 2018; David-West & cộng sự, 2019; Mangani & cộng sự, 2019). Theo nghĩa rộng, mobile banking được hiểu là việc sử dụng một thiết bị di động thông qua mạng viễn thông để kết nối với tổ chức tài chính, ngân hàng nhằm giúp khách hàng thực hiện các yêu cầu sử dụng dịch vụ. Ứng dụng ngân hàng di động trong kinh doanh ngân hàng giúp các ngân hàng thương mại nâng cao năng lực chăm sóc khách hàng tốt hơn, quản lý vốn hiệu quả hơn, nâng cao năng lực cạnh tranh và cung cấp các gói dịch vụ cho khách hàng thông qua các sản phẩm và dịch vụ đi kèm như cho vay tiêu dùng, thẻ tín dụng và tư vấn quản lý danh mục đầu tư, v.v ...

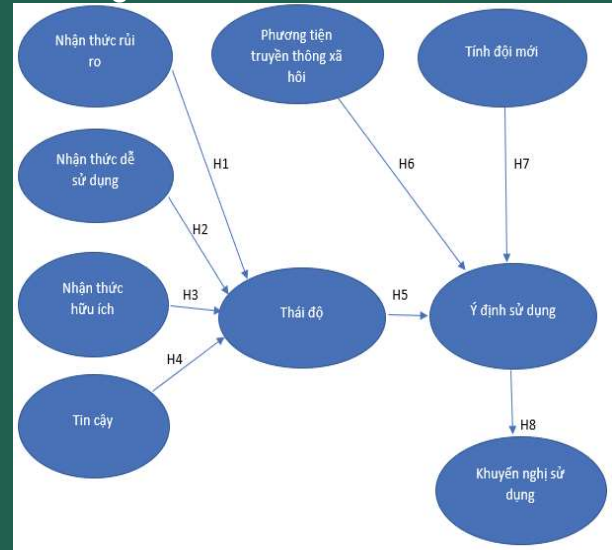
Với ứng dụng ngân hàng di động, khách hàng có thể thực hiện hầu hết các giao dịch tài chính cơ bản như tại chi nhánh ngân hàng truyền thống. Việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động sẽ tạo cơ sở để ngân hàng đưa ra các giải pháp nhằm gia tăng tỷ trọng khách hàng sử dụng ứng dụng ngân hàng di động.

Mô hình chấp nhận công nghệ (Theory of Technology Acceptance Model - TAM) (Davis, 1989) là một mô hình được phát triển dựa trên Theory of Reasoned Action (TRA). Mô hình TAM được công nhận rộng rãi và áp dụng để kiểm tra mức độ chấp nhận của người dùng đối với các hệ thống và ứng dụng công nghệ thông tin. Mô hình TAM, được thiết kế dựa trên TRA (Ajzen & Fishbein, 1980) nhằm mục đích đưa ra dự đoán về việc chấp nhận và sử dụng công nghệ và hệ thống thông tin mới bằng cách xác định các đặc điểm dẫn đến thành

công của các ứng dụng công nghệ thông tin và khả năng thích ứng của chúng với các nhu cầu liên quan đến công việc (Davis, 1989). TAM đã được coi là mô hình mạnh mẽ, phù hợp và có ảnh hưởng nhất đối với hành vi chấp nhận đổi mới (Davis, 1989), và do đó, được coi là cơ sở của nghiên cứu này. Hai yếu tố cốt lõi của mô hình TAM là: (i) Nhận thức hữu ích (PU) nghĩa là mức độ mà khách hàng nhận thức rằng sản phẩm hoặc dịch vụ công nghệ sẽ mang đến hiệu quả cao nếu họ sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ đó ; (ii) Nhận thức dễ sử dụng (PEOU) nghĩa là mức độ mà mọi người tin rằng sẽ không gặp khó khăn khi học cách sử dụng một sản phẩm hoặc dịch vụ công nghệ mới (Bảng 1).

Venkatesh và Davis (2000) đã công bố mô hình TAM mở rộng (TAM2), mô hình này được xây dựng dựa trên mô hình TAM. Mô hình TAM2 giải thích chi tiết hơn tại sao người dùng cảm nhận các sản phẩm và dịch vụ công nghệ rất hữu ích so với lúc họ không có các sản phẩm hoặc dịch vụ đó. Hơn nữa, TAM2 tập trung vào các yếu tố bổ sung ảnh hưởng đến tính hữu ích của các sản phẩm và dịch vụ công nghệ thông tin và mô phỏng kết quả sau khi khách hàng sử dụng các sản phẩm và dịch vụ đó (Venkatesh & Davis, 2000). Kỳ vọng đối với TAM2 là giữ nguyên cấu trúc TAM ban đầu và bổ sung tính hữu ích được nhận thức

Hình 1: Mô hình áp dụng ứng dụng mobile banking



và cấu trúc ý định sử dụng của TAM đồng thời khám phá tác động của các yếu tố này lên hệ thống mục tiêu thay đổi như thế nào cùng với sự cải thiện trải nghiệm của người dùng theo thời gian.

Mô hình The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology(UTAUT) được phát triển bởi Venkatesh & cộng sự (2003) để kiểm tra sự chấp nhận công nghệ và sử dụng một cách tiếp cận thống nhất hơn. Mô hình UTAUT có thể được coi là sự kết hợp của 8 mô hình lý thuyết trước đây dựa trên quan điểm chung

Bảng 1: Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng mobile banking được tổng hợp có sẵn

STT	Yếu tố ảnh hưởng	Nhóm tác giả tham chiếu
1	Nhận thức rủi ro	Muñoz-Leiva & cộng sự (2017); Singh & cộng sự (2020)
2	Nhận thức dễ sử dụng	Venkatesh & Davis (2000); Liebana-Cabanillas & cộng sự. (2018); Muñoz-Leiva & cộng sự (2017); Singh & cộng sự (2020)
3	Nhận thức hữu ích	Venkatesh & Davis (2000) Liebana-Cabanillas & cộng sự (2018); Muñoz-Leiva & cộng sự (2017); Singh & cộng sự (2020)
4	Thái độ	Muñoz-Leiva & cộng sự (2017); Singh & cộng sự (2020); Amin & cộng sự (2021)
5	Sự tin tưởng	Pham & Ho (2015); Slade & cộng sự (2015); Muñoz-Leiva & cộng sự (2017); (Ramli & cộng sự, 2021)
6	Tính đổi mới	Liebana-Cabanillas & cộng sự (2018); Singh & cộng sự (2020)
7	Phương tiện truyền thông mạng xã hội	Venkatesh & Davis (2000); Muñoz-Leiva & cộng sự (2017); Nava Vong Sathian & cộng sự (2020); Singh & cộng sự (2020)

nhất là nghiên cứu sự chấp nhận của người dùng đối với một sản phẩm hoặc dịch vụ mới do công nghệ thông tin dẫn dắt. Mô hình UTAUT được xây dựng dựa trên các mô hình sau (Hình 1): (i) TRA (Theory of Reasoned Action); (ii) TAM; (iii) MM (Motivation Model); (iv) TPB (Theory of Planned Behavior); (v) C-TAM TPB (Combining TAM and TPB); (vi) MPCU (Model of PC Utilization); (vii) IDT (Innovation Diffusion Theory); và (viii) SCT (Social Cognitive Theory).

3. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu

Bảng câu hỏi khảo sát của nghiên cứu được điều chỉnh từ mô hình chấp nhận công nghệ 3 (TAM3) (Venkatesh & Bala, 2008), bổ sung thêm hai yếu tố hình ảnh xã hội và tính đối mới (Aldás Manzano & cộng sự, 2009). Do đó, bộ dữ liệu mô tả 7 yếu tố ảnh hưởng đến ý định và khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của 314 khách hàng tại Việt Nam được khảo sát trong thời gian từ tháng 5 đến tháng 6 năm 2021 khi Việt Nam đang bị đóng cửa do đợt đại dịch COVID-19 mới.

Bộ dữ liệu được thu thập thông qua bảng câu hỏi khảo sát trực tuyến được gửi qua email và Facebook của các nhóm sinh viên và cựu sinh viên tại Việt Nam trong tháng 5 và tháng 6 năm 2021. Kỹ thuật lấy mẫu trong bộ dữ liệu này là lấy mẫu thuận tiện. Tổng số 326 phản hồi đã được nhận, nhưng chỉ 314 trong số đó là hợp lệ, sẽ được sử dụng cho các bước phân tích tiếp theo. Mỗi khách hàng hoàn thành bản khảo sát sẽ nhận được một bộ tài liệu điện tử về kinh tế, tài chính và ngân hàng được lưu trữ trên Google drive.

Nghiên cứu đã thông qua các bảng câu hỏi từ các nghiên cứu trước đó, bao gồm 37 câu hỏi, trong đó 4 câu hỏi về nhân khẩu học khách hàng, 6 câu hỏi về hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động và 27 câu hỏi còn lại được thiết kế trên thang điểm Likert 5 điểm (1-Hoàn toàn không đồng ý; 2-Không đồng ý; 3-Trung lập; 4-Đồng ý; 5- Hoàn toàn đồng ý).

Tất cả các câu trả lời được nhập vào phần mềm Excel trước khi phân tích bằng phần mềm SPSS 23. Trước khi phân tích, các biến

được mã hóa và dữ liệu được xác minh để đảm bảo tính hợp lệ của mỗi câu hỏi. Sau khi loại bỏ các câu trả lời không hợp lệ, tập dữ liệu cuối cùng chứa 314 câu trả lời hợp lệ.

Mô hình cấu trúc tuyến tính được sử dụng để kiểm tra giả thuyết nghiên cứu. Mô hình SEM kết hợp tất cả các kỹ thuật như hồi quy đa biến, phân tích nhân tố và phân tích tương quan (giữa các phần tử trong sơ đồ mạng) để cho phép chúng tôi kiểm tra mối quan hệ phức tạp trong mô hình. Không giống như các kỹ thuật thống kê khác chỉ cho phép ước lượng mối quan hệ từng phần của từng cặp yếu tố (yếu tố) trong mô hình cổ điển (mô hình đo lường), SEM cho phép ước lượng đồng thời các yếu tố trong mô hình tổng thể, ước lượng mối quan hệ nhân quả giữa các cấu trúc tiềm ẩn Thông qua các chỉ số kết hợp cả đo lường và cấu trúc của mô hình lý thuyết, đo lường các mối quan hệ đệ quy và không đệ quy, đo lường các tác động trực tiếp và gián tiếp, bao gồm cả sai số đo và tương quan phần dư. Nghiên cứu này áp dụng mô hình cấu trúc bình phương tối thiểu riêng phần (Partial Least Squares Structural Equation Modeling hoặc PLS-SEM) vì phương pháp này được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu hiện tại về ý định và khuyến nghị sử dụng ngân hàng di động (Khan & cộng sự, 2021; Geebren & cộng sự, 2021; Cera & cộng sự, 2020; Karim & cộng sự năm 2020). PLS-SEM được sử dụng để ước lượng đồng thời mô hình đo lường và mô hình cấu trúc của mô hình nghiên cứu đề xuất. Các công cụ được sử dụng để thực hiện phân tích là phần mềm SPSS 23 để thống kê mô tả và phần mềm SmartPLS 3.2.7 để phân tích PLS-SEM.

4. Kết quả nghiên cứu

Về trình độ học vấn, 77,10% người được hỏi có trình độ đại học và 22,90% có trình độ sau đại học. Về nghề nghiệp, 55,10% khách hàng có việc làm ổn định và 41,40% khách hàng là sinh viên (Bảng 2).

Bảng 2: Thống kê mô tả về các biến nhân khẩu học

Đặc điểm Nhân khẩu học - Xã hội		Tần suất (N= 314)	Tỷ lệ Phần trăm
Giới tính của bạn là gì?	Nam	90	28,70
	Nữ	224	71,30
Bạn bao nhiêu tuổi?	18–30	233	74,20
	31–40	80	25,50
	41–50	1	0,30
	Hơn 50	0	0,00
Cấp học cao nhất mà bạn đã hoàn thành là gì?	Đại học	242	77,10
	Sau đại học	72	22,90
Điều nào sau đây mô tả tốt nhất về bạn?	Đã có việc làm	173	55,10
	Có việc làm bán thời gian	3	1,00
	Hiện chưa có việc làm	2	0,60
	Sinh viên	130	41,40
	Tự kinh doanh	6	1,90

Bảng 3 mô tả khách hàng hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động, bao gồm lần truy cập gần đây nhất, tần suất, giao dịch quan trọng, loại người dùng thiết bị di động và nhà sản xuất, hệ điều hành được sử dụng trên thiết bị di động để cài đặt ứng dụng mobile banking. Kết quả thống kê cho thấy hầu hết khách hàng sử dụng ứng dụng mobile banking vào ngày khảo sát và trước đó từ 1–7 ngày, chiếm 87,3% số khách hàng tham gia khảo sát. Điều này phản ánh sự phổ biến của các ứng dụng ngân hàng di động tại Việt Nam. Về tần suất sử dụng, lượng khách hàng sử dụng ứng dụng ngân hàng di động nhiều lần trong tuần chiếm tỷ trọng lớn nhất với 40,10%. Giao dịch phổ biến nhất khi khách hàng sử dụng ứng dụng mobile banking là xem sao kê tài khoản, chiếm 85,40%. Tỷ lệ khách hàng sử dụng các ứng dụng mobile banking trên điện thoại thông minh là lên đến 99,40%; Apple và IOS là những thương hiệu và hệ điều hành phổ biến nhất được 52,50% khách hàng sử dụng để truy cập các ứng dụng ngân hàng di động.

Bảng 4 bao gồm thống kê mô tả chi tiết của 9 nhóm biến, cụ thể là (i) Hình ảnh xã hội; (ii) Nhận thức dễ sử dụng; (iii) Nhận thức hữu ích; (iv) Thái độ; (v) Độ tin cậy; (vi) Nhận thức rủi ro; (vii) Tính đổi mới (viii) Ý định sử dụng và (ix) Khuyến nghị sử dụng.

Phương pháp mô hình phương trình cấu trúc (SEM) bằng phần mềm SmartPLS được sử dụng để xác nhận mô hình nghiên cứu. Để kiểm tra tính hợp lệ hội tụ, nghiên cứu này sử dụng hệ số Cronbach's Alpha, độ tin cậy tổng hợp Composite Reliability (CR) và phương sai trung bình trích (AVE) . Trong số này, giá trị Cronbach's Alpha và hệ số CR phải cao hơn 0,7 (Chin, 1998; Hair & cộng sự, 2013). Ngoài ra, thành phần của mỗi yếu tố phải cao hơn 0,5, như được đưa ra bởi (Hair, 2011). Để có giá trị phân biệt, nghiên cứu sử dụng Phương sai trung bình trích AVE, trên nguyên tắc chung là giá trị AVE lớn hơn hoặc bằng 0,50 (Hair & cộng sự, 2013) (Bảng 5).

Bảng 3: Thống kê mô tả về hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của người trả lời

Biến		Tần số (N = 314)	Tỷ lệ
Khi là lần cuối cùng bạn sử dụng một ứng dụng mobile banking?	Hôm nay	135	43,00
	1–7 ngày trước	139	44,30
	1–2 tuần trước	10	3,20
	3–4 tuần trước	6	1,90
	Hơn 1 tháng trước	24	7,60
Bạn có thường xuyên sử dụng ứng dụng ngân hàng di động trong 3 tháng qua không?	Ít hơn một lần một tuần	58	18,50
	Khoảng một lần mỗi tuần	62	19,70
	Vài lần mỗi tuần	126	40,10
	Khoảng một lần mỗi ngày	22	7,00
	Vài lần một ngày	46	14,60
Dịch vụ phổ biến nhất mà bạn sử dụng trên các ứng dụng ngân hàng di động là gì?	Xem số dư tài khoản	268	85,40
	Xem hoạt động tài khoản	2	0,60
	Thanh toán hóa đơn	25	8,00
	Chuyển tiền	17	5,40
	Tìm chi nhánh hoặc máy ATM gần đó	0	0,00
	Kiểm tra khoản vay hoặc lãi suất	0	0,00
	Xem các dịch vụ khác	1	0,30
	Kiểm tra giao dịch ngay sau khi mua hàng	1	0,30
Loại nào thiết bị di động mà bạn sử dụng thường xuyên nhất để truy cập vào ứng dụng ngân hàng di động?	Điện thoại thông minh	312	99,40
	Máy tính bảng	2	0,60
Nhà sản xuất thiết bị của bạn là ai?	Samsung	74	23,60
	Apple	165	52,50
	Huawei	8	2,50
	BBK Electronics (OPPO, VIVO)	35	11,10
	Nokia	5	1,60
	Xiaomi	16	5,10
	Khác	11	3,50
Hệ điều hành trên thiết bị của bạn là gì?	Android	149	47,50
	IOS	165	52,50

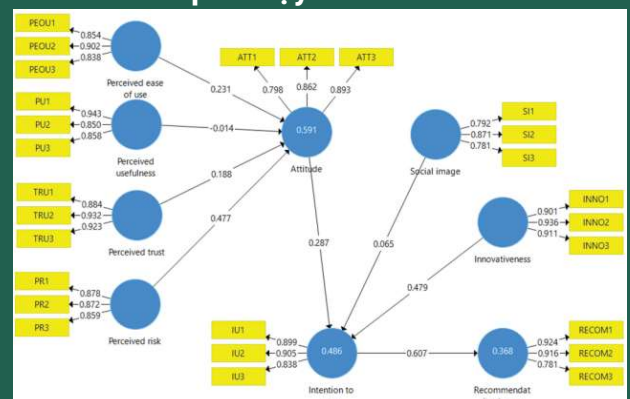
Bảng 4: Thống kê mô tả của 9 biến

Biến	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.
Hình ảnh xã hội (SI) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,75)					
SI1	314	1	5	3,27	1,26
SI2	314	1	5	3,84	1,05
SI3	314	1	5	3,46	1,26
Nhận thức dễ sử dụng (PEOU) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,83)					
PEOU1	314	1	5	4,43	0,68
PEOU2	314	1	5	4,43	0,70
PEOU3	314	1	5	4,22	0,81
Nhận thức hữu ích (PU) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,87)					
PU1	314	1	5	2,61	1,19
PU2	314	1	5	2,92	1,16
PU3	314	1	5	2,37	1,18
Thái độ (ATT) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,81)					
ATT1	314	1	5	4,27	0,90
ATT2	314	1	5	4,59	0,62
ATT3	314	1	5	4,37	0,74
Độ tin cậy (TRU) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,90)					
TRU1	314	1	5	4,06	0,87
TRU2	314	1	5	4,00	0,87
TRU3	314	1	5	4,07	0,80
Nhận thức rủi ro (PR) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,84)					
PR1	PR1	PR1	PR1	PR1	PR1
PR2	PR2	PR2	PR2	PR2	PR2
PR3	PR3	PR3	PR3	PR3	PR3
Tính đổi mới (INNO) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,90)					
INNO1	314	1	5	4,21	0,80
INNO2	314	1	5	4,31	0,76
INNO3	314	1	5	4,22	0,85
Ý định sử dụng (IU) (hệ số Cronbach's Alpha = 0,86)					
IU1	314	1	5	4,35	0,83
IU2	314	1	5	4,37	0,85
IU3	314	1	5	4,25	0,87
Khuyến nghị sử dụng (RECOM) (Cronbach's Alpha = 0,85)					
RECOM1	314	1	5	4,33	0,77
RECOM2	314	1	5	4,40	0,79
RECOM3	314	1	5	4,06	0,99

Bảng 5: Hệ số Cronbach's Alpha, độ tin cậy tổng hợp (CR), phương sai trung bình trích (AVE) của 9 thang đo

Thang đo	Cronbach's Alpha	Hệ số CR	Phương sai trung bình trích (AVE)
Thái độ	0,81	0,89	0,73
Tính đổi mới	0,90	0,94	0,84
Nhận thức dễ sử dụng	0,83	0,90	0,75
Nhận thức rủi ro	0,84	0,90	0,76
Nhận thức hữu ích	0,87	0,91	0,78
Phương tiện truyền thông mạng xã hội	0,75	0,86	0,67
Tin cậy	0,90	0,94	0,83
Ý định sử dụng	0,86	0,91	0,78
Khuyến nghị sử dụng	0,85	0,91	0,77

Kết quả của mô hình PLS-SEM được trình bày trong Hình 2 cho thấy mô hình có giá trị thống kê Chi-square là 1094,483 với-value $p = 0,000 < 0,005$. Tuy nhiên, theo Hulland (1999), nếu mô hình nhận được một giá trị SRMR $< 0,1$, được coi là phù hợp với dữ liệu thực tế. Như vậy, với giá trị SRMR = 0,051 $< 0,1$, mô hình nghiên cứu được kết luận là phù hợp với thực tế hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động tại Việt Nam. Để tổng quát hóa các kết quả nghiên cứu, mô hình cần được xác nhận về độ tin cậy. Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật bootstrapping với kỹ thuật lấy mẫu lại trên 500 quan sát ($n = 500$) với kích thước mẫu ban đầu là 314 quan sát. Kết quả ước tính từ 500 quan sát cho thấy trọng số ban đầu có ý nghĩa với trọng số bootstrap vì tất cả các trọng số đều nằm trong khoảng tin cậy 95%. Do đó, các ước lượng trong mô hình có thể được kết luận là đáng tin cậy.

Hình 2: Kết quả chạy mô hình PLS-SEM


5. Thảo luận

Các phát hiện được trình bày trong Bảng 6 cho thấy các giả thuyết H1, H2, H4, H5 và H7 được ủng hộ. Giả thuyết H3 và H6 không được hỗ trợ. Giả thuyết H1, H2 và H4 được ủng hộ và khẳng định rằng các yếu tố Nhận thức rủi ro, Nhận thức dễ sử dụng, Độ tin cậy có tác động tương quan tích cực đến Thái độ. Giả thuyết H5 ($\beta = 0,287$, $t\text{-stats} = 5,495$) và H7 ($\beta = 0,287$, $t\text{-stats} = 5,495$) cho thấy các yếu tố Thái độ và Tính đổi mới tác động đến Ý định sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng. Giả thuyết H8 ($\beta = 0,607$, $t\text{-stats} = 9,619$) khẳng định rằng yếu tố Ý định sử dụng là đáng kể và tác động tích cực đến Khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại Việt Nam trong bối cảnh đại dịch COVID-19.

mới có nhất đáng kể tác động đến ý định và khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại Việt Nam trong đại dịch COVID-19. Hơn nữa, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy giữa đại dịch, khách hàng ở Việt Nam đánh giá cao tính sáng tạo và sẵn sàng áp dụng công nghệ mới, điều này khá giống với các nghiên cứu trước đây của Tan và cộng sự (2014), Pham & Ho (2015), Ramos-de-Luna và cộng sự (2016) và Liebana-Cabanillas & cộng sự (2018).

Thứ hai, thái độ là yếu tố ảnh hưởng lớn thứ hai đến hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại Việt Nam trong bối cảnh đại dịch. Phát hiện này phù hợp với các nghiên cứu trước đây (Ramos-de-Luna và

Bảng 6: Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Mối quan hệ	β	$t\text{-stats}$	$P\text{-values}$	Kết quả
H1	Nhận thức rủi ro $\rightarrow$ Thái độ	0,477	8,031	0,000	Phù hợp
H2	Nhận thức dễ sử dụng $\rightarrow$ Thái độ	0,231	4,143	0,000	Phù hợp
H3	Nhận thức hữu ích $\rightarrow$ Thái độ	-0,014	0,486	0,627	Không phù hợp
H4	Tin cậy $\rightarrow$ Thái độ	0,188	3,965	0,000	Phù hợp
H5	Thái độ $\rightarrow$ Ý định sử dụng	0,287	5,495	0,000	Phù hợp
H6	Phương tiện truyền thông xã hội $\rightarrow$ Ý định sử dụng	0,065	1,204	0,229	Phù hợp
H7	Tính đổi mới $\rightarrow$ Ý định sử dụng	0,479	7,382	0,000	Phù hợp
H8	Ý định sử dụng $\rightarrow$ Khuyến nghị sử dụng	0,607	9,619	0,000	Phù hợp

Kết quả kiểm chứng giả thuyết trong Bảng 6 và Bảng 7 của nghiên cứu cho thấy các yếu tố sau: (i) Tính sáng tạo; (ii) Thái độ; (iii) Nhận thức rủi ro; (iv) Nhận thức dễ sử dụng; và (v) Độ tin cậy ảnh hưởng đến hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại Việt Nam trong bối cảnh đại dịch COVID-19.

Thứ nhất, liên quan đến yếu tố tính đổi mới, các kết quả nghiên cứu cho thấy rằng tính đổi

cộng sự, 2016; Liebana-Cabanillas & cộng sự, 2017; Muñoz-Leiva & cộng sự, 2017; Singh & cộng sự, 2020). Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng các yếu tố nhận thức rủi ro, nhận thức dễ sử dụng và độ tin cậy được nhận thức tác động trực tiếp đến thái độ.

Thứ ba, nhận thức rủi ro tác động trực tiếp đến ý định và khuyến nghị sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại Việt

Bảng 7: Kết quả của các mối quan hệ gián tiếp

Giả thuyết	Mối quan hệ	β	<i>t</i> -stats	<i>P</i> -values	Kết quả
9	Thái độ → Khuyến nghị sử dụng	0,17	4,15	0,00	Phù hợp
10	Tính đổi mới → Khuyến nghị sử dụng	0,29	4,74	0,00	Phù hợp
11	Nhận thức dễ sử dụng → Ý định sử dụng	0,07	3,12	0,00	Phù hợp
12	Nhận thức dễ sử dụng → Ý định sử dụng	0,04	2,68	0,01	Phù hợp
13	Nhận thức rủi ro → Ý định sử dụng	0,14	4,57	0,00	Phù hợp
6	Nhận thức rủi ro → Khuyến nghị sử dụng	0,08	3,60	0,00	Phù hợp
14	Độ tin cậy → Ý định sử dụng	0,05	3,31	0,00	Phù hợp
15	Độ tin cậy → Khuyến nghị sử dụng	0,03	2,90	0,00	Phù hợp
16	Cảm nhận hữu ích → Ý định sử dụng	0,00	0,46	0,65	Không phù hợp
17	Nhận thức hữu ích → Khuyến nghị sử dụng	0,00	0,44	0,66	Không phù hợp
18	Phương tiện truyền thông xã hội → Khuyến nghị sử dụng	0,04	1,27	0,21	Không phù hợp

Nam trong đại dịch COVID-19. Sự phát triển của công nghệ cũng kéo theo những rủi ro bảo mật lớn hơn, khiến khách hàng ngày càng quan tâm hơn đến quyền riêng tư và bảo vệ dữ liệu cá nhân (Tan & cộng sự, 2014; Pham & Ho, 2015; Slade & cộng sự, 2015; Muñoz-Leiva & cộng sự, 2017; Singh & cộng sự, 2020).

Thứ tư, nhận thức dễ sử dụng tác động trực tiếp đến yếu tố thái độ và tác động gián tiếp đến hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại Việt Nam. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, khách hàng nhận thấy rằng việc sử dụng các ứng dụng ngân hàng di động dễ dàng hơn sẽ dẫn đến ý định sử dụng nhiều hơn vì tính tiện lợi và hữu ích của nó (Ramos-de-Luna & cộng sự, 2016; Liébana-Cabanillas & cộng sự, 2017; Muñoz-Leiva & cộng sự, 2017; Liébana-Cabanillas & cộng sự, 2018; Singh & cộng sự, 2020).

Thứ năm, sự tin cậy có ý nghĩa quan trọng đối với hành vi sử dụng ứng dụng mobile banking của khách hàng tại Việt Nam. Sau khi các lệnh

mở rộng và ngăn cách xã hội trong đại dịch COVID-19, yếu tố niềm tin ảnh hưởng trực tiếp đến thái độ của khách hàng, từ đó ảnh hưởng đến hành vi sử dụng ứng dụng mobile banking của khách hàng tại Việt Nam. Các nghiên cứu trước đây của Pham & Ho (2015), Slade & cộng sự (2015), Muñoz-Leiva & cộng sự (2017) cũng ủng hộ kết luận này.

6. Kết luận

Nghiên cứu đã đưa ra một số phát hiện thú vị khi cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về cách các yếu tố của (i) Tính đổi mới; (ii) Thái độ; (iii) Nhận thức rủi ro; (iv) Nhận thức dễ sử dụng; (v) Sự tin cậy nhận thức có tác động đến hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động của khách hàng tại các thị trường mới nổi như Việt Nam. Ngoài ra, nghiên cứu cũng phân tích dữ liệu nhân khẩu học và dữ liệu mô tả hành vi của khách hàng sử dụng ứng dụng ngân hàng di động tại Việt Nam trong bối cảnh kéo dài đại dịch. Do đó, nghiên cứu cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm quan trọng về sự thay đổi hành vi sử dụng ứng dụng ngân hàng di động

của khách hàng trên các khu vực khác nhau trên thế giới, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam trong bối cảnh của đại dịch COVID-19. Nghiên cứu cũng sẽ là nguồn tham khảo hữu ích cho các ngân hàng thương mại tại Việt Nam trong việc thúc đẩy khách hàng sử dụng ứng dụng ngân hàng di động, góp phần vào nền kinh tế số tại Việt Nam.

Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, nghiên cứu được thực hiện chủ yếu ở khu vực Thành phố Hồ Chí Minh và hạn chế tính đại diện của nó. Thứ hai, nghiên cứu áp dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, tập trung mẫu nghiên cứu vào nhóm khách hàng có trình độ học vấn cao (từ đại học trở lên), khiến hành vi của khách hàng không mang tính đại diện cho tất cả các nhóm khách hàng ở Việt Nam. Cuối cùng, quy mô mẫu chỉ 314 khách hàng là quá nhỏ để đại diện cho toàn bộ dân số nghiên cứu ở Việt Nam.

Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 ở Việt Nam và tình trạng xã hội ngày càng lan rộng, nhu cầu về ứng dụng ngân hàng di động để thanh toán có xu hướng tăng cao, do đó các ngân hàng thương mại cần có chiến lược phát triển ứng dụng ngân hàng di động phù hợp để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng nhanh của khách hàng.

TÀI LIỆU GỐC

Nguyen Minh Sang (2021), 'Critical Factors Affecting Consumer Intention of Using Mobile Banking Applications During COVID-19 Pandemic: An Empirical Study from Vietnam', retrieved on October 5th 2021 from <<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202130254064003.page>>



THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT VÀ KHUNG PHÁP LÝ TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Quốc Sang

K20504

Tô Quỳnh Bảo Trâm

K20502



1. Thực trạng thanh toán không dùng tiền mặt ở Việt Nam hiện nay:

Dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM) là dịch vụ trong đó bao gồm dịch vụ thanh toán thông qua tài khoản thanh toán và một số dịch vụ thanh toán khác không thông qua tài khoản thanh toán của khách hàng. Cụ thể, trong loại hình thanh toán này, tiền mặt sẽ được thay thế bởi tiền trong tài khoản. Với đặc điểm đó, TTKDTM đã loại bỏ được những bất tiện trong khâu thanh toán so với việc sử dụng tiền mặt. Ở góc độ vĩ mô, TTKDTM còn giúp Chính phủ hạn chế bớt lượng tiền mặt ở trong lưu thông, đồng thời cũng giúp giảm bớt các chi phí liên quan đến phát hành và lưu thông tiền. Ở Việt Nam, các hình thức TTKDTM phổ biến là ủy nhiệm chi - thu, thẻ thanh toán, séc thanh toán, thư tín nội địa.

Theo thống kê được thực hiện bởi Ngân hàng Nhà nước, tính đến nay nước ta đã có đến hơn 30 bệnh viện triển khai thanh toán viện phí điện tử; 50 ngân hàng thương mại hoàn thành kết nối thanh toán thuế điện tử với cơ quan thuế, hải quan trên toàn quốc. Cũng ghi nhận được tỉ lệ số thu hải quan được thực hiện qua ngân hàng đạt mức rất cao (95%). Gần như 100% doanh nghiệp có thực hiện đăng ký việc nộp thuế điện tử. Hệ thống ngân hàng thương mại và các tổ chức trung gian có sự phối hợp trong thanh toán giao dịch thu tiền điện. Theo một cuộc khảo sát khác của PwC trong phạm vi 27 nước, ghi nhận được rằng Việt Nam là thị trường có chỉ số tăng trưởng cao nhất về thanh toán di động trong năm 2018.

Hiện nay, có thời điểm ghi nhận số lượng thực hiện giao dịch không dùng tiền mặt tăng 70%. Đến tháng 8 năm nay, ghi nhận giao dịch trên Internet tăng cao cả số lượng lẫn giá trị (70% số lượng và 30% giá trị so với cùng kỳ 2020).

Thậm chí lượng giao dịch thông qua các thiết bị di động (tiêu biểu là điện thoại di động) còn ghi nhận con số cao hơn. Với số lượng và giá trị so với cùng kỳ năm 2020 được thống kê đạt mức tăng lần lượt là 86% và 123%. Có thể thấy TTKDTM đã, đang và sẽ là xu hướng dẫn dắt hoạt động thanh toán. Cộng hưởng với thời kỳ dịch bệnh Covid kéo dài, đây chính là điều kiện không thể tốt hơn cho TTKDTM có thể phát triển tương xứng với tiềm năng của nó.



Tuy nhiên, TTKDTM vẫn có thể gặp những trở ngại nhất định trong tương lai, một trong số đó là hành lang pháp lý - thứ không thể thiếu để TTKDTM có thể giữ được sự ổn định, tính an toàn và điểm tựa để phát triển của nó. Hiện tại chúng ta vẫn chưa có quy định cụ thể về cơ chế công nhận kết quả thẩm định, xác thực chéo giữa các tổ chức tín dụng, cũng như chưa xây dựng một cơ sở dữ liệu nào để định danh cá nhân quốc gia. Bên cạnh đó, các ngân hàng thương mại cho biết, hiện tại rào cản về rào cản lớn nhất vẫn là quy định pháp lý về cơ chế thử nghiệm (sandbox) có kiểm soát hoạt động công nghệ tài chính trong lĩnh vực ngân hàng ...

2. Nền tảng pháp lý về thanh toán không dùng tiền mặt:

Nhằm điều chỉnh các vấn đề pháp lý trong ứng dụng và duy trì các hoạt động liên quan đến TTKDTM, từ năm 2012 đến nay, Việt Nam đã ban hành một số văn bản pháp luật lớn nhỏ làm nền tảng cho khung pháp lý về TTKDTM. Cụ thể vào cuối năm 2012, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 101/2012/NĐ-CP “Về thanh toán không dùng tiền mặt”, quy định cụ thể về hoạt động TTKDTM. Nội dung cụ thể của Nghị định là quy định về mở và sử dụng tài khoản thanh toán; dịch vụ TTKDTM; dịch vụ trung gian thanh toán; tổ chức, quản lý và giám sát các hệ thống thanh toán. Tuy nhiên Nghị định này lại gặp phải một số bất cập khi áp dụng vào thực tiễn. Và để khắc phục điều này, vào ngày 01-7-2016, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 80/2016/NĐ-CP nhằm sửa đổi bổ sung và có cả bãi bỏ một số điều của Nghị định số 101/2012/NĐ-CP “Về thanh toán không dùng tiền mặt”.



Bên cạnh đó, Chính phủ có ban hành các quyết định nhằm thúc đẩy, phát triển cũng như hoàn thiện khung pháp lý thanh toán không dùng tiền mặt: Quyết định số 2545/QĐ-TTg ngày 30-13-2016 của Thủ tướng Chính phủ, về việc “Phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020”; Quyết định số 241/QĐ-TTg, ngày 23-2-2018, của Thủ tướng Chính phủ, về việc “Phê duyệt Đề án đẩy mạnh thanh toán qua ngân hàng với dịch vụ công: Thuế, điện, nước, học phí, viện phí và chi trả các chương trình an sinh xã hội...”; Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025. Nghị quyết số 02/NQ-CP, ngày 1-1-2019, của Chính phủ “Về tiếp tục thực hiện những

nhiệm vụ, giải pháp cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2019 và định hướng đến năm 2021”; Chỉ thị số 22/CT-TTg, ngày 26-5-2020, của Thủ tướng Chính phủ “Về việc đẩy mạnh triển khai các giải pháp phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam” ...

3. Những vướng mắc trong khung pháp lý về thanh toán không dùng tiền mặt:

Dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt đang ngày càng trở nên phổ biến hơn tại Việt Nam. Tuy nhiên, hiện nay hành lang pháp lý cho loại hình này tại nước ta vẫn chưa hoàn thiện, thiếu sự đồng bộ giữa các văn bản pháp luật có liên và nhiều quy định đã không còn phù hợp với tình hình hiện nay. Từ đó làm cho các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn về mặt pháp lý trong việc triển khai các dịch vụ trong hệ sinh thái không dùng tiền mặt. Theo đại diện Ngân hàng TMCP Tiên Phong cho biết, có nhiều đề án của các doanh nghiệp phải tạm hoãn vì chờ khung pháp lý cho việc triển khai thí điểm để phù hợp với pháp luật hiện hành. Điển hình như việc các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ cho vay ngang hàng (P2P lending) dù đã có đủ điều kiện để triển khai nhưng vẫn phải đợi NHNN ban hành các văn bản pháp lý liên quan đến sản phẩm này để có cơ chế hoạt động phù hợp với pháp luật.



Tuy nhiên, không thể phủ nhận sự nỗ lực của Chính phủ trong việc giải quyết các vướng mắc pháp lý cho doanh nghiệp. Điển hình như việc Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 100/NQ-CP thông qua đề nghị xây dựng Nghị định về Cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) hoạt động công nghệ tài chính (Fintech) trong lĩnh vực ngân hàng. Ngoài ra, nhằm giúp đỡ cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực Fintech, NHNN đã thành lập Ban Chỉ đạo

về Fintech với nhiệm vụ hoàn thiện hệ sinh thái Fintech tại Việt Nam, trong đó bao gồm cả khuôn khổ pháp lý cho việc hình thành và hoạt động của các công ty Fintech trong lĩnh vực ngân hàng.



Để thúc đẩy hơn nữa việc phát triển các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam, ngoài việc thúc đẩy truyền thông tuyên truyền cho các dịch vụ này, Chính phủ cần tích cực hoàn thiện khung pháp lý cho hoạt động này thông qua việc ban hành, bổ sung, sửa đổi các quy định của Thông tư, Nghị định có liên quan. Ngoài ra, Chính phủ cần ban hành một bộ luật chung nhằm đồng hóa các quy định của các Thông tư, Nghị định nói trên. Đồng thời, cần tập trung giải quyết các vướng mắc pháp lý còn tồn đọng gây cản trở việc triển khai các hoạt động của các doanh nghiệp trong lĩnh vực thanh toán không dùng tiền mặt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Hiếu Phương (2021), “Thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt, giải pháp cho cải thiện môi trường kinh doanh”, kinhtevadubao, truy cập lần cuối ngày 20 tháng 8 năm 2021, từ <<https://kinhtevadubao.vn/thuc-day-thanh-toan-khong-dung-tien-mat-giai-phap-cho-cai-thien-moi-truong-kinh-doanh-18956.html>>

[2] Nguyệt D và Hữu C (2018), ‘Chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt: Nghiên cứu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam’, Tạp chí Khoa học và Công nghệ,

số 46.2018, 102-108.

[3] Hà Thành (2020), ‘Khung khổ pháp lý và cơ chế chính sách cho thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam ngày càng hoàn thiện’, thoibaonganhang, truy cập lần cuối ngày 04 tháng 12 năm 2020, từ <<https://thoibaonganhang.vn/khung-kho-phap-ly-va-co-che-chinh-sach-cho-thanh-toan-khong-dung-tien-mat-tai-viet-nam-ngay-cang-hoan-thien-109481.html?fbclid=IwAR2ZGo6yy4qFxxvGHs5ejhcc4WNZ9f6mo7U3wpRPNcvi85HuXOmD3Z6tmBPc>>

[4] Thu Ngân (2021), ‘Thanh toán không dùng tiền mặt - sự lựa chọn an toàn trong giao dịch trên thị trường’, tapchicongsan, truy cập lần cuối ngày 16 tháng 9 năm 2021, từ <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/nghien-cu/-/2018/824069/thanh-toan-khong-dung-tien-mat---su-lua-chon-an-toan-trong-giao-dich-tren-thi-truong.aspx?fbclid=IwAR2KhRJlYr3g8dtlKhmLDC2urUgsP6sUPvcstesarSAmJ-Gf2Mis1r_Qylo>

[5] Minh Khôi (2021), ‘Gấp rút mở đường cho Fintech’, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, truy cập lần cuối ngày 7 tháng 10 năm 2021, từ <https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/rm/apph/tbnh/tbnh_chitiet.jsessionid=YA22lbCEJS-G26ObpGpx19mrKZyFvlgeY5VSpIhP6Y-61tffwGJ5gl-1237574621!1699716433?_afLoop=14526945435223506¢erWidth=80%25&dDocName=SBV466008&leftWidth=20%25&rightWidth=0%25&showFooter=false&showHeader=false&_adf.ctrl-state=amvpt6qlo_41&_afLoop=15353771364968506#%40%3F_afLoop%3D14526945435223506%26_afLoop%3D15353771364968506%26centerWidth%3D80%2525%26dDocName%3DSBV466008%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26showFooter%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3D7bkj2xw1o_4>

HỖ TRỢ GÓI VAY VÀ THIẾT BỊ ĐIỆN TỬ CHO HỌC SINH SINH VIÊN KHÓ KHĂN



Tô Quỳnh Bảo Trâm

K20502

Lê Thị Thanh Ngân

K20404B

Việc triển khai đào tạo trực tuyến đang là xu hướng mới trong lĩnh vực giáo dục tại Việt Nam hiện nay. Đặc biệt, từ khi dịch Covid19 bùng nổ, phương pháp này đã và đang được ưu tiên sử dụng hàng đầu nhằm hạn chế sự lây lan của dịch bệnh và đảm bảo sự an toàn tuyệt đối cho giảng viên, giáo viên, học sinh và sinh viên. Tuy nhiên, có rất nhiều ý kiến trái chiều xoay quanh chất lượng dạy và học của phương pháp này. Ngoài ra, công tác triển khai đào tạo trực tuyến đối với học sinh, sinh viên trên toàn quốc còn gặp rất nhiều khó khăn, trong đó việc đảm bảo các học sinh, sinh viên có đầy đủ thiết bị điện tử để tham gia các lớp học tập trực tuyến đang được nhiều người quan tâm. Bởi lẽ, không phải gia đình học sinh, sinh viên nào cũng đủ điều kiện để sắm cho con em các thiết bị như máy tính, điện thoại thông minh phục vụ cho việc học trực tuyến. Nhằm đảm bảo cho việc học được diễn ra đồng đều trên toàn quốc, ngày 20/9 Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam ký ban hành Công điện số 1190/CT-TTg có đề cập đến việc kêu gọi quyên góp, ủng hộ từ các nhà hảo tâm, các doanh nghiệp tư nhân tặng, hỗ trợ các thiết bị điện tử phục vụ việc học cho các em học sinh, sinh viên có hoàn cảnh gia đình khó khăn. Hưởng ứng lời kêu gọi của Chính phủ, chương trình “Sóng và máy tính cho em” ra đời thu hút nhiều tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia quyên góp. Nhờ chương trình cùng với nhiều tấm lòng hảo tâm mà các bạn học sinh, sinh viên được tiếp tục học tập trong thời buổi dịch bệnh khó khăn này. Ngoài ra, theo trang Tuổi trẻ online được đăng tải vào thứ 7 ngày 4 tháng 12 năm 2021, Bộ Tài chính đã đề xuất lên thủ tướng gói vay 3.500 tỷ cho các học sinh, sinh viên với lãi suất 0%. Theo đó, người được vay vốn là học sinh, sinh viên thuộc hộ nghèo, cận nghèo, có hoàn cảnh khó khăn do ảnh hưởng của dịch COVID-19, là con trong gia đình có

bố hoặc mẹ mất do dịch COVID-19 và là đối tượng chưa có máy tính để đáp ứng cho việc học trực tuyến. Mức vay được đề xuất tối đa là 7 triệu đồng/người, thời hạn cho vay dưới 1 năm, lãi suất 0%/năm, lãi suất nợ quá hạn là 6,6%/năm (bằng lãi suất cho vay ưu đãi đối với hộ nghèo tại Ngân hàng Chính sách xã hội hiện nay). Với sự nỗ lực, chung tay góp sức từ cộng đồng cùng với sự quan tâm, hỗ trợ từ nhà nước quyết tâm giúp cho thế hệ mầm non tương lai của đất nước tiếp tục sự nghiệp học hành của mình. Nhà nước ta với chính sách “Không để ai lại phía sau” quyết tâm giúp đỡ, hỗ trợ người dân để cùng nhau vượt qua đại dịch này.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Mạnh Quang (2021), ‘Xây dựng gói tín dụng hỗ trợ học sinh sinh viên khó khăn học trực tuyến’, Báo pháp luật, truy cập vào 20 tháng 09 năm 2021, từ <<https://baophapluat.vn/xay-dung-goi-tin-dunxg-ho-tro-hoc-sinh-sinh-vien-kho-khan-hoc-truc-tuyen-post413621.html>>

[2] L.Thanh (2021), Bộ tài chính gói 3500 tỉ cho sinh viên học sinh vay lãi suất 0% mua máy tính’, Tuổi trẻ, truy cập vào 04 tháng 12 năm 2021, từ <<https://tuoitre.vn/bo-tai-chinh-trinh-goi-3-500-ti-cho-sinh-vien-hoc-sinh-vay-lai-suot-0-mua-may-tinh-20211001091135529.htm>>

SINH VIÊN NÊN LỰA CHỌN MỞ THẺ ATM NÀO ĐỂ CÓ NHIỀU LỢI ÍCH

Nguyễn Hải Triều

K20413C



Đối với các bạn sinh viên đại học, đặc biệt là với các bạn sinh viên xa nhà thì việc lựa chọn để mở một chiếc thẻ ATM là vô cùng cần thiết để có thể dễ dàng nhận tiền chuyển khoản từ gia đình, phục vụ nhu cầu bản thân. Bài viết này sẽ giúp các bạn lựa chọn thẻ ngân hàng nào để có nhiều lợi ích nhất.

Thẻ ngân hàng là gì?

Theo ngân hàng nhà nước Việt Nam thì thẻ ngân hàng là phương tiện do tổ chức phát hành thẻ phát hành để thực hiện giao dịch thẻ theo các điều kiện và điều khoản được các bên thỏa thuận.

Phân biệt các loại thẻ ngân hàng hiện nay

Thẻ ghi nợ (Debit): là loại thẻ ATM được sử dụng phổ biến nhất ở các bạn sinh viên, loại thẻ này liên kết trực tiếp đến tài khoản ngân hàng của bạn. Số tiền mà bạn sử dụng bằng chính với số tiền bạn nạp vào thẻ. Tính năng chủ yếu là rút tiền mặt từ các máy rút tiền tự động (ATM).

Thẻ tín dụng (credit card): là loại thẻ ATM có đặc điểm là thanh toán trước trả tiền lại cho ngân hàng sau, loại thẻ này được ngân hàng cấp cho chủ thẻ một hạn mức nhất định nào đó để sử dụng cho các hoạt động thanh toán.

Thẻ trả trước (Prepaid): là loại thẻ ATM được dùng để rút tiền, chuyển tiền hoặc thanh toán bằng số tiền có trong thẻ. Chủ thẻ có thể sử dụng thẻ đã được nạp tiền và chi tiêu số tiền đã được nạp trước đó.

Những tiêu chí để quyết định nên sử dụng loại thẻ ngân hàng nào:

Thứ nhất, hệ thống mạng lưới ATM. Những ngân hàng uy tín và nổi tiếng với mật độ cây ATM phủ rộng như: BIDV, Agribank, Vietcombank,...

Thứ hai, phí sử dụng. Khi sử dụng thẻ ATM thì có khá nhiều loại phí như: phí mở thẻ, phí rút tiền, phí thường niên, phí chuyển khoản.

Thứ ba, hạn mức rút tiền. Hiện nay hầu hết ngân hàng có hạn mức rút tiền trong ngày chỉ khoảng từ 2 đến 5 triệu đồng.

Vậy nên chọn thẻ ngân hàng nào hiệu quả ?

Đối với sinh viên UEL chúng ta nên chọn hai ngân hàng đó là BIDV và Agribank vì đây đều là những ngân hàng mà nhà trường khuyến khích sinh viên chúng ta sử dụng, khi có học bổng hay những khoản tiền thì nhà trường có thể dễ dàng chuyển cho sinh viên. Trong khuôn viên trường, khuôn viên ký túc xá hay làng đại học cũng phổ biến hai loại cây ATM của ngân hàng này nên đáp ứng được dễ dàng nhu cầu rút tiền của các bạn sinh viên.

Ngoài ra, để tiết kiệm chi phí dịch vụ các bạn có thể đăng ký ATM ở các ngân hàng sau để nhận được những ưu đãi:

1. Ngân hàng MB miễn phí duy trì tài khoản, phí chuyển tiền liên ngân hàng và phí rút tiền tại cây ATM của ngân hàng MB.
2. Ngân hàng Techcombank: miễn phí chuyển tiền nội bộ và liên ngân hàng Napas, miễn phí rút tiền tại cây ATM Techcombank.
3. Ngân hàng TP Bank: Miễn phí duy trì tài khoản nếu khách hàng hoạt động thường xuyên, miễn phí rút tiền cùng tỉnh mở tài khoản.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]<<https://timo.vn/blogs/tai-khoan-thanh-toan/nen-lam-the-atm-ngan-hang-nao-khong-mat-phi/>>Ngân hàng Nhà nước VN

{2}<https://www.sbv.gov.vn/web-center/portal/vi/menu/rm/pbkt/ndpbktcd/chdttqnh/mstvtvnh?_afr-Loop=40520467306378224#%40%3F_afr-Loop%3D40520467306378224%26center-Width%3D80%2525%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26show-Footer%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3Dfbxrnr70t_9>

CHỈNH PHỤC MINIGAME SỐ BÁO 23



CÓ THỂ BẠN CHƯA BIẾT

Phạm Văn Vĩnh Lộc

K19414C

eKYC: Know Your Customer hoặc eKYC là một thủ tục để kiểm tra và xác thực thông tin khách hàng. Thủ tục này bao gồm các quá trình kiểm tra được thực hiện để xác minh khách hàng trước khi khách hàng được giao dịch, sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp, công ty.

Decentralized: Trong blockchain, decentralized là một ý tưởng về việc quyền kiểm soát được chuyển giao và quyết định từ một thực thể tập trung (cá nhân, tổ chức hoặc nhóm) sang một mạng phân tán. Các decentralized cố gắng giảm mức độ tin cậy mà những người tham gia phải đặt vào nhau và ngăn cản khả năng họ thực hiện quyền hoặc kiểm soát lẫn nhau theo những cách làm suy giảm chức năng của mạng.

NFT: hay Non-fungible tokens là các phần nội dung mang tính kỹ thuật số được liên kết với Blockchain và là cơ sở dữ liệu kỹ thuật số làm nền tảng cho các loại tiền điện tử như bitcoin và ethereum.. NFT là độc nhất và không thể hoán đổi chỉnh sửa, có nghĩa là không có hai NFT giống nhau. NFT có thể tồn tại dưới nhiều dạng tệp kỹ thuật số như hình ảnh, âm thanh và các sản phẩm sáng tạo khác.

CBDC: hay Central bank digital currency là một phiên bản kỹ thuật số của tiền pháp định, được chính phủ hậu thuẫn. Loại tiền kỹ thuật số này được phát hành bởi một ngân hàng trung ương và gắn liền với tiền tệ quốc gia của đất nước. CBDC gần giống với stablecoin, là loại tiền điện tử được gắn với tiền định danh và cố gắng duy trì cùng một giá trị.

Internet of things: mô tả một mạng lưới các đối tượng kỹ thuật số, điện tử-“Things” - được kết nối với nhiều công nghệ khác nhằm mục đích kết nối và trao đổi dữ liệu với nhau qua internet. Các đối tượng này có thể bao gồm từ các đồ vật gia dụng thông thường đến các máy móc công nghiệp khổng lồ.

Big Data: là một thuật ngữ đề cập đến những dữ liệu khổng lồ và phức tạp được lưu trữ dưới nhiều hình thức khác nhau. Các tập dữ liệu này quá lớn đến nỗi phần mềm xử lý dữ liệu truyền thống không thể xử lý được. Bằng việc phân tích và nghiên cứu khối lượng tập dữ liệu khổng lồ này, ta có thể lấy được những thông tin, vấn đề mà các dữ liệu truyền thống hoặc nhỏ hơn không thể tìm thấy.

Insurtech: kết hợp giữa “Insurance” và “Technology” là một thuật ngữ đề cập đến việc ứng dụng các đổi mới công nghệ để nâng cao tính hiệu quả, an toàn trong lĩnh vực bảo hiểm, đặc biệt là lĩnh vực bảo hiểm truyền thống.



THƯ NGỎ

Thân chào các bạn sinh viên,

Vừa qua Chuyên san đã nhận được rất nhiều bài viết từ các bạn cộng tác viên trong số báo 23. Một lần nữa Chuyên san xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến các bạn sinh viên đã luôn trân trọng, yêu quý và ủng hộ cho các số báo nói riêng và các hoạt động của Chuyên san nói chung.

Sắp tới, Chuyên san Kinh Tế Tài chính - Ngân hàng dự kiến phát hành chủ đề: “PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG THỊ TRƯỜNG TRÁI PHIẾU TẠI VIỆT NAM”

Chuyên san rất mong tiếp tục nhận được sự cộng tác của các bạn sinh viên. Những bài viết được chọn lọc và đăng lên báo sẽ nhận được nhuận bút theo quy định.

YÊU CẦU:

Về *nội dung*, các bạn có thể lựa chọn một trong các chủ đề dưới đây:

- (1) Tổng quan về thị trường trái phiếu tại Việt Nam
- (2) Chính phủ đề xuất sử dụng công trái ngoại tệ để giải quyết ngắn hạn trong giai đoạn phục hồi nền kinh tế Việt Nam
- (3) Các vấn đề liên quan khác

Về *hình thức*:

- (1) Trình bày theo bố cục một bài Nguyên cứu khoa học
- (2) Toàn bộ nội dung không quá 4000 từ, Font Times New Roman, size 12, line 1,5.
- (3) Đồ thị, biểu đồ trình bày dưới dạng gốc và hình ảnh.

Thông tin liên hệ và gửi bài: chuyensantcnh@uel.edu.vn

Trân trọng

Ban biên tập

[E] chuyensantcnh@uel.edu.vn [A] Số 669, Quốc lộ 1A, Khu phố 3, Phường Linh Xuân, Quận Thủ Đức, TP Hồ Chí Minh

[F] <https://www.facebook.com/chuyensantcnh>

[W] fb.uel.edu.vn; phần mục: Chuyên san TC - NH



[E] chuyensantcnh@uel.edu.vn