

Nghiên cứu qui mô thị trường thanh toán thương mại điện tử Việt Nam

GS.TS. ĐOÀN THỊ HỒNG VÂN & ThS. TRẦN MAI ĐÔNG

1. Đặt vấn đề

Cùng với lượng người sử dụng Internet và thẻ tín dụng ngày càng nhiều, số lượng người tiêu dùng mua sắm qua mạng cũng tăng nhanh chóng, nhất là trong giới trẻ và khu vực đô thị. Tâm lý và thói quen mua sắm bắt đầu có sự thay đổi: chuyển từ phương thức truyền thống sang phương thức mới - thương mại điện tử. Đã có không ít doanh nghiệp tìm được đối tác mới, ký được hợp đồng qua các chợ ảo. Việc sử dụng thư điện tử (email) trong giao dịch kinh doanh ngày càng trở nên phổ biến. Nhiều doanh nghiệp đã sử dụng Internet cho mục đích mua bán hàng hóa và dịch vụ.

Ở VN, giờ đây thương mại điện tử và thanh toán trực tuyến không còn là những khái niệm xa lạ đối với người tiêu dùng. Trong giao dịch thương mại, mua bán hàng hóa và thanh toán qua mạng đang ngày càng phổ biến. Đã có nhiều đề án nghiên cứu nhằm tìm ra những giải pháp thanh toán trực tuyến phù hợp, trong số đó một số mô hình đã được đem ra thử nghiệm. Nhưng khi áp dụng vào thực tế, các mô hình này lại bộc lộ những bất cập, cần tiếp tục nghiên cứu giải quyết. Ở Việt Nam, hiện đang áp dụng một số phương thức thanh toán, như: trả tiền mặt khi giao hàng, mở tài khoản ở nước ngoài để nhận tiền trả bằng thẻ tín dụng, chuyển khoản qua ngân hàng, gửi tiền qua bưu điện, chuyển qua hệ thống chuyển tiền quốc tế, phát hành thẻ trả trước,.... Với các phương thức thanh toán vừa nêu, thị trường thanh toán trực tuyến có điều kiện phát triển mạnh mẽ, đa dạng và đầy tiềm năng. Để được đầu tư đúng mức, nghiên cứu tìm ra những mô hình thanh toán hữu hiệu, phù hợp, trước hết cần trả lời cho được câu hỏi: Sức mua và qui mô thị trường thanh toán thương mại điện tử VN như thế nào?

Trong phạm vi giới hạn của bài viết, các tác giả đặt ra mục tiêu nghiên cứu: phân tích, ước lượng qui mô thị trường thanh toán thương mại điện tử VN và

cũng chỉ mới nghiên cứu thị trường B2C, C2C. Phương pháp nghiên cứu là dựa trên khảo sát thông tin trên các tiêu chí sau:

- Dự đoán doanh thu, lợi nhuận
- Dự đoán giá trị thương mại (tổng giá trị giao dịch)
- Dự đoán tổng doanh thu của ngành, lĩnh vực,
- Dự đoán số người có ý định và khả năng sử dụng dịch vụ thanh toán

2. Phương pháp thu thập & tổng hợp thông tin

- Thu thập dữ liệu thứ cấp, nhằm:
 - Tiết kiệm thời gian, chi phí thấp
 - Ít tốn công sức thực hiện, độ tin cậy cao
 - Tiếp cận một vấn đề từ nhiều góc độ khác nhau
- Thông tin cần thu thập:
 - Số lượng người và thói quen sử dụng sử dụng Internet,
 - Số lượng người sử dụng dịch vụ ngân hàng, giá trị giao dịch thương mại điện tử,
 - Số lượng tài khoản ngân hàng và thẻ thanh toán ngân hàng (ATM)
 - Số lượng người sử dụng dịch vụ trò chơi giải trí trực tuyến (Game online)
- Nguồn thu thập dữ liệu:
 - Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương), Tập đoàn Bưu chính Viễn thông (VNPT)
 - Tổng cục Thống kê VN, Cục thống kê TP.HCM
 - Ngân hàng Quốc tế VN (VIB), Ngân hàng Nhà nước VN.
 - VNEpress, VietNamnet, Thanh Niên, ACNeilsen, Hội thẻ VISA, công ty IDG
 - Quan hệ cá nhân, Công ty thanh toán điện tử Việt Phú - MobiVi
 - Các dữ liệu thu thập mang tính cập nhật, mốc thời điểm từ năm 2006 và 2007.
- Phương pháp tổng hợp và phân tích:
 - Áp dụng phương pháp nghiên cứu mô tả

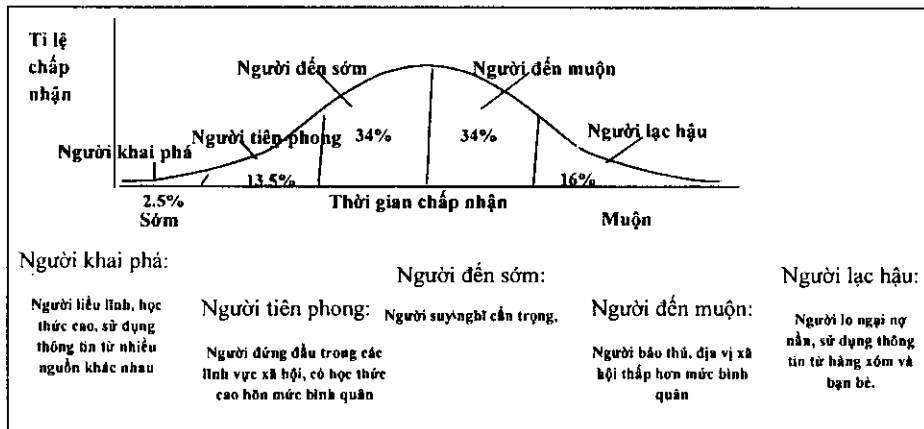
(descriptive) và khám phá (exploratory)

- Áp dụng phương pháp xây dựng tổng tính thị trường (Market-Build up), qui mô của thị trường được xác định trên:

- Số lượng khách hàng tiềm năng sử dụng dịch vụ
- Mức chi tiêu bình quân của mỗi khách hàng
- Căn cứ để dự đoán:
- Mô hình mức độ sẵn sàng sử dụng sản phẩm của khách hàng "Diffusion of Innovation" của Everett M. Rogers (Xem Mô hình 1)
- Kiến thức về tâm lý khách hàng.

Mô hình 1: Mức độ sẵn sàng sử dụng sản phẩm của khách hàng - Diffusion of Innovation

Nguồn: Everett M. Rogers, Quản trị Marketing, Philip Kotler



3. Kết quả nghiên cứu và dự đoán

3.1 Tình hình phát triển dịch vụ Internet tại Việt Nam

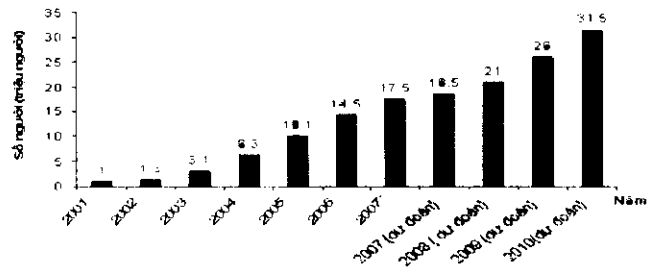
Theo dự đoán của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông, trong 9 năm phát triển dịch vụ, số người sử dụng Internet sẽ tăng 30 lần (từ 1 triệu người năm 2001 đến 31,5 triệu người năm 2010) (Xem Bảng 1).

Số liệu thống kê của Trung tâm Internet VN cũng cho thấy, hiện tại có khoảng hơn 20 triệu người VN sử dụng Internet và trong 2 năm tới, số người sử dụng Internet ở VN sẽ vào khoảng 30 triệu người. Thị trường rộng lớn này cùng với tốc độ tăng trưởng kinh tế của cả nước, theo đánh giá của các chuyên gia sẽ là tiền đề cho sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử trong những năm sắp tới.

Bảng 1: Số người sử dụng Internet

Nguồn: <http://vnexpress.net/Vietnam/Vi-tinh/2007/>

Số người sử dụng Internet



3.2 Dự đoán thị trường cho dịch vụ Online Payment căn cứ số người sử dụng Internet.

Trên cơ sở tiên liệu rằng đối tượng đi tiên phong trong việc tham gia mua bán trực tuyến sẽ là những người có độ tuổi từ 20 – 50, thành phần kinh tế xã hội (class): Thu nhập cao và khá (class A và B), có tri thức, có thói quen sử dụng Internet và sử dụng các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng như tài khoản cá nhân, thẻ ATM, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, các thông tin về liên quan đến các dịch vụ này được thu thập để làm căn cứ cho việc dự đoán thị trường cho dịch vụ Online Payment.

• 7% là tỉ lệ người sử dụng Internet có biểu hiện mua bán qua mạng (Nguồn: AC Neilsen).

• 20 triệu người sử dụng internet x 7% = 1.400.000 người có biểu hiện mua bán mạng.

• Ước lượng trung bình một website TMĐT với doanh thu hàng tháng là trung bình 500 triệu VND và với số tài khoản trung bình 37.000.

• Giả thiết doanh thu hàng năm của website này là gần 6 tỉ VND (500 triệu/tháng x 12) và số tài khoản thực sự hoạt động thường xuyên (với tỉ lệ 60%, theo phỏng vấn Phó giám đốc VTC Intercom) mua hàng là 22.200 (37.000 tài khoản x 60%). Có thể phân tích thấy được trung bình một tài khoản mua hàng trung bình trên mạng là gần 17 USD/năm. Thông tin giả thiết trên suy luận từ Bảng 2 dưới đây.

• Giả sử trung bình mỗi khách hàng tham gia thương mại điện tử chi tiêu 20 USD/năm (tương đương 1 cuốn sách; vào năm 2004 con số này tại Đài Loan là 44 USD, Trung Quốc là 125 USD và Thái Lan là 192 USD) thì qui mô thị trường sẽ là:

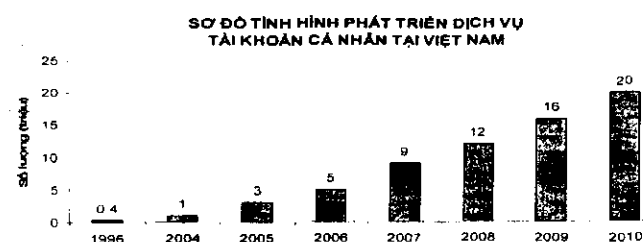
$1.400.000 \text{ người} \times 20 \text{ USD/người/năm} = 28.000.000 \text{ USD/năm}$

3.3 Tình hình phát triển dịch vụ tài khoản cá nhân tại VN

Dự trù tăng 19 lần trong 6 năm: từ 1 triệu năm 2004 đến 20 triệu năm 2010.

Bảng 3: Tình hình phát triển dịch vụ tài khoản cá nhân tại VN

Nguồn: [ii] Visa consulting 2007. [iii] Visa consulting



2007, [v] Viet Nam Banking

3.4. Dự đoán thị trường cho dịch vụ Online Payment căn cứ số người sử dụng thẻ ngân hàng

3.4.1 Ước tính số người có thẻ thanh toán quốc tế sẽ sử dụng Online Payment:

Bảng 4: Số người có đủ tiêu chuẩn có thẻ thanh toán tại TP.HCM và Hà Nội

	2006	2007	2008	2009	2010
Số người đủ tiêu chuẩn có thẻ tín dụng ở Hà Nội & TP.HCM (triệu)	1,21	1,54	1,82	2,00	2,14
Tốc độ tăng trưởng		27%	18%	9%	7%

Nguồn: Visa thói quen và quan điểm của người VN về việc vay tín dụng và sử dụng thẻ tín dụng 2006

- Số người sử dụng thẻ thanh toán quốc tế hiện là 500.000 người, số thẻ tín dụng ở Hà Nội & TP.HCM là 1.820.000 / 86 triệu dân - Nguồn: Visa International. Đây là những người tiên phong trong việc sử dụng phương thức thanh toán mới tại VN.

- Quyết định sử dụng thẻ thanh toán quốc tế mang tính tự nguyện rất cao, vì vậy khả năng tự động sử dụng một loại hình thanh toán khác cũng sẽ cao.

- Tỷ lệ những người sử dụng thẻ thanh toán quốc tế đã từng chi tiêu ở nước ngoài cao hơn những người không sử dụng thẻ thanh toán quốc tế, vì vậy khả năng đối tượng sử dụng thẻ thanh toán quốc tế quen với phương thức mua bán trực tuyến cũng cao hơn.

- Tổng số = $1.820.000 \times 16\% = 291.200$ người
- Trong đó, $16\% =$ người khai phá (innovator) chiếm $2,5\% +$ người tiêu thụ ban đầu (early adoptors)

chiếm $13,5\%$, dựa trên mô hình mức độ sẵn sàng sử dụng sản phẩm của khách hàng - Diffusion of Innovation

3.4.2. Ước tính số người đang có thẻ ATM sẽ sử dụng thanh toán trực tuyến:

- Ước lượng, $9,25\% = 100\%$ người khai phá (innovator) chiếm $2,5\% + 50\%$ người tiêu thụ ban đầu (early adoptors) chiếm $6,75\%$, dựa trên mức độ sẵn sàng sử dụng sản phẩm của khách hàng - Diffusion of Innovation

- Ước tính này được đưa ra trên cơ sở:

- Những người sử dụng thẻ ATM (tỷ lệ $10,3\%$ dân số VN - 8,3 triệu thẻ / 86 triệu dân - Nguồn: Ngân hàng Nhà nước - NHNN) là những người khá tiên phong trong việc sử dụng phương thức thanh toán mới tại VN.

- Tổng số = $8.300.000 \times 9,25\% = 767.750$ người

- Quyết định sử dụng thẻ ATM mang tính tự nguyện tương đối cao nhưng cũng có yếu tố bắt buộc (công ty trả tiền lương qua thẻ ATM)

- Nói chung tính tiên phong trong việc sử dụng phương thức thanh toán mới đối với đối tượng dùng thẻ ATM không cao bằng nhóm đối tượng dùng thẻ thanh toán quốc tế, vì vậy đề nghị chỉ phỏng đoán có 50% người tiêu thụ ban đầu (early adoptors) chiếm ($6,75\%$) trong số những người sử dụng thẻ ATM tham gia mua bán trực tuyến.

3.4.3. Tổng doanh thu trên số lượng khách hàng và tiên phong trong việc sử dụng thanh toán điện tử được ước lượng là:

- Số người có khả năng dễ dàng tiếp cận với việc thanh toán điện tử: $(291.200 + 767.750) = 1.058.950$ người

- $1.058.950 \text{ người} \times 20 \text{ USD/người/năm} = 21.179.000 \text{ USD/năm}$

3.5. Tình hình phát triển thị trường Game Online

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp Phần mềm VN (Vinas), tổng số tài khoản của một số game online nổi tiếng: 10 triệu (Audition: gần 3 triệu; Võ lâm truyền kỳ: 3 triệu; Thế giới hoàn mỹ: 1 triệu)

- Ước tính giá trị tiền giao dịch hàng tháng: 6,3 - 9,4 triệu USD

- Tổng số game online hiện nay: 25-30

- Số công ty cung cấp dịch vụ Game Online đang hoạt động: 10.

- Các doanh nghiệp kinh doanh game online nổi bật nhất là FPT, VinaGame, VTC AsiaSoft và Hanoi Telecom.

- Như Vinagame, tiền bán thẻ một tháng thu vào

là khoảng 20-25 tỉ VNĐ.

- 50 triệu USD là tổng doanh số Game Online năm 2006

- Theo Phó Giám đốc VTC Intercom, tổng doanh thu mua bán trực tuyến trên mạng trong Game Online là 20% của tổng doanh số Game Online (50 triệu USD). Trong FPT chiếm 5 triệu USD và VASC chiếm khoảng 2 triệu USD. Tức là 10 triệu USD

- Dự kiến đến năm 2010, mỗi game thủ ở VN sẽ chi tiêu 50 USD/năm/trò chơi và đến năm 2010 sẽ có 83 công ty kinh doanh thị trường game trực tuyến nội địa. Như vậy, doanh thu từ game nội địa ít nhất sẽ đạt 83 triệu USD (mỗi công ty kinh doanh ít nhất 1 trò chơi và mỗi trò chơi thu hút khoảng 20.000 người).

3.6. Qui mô thị trường thanh toán thương mại điện tử:

- Tổng doanh thu trên số lượng người có khả năng mua bán trực tuyến – 28.000.000 USD/năm (1)

- Tổng doanh thu trên số lượng khách hàng và tiên phong trong việc sử dụng thanh toán điện tử - 21.179.000 USD/năm (2)

- Tổng doanh thu mua bán trực tuyến trong game online là 20% của tổng doanh số game online (50 triệu USD/năm). Tức là 10 triệu USD/năm (3)

- Qui mô thị trường mua bán trực tuyến là (1) + (2) + (3) = 59.950.000 USD/năm

4. Kết luận về qui mô thị trường thanh toán thương mại điện tử VN

Với qui mô thị trường gần 60 triệu USD/năm, các dịch vụ Internet, thẻ thanh toán và tài khoản cá nhân tại VN trong những năm qua phát triển rất mạnh và ổn định. Điều này cho thấy thói quen mới: sử dụng Internet và các loại hình thanh toán qua ngân hàng tại VN đang ngày càng trở nên phổ biến một cách nhanh chóng trong xã hội. Ngoài ra, số lượng các shop mua bán online hiện đang tăng rất nhanh và mạnh mẽ (chodientu.com, 123mua.com.vn, goldmart.com,...) tác động tích cực đến nhu cầu của khách hàng và làm thay đổi phong cách mua sắm. Thêm vào đó, hiện nay tỉ lệ người sử dụng Internet, thẻ ngân hàng (credits và debits) và Game Online ở VN đang phát triển với tốc độ cao. Điều này có nghĩa là thị trường tiềm năng sẽ còn tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm tới, nếu được tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng tiềm năng sử dụng dịch vụ và các hoạt động marketing được triển khai hiệu quả, thì khả năng phát triển dịch vụ Online Payment của VN là rất hứa hẹn. vì vậy, cần đầu tư nghiên cứu để tìm ra những phương thức thanh toán điện tử phù hợp.

5. Kiến nghị

Với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế VN, nhu

Bảng 2: Một số e-commerce website hàng đầu ở Việt Nam, xét về doanh thu, số tài khoản, hình thức giao dịch

Website	Doanh thu/tháng (triệu)	Số lượng giao dịch/tháng	Số lượng tài khoản	Hình thức giao dịch
www.123mua.com.vn	500-550	2.200 - 2.500	50.000	Thẻ trả trước VinaCard (VNG); thẻ đa năng Đồng Á DAB; thẻ thanh toán quốc tế (INT) thanh toán sau (COD), chuyển tiền qua bưu điện (POS), chuyển khoản qua ngân hàng (BNK) (NH châu Á, Techcombank, NH Ngoại thương - Vietcombank), Western Union
www.linhperfume.com	120 - 140	200 chai		Chuyển khoản NH Ngoại thương VN, NH TMCP Đông Á, chuyển tiền qua bưu điện
www.golmart.vn	400 - 450	2.000	30.000	Thanh toán trực tuyến bằng thẻ đa năng Đồng Á, tiền mặt khi giao hàng, thẻ ATM Vietcombank, thanh toán bằng thẻ quà tặng (Gift Card, eGift card), Thanh toán bằng F@stMobiPay Techcombank, chuyển khoản; Money order cheque tại Mỹ, bằng cheque tại Úc, Thanh toán qua NH tại Nhật, chuyển tiền qua bưu điện tại Đài Loan, thanh toán bằng cheque tại Singapore, Western Union, thanh toán tiền mặt trực tiếp tại các văn phòng hoặc đại diện của Golmart, thanh toán thông qua dịch vụ Call Center 247, thanh toán qua thẻ ATM của Agribank, thanh toán bằng chuyển tiền qua bưu điện tại VN
www.btsplaza.com.vn	400 - 500	2.700	500 DN	Chuyển khoản, thanh toán trực tiếp, tin nhắn điện thoại SMS
www.1001dhoppings.com	320 - 380	1.600		Thanh toán: chuyển khoản, tiền mặt, nhờ thu
www.chodientu.com	600 - 700	70.000	100.000 NTD 2.000 DN	Tiền mặt, điện chuyển tiền, chuyển khoản NH, F@stMobiPay Techcombank, One Pay (thẻ tín dụng) thẻ đa năng NH Đồng Á,
www.saigontourist.net	54,75 tỉ			Tiền mặt, chuyển khoản, chuyển tiền

Nguồn: Công ty thanh toán điện tử Việt Phú – MobiVi

cầu về các dịch vụ thanh toán an toàn, chi phí thấp, nhanh chóng, và thuận tiện ngày càng lớn. Các dịch vụ thanh toán không dùng thẻ, không dùng tiền mặt cũng chưa được phát triển mạnh. Việc thanh toán bằng séc gần như không được ứng dụng ở VN.

Gần đây, do việc hệ thống điện thoại di động phát triển mạnh, có một số ứng dụng thanh toán dùng số dư trên tài khoản di động trả trước được phát triển, ví dụ thanh toán cho việc mua bán thời gian và vật phẩm trong các trò chơi trực tuyến. Tuy nhiên, mức phí của các giao dịch này là rất cao, ở mức hàng chục phần trăm. Hơn nữa, giá trị của các giao dịch này ở mức rất hạn chế và vì thế để thực hiện một giao dịch giá trị cao sẽ tốn quá nhiều chi phí. Thêm vào đó, các hãng điện thoại di động khuyến mại ồ ạt làm số dư tài khoản di động cao hơn rất nhiều so với giá trị tiền thực. Điều này làm cho việc dùng số dư tài khoản di động để thanh toán kém hấp dẫn đối với người bán hàng. Các ngân hàng đang nỗ lực hiện đại hóa và phát triển dịch vụ, nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu thanh toán điện tử của thị trường. Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng qua Ngân hàng Nhà nước (Inter-Bank Payment System – IBPS) và các kết nối thanh toán song phương giúp cho việc chuyển khoản liên ngân hàng được thuận tiện hơn rất nhiều. Nhưng đây mới là kết nối giữa các ngân hàng, chưa phải là tới người dùng. Thêm vào đó, các giao dịch chuyển khoản liên ngân hàng là rất tốn kém, cả về thời gian và lệ phí. Việc tới đây các ngân hàng phát triển mạnh các dịch vụ ngân hàng trực tuyến (Internet banking, home banking) sẽ rút ngắn khoảng cách giữa người dùng và mỗi ngân hàng. Tuy nhiên, một hạn chế căn bản vẫn tồn tại, đó là việc các giao dịch thanh toán (ví dụ bằng chuyển khoản qua Internet banking) chưa được tích hợp với các giao dịch mua bán hàng hóa, dịch vụ.

Đã đến lúc cần có mạng thanh toán thương mại điện tử để đáp ứng đầy đủ các nhu cầu cho mọi thành phần trong nền kinh tế, từ người mua, người bán, các tổ chức tài chính ngân hàng, cho tới các cơ quan quản lý nhà nước. Mạng thanh toán này sẽ được tích hợp với các hệ thống thanh toán chuẩn mực của những nền kinh tế phát triển, như hệ thống thanh toán thẻ tín dụng quốc tế Visa, Mastercard, Amex và hệ thống các mạng ATM. Trên nền tảng này, mạng thanh toán sẽ cung ứng những dịch vụ thanh toán an toàn, ổn định, thuận tiện và tiết kiệm thời gian, chi phí.

Trong điều kiện hiện nay sử dụng ví điện tử là phù hợp. Đó là hệ thống thanh toán thương mại điện tử hỗ trợ khách hàng là người dùng có thể chi trả cho người

bán hàng hay gửi tiền đến người dùng khác. Trong đó, người dùng đăng ký một tài khoản (một ví điện tử) – bằng cách cung cấp tên tài khoản, địa chỉ email và số điện thoại di động. Sau đó, người dùng có thể nạp tiền hay chuyển khoản vào ví điện tử tại ngân hàng, qua ATM hay qua các hệ thống đại lý ủy quyền. Người dùng cũng có thể dễ dàng rút tiền từ ví điện tử ra tài khoản tại ngân hàng. Người dùng sử dụng ví điện tử để thanh toán qua mạng ■

Tài liệu tham khảo

1. <http://vnexpress.net/Vietnam/Vi-tinh/2007/05/3B9F6190/>
2. VNNIC.
3. http://www.vietrade.gov.vn/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=39&Itemid=
4. Visa consulting 2007
5. Master Card http://vneconomy.vn/?home=detail&page=category&cat_name=06&id=23f84924eccd5b
6. Viet Nam Banking
7. <http://www.tuoitre.com.vn/ Tianyon/Index.aspx? ArticleID=212058&ChannelID=11>
8. http://thuongmaiso.com.vn/Noi_dung/Tintuc/thanh_toan_dien_tu_viet_nam-cau_dang_vuot_cung/
9. Niên giám thống kê TP.HCM 2006, P21
10. Survey in Ha Noi and Ho Chi Minh cities by AC Nielsen 11/2006 http://www.pcworld.com.vn/pcworld/magazine.asp?t=mzdetail&atcl_id=5f5e5d5f595e58
11. <http://www1.thanhnien.com.vn/Kinhhte/2006/10/13/165889.tno>
12. <http://vnexpress.net/Vietnam/Kinh-doanh/2007/08/3B9F8DEA/>
13. <http://vietbao.vn/Xa-hoi/Chinh-sach-doi-voi-kieu-bao-can-su-dot-pha/40195907/157/>
14. Công ty thanh toán điện tử Việt phú - MobiVi
15. Phó Giám đốc công ty VTC - Intercom
16. Giám đốc Phòng Giá trị gia tăng của SFone cung cấp.
17. Điều tra của Vụ Thương mại Điện tử
18. Everett M. Rogers, Quản trị Marketing, Philip Kotler
19. Dự thảo chi tiết Chương trình phát triển công nghiệp nội dung số VN đến năm 2010, Bộ Bưu chính Viễn thông tháng 10/2006.
20. <http://vnexpress.net/Vietnam/Kinh-doanh/2007/11/3B9FCCB8/>