

PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN DI ĐỘNG: thực tiễn quốc tế và kinh nghiệm cho Việt Nam

ThS. NGUYỄN THỊ HẢI BÌNH · ThS. NGUYỄN HỮU ĐỨC · ThS. ĐOÀN NGỌC CHI

Năm 2020 và 2021, đại dịch COVID-19 bùng nổ trên quy mô toàn cầu gây ra nhiều khó khăn thách thức cho nền kinh tế. Tuy nhiên, các chính sách phong tỏa và giãn cách xã hội đã khởi nguồn cho làn sóng chuyển dịch mạnh mẽ từ nền kinh tế sử dụng tiền mặt sang sử dụng các phương thức thanh toán điện tử nói chung và thanh toán di động (Mobile Money) nói riêng trên phạm vi toàn cầu.

Từ khóa: Mobile Money, tài khoản, thanh toán

In 2020 and 2021, the COVID-19 spread around the world, resulting in challenges to the global economy. However, the lockdown and social distancing measures triggered the robust global transition from cash to electronic payment and mobile money.

Tags: Mobile money, account, payment

Năm 2020, số lượng tài khoản đăng ký sử dụng dịch vụ Mobile Money toàn cầu tăng trưởng 13%, đạt 1,2 tỷ tài khoản, trong đó có 300 triệu tài khoản hoạt động; số lượng giao dịch và giá trị giao dịch tăng lần lượt 15% và 22%. Đông Á và Thái Bình Dương là khu vực có sự tăng trưởng mạnh mẽ nhất, với số lượng tài khoản đăng ký đã đạt mốc 243 triệu, đóng góp hơn 34% số tài khoản mới toàn cầu trong năm 2020. Tại Việt Nam, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 316/QĐ-TTg ngày 9/3/2021 phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile Money). Đây là một bước đi tất yếu trong quá trình nâng cao khả năng tiếp cận tài chính cho người dân Việt Nam và là một trong những giải pháp hiệu quả cho phát triển tài chính toàn diện ở nước ta.

Mobile Money: Thanh toán trực tuyến trên điện thoại

Mobile Money là một hình thức thanh toán trực tuyến trên điện thoại giúp cho khách hàng mua bán, sử dụng hàng hoá, dịch vụ... mà không cần sử dụng đến tiền mặt. Dịch vụ Mobile Money hay còn gọi là Dịch vụ thanh toán di động là dịch vụ có những đặc điểm như: Cung cấp hoạt động gửi và nhận tiền, thanh toán hàng hoá dịch vụ bằng điện thoại di động; có thể áp dụng đối với cả người chưa có khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính truyền thống (chưa có tài khoản chính thức tại các định chế tài chính); cung cấp mạng lưới (điểm giao dịch) rộng khắp, đảm bảo khả năng tiếp cận dịch vụ cho tất cả khách hàng; các dịch vụ thanh toán sử dụng điện thoại như một kênh tiếp cận các sản phẩm ngân hàng truyền thống (internet banking, ví điện tử liên kết với thẻ ngân hàng hay tài khoản ngân hàng...) không được tính là Mobile Money.

Trên thế giới, Mobile Money được chia thành 4 mô hình hoạt động chính:

Mô hình Mobile money được dẫn dắt bởi các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông: Đây là mô hình phổ biến tại các quốc gia phía Đông, Nam và một phần Tây Phi. Ở mô hình này, khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ Mobile Money do các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông cung cấp. Đây là mô hình linh hoạt nhất, cho phép nhà lập pháp xây dựng các quy định song hành với quá trình phát triển của sản phẩm và dịch vụ. Cũng có một số quốc gia áp dụng mô hình này cho phép đổi mới sáng tạo trong sản phẩm dịch vụ xảy ra trước, sau đó mới ban hành các quy định phù hợp.

Mobile money được dẫn dắt bởi ngân hàng: Mô hình này được thực hiện bởi Nigeria, Ai Cập, Nam Phi, một số quốc gia châu Á và châu Mỹ Latinh. Ở mô hình này, ngân hàng sẽ là nhà cung cấp dịch vụ, các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông chỉ đóng vai trò cung cấp cơ sở hạ tầng và dịch vụ đại

lý. Mô hình này chịu sự ràng buộc nghiêm ngặt về hoạt động của ngân hàng, dẫn đến chậm đổi mới sáng tạo trong sản phẩm dịch vụ và không thu hút được sự tham gia của các định chế phi ngân hàng. Do đó, mô hình này có tốc độ tăng trưởng chậm hơn so với mô hình được dẫn dắt bởi các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông.

Mô hình ngân hàng thu hẹp: Mô hình này cho phép hình thành một định chế mới hoạt động theo luật ngân hàng, tuy nhiên không được cung cấp dịch vụ tín dụng. Mô hình này là giải pháp cho các thị trường mà người dùng không tin tưởng vào dịch vụ Mobile Money (Ấn Độ). Đây là một mô hình mới, chưa có sự kiểm chứng về tiềm năng.

Mô hình tập trung: Ngân hàng trung ương phát hành tiền điện tử và quản lý nền tảng xử lý thanh toán trung tâm, đóng vai trò chủ đạo trong hoạt động của dịch vụ Mobile Money. Jordan là nước đang đi theo mô hình này, trong đó ngân hàng trung ương Jordan đã xây dựng hệ thống chuyển mạch trong các giao dịch Mobile Money.

Mobile money thúc đẩy xây dựng hệ thống tài chính hiệu quả và toàn diện. Sự phát triển của Mobile Money là một trong những bước trọng yếu trong quá trình xây dựng nền tài chính hiệu quả ở các quốc gia có nền tài chính chưa phát triển. Tại một số thị trường, Mobile Money đã tiếp cận được số lượng lớn các khách hàng có thu nhập thấp hoặc chưa từng sử dụng dịch vụ ngân hàng, chuyển dịch họ từ sử dụng 100% tiền mặt đến tham gia vào hệ thống tài chính chính thức.

Khi Mobile Money phát triển, các định chế tài chính như ngân hàng, công ty bảo hiểm... có thể thông qua kênh Mobile Money để cung cấp các sản phẩm tài chính như tín dụng, huy động, bảo hiểm. Điều đó góp phần giúp các định chế tài chính tiết kiệm chi phí lớn thay vì ngân sách sử dụng vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng ở các

khuvực nông thôn, vùng sâu vùng xa. Việc gia tăng các giao dịch điện tử thông qua Mobile Money góp phần thúc đẩy nền kinh tế số, xây dựng danh mục dịch vụ tài chính toàn diện, tăng cường sự ổn định và tính minh bạch của hệ thống tài chính.

Các nhà cung cấp dịch vụ Mobile Money có thể tận dụng nguồn dữ liệu lớn có được từ các hoạt động giao dịch để phân tích hành vi khách hàng, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng, đồng thời tiết kiệm được thời gian và chi phí.

Kinh nghiệm quốc tế về phát triển và quản lý Mobile Money

Trên thế giới đã có một số quốc gia rất thành công trong việc phát triển dịch vụ Mobile Money, trong đó điển hình là Kenya, Philippines và Indonesia, cụ thể:

Hình mẫu nổi bật cho sự thành công của Mobile Money là M-pesa, một trong những dịch vụ Mobile Money đầu tiên trên thế giới diễn ra tại Kenya. Khởi động vào năm 2007 bởi nhà mạng Safaricom và ngân hàng thương mại châu Phi, tính đến tháng 6 năm 2020, ở Kenya có khoảng 30,5 triệu tài khoản Mobile Money hoạt động thường xuyên, với khoảng 237 nghìn đại lý, xử lý khoảng 4,8 triệu giao dịch/ngày, trong đó M-pesa chiếm đến 99% thị phần. M-pesa đã đưa chỉ số tiếp cận tài chính (tỷ lệ dân số tiếp cận với nền tài chính chính thức) của Kenya tăng từ 26,7% vào năm 2006 lên 82,9% vào năm 2019.

M-pesa là dịch vụ được cung cấp bởi nhà mạng Safaricom của Kenya, cho phép người sử dụng dịch vụ gửi và nhận tiền trong tài khoản Mobile Money qua hệ thống tin nhắn SMS. Các giao dịch này có thể được thực hiện trên điện thoại di động thông thường, không yêu cầu điện thoại thông minh. Ban đầu, khách hàng gửi tiền mặt tại các đại lý của M-pesa để nhận được số dư trên tài khoản Mobile Money của mình với tỷ lệ 1:1. Sau đó, khách hàng có thể

dùng tài khoản Mobile Money để thanh toán hàng hóa, dịch vụ hoặc gửi tiền đến tài khoản khác. Người nhận có thể duy trì khoản tiền này tại tài khoản Mobile Money của mình hoặc rút tiền mặt tại các đại lý của M-pesa. Ngân hàng trung ương Kenya yêu cầu tất cả các khoản tiền khách hàng gửi vào đại lý của M-pesa phải được gửi vào tài khoản tín thác tại ngân hàng thương mại và được quản lý độc lập với tài khoản của Safaricom để bảo vệ khách hàng khỏi rủi ro mất khả năng thanh toán của nhà mạng.

M-pesa chủ yếu được sử dụng cho mục đích chuyển các khoản tiền giá trị nhỏ ở đến các vùng nông thôn chưa có sự hiện diện của các định chế tài chính. Ngoài ra, khách hàng sử dụng M-pesa để thanh toán hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ thông qua thỏa thuận Lipa Na M-pesa giữa Safaricom và các doanh nghiệp cho phép họ có thể thu tiền phí hàng hóa dịch vụ của khách hàng thông qua hệ thống M-pesa (trung bình chiếm 25% tổng số lượng giao dịch).

M-pesa đã thúc đẩy sự phát triển của các sản phẩm tài chính trên điện thoại di động khác như M-Kesho (tích hợp tài khoản tiết kiệm ngân hàng vào tài khoản điện thoại) và M-Shwari (sản phẩm tiết kiệm và cho vay độc lập với hệ thống ngân hàng). Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ của M-pesa cũng đã đi vào hoạt động kể từ năm 2014.

Philippines được xem là quốc gia dẫn đầu trong hoạt động Mobile Money, với sự tiên phong của 2 hệ thống SmartMoney và G-Cash. Theo số liệu mới nhất năm 2020, số lượng tài khoản Mobile Money của Philippines là 37,5 triệu tài khoản với 627 triệu giao dịch. Các đặc điểm địa lý và nhân khẩu học của Philippines được cho là vô cùng phù hợp cho sự phát triển của Mobile Money, cụ thể: Tỷ lệ dân số không có tài khoản ngân hàng chiếm 51/72 triệu người trưởng thành (số liệu 2019); có khoảng 36% khu vực tự



Phương thức thanh toán di động mang lại nhiều tiện ích đối với người sử dụng

Ảnh: TL

trị chưa có chi nhánh ngân hàng, chủ yếu là ở nông thôn; tỷ lệ số thuê bao di động/đầu người cao, đạt 138,2% (số liệu tháng 1/2021). Tuy nhiên, việc tạo dựng một môi trường pháp lý kiến tạo của Ngân hàng trung ương (BSP) mới là nhân tố chủ chốt thúc đẩy sự phát triển của Mobile Money tại Philippines, cụ thể:

Cho phép các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông thử nghiệm mô hình cung cấp dịch vụ tài chính mới. BSP sử dụng cách tiếp cận “thử và học”, cho phép các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông thử nghiệm các mô hình dịch vụ, sau đó đánh giá lợi ích và rủi ro và đưa ra các quy định pháp lý phù hợp; xây dựng hệ thống đại lý Mobile Money rộng khắp, cho phép gửi và rút tiền tại đại lý; thực hiện định danh khách hàng (KYC) một lần duy nhất bằng giấy tờ tùy thân phù hợp, ngăn chặn hành vi rửa tiền, đồng thời giúp hệ thống Mobile Money chặt chẽ hơn; xây dựng khuôn khổ pháp luật hướng dẫn hoạt động cho các nhà cung cấp dịch vụ Mobile Money; cho phép thử nghiệm nhiều mô hình hoạt động của Mobile Money (SmartMoney sử dụng mô hình do ngân hàng dẫn dắt, G-Cash sử dụng mô hình do nhà cung

cấp dịch vụ viễn thông dẫn dắt).

Các đặc điểm về địa lý và nhân khẩu học của Indonesia khá tương đồng với Philippines như: Bị chia cắt bởi nhiều hòn đảo lớn nhỏ (hơn 13 nghìn đảo), tỷ lệ người sử dụng dịch vụ ngân hàng tại các vùng nông thôn chỉ khoảng 1/3, tỷ lệ thuê bao di động/đầu người cao, đạt 125,6%. Indonesia thực hiện xu hướng siết chặt nhằm ổn định thị trường, sau khi thị trường ổn định mới bắt đầu thực hiện các chính sách thu hút khách hàng. Trong thời gian đầu, Ngân hàng trung ương Indonesia không cho phép khách hàng sử dụng dịch vụ Mobile Money được rút tiền mà chỉ được nạp và giao dịch tại các đại lý. Để rút tiền, khách hàng phải đến các cửa hàng được quản lý trực tiếp bởi nhà mạng, trong khi số lượng này trung bình chỉ đạt 25 cửa hàng/nhà mạng. Chính vì vậy, số lượng người sử dụng dịch vụ này tăng trưởng chậm trong giai đoạn đầu phát triển. Tuy nhiên, tỷ lệ người sử dụng Mobile Money bắt đầu tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây, nhờ những thay đổi trong khung pháp lý của Ngân hàng trung ương nước này.

Kể từ năm 2017, các quy định về định danh cá nhân và hạn chế rủi ro

rửa tiền, tài trợ khủng bố đã được thực hiện theo hướng thông thoáng hơn, giúp tăng cơ hội tiếp cận tài chính toàn diện cho người dân. Ở giai đoạn trước, khách hàng muốn sử dụng dịch vụ Mobile Money phải cung cấp giấy tờ tùy thân do địa phương cấp – điều này khiến những người nhập cư thu nhập thấp gần như không thể tiếp cận. Sau đó, Ngân hàng trung ương Indonesia đã cho phép người dân mở tài khoản bằng ảnh chân dung và giấy giới thiệu của địa phương trong trường hợp họ được đánh giá là ít rủi ro. Các nhà mạng viễn thông cũng tăng cường công tác tuyển chọn, đào tạo nhận thức về Mobile Money để nhận diện và ngăn chặn các hành vi rửa tiền, tài trợ khủng bố.

Theo khảo sát của tập đoàn dịch vụ tài chính đa quốc gia VISA thực hiện năm 2021, hình thức thanh toán được người tiêu dùng Việt Nam ưa thích nhất vẫn là bằng tiền mặt, chiếm tỷ lệ 43%, xấp xỉ mức trung bình của Đông Nam Á (45%), tuy nhiên còn kém một số nước trong khu vực như Singapore (15%), Malaysia (23%), Indonesia (28%). Theo Deloitte, thu nhập có quan hệ đồng biến với mức độ tiếp nhận các phương thức thanh toán điện

BẢNG 1. TỶ LỆ NGƯỜI DÂN SỞ HỮU TÀI KHOẢN TẠI CÁC TRUNG GIAN TÀI CHÍNH TẠI VIỆT NAM

Đơn vị: %

Năm	Việt Nam	Các nước có thu nhập trung bình và thấp	Bình quân toàn cầu
2017	30,0	56,1	67,1
2014	30,9	40,6	61,2
2011	21,4	28,9	50,6

Nguồn: Worldbank - Số tay dữ liệu tài chính toàn diện 2018

từ của các hộ gia đình. Đặc biệt là ở các khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa, thu nhập của hộ gia đình thấp cùng với thói quen ưa thích sử dụng tiền mặt khiến tỷ lệ thanh toán điện tử chiếm tỷ trọng không đáng kể. Với tỷ lệ sử dụng thuê bao di động cao (cứ 100 người thì có 147,2 thuê bao di động), tiềm năng phát triển của Mobile Money là rất lớn. Hệ thống thanh toán bằng Mobile Money có khả năng ứng dụng rộng khắp cho các giao dịch giá trị nhỏ, dần dần thay thế tiền mặt trong nền kinh tế.

Tính tổng thể tất cả các trung gian tài chính, tỷ lệ người dân sở hữu tài khoản vẫn ở mức thấp hơn trung bình các nước có thu nhập trung bình và thấp. Tỷ lệ người dân sử dụng các dịch vụ tài chính chính thức ở Việt Nam vẫn còn thấp và có phần tụt hậu so với thế giới. Biểu hiện là tỷ lệ này vẫn thấp hơn các nước có thu nhập trung bình và thấp, đồng thời không chứng kiến sự tăng trưởng trong giai đoạn 2014 đến 2017. (Bảng 1)

Năm 2020, có 70% người trưởng thành Việt Nam có tài khoản ngân hàng (Ngân hàng Nhà nước, 2021). Tuy nhiên, hơn 30% khách hàng chưa có tài khoản còn lại là những khách hàng khó mở rộng, tiếp cận nhất, đây cũng là đối tượng rất cần tới tài chính toàn diện. Những đối tượng này chủ yếu là người có thu nhập thấp, tập trung chủ yếu ở khu vực nông thôn, khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng hiện đại của khu vực này rất hạn chế.

Một số hàm ý chính sách cho Việt Nam

Mobile Money không còn là một giải pháp xa lạ để thúc đẩy tài chính toàn diện, nhất là đối với các nước thu nhập trung bình thấp, hạ tầng khu vực nông thôn chưa phát triển nhưng có tỷ lệ sử dụng thuê bao di động cao. Các nhà tạo lập chính sách đóng vai trò chủ đạo trong quá trình phát triển của

Mobile Money. Để Mobile Money có thể phổ cập trong thời gian đầu áp dụng, các nước thường có xu hướng nới lỏng các quy định pháp lý/ đưa ra các chương trình thử nghiệm ban đầu. Các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông thường sẽ là những người đóng vai trò chính trong quá trình phát triển của Mobile Money, trong khi ngân hàng trung ương chủ yếu thực hiện chức năng giám sát rủi ro. Tuy nhiên, sau khi dịch vụ Mobile Money phát triển đến một quy mô nhất định, chính phủ cùng ngân hàng trung ương cần phải có những thay đổi trong các quy định pháp lý, thường là những văn bản hướng dẫn cụ thể, chi tiết, đồng thời siết chặt hơn để ngăn chặn rủi ro hệ thống, rủi ro rửa tiền...

Từ kinh nghiệm của các quốc gia kể trên, để áp dụng thành công Mobile Money tại Việt Nam, các nhà quản lý và nhà cung cấp dịch vụ cần ưu tiên chú trọng những điểm sau:

Phát triển mạng lưới đại lý rộng khắp: Số lượng đại lý lớn đồng nghĩa với khoảng cách giữa người dân với điểm giao dịch gần hơn. Các đại lý này vừa là điểm giao dịch, vừa thực hiện vai trò tuyên truyền, giáo dục cho người dân về lợi ích của Mobile Money và các dịch vụ tài chính liên quan. Doanh nghiệp viễn thông thí điểm sẽ là người xây dựng tiêu chí và lựa chọn các đại lý. Theo McKinsey, điều này giúp tăng tốc độ phổ cập Mobile Money. Tuy nhiên, khi kết thúc thí điểm, các cơ quan quản lý có thể xây dựng bộ khung tiêu chí phù hợp để lựa chọn các đại lý này.

Định danh khách hàng hiệu quả: Thủ tục định danh khách hàng quá chặt chẽ, phức tạp sẽ tạo rào cản khiến khách hàng không hứng thú với việc sử dụng dịch vụ Mobile Money. Tuy nhiên, nếu thực hiện không chặt chẽ, các rủi ro về giả mạo thông tin cá nhân,

rửa tiền rất dễ xảy ra. Cần có phương pháp định danh khách hàng hiệu quả (có thể áp dụng định danh trực tuyến như một số ngân hàng thực hiện gần đây) hoặc cơ chế phối hợp với bộ dữ liệu quốc gia về dân cư để giải quyết các vấn đề trên. Ngoài ra, có thể dựa trên dữ liệu lịch sử giao dịch của khách hàng để xây dựng hệ số tín nhiệm, đánh giá rủi ro của từng khách hàng để nới lỏng hoặc siết chặt các thủ tục giao dịch;

Tăng cường công tác truyền thông. Ngân hàng nhà nước và các nhà mạng tham gia thí điểm cần tích cực thực hiện công tác truyền thông, giáo dục đến các khách hàng về tài chính toàn diện nói chung và Mobile Money nói riêng. Các giải pháp truyền thông được thực hiện nhờ vào hạ tầng sẵn có của các nhà mạng sẽ đem lại lợi ích lớn với chi phí hợp lý. Nội dung truyền thông có thể bao gồm quy trình, thủ tục đăng ký tài khoản, lợi ích được pháp luật bảo vệ...;

Phát triển hạ tầng công nghệ: Mobile Money là một hệ thống thanh toán độc lập, có yêu cầu cao về lưu trữ dữ liệu khách hàng và dữ liệu giao dịch. Các nhà mạng cần có sự đầu tư nghiêm túc về công nghệ, đồng thời, xây dựng và bảo trì hệ thống cơ sở dữ liệu thường xuyên, tạo thuận lợi cho hoạt động vận hành hệ thống.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quyết định 36/QĐ-TTg ngày 9/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ 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
2. GSMA (2021), State of the Industry Report on Mobile Money
3. GSMA (2018), Mobile Money Policy and Regulatory Handbook
4. Ndung'u (2021), A Digital Financial Services Revolution in Kenya: The M-Pesa Case Study
5. GSMA (2013), Implementing Mobile Money interoperability in Indonesia
6. GSMA (2012), Mobile Money in the Philippines – The Market, the Models and Regulation
7. Ahmad và cộng sự (2020), Mobile Money, financial inclusion and development: a review with reference to african experience
8. Kimenyi và Ndung'u (2009), Expanding the Financial Services Frontier: Lessons From Mobile Phone Banking in Kenya
9. WorldBank (2018), Số tay dữ liệu tài chính toàn diện
10. Website datareportal.com, gsma.com

Ngày nhận bài: 01/11/2021
 Ngày đưa phản biện: 01/11/2021
 Ngày chấp nhận đăng: 13/12/2021
 Email: binhnhth@npsc.gov.vn