

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THANH TOÁN
ĐIỆN TỬ VNPT PAY TẠI PHÒNG BÁN HÀNG VNPT ĐIỆN
BÀN – TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT QUẢNG NAM

SVTH: Dương Thị Kim Hoa

GVHD: Ths.Trần Đức Trí

Lớp: K50 Thương mại điện tử

MSV:16K4041035

HUẾ 12/2019

LỜI CẢM ƠN

Để thực hiện bài này, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến trường Đại Học Kinh Tế - Đại Học Huế, toàn bộ thầy cô giáo và đặc biệt là các thầy cô Khoa Quản Trị Kinh Doanh đã dạy dỗ, truyền đạt kiến thức vô cùng quý báu, làm cơ sở cho em làm bài khóa luận này.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Thạc sĩ Trần Đức Trí trong suốt thời gian qua không quản ngại khó khăn, luôn luôn tận tình giúp đỡ để em có thể hoàn thành bài một cách tốt nhất.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn đến Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng VNPT Điện Bàn, em cảm ơn chị Nguyễn Thị Bích Hạnh cùng các anh chị trong cơ quan đã nhiệt tình giúp đỡ và truyền đạt nhiều kinh nghiệm quý báu trong suốt thời gian chúng em thực tập tại cơ quan.

Cuối cùng, em xin kính chúc quý thầy cô trường Đại học kinh tế - Đại học Huế cùng tập thể cán bộ nhân viên tại Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng VNPT Điện Bàn lời chúc sức khỏe và đạt nhiều thành công.

Em xin chân thành cảm ơn!

Huế, tháng 12 năm 2019

Sinh viên thực hiện

Dương Thị Kim Hoa

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

VNPT	Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam
TMĐT	Thương mại điện tử
CNTT	Công nghệ thông tin
KH	Kế hoạch
TH	Thực hiện
OTP	Mật khẩu sử dụng một lần
ATM	Máy giao dịch tự động
CMND	Chứng minh nhân dân
VT-CNTT&TT	Viễn thông - công nghệ thông tin và truyền thông
BCVT	Bưu chính viễn thông
TT&TT	Thông tin và truyền thông
DT	Doanh thu
TT	Trung tâm

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1: Cơ cấu lao động của Phòng bán hàng Điện Bàn.....	38
Bảng 2: Kết quả kinh doanh của Phòng bán hàng Điện Bàn giai đoạn 2016 -2019	47
Bảng 3: Kết quả thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch trọng tâm giai đoạn 2016-2019.....	48
Bảng 4: Kết quả doanh thu của VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn giai đoạn 2017-2019	50
Bảng 5: Kết quả doanh thu của VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn năm 2017 ..	51
Bảng 6: Kết quả doanh thu của VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn năm 2018 ..	51
Bảng 7: Kết quả doanh thu của VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn năm 2019 ..	52
Bảng 8: Cơ cấu sử dụng dịch vụ VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn năm 2019.....	52

DANH MỤC SƠ ĐỒ, ĐỒ THỊ

Hình 1.1: Giá trị giao dịch thanh toán điện tử tại Việt Nam	8
Hình 1.2: Khó khăn thanh toán điện tử gặp phải.....	10
Hình 1.3: Số lượt giao dịch qua các kênh điện tử quý III/2018	11
Hình 1.4: Mục đích sử dụng của người dùng ví điện tử.....	12
Hình 1.5: Hình ảnh các ví điện tử được Việt Nam cấp phép (5/2019).....	21
Hình 1.6: Giao diện App VNPT Pay	23
Hình 1.7: Hình ảnh Phòng bán hàng Điện Bàn	36
Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức bộ máy của Phòng bán hàng Điện Bàn	37

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	i
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT.....	ii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	iii
DANH MỤC SƠ ĐỒ, ĐỒ THỊ.....	iv
Phần I. ĐẶT VẤN ĐỀ.....	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài.....	2
2.1. Mục tiêu chung.....	2
2.2. Mục tiêu cụ thể.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
3.1. Đối tượng nghiên cứu.....	2
3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Phương pháp nghiên cứu.....	3
5. Kết cấu.....	3
PHẦN II. NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU.....	5
CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN ĐIỆN TỬ.....	5
1. Cơ sở khoa học về vấn đề nghiên cứu.....	5
1.1. Thanh toán điện tử.....	5
1.1.1. Khái niệm.....	5
1.1.2. Các quy định mang tính nguyên tắc trong thanh toán điện tử.....	5
1.1.3. Các phương thức thanh toán điện tử.....	7
1.1.4. Thực trạng hoạt động thanh toán điện tử tại Việt Nam.....	7
1.1.5. Lợi ích của thanh toán điện tử.....	7
1.1.6. Hạn chế của thanh toán điện tử.....	10
1.1.6.1. Hạn chế.....	10
1.1.6.2. Nguyên nhân.....	10
1.2. Ví điện tử.....	11

1.2.1. Khái niệm	11
1.2.2. Mục tiêu của ví điện tử.....	12
1.2.3. Chức năng và vai trò của Ví điện tử.....	12
1.2.4. Đặc điểm của Ví điện tử.....	14
1.2.5. Yêu cầu cần thiết của ví điện tử	14
1.2.6. Các loại ví điện tử	14
1.2.6.1.Ví điện tử cá nhân.....	14
1.2.6.2.Ví điện tử doanh nghiệp	15
1.2.6.3. Một số ví điện tử phổ biến.....	15
1.2.7. Tính an toàn và bảo mật của ví điện tử	16
1.2.8. Ưu, nhược điểm của ví điện tử.....	17
1.2.8.1.Ưu điểm	17
1.2.8.2.Nhược điểm	17
1.3. Dịch vụ Internet Banking (còn gọi là Online banking hoặc E-banking).....	19
1.3.1. Khái niệm	19
1.3.2. Lợi ích của Internet Banking.....	19
1.3.3. Cách đăng ký Internet Banking.....	19
2. Cơ sở thực tiễn của vấn đề nghiên cứu	20
2.1. Thực trạng sử dụng ví điện tử tại Việt Nam	20
2.1.1. Thị trường ví điện tử tại Việt Nam.....	20
2.1.2. Những khó khăn ví điện tử gặp phải	21
2.2. Khái quát về hoạt động thanh toán điện tử VNPT Pay.....	22
2.2.1. VNPT Pay	22
2.2.2. Đặc điểm của VNPT Pay	23
2.2.3. Vai trò của thanh toán điện tử VNPT Pay.....	24
2.2.4. Điều kiện để khách hàng tham gia vào dịch vụ thanh toán điện tử của VNPT ..	24
2.2.4.1.Những yêu cầu đối với các chủ thể khi mở tài khoản thanh toán	24
2.2.4.2.Quyền và nghĩa vụ của VNPT Pay và khách hàng sử dụng thanh toán	25
2.2.4.2.1.Quyền và trách nhiệm của khách hàng.....	25

2.2.4.2.2. Quyền và trách nhiệm của VNPT Pay.....	25
2.3. Phát triển sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử	26
2.3.1. Khái niệm	26
2.3.2. Các tiêu chí phản ánh sự phát triển dịch vụ thanh toán điện tử	26
2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của hoạt động thanh toán điện tử.....	27
2.4.1. Các nhân tố chủ quan	27
2.4.1.1. Nhân tố con người	27
2.4.1.2. Chính sách, chiến lược của VNPT	28
2.4.1.3. Môi trường Marketing	28
2.4.2. Các nhân tố khách quan	28
2.4.2.1. Môi trường kinh tế - xã hội	28
2.4.2.2. Môi trường pháp lý.....	29
2.4.2.3. Môi trường khoa học – công nghệ.....	29
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG VỀ PHÁT TRIỂN SỬ DỤNG DỊCH VỤ THANH TOÁN ĐIỆN TỬ VỚI VNPT PAY TẠI TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT QUẢNG NAM – PHÒNG BÁN HÀNG ĐIỆN BÀN	33
1. Khái quát về trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng Điện Bàn	33
1.1. Tổng quan về Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.....	33
1.1.1. Giới thiệu.....	33
1.1.2. Lĩnh vực kinh doanh	34
1.1.3. Sứ mệnh – Tầm nhìn	34
1.1.4. Các đơn vị thành viên do VNPT sở hữu 100% vốn điều lệ	35
1.2. Giới thiệu về VNPT Quảng Nam	35
1.3. Đôi nét về Trung tâm Kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng Điện Bàn	36
1.4. Cơ cấu tổ chức bộ máy hoạt động của trung tâm giao dịch VNPT Điện Bàn – Quảng Nam.....	37
1.4.1. Tình hình nguồn nhân lực	38
1.4.2. Chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận.....	38
1.5. Chức năng và nhiệm vụ của Phòng bán hàng Điện Bàn.....	42

1.6. Sản phẩm và dịch vụ.....	44
1.7. Công nghệ sử dụng	45
1.7.1. Các đối thủ cạnh tranh.....	45
1.7.2. Công nghệ sử dụng.....	46
1.7.3. Hệ thống quản lý	46
1.8. Hạ tầng Viễn thông – Công nghệ thông tin	46
1.9. Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của trung tâm giao dịch VNPT Điện Bàn – Quảng Nam	47
2. Đánh giá thực trạng hoạt động thanh toán điện tử với VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn	50
2.1. Thực trạng hiện tại	50
2.2. Chất lượng dịch vụ.....	54
2.3. Hoạt động quảng cáo, khuyến mãi.....	54
3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng VNPT Pay của khách hàng hiện nay tại Điện Bàn	55
3.1. Nhận thức hữu ích.....	55
3.2. Thái độ	55
3.3. Nhận thức rủi ro.....	55
3.4. Sự tin tưởng	55
3.5. Ảnh hưởng xã hội	56
3.6. Nhận thức dễ sử dụng	56
4. Nhận xét về phát triển và những vấn đề còn tồn tại của VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn	56
4.1. Những mặt đạt được	56
4.2. Những mặt hạn chế	57
CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN SỬ DỤNG DỊCH VỤ THANH TOÁN ĐIỆN TỬ VỚI VNPT PAY TẠI PHÒNG BÁN HÀNG ĐIỆN BÀN - TRUNG TÂM KINH DOANH VNPT QUẢNG NAM.....	58
1. Kế hoạch phát triển của Trung tâm Kinh doanh VNPT – Quảng Nam	58

2. Định hướng phát triển của Phòng bán hàng Điện Bàn	58
2.1. Định hướng hoạt động sản xuất kinh doanh của Phòng bán hàng Điện Bàn trong các năm tới.....	58
2.2. Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của Phòng bán hàng Điện Bàn	59
3. Mục tiêu và phương hướng phát triển sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử với VNPT Pay trong các năm tới của Phòng bán hàng Điện Bàn	60
3.1. Mục tiêu phát triển.....	60
3.2. Phương hướng phát triển... ..	61
4. Giải pháp giúp phát triển sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn	61
4.1. Giải pháp 1 Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực	61
4.2. Giải pháp 2 Nâng cao sự hiểu biết của khách hàng về ví điện tử.....	62
4.3. Giải pháp 3 Tạo niềm tin vào lợi ích dịch vụ của khách hàng	62
4.4. Giải pháp 4 Hoàn thiện về hạ tầng công nghệ thông tin.....	63
4.5. Giải pháp 5 Tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thanh toán điện tử phát triển	63
Phần III. KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ.....	65
1. Kết luận	65
2. Kiến nghị.....	66
2.1. Với cơ quan, chính quyền tỉnh Quảng Nam	66
2.2. Với Phòng bán hàng Điện Bàn	67
3. Hạn chế của đề tài	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO	68

PHẦN I. ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Lý do chọn đề tài

Hiện nay Internet đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hiện đại. Hằng ngày mọi người lên mạng để tìm kiếm thông tin, chia sẻ và giao lưu với nhau. Nó có thể giúp bạn kết nối với những bạn bè, người thân thông qua các mạng xã hội như Facebook, Zalo,... Internet còn có thể nói là một kho chứa đựng những kiến thức khổng lồ, một môi trường lý tưởng để bạn kinh doanh và cũng đóng vai trò rất quan trọng trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo. Nhờ có Internet mà xã hội ngày càng phát triển hơn.

Chính vì tầm quan trọng của Internet đối với cuộc sống con người hiện nay, nên các nhà cung cấp dịch vụ mạng liên tục ra đời. Đầu tiên phải kể đến là nhà mạng VNPT – là người đặt chân vào thị trường ngành viễn thông sớm nhất, vì là người tiên phong trong lĩnh vực này nên VNPT đã định vị được tên tuổi của mình trên thị trường. Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) là một tập đoàn lớn giữ vai trò chủ đạo trong việc phát triển viễn thông – công nghệ thông tin của đất nước hiện nay.

Thương mại điện tử đang phát triển nhanh chóng, kéo theo đó là hàng loạt hoạt động thương mại thay đổi. Điển hình là phương thức thanh toán, các giao dịch thanh toán thay đổi theo hướng trực tiếp sang thanh toán điện tử.

Thanh toán điện tử đang trở thành phương thức thanh toán phổ biến ở các nước trên thế giới. Tại Việt Nam, trong những năm gần đây, thanh toán điện tử có bước phát triển nhanh chóng, tận dụng tối đa những ưu điểm như giảm thời gian giao dịch, tăng tính tiện lợi, an toàn... cho người sử dụng. Chính vì vậy mà nhiều giao dịch hay thanh toán đã được thực hiện qua mạng, không cần phải trực tiếp đến nơi thanh toán.

Tuy nhiên bên cạnh đó, hoạt động thanh toán điện tử cũng đặt ra không ít thách thức liên quan đến khung khổ pháp lý, sự an toàn trong giao dịch, bảo mật thông tin, giao dịch giữa các nước, tội phạm công nghệ cao và chủ quyền số của mỗi quốc gia mà Việt Nam cần phải hoàn thiện, vượt qua.

Đứng trước thời đại công nghệ đang chuyển mình mạnh mẽ và xu hướng thanh toán điện tử đang ngày một thịnh hành khi có đến 40% trong số hơn 93 triệu người dân

sử dụng Internet, trong đó 58% từng tham gia mua trực tuyến thông qua smartphone. VNPT-Pay ra đời với mục đích giúp cho cuộc sống của khách hàng đơn giản, tiện lợi hơn cũng như góp phần thay đổi thói quen thanh toán bằng tiền mặt của người Việt. Với Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng Điện Bàn cũng vậy, đang cố gắng nâng cao lượng khách hàng sử dụng ứng dụng VNPT Pay giúp khách hàng thuận tiện hơn, tiết kiệm hơn khi phải ra trung tâm giao dịch.

Xuất phát từ những lý do nói trên cùng với mong muốn đóng góp vào sự phát triển của Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng Điện Bàn nên đã chọn đề tài “Phát triển dịch vụ thanh toán điện tử VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn - Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam”.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

2.1. Mục tiêu chung

Đánh giá hoạt động sản xuất kinh doanh của Phòng bán hàng, nhất là dịch vụ thanh toán điện tử VNPT Pay của Phòng bán hàng trong những năm gần đây, phân tích những mặt hạn chế, đề xuất những nội dung, giải pháp nhằm nâng cao tỉ lệ sử dụng dịch vụ VNPT Pay và đáp ứng nhu cầu tiện lợi của khách hàng.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống những lý luận các vấn đề liên quan đến thanh toán điện tử và tình hình thanh toán qua ví điện tử tại Việt Nam
- Nghiên cứu thực trạng ứng dụng dịch vụ VNPT Pay trong thanh toán của Phòng bán hàng Điện Bàn hiện nay. Phân tích những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ VNPT Pay của khách hàng. Đưa ra những nhận xét đánh giá và chỉ ra những cái đạt được cần phát huy và những hạn chế cần giải quyết
- Đề xuất giải pháp thúc đẩy việc ứng dụng VNPT Pay trong giao dịch nhằm phát triển dịch vụ và nâng cao hiệu quả kinh doanh của Phòng bán hàng Điện Bàn.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đề tài tập trung phát triển sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử với VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn – Trung tâm kinh doanh VNPT – Quảng Nam

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi thời gian: Nghiên cứu từ 16/09/2019 – 21/12/2019
- Phạm vi không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Phòng bán hàng VNPT Điện Bàn – Quảng Nam

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập số liệu: số liệu thứ cấp là số liệu được thu thập, xử lý từ các ngành các cấp của mạng thanh toán điện tử... và các báo cáo, tạp chí, trang web liên quan. Thống kê và thu thập các dữ liệu từ các phòng ban của trung tâm
- Phương pháp lấy ý kiến chuyên gia: phương pháp này có mục đích là tranh thủ ý kiến của những người có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực thanh toán điện tử đặc biệt là ví điện tử
- Phương pháp phân tích thống kê và kinh tế: sử dụng phương pháp phân tích thống kê và phân tích kinh tế để phản ánh và phân tích biến động của số lượng, chất lượng, chất lượng kinh doanh của trung tâm trong kỳ nghiên cứu.

5. Kết cấu

Đề tài “Phát triển dịch vụ thanh toán điện tử VNPT Pay tại Phòng bán hàng Điện Bàn – Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam” hi vọng sẽ có một cái nhìn tổng quát về thực trạng thanh toán điện tử tại Phòng bán hàng VNPT Điện Bàn – Quảng Nam nói riêng và các doanh nghiệp khác nói chung, để từ đó đưa ra các nguyên nhân cũng như các giải pháp nhằm phát triển hoạt động thanh toán điện tử.

Kết cấu:

Phần I: ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong phần này sẽ trình bày lí do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và cấu trúc đề tài

Phần II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Chương 1: Tổng quan về hoạt động thanh toán điện tử

Chương 2: Thực trạng về phát triển sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử với VNPT Pay tại Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng Điện Bàn

Chương 3: Giải pháp nhằm phát triển khả năng sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử với VNPT Pay tại Trung tâm kinh doanh VNPT Quảng Nam – Phòng bán hàng Điện Bàn.

Phần III: KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

Tailieu.vn

Trường Đại học Kinh tế Huế

PHẦN II. NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN ĐIỆN TỬ

1. Cơ sở khoa học về vấn đề nghiên cứu

1.1. Thanh toán điện tử

1.1.1. Khái niệm

Thanh toán điện tử (thanh toán trực tuyến) là hình thức thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ không có sự xuất hiện của tiền mặt mà được tiến hành bằng cách trích tiền từ tài khoản của người chi trả chuyển vào tài khoản của người thụ hưởng hoặc bằng các bù trừ lẫn nhau thông qua vai trò trung gian của các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán.

Theo báo cáo quốc gia về kỹ thuật Thương mại điện tử của Bộ thương mại, “thanh toán điện tử theo nghĩa rộng được định nghĩa là việc thanh toán tiền thông qua các thông điệp điện tử thay cho việc trao tay tiền mặt”.

Theo nghĩa hẹp, thanh toán trong Thương mại điện tử có thể hiểu là việc trả tiền và nhận tiền hàng cho các hàng hóa, dịch vụ được mua bán trên Internet.

Một định nghĩa khác cho rằng, thanh toán điện tử là các khoản thanh toán trong môi trường thương mại điện tử với hình thức trao đổi tiền thông tin qua các phương tiện điện tử (Kaur và Pathak, 2015). Thanh toán điện tử là một cách trả tiền điện tử cho hàng hóa hoặc séc, trực tiếp hoặc qua đường bưu điện.

Hệ thống thanh toán điện tử được phân loại thành bốn loại: Thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, tiền điện tử, hệ thống micropayment.

1.1.2. Các quy định mang tính nguyên tắc trong thanh toán điện tử

Thanh toán điện tử phải ánh mỗi quan hệ kinh tế pháp lý trong giao nhận và thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ nên trong quá trình thực hiện thanh toán các bên tham gia phải tuân thủ những quy định mang tính nguyên tắc sau:

Thứ nhất, các chủ thể tham gia thanh toán (kể cả pháp nhân và thể nhân) đều phải mở tài khoản thanh toán tại tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán và được quyền lựa chọn tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán để mở tài khoản. Khi tiến hành thanh toán

phải thực hiện thanh toán thông qua tài khoản đã mở theo đúng chế độ quy định và phải trả phí thanh toán theo quy định của ngân hàng và tổ chức làm dịch vụ thanh toán. Trường hợp đồng tiền thanh toán là ngoại tệ thì phải tuân thủ quy chế quản lý ngoại hối của nhà nước.

Thứ hai, số tiền thanh toán giữa người chi trả và thụ hưởng phải dựa trên cơ sở lượng hàng hóa, dịch vụ đã giao giữa người mua và người bán. Người mua phải chuẩn bị đầy đủ phương tiện thanh toán (số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán tại tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán hoặc hạn mức thấu chi nếu có) để đáp ứng yêu cầu thanh toán đầy đủ, kịp thời khi xuất hiện yêu cầu thanh toán.

Nếu người mua chậm trễ thanh toán hoặc vi phạm chế độ thanh toán thì phải chịu phạt theo chế độ thanh toán hiện hành.

Thứ ba, người bán hay cung cấp dịch vụ là người được hưởng số tiền do người chi trả chuyển vào tài khoản của mình nên phải có trách nhiệm giao hàng hay cung cấp dịch vụ kịp thời và đúng với lượng giá trị mà người mua đã thanh toán, đồng thời phải kiểm soát kỹ càng các chứng từ phát sinh trong quá trình thanh toán.

Thứ tư, là trung gian thanh toán giữa người mua và người bán, các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán phải thực hiện đúng vai trò trung gian thanh toán:

- Chỉ trích tiền từ tài khoản của người chi trả chuyển vào tài khoản của người thụ hưởng khi có hiệu lệnh của người chi trả (thể hiện trên các chứng từ thanh toán). Trường hợp không cần có lệnh của người chi trả (không cần có chữ ký của chủ tài khoản trên chứng từ) chỉ áp dụng đối với một số hình thức thanh toán như ủy nhiệm thu hay lệnh của Tòa án kinh tế.

- Các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán phải có trách nhiệm hướng dẫn, giúp đỡ khách hàng mở tài khoản, sử dụng các công cụ thanh toán phù hợp với đặc điểm sản xuất kinh doanh, phương thức giao nhận, vận chuyển hàng hóa. Cung cấp đầy đủ các chứng từ sử dụng trong quá trình thanh toán thì phải chịu phạt để bồi thường cho khách hàng theo chế tài chung.

1.1.3. Các phương thức thanh toán điện tử

- Thanh toán bằng các loại thẻ
 - Thẻ ghi nợ (Debit card)
 - Thẻ tín dụng (Credit card)
 - Thẻ rút tiền mặt (Cash card)
- Thanh toán qua cổng
- Thanh toán qua ví điện tử
- Thanh toán bằng thiết bị thông minh
 - Qua Mobile Banking
 - Qua QR Code
- Internet banking
- Chuyển khoản ngân hàng

1.1.4. Thực trạng hoạt động thanh toán điện tử tại Việt Nam

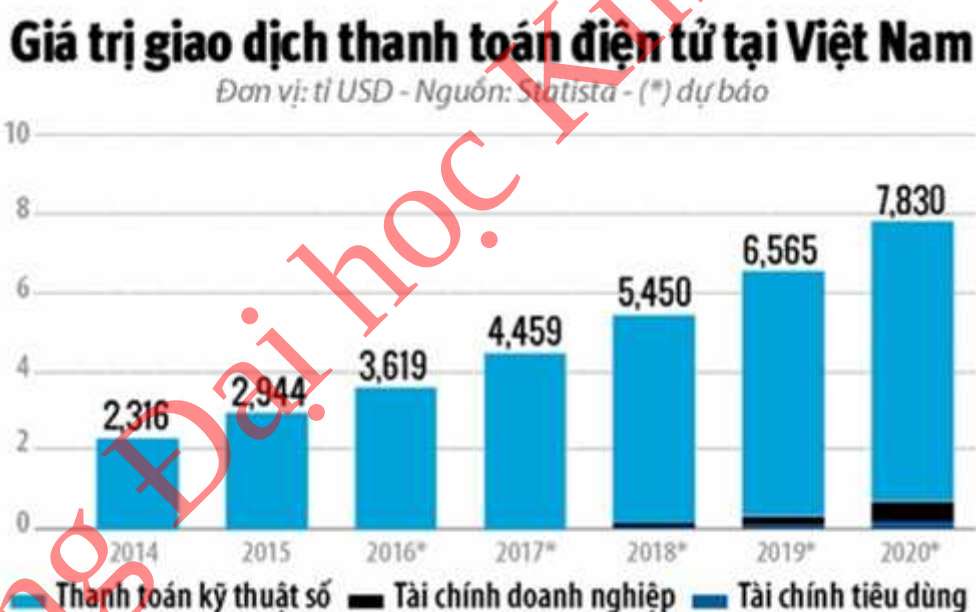
Theo báo cáo của Ngân hàng Nhà nước 6 tháng đầu năm 2019 số lượng giao dịch điện tử tăng lên 30%, giá trị giao dịch điện tử tăng 18%; Hiện có 78 tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán qua Internet và 45 tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán di động (mobile payment), với số lượng giao dịch lên đến vài trăm triệu tỉ đồng chỉ tính riêng trong 9 tháng của năm 2019. Số liệu này cho thấy thanh toán điện tử đang phát triển mạnh ở nước ta.

Khảo sát của PwC (PricewaterhouseCoopers – một trong bốn công ty kiểm toán hàng đầu thế giới) đối với 27 nước đã ghi nhận Việt Nam là thị trường nhanh nhất về thanh toán di động trong năm 2018 với tỷ lệ người tiêu dùng thanh toán di động ở Việt Nam đã tăng từ 37% lên 61%.

Về thanh toán điện tử qua Internet, điện thoại di động đến 31/03/2019 số lượng giao dịch tài chính qua kênh Internet đạt hơn 101 triệu giao dịch với giá trị giao dịch khoảng 4,5 triệu tỷ đồng (tăng tương ứng 65,81% và 13,46% so với cùng kỳ năm 2018); số lượng giao dịch tài chính qua kênh điện thoại di động đạt hơn 76 triệu giao dịch với giá trị giao dịch hơn 924.000 tỷ đồng (tăng tương ứng 97,75% và 232,3% so với cùng kỳ năm 2018).

Tuy nhiên, theo số liệu của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM) thực tế đến thời điểm hiện nay việc phát triển thanh toán điện tử ở Việt Nam, đặc biệt là khu vực nông nghiệp, nông thôn còn nhiều hạn chế. Tỷ trọng thanh toán điện tử/tổng phương tiện thanh toán thấp, chỉ chiếm 11,49%. Tỷ lệ sử dụng tiền mặt rất cao, chiếm gần 90% chi tiêu trong đó 99% cho các mặt hàng dưới 100.000 đồng.

Bên cạnh đó, Cục Thương mại điện tử và kinh tế số (Bộ Công Thương) cũng cho biết trong 5 năm gần đây TMĐT tăng trưởng với tốc độ 25-30% mỗi năm với tổng giá trị giao dịch TMĐT năm 2018 đạt 8 tỷ USD, tuy nhiên nhiều chủ yếu phương thức thanh toán vẫn là tiền mặt. Chỉ 3-5% lượng giao dịch sử dụng thanh toán điện tử với tỷ lệ thanh toán trực tuyến rất thấp, đến 80% khách hàng hiện vẫn dùng phương thức nhận hàng trả tiền (COD).



Hình 1.1: Giá trị giao dịch thanh toán điện tử tại Việt Nam

(Nguồn: Statista)

1.1.5. Lợi ích của thanh toán điện tử

Theo Garadahew Warku (2010), tất cả các phương thức thanh toán điện tử có một số đặc điểm như: Tính độc lập, ẩn danh, di động, bảo mật, dễ sử dụng, chi phí giao dịch, thuận tiện, kiểm soát và truy xuất nguồn gốc. Hệ thống thanh toán điện tử có lợi cho người bán hàng trực tuyến, bởi vì thanh toán điện tử cho phép họ giao dịch bán

hàng trực tuyến mọi lúc mọi nơi thay vì bị giới hạn trong một cửa hàng; Giảm chi phí xử lý hoạt động và đồng thời tiết kiệm giấy in ấn biên lai, hóa đơn; Cho phép khách hàng, người tiêu dùng tiếp cận với thị trường toàn cầu.

Theo Hord (2005), thanh toán điện tử rất thuận tiện cho người tiêu dùng. Người tiêu dùng chỉ cần nhập thông tin tài khoản của mình như số lượng, địa chỉ thanh toán và thẻ tín dụng. Thông tin sau đó được lưu trữ trong cơ sở dữ liệu trên máy chủ web của nhà bán lẻ. Khi người tiêu dùng quay trở lại trang web, chỉ cần đăng nhập với tên truy cập và mật khẩu. “Hoàn thành một giao dịch đơn giản như các nhấn chuột. Tất cả người tiêu dùng phải làm là xác nhận đang thực hiện mua hàng”

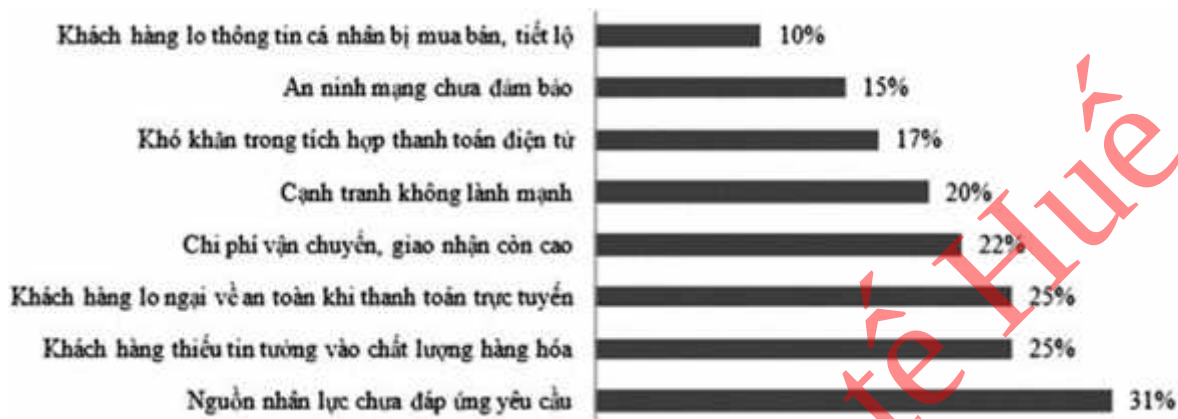
Thanh toán điện tử làm giảm chi phí cho doanh nghiệp. Các khoản thanh toán hơn đó được xử lý bằng điện tử, chi phí ít hơn là sử dụng giấy và bưu chính. Cung cấp thanh toán điện tử cũng có thể giúp các doanh nghiệp cải thiện duy trì người tiêu dùng. Người tiêu dùng có nhiều khả năng trở lại với trang web thương mại điện tử nơi mà thông tin của họ đã được nhập và lưu trữ (Hord 2005).

Theo Cobb (2005), “thanh toán điện tử chi phí giao dịch thấp hơn có thể kích thích GDP và tiêu dùng cao hơn, tăng hiệu quả của chính phủ, tăng cường vai trò trung gian tài chính và cải thiện tính minh bạch tài chính” Cobb nói thêm rằng: “chính phủ đóng một vai trò cực kỳ quan trọng trong việc tạo ra một môi trường mà trong đó những lợi ích có thể đạt được một cách phù hợp với kế hoạch phát triển kinh tế”

Sử dụng các công cụ thanh toán điện tử sẽ mang lại lợi ích lớn cho cả doanh nghiệp và người tiêu dùng dưới hình thức chi phí giảm, thuận tiện hơn, phương tiện đáng tin cậy an toàn hơn trong thanh toán và nhiều tiềm năng lớn cho hàng hóa và dịch vụ được cung cấp trên toàn thế giới qua Internet hoặc mạng điện tử khác (Humphrey và cộng sự, 2001). Thanh toán điện tử cho phép người tiêu dùng xử lý các giao dịch tài chính hàng ngày mà không cần phải truy cập vào chi nhánh ngân hàng địa phương của họ. Thanh toán điện tử tiết kiệm thời gian và chi phí (Appiah và Agyemang, 2006).

1.1.6. Hạn chế của thanh toán điện tử

1.1.6.1. Hạn chế



Hình 1.2: Khó khăn thanh toán điện tử gặp phải

(Nguồn: Cục thương mại điện tử và Công nghệ thông tin)

- Hành lang pháp lý trong lĩnh vực thanh toán điện tử vẫn chưa hoàn thiện, mặc dù thời gian vừa qua đã được cải thiện nhiều, song chưa được đánh giá đầy đủ và đồng bộ.

- Thu nộp thuế điện tử vẫn còn nhiều vướng mắc do việc kết nối thanh toán của Kho bạc Nhà nước và hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng (IBPS) của Ngân hàng Nhà nước chưa được mở rộng.

- Truyền thông về các hình thức thanh toán điện tử chưa được quan tâm, chú trọng. Những mục tiêu chiến lược, định hướng và các chính sách lớn để phát triển hoạt động thanh toán chưa được công chúng nhận thức đầy đủ và đúng đắn. Vì vậy, không chỉ người dân mà cả các doanh nghiệp hiểu biết còn ít hoặc hiểu biết mơ hồ về các dịch vụ thanh toán và phương tiện thanh toán điện tử.

- Thanh toán điện tử trong thương mại còn thấp, nhiều trường hợp bán hàng online nhưng khi thanh toán vẫn chủ yếu bằng tiền mặt.

1.1.6.2. Nguyên nhân

- Thanh toán bằng tiền mặt trong nền kinh tế vẫn còn lớn, đặc biệt là khu vực nông thôn và khu vực dân cư.

- Thiếu niềm tin, tâm lý lo ngại rủi ro khi sử dụng các dịch vụ thanh toán điện tử.