

## Cần thiết lập chính sách để khuyến khích thanh toán trực tuyến

17:57 27/08/2020

Theo ông Trần Văn Trọng, Ủy viên Ban chấp hành kiêm Chánh Văn phòng Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (Vecom), cơ quan quản lý cần có cơ chế, chính sách thuận lợi cho doanh nghiệp triển khai, tuyên truyền để cộng đồng thấy thanh toán



Để người dân

*hạn chế sử dụng dùng tiền mặt thì nhất thiết phải tạo được sự tiện dụng và an toàn dựa trên các giải pháp công nghệ, tài chính fintech (Ảnh minh họa)*

Phát triển thanh toán không dùng tiền mặt là chủ trương nhất quán, xuyên suốt của Chính phủ từ giữa thập niên trước. Cụ thể hóa chủ trương này, Ngân hàng Nhà nước đã phối hợp chặt chẽ với các Bộ, ngành liên quan triển khai đồng bộ nhiều giải pháp nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được thì vẫn còn một số tồn tại trong việc phát triển thanh toán không dùng tiền mặt. Sự tham gia ngày càng nhiều của các tổ chức phi ngân hàng, công ty Fintech, hãng công nghệ lớn vào lĩnh

vực thanh toán đặt ra thách thức đối với cơ quan quản lý, nhất là trong việc xây dựng, hoàn thiện quy định pháp luật vừa đảm bảo sự phát triển, đổi mới, vừa đảm bảo yêu cầu quản lý nhà nước đối với hoạt động thanh toán, bảo vệ người tiêu dùng.

Tội phạm, gian lận trong thanh toán điện tử gần đây có chiều hướng gia tăng trong bối cảnh các dịch vụ, giao dịch online trở nên phổ biến với hành vi, thủ đoạn mới, tinh vi hơn và sử dụng công nghệ nhiều hơn.

Ông Đinh Thanh Sơn, Phó Tổng giám đốc Tổng Công ty CP Bưu chính Việt Nam (Vietnam Post) cho rằng, việc người dùng chủ yếu chọn phương thức thanh toán bằng tiền mặt đang gây ra nhiều khó khăn, cũng như rủi ro cho các đơn vị cung cấp dịch vụ hậu cần thương mại điện tử trong việc kiểm soát và điều hành.

Đó là rủi ro trong khi thu tiền cước, tiền COD, rủi ro mất cắp trong quá trình giao hàng, rủi ro tài chính khi nhân viên có thể chiếm dụng công nợ khi thu tiền của khách hàng....Nếu việc mua bán hàng hóa, đặc biệt là thương mại điện tử hạn chế việc sử dụng tiền mặt thì những doanh nghiệp hậu cần như Vietnam Post sẽ là đối tượng hưởng lợi từ chủ trương của Chính phủ.

Theo ông Sơn, để người dân hạn chế sử dụng dùng tiền mặt thì nhất thiết phải tạo được sự tiện dụng và an toàn dựa trên các giải pháp công nghệ, tài chính fintech. Các ngân hàng nên có phương án giảm phí giao dịch chuyển tiền. Đặc biệt, phí giao dịch thanh toán qua thẻ Visa/MasterCard hiện nay ở Việt Nam đang ở mức rất cao, dẫn đến người dân có tâm lý hạn chế thanh toán qua các loại thẻ quốc tế này.

Tiếp nữa, nên có chính sách kích thích người dân sử dụng ví điện tử như các chương trình chiết khấu, liên kết giữa ví điện tử và các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp thương mại điện tử.

Cuối cùng, nên xây dựng QR code dùng chung cho tất cả ví điện tử tại Việt Nam để tạo thuận lợi cho hoạt động thanh toán của người dân.

Còn theo ông Trần Văn Trọng, Ủy viên Ban chấp hành kiêm Chánh Văn phòng Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (Vecom), cơ quan quản lý cần có cơ chế, chính sách thuận lợi cho doanh nghiệp triển khai, phải để cộng đồng thấy được thanh toán không dùng tiền mặt tiện lợi hơn phương thức thanh toán truyền thống.

Cơ quan nhà nước phải là đơn vị đi đầu triển khai ứng dụng thanh toán không dùng tiền mặt vào các dịch vụ công. Nhìn rộng ra hơn nữa với câu chuyện chuyển đổi số, cần sự vào cuộc quyết liệt của nhà nước thì mới tạo được khí thế

và xu hướng của cộng đồng. Và cơ chế, chính sách về thanh toán phải có tính tương đồng với thực tiễn, bởi quy mô giao dịch 10 năm trước đây và hiện nay sẽ có sự khác nhau.

Về phía nhà cung cấp giải pháp hay trung gian thanh toán, cần có sự liên kết với nhau để đồng nhất giúp người dùng dễ dàng sử dụng. Một số giải pháp công nghệ thanh toán mới như Smart POS, NFC...còn đang trong quá trình bắt đầu triển khai ra thị trường, rất cần có sự hỗ trợ để tiếp cận thị trường.

Một điểm cần lưu ý là, các đơn vị cung cấp dịch vụ trung gian thanh toán đang quá nhiều nhưng lại không đồng bộ với nhau, dẫn tới lãng phí trong việc mở rộng thị trường và gây bối rối cho người dùng khi lựa chọn kênh thanh toán. Đa số doanh nghiệp chưa có nguồn lực, kinh nghiệm và mức độ quyết liệt triển khai thanh toán không dùng tiền mặt. Thậm chí, các ngành có lượng giao dịch lớn nhưng phức tạp về nghiệp vụ cũng chưa quyết liệt chuyển đổi số kèm ứng dụng thanh toán không tiền mặt như logistics, giao vận, y tế....

Tại nước ta, tỷ lệ thanh toán tiền mặt (trên 80%) vẫn chiếm đa số, thói quen tiêu dùng truyền thống chưa được thay đổi và niềm tin vào mua sắm online chưa cao. Chính vì vậy, cần đẩy mạnh tuyên truyền, đào tạo kỹ năng mua sắm trực tuyến và thanh toán không dùng tiền mặt để tránh lợi dụng; tăng cường các giải pháp để người tiêu dùng xác định được nguồn gốc, xuất xứ và mức độ tin cậy của sản phẩm mua sắm trực tuyến, từ đó tỷ lệ thanh toán trực tuyến mới cao.

Ngoài ra, các kênh thanh toán cần đa dạng, tạo thuận lợi cho người dùng và tăng trải nghiệm tốt trong quá trình sử dụng.

**Đoàn Huế**