

Vi thanh toán và những yếu tố thúc đẩy sự phát triển vi thanh toán ở Việt Nam

Nguyễn Trần Hưng *

Là một trong những nội dung quan trọng của thanh toán điện tử, vi thanh toán ngày càng chứng tỏ được những lợi ích và vai trò tích cực của mình trong việc thu lợi nhuận từ các giao dịch có giá trị nhỏ. Tuy nhiên nhiều doanh nghiệp thương mại điện tử ở nước ta chưa nhận thức đầy đủ về vai trò của vi thanh toán nên việc triển khai ứng dụng nó để thu lợi nhuận trên các Website cung cấp nội dung hoặc bán lẻ điện tử giá trị nhỏ còn rất hạn chế. Để góp phần cải thiện tình hình trên, bài viết của tác giả đã giới thiệu về vi thanh toán, khái quát thực trạng phát triển vi thanh toán của Việt Nam và đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển của hình thức thanh toán này trong thời gian tới.

Mở đầu

Thanh toán điện tử là một nhân tố cấu thành cực kỳ quan trọng trong thương mại điện tử, cũng đồng thời là thước đo trình độ ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh hiện đại. Có rất nhiều các công cụ thanh toán điện tử khác nhau nhưng phổ biến nhất vẫn là thanh toán qua thẻ tín dụng. Tuy nhiên, trên thực tế nhiều giao dịch điện tử mà thanh toán bằng thẻ tín dụng không phải là giải pháp tối ưu, đặc biệt là đối với các giao dịch thanh toán nhỏ. Một dịch vụ thanh toán điện tử khác đã được phát triển để hỗ trợ các kiểu giao dịch này, đó chính là vi thanh toán.

1. Vài nét về vi thanh toán điện tử

Trong thế giới của Internet và web, vi thanh toán (micropaymen) được hiểu là một khái niệm kinh doanh chỉ cách thu tiền từ mỗi trang web được xem, mỗi click, mỗi đường link, hay bất cứ dịch vụ, nội dung nào được bán qua web mà có giá tiền nhỏ (dưới 10 USD) thậm chí có thể chỉ một vài xu.

Một số ví dụ về việc những người bán hàng cần các khoản thanh toán nhỏ là:

- Các lĩnh vực trả theo từng chương trình xem.
- Các trích đoạn từ nội dung như các báo cáo.
- Các chương trình và tiện ích nhỏ mua trực tuyến.
- Giấy phép đến các site theo ngày mà lẽ ra cần có thuê bao hàng tháng.
- Các trò chơi trả theo trận.

Đối với một người bán hàng, việc xử lý các khoản thanh toán thẻ tín dụng nhỏ, khoảng 0,01 - 10 USD là không kinh tế. Phần lớn mọi người không muốn bỏ một lượng tiền nhỏ vào thẻ tín dụng của mình.

Chuyên gia của Gartner là Avivah Litan cho biết "Nếu bán một món hàng dưới 10 USD, phí giao dịch mà bạn phải trả cho công ty thẻ tín dụng còn lớn hơn cả lợi nhuận".

Để thực hiện vi thanh toán, hầu hết các công ty đều phải thông qua một nhà cung cấp dịch vụ vi thanh toán - MpSP (Micropayment Service Provider) chẳng hạn như: <http://www.payment-net.com>, <http://www.cybercash.com>. Thông thường các MpSP sẽ tạo cho các Website muốn ứng dụng vi thanh toán bằng cách sử dụng mã hoá mỗi đường link, mỗi click phải trả tiền bên trong các trang HTML (Hyper Text Markup Language) và các tài khoản cá nhân trên Internet, nơi người dùng sẽ cân đối nợ có với một ứng dụng của bên thứ ba chính là các MpSP có trách nhiệm kiểm soát, thu nhận và phân phối các khoản thanh toán rất nhỏ.

Các khoản vi thanh toán được xử lý thông qua các hoá đơn điện tử. Người tiêu dùng tiến hành đăng ký một tài khoản trả trước với một người

* Th.S., Trường Đại học Thương mại.

bán hàng hoá đơn điện tử. Người bán hàng vì thanh toán cung cấp cho người tiêu dùng một tài khoản tiền số để thanh toán. Sau đó, người tiêu dùng có thể mua trực tiếp từ các site chấp nhận một kiểu thanh toán hoá đơn điện tử. Nói tóm lại, tiền quy ước hoạt động về mặt điện tử giống như tiền mặt hoạt động trong thương mại truyền thống trước đây.

Trước khi khách hàng vì thanh toán chuyển tiền số đến người bán, hệ thống tiến hành xác nhận cả người tiêu dùng và người bán để đảm bảo rằng tiền sẽ đến đúng địa điểm. Cybercash chính là một ví dụ rõ ràng nhất về người bán hàng hóa đơn điện tử.

Các nhà cung cấp dịch vụ vì thanh toán cho phép người mua hàng giá trị nhỏ trừ dần vào một tài khoản trả trước. Vì vậy một khách hàng có tài khoản khoảng 10 hay 20 USD có thể mua các món hàng giá trị từ 0,01 USD trở lên tại tất cả các trang web họ muốn, đồng thời các trang này vẫn có lợi nhuận từ những giao dịch nhỏ bé đó.

Vì thanh toán về cơ bản bao gồm 2 dạng chính là: SMS Micropayment và Audiotex Micropayment.

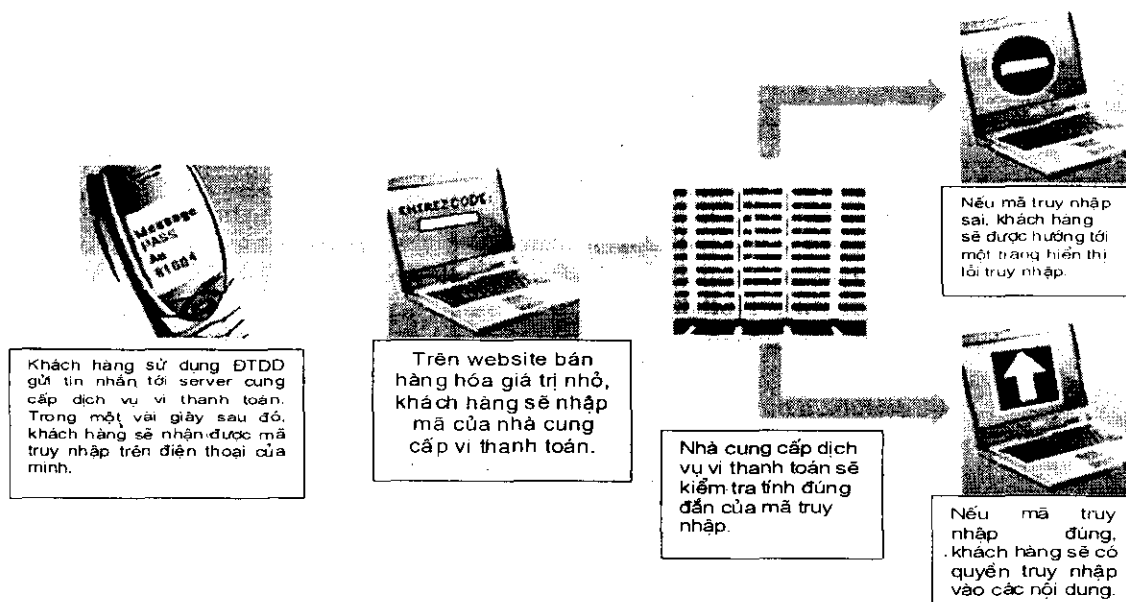
Mặc dù có lợi ích như vậy, công nghệ này vẫn

chưa được phổ biến rộng rãi. Một thời gian trước, các nhà "Internet học" dự đoán rằng vì thanh toán sẽ tràn lan trên các trang web, bởi các nhà cung cấp nội dung sẽ tận dụng công nghệ này để kiếm lời từ mọi thứ họ có thể bán. Nhưng khi trải nghiệm, việc kiếm lời từ quảng cáo trên những nội dung đó lại được chứng minh là hiệu quả và dễ dàng hơn. Và cuối cùng công nghệ này chỉ được coi là một nhất thời sau một loạt thất bại của các nhà cung cấp vì thanh toán (Các công ty như Flooz và Beenz là một ví dụ).

Hiện nay, thương mại điện tử đã và đang tăng trưởng mạnh mẽ, kéo theo các nhà cung cấp dịch vụ vì thanh toán cũng phát triển. Hai nhân tố này đã góp phần làm tăng nhu cầu vì thanh toán là: băng thông rộng được sử dụng phổ biến và khách hàng đã bắt đầu chấp nhận trả tiền để mua các tệp tin âm nhạc thay vì thích sử dụng miễn phí như trước kia.

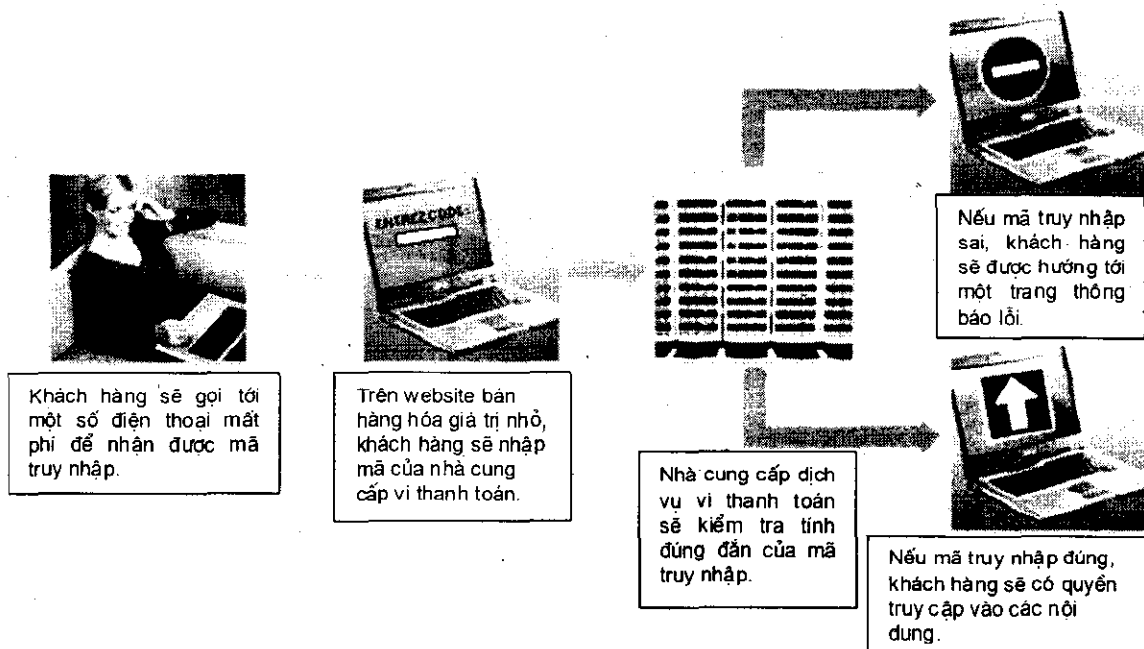
2. Thực trạng vì thanh toán ở Việt Nam

Công nghệ vì thanh toán đặc biệt phổ biến ở những trang web cung cấp âm nhạc hoặc các bài báo theo yêu cầu. Do những mặt hàng này thường chỉ có giá vài USD hoặc ít hơn, nên người bán không muốn để khách mua bằng thẻ tín dụng,



Hình 1: Sơ đồ vì thanh toán qua tin nhắn SMS.

Audiotex Micropayment:



Hình 2. Sơ đồ vì thanh toán qua đàm thoại.

nếu không phí thanh toán cho mỗi giao dịch này sẽ chiếm hết cả lợi nhuận của những món hàng nhỏ đó.

Hiện nay, một cuộc chạy đua quyết liệt đã và đang diễn ra trên mạng Internet giữa các tập đoàn công nghệ thông tin và kinh doanh thế giới, nhằm giành giật lấy một "mẩu" nhỏ trong "miếng bánh" hấp dẫn của thị trường download nhạc hợp pháp đầy tiềm năng lợi nhuận thông qua vì thanh toán. Ngay cả Coca - Cola là hãng mới nhất tham gia vào cuộc tranh giành này bằng việc tung ra dịch vụ âm nhạc trực tuyến có nhãn hiệu của mình với hơn 250.000 bài hát trực tuyến được bán qua mạng với giá 80 cent/bài. Các bản nhạc trực tuyến có thể ở nhiều định dạng khác nhau, như MP3, WMA, Real..., được người sử dụng mua và download về máy tính của mình qua Internet. Các file nhạc này sau đó có thể nghe trên máy tính hoặc đưa vào máy nghe nhạc số cầm tay với chất lượng âm thanh không khác gì đĩa CD.

Có vẻ như mọi đối thủ từ các nhãn hiệu thu âm nổi tiếng đến các công ty phần mềm đều đang cố gắng lao như thiêu thân theo thành

công iTunes của Apple - gian hàng âm nhạc trực tuyến đầu tiên và thành công nhất, với kỷ lục bán được tới 25 triệu bài hát qua mạng chỉ trong 9 tháng đầu tiên.

Với những người trong lĩnh vực kinh doanh âm nhạc, cuộc chạy đua này đã phản ánh cách nhìn nhận về Internet và cách thức thu lợi nhuận từ những giao dịch thanh toán nhỏ trong các ngành công nghiệp này. Các hãng thu âm lớn của thế giới đã nhận thấy nhu cầu download nhạc trực tuyến hợp pháp chưa được khai thác. Hiện các bài hát đơn có thể được download qua Internet với giá chưa đến một bảng Anh, cũng như có thể mua được toàn bộ album của các danh ca đang đứng đầu bảng xếp hạng ở bên kia đại dương chỉ trong chốc lát và đương nhiên các Website cung cấp âm nhạc này thực hiện giao dịch bằng vì thanh toán.

Mặc dù vậy, bất chấp sự phát triển của các giao dịch thanh toán nhỏ trong lĩnh vực chủ yếu là download nhạc số của các doanh nghiệp trên thế giới thuộc nhiều lĩnh vực như Microsoft, MTV, Sony, Real thậm chí hãng đồ ăn McDonald's và

đồ uống Coca - Cola đã lao vào lĩnh vực này sau thành công bất ngờ của iTunes & iPod. Vì thanh toán của Việt Nam vẫn im hơi lặng tiếng và vẫn chưa có các bước cũng như lộ trình ứng dụng nhằm các mục đích thương mại đặc biệt là ở các Website âm nhạc.

Tại Việt Nam, do mới ở giai đoạn sơ khai nên vì thanh toán chưa được ứng dụng phổ biến trên các Website, kể cả các Website nghe nhạc. Vì thanh toán mới chỉ xuất hiện chủ yếu trong các dịch vụ tải nhạc chuông, hình nền, game trên điện thoại di động thông qua soạn các tin nhắn SMS theo mẫu và thanh toán bằng cách trừ trực tiếp trên tài khoản trả trước hoặc trả sau, giá trị của mỗi tin nhắn SMS kiểu này thường dao động từ 2.000 VND đến 15.000 VND và các nhà cung cấp dịch vụ này thông thường là các nhà cung cấp dịch vụ mạng Vinaphone, Mobile phone, VTC, Vietnamnet...

Để sử dụng dịch vụ này, người sử dụng sẽ thực hiện soạn tin nhắn SMS theo mẫu, chẳng hạn như "Để biết người đó có nhớ bạn hay không, soạn tin: TY <Tên bạn><Tên người ấy> rồi gửi tới 8530"; "Để tải game về máy di động của mình, soạn tin nhắn: GM <mã game> gửi 8530" hay đối với tải hình nền hay nhạc chuông cũng tương tự như vậy. Những máy di động có kết nối GPRS có thể tải trực tiếp hình nền, nhạc chuông, game... về máy, còn nếu không thì sẽ phải truy cập vào Website theo tin nhắn mà trung tâm gửi lại để download về máy tính cá nhân của mình, sau đó sẽ sử dụng dây nối USB kết nối với điện thoại di động để tải hình nền hay nhạc chuông đó vào. Đối với mỗi việc tải nhạc chuông, hình nền, game... trên điện thoại di động, người sử dụng sẽ phải trả một khoản chi phí được khấu trừ trực tiếp trên tài khoản điện thoại của mình. Chẳng hạn như để tải bài hát "Một vòng trái đất" của nhà cung cấp dịch vụ VTC, người sử dụng có thể soạn tin nhắn "TA Một vòng trái đất" gửi về 8330. Nếu trường hợp điện thoại di động của người sử dụng không thể kết nối GPRS, người sử dụng sẽ phải truy cập vào địa chỉ Website: http://.mobile.vtc.vn/push/push.aspx?auth=84912649657_13045887 mà trung tâm 8330 gửi lại trên điện thoại di động để nhận được nhạc chuông mình mong muốn, sau đó sẽ sử dụng dây nối USB để tải về điện thoại di động

của mình. Trong đó số: 84912649657 chính là số điện thoại của người sử dụng dùng để nhận tin tới trung tâm 8330, còn số sau: 13045887 là mã số truy cập của bài hát "Một vòng trái đất".

Với sự phát triển của Internet trong nước hiện nay, người Việt Nam không còn quá xa lạ với nhạc số. Tuy nhiên, cho đến nay, thị trường nội địa vẫn chưa có kho nhạc trực tuyến nào mang dáng dấp quy mô hoành tráng.

Ở bình diện quốc tế, trong các kho nhạc lớn của thế giới như Yahoo, Real, iTunes... chưa thấy xuất hiện các nhạc phẩm của Việt Nam. Còn tại thư mục âm nhạc Việt Nam của Yahoo mới chỉ có 3 website được liệt kê. Tuy nhiên, với từ khóa "nghe nhạc" trên Google, người duyệt web dễ dàng tìm thấy hàng chục site cho phép nghe nhạc Việt, trong đó nổi bật có vietnamaudio.com, nhacso.net, nghehac.info... Hệ thống này tương đối toàn diện với số lượng nhạc phẩm lớn chạy trên phần mềm "made in Việt Nam" cho phép nghe nhạc trực tuyến miễn phí trên đường truyền DSL (Digital Subscriber Line) với chất lượng tốt. Tuy nhiên, đại diện của vietnamaudio.com, nhacso.net, nghehac.info... cho biết họ chưa có ý định thương mại hóa vì chưa đủ khả năng giải quyết các vấn đề liên quan tới máy chủ, tài chính, bản quyền và quan trọng hơn là chưa biết ứng dụng công nghệ vi thanh toán cho các bản nhạc số này một cách trực tiếp trên các Website của mình.

3. Những yếu tố thúc đẩy vi thanh toán ở Việt Nam

Vi thanh toán rất lý tưởng với mô hình kinh doanh nhỏ không thể thanh toán điện tử bằng các hình thức khác ngoài thẻ tín dụng hoặc séc điện tử và những nhà buôn không có tỷ suất lợi nhuận lớn để thanh toán bằng thẻ tín dụng. Vì thanh toán không phải thích hợp cho tất cả mọi người, vì vậy các nhà cung cấp vi thanh toán cũng không đưa ra giải pháp "một cho tất cả". Các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam cần xem xét và thực hiện những yếu tố sau đây như là những giải pháp nhằm thúc đẩy vi thanh toán cho các giao dịch thanh toán nhỏ trên các Website của mình đặc biệt là các Website nhạc số, hình nền hay game trực tuyến hoặc các Website cung cấp nội dung:

+ *Chi phí giao dịch*: đây là vấn đề đầu tiên phải được cân nhắc. Chuyên gia Bruce Cundiff của

Jupiter Networks gợi ý rằng các nhà bán lẻ trên mạng cần hỏi "Nhà cung cấp vi thanh toán sẽ chiết khấu bao nhiêu khi mà tiền lãi của tôi sau mỗi giao dịch đó chỉ là 0,25 USD?".

Quả là hơi quá khi một nhà cung cấp vi thanh toán chiết khấu 15% mỗi giao dịch, từ 1 penny cho đến 5 USD. Tỷ lệ này có lẽ hơi cao, nhưng nó cho phép người bán hàng được "nghỉ ngơi". Nói cách khác, người bán hàng (nhà bán lẻ điện tử, nhà cung cấp nội dung giá trị nhỏ) sẽ không cần phải trả phí hàng tháng cho nhà cung cấp dịch vụ vi thanh toán và không lo phải đối mặt với những vấn đề đau đầu như gian lận thẻ tín dụng mà chỉ chiết khấu một tỷ lệ % cho mỗi một giao dịch thanh toán nhỏ, sao cho vẫn thu được lợi nhuận.

+ *Tính khả thi*: khi mua sắm với giải pháp vi thanh toán, người bán hàng nên đặt mình vào vị trí của khách hàng để trả lời các câu hỏi "Tôi có thể mua những món hàng lớn đến mức nào? Và giải pháp này có theo kịp giao dịch đó của tôi?"; người bán hàng (nhà bán lẻ điện tử và nhà cung cấp nội dung) nên tìm hiểu kỹ để chắc rằng nhà cung cấp dịch vụ vi thanh toán này sẽ còn hoạt động trong ít nhất 3 năm nữa và cần phải có sự thông báo một cách tin cậy tới các khách hàng về thông tin này nhằm tạo ra sự yên tâm, tin tưởng cho khách hàng (người tiêu dùng cuối cùng). Cuối cùng, người bán hàng nên điều tra xem nhà cung cấp vi thanh toán đó đã có số lượng người sử dụng đủ lớn để mang lại cho mình thêm nhiều khách hàng nữa hay không?

Những yêu cầu trên hoàn toàn có thể được những nhà cung cấp lớn, uy tín đáp ứng (chẳng hạn như Paypal, Peppercoin...), nhưng các chuyên gia vẫn khuyến cáo nên xem xét khả năng cung cấp của những công ty cạnh tranh nhỏ hơn vì có thể những công ty này sẽ đưa ra mức phí thu cho mỗi giao dịch thanh toán nhỏ một cách hợp lý hơn, tiết kiệm hơn.

+ *Mức độ tích hợp*: các nhà cung cấp khác nhau sẽ đưa ra các dịch vụ phù hợp với từng phần nội dung của một nhà bán lẻ. Trong sử dụng vi thanh toán, điều kiện đầu tiên và quan trọng nhất là phải chống lại sự sao chép các nội dung được cung cấp. Chẳng hạn một số công ty cung cấp hệ thống DRM (Digital Rights Management - quản lý bản quyền số) để bảo vệ nội dung không bị bán lại sau khi đã được mua.

Những người bán hàng nên hỏi các nhà cung cấp giải pháp: mất bao lâu để cài đặt? Đây có phải là phí cài đặt trọn gói một lần hay không? Điều rất quan trọng là liệu giải pháp này có thể kết hợp được với Visa và MasterCard hay không? Sở dĩ như vậy là vì đây là hai loại thẻ mang tầm cỡ quốc tế có thể sử dụng bất cứ loại tiền của quốc gia nào và hoàn toàn có thể sử dụng trong các giao dịch thanh toán điện tử với giá trị lớn. Sự kết hợp trên sẽ làm cho cả thanh toán giá trị nhỏ và giá trị lớn được tích hợp lại, tạo ra cho khách hàng - người tiêu dùng cuối cùng một sự tiện lợi trong thực hiện các giao dịch và thanh toán điện tử.

+ *Lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ vi thanh toán*: đây là một yếu tố cực kỳ quan trọng có ảnh hưởng quyết định đến công nghệ và mô hình thanh toán nhỏ của một Website cung cấp nội dung trên Internet. Lựa chọn một nhà cung cấp dịch vụ có uy tín và có công nghệ dễ ứng dụng, đạt hiệu quả cao cũng đồng nghĩa với việc tạo điểm khởi đầu thuận lợi, thúc đẩy các doanh nghiệp thương mại điện tử có các ứng dụng ngày càng mở rộng trong vi thanh toán. Nếu đã sẵn sàng để tiếp cận với vi thanh toán, có 3 tên tuổi được đánh giá là những nhà cung cấp giải pháp vi thanh toán hàng đầu mà các nhà bán lẻ điện tử và các nhà cung cấp nội dung giá trị nhỏ nên lựa chọn:

BitPass: Không thu phí đăng ký hay phí hàng tháng và rất dễ dàng cài đặt. Công ty này đưa ra một giải pháp "giá trị lưu trữ" theo đó người sử dụng trả trước một khoản tiền vào tài khoản và sau đó họ có thể mua hàng với giá trị thấp đến 1cent. Giải pháp BitPass tích hợp rất chặt chẽ với trang Web của nhà cung cấp nội dung nên các giao dịch được thực hiện rất nhanh chóng, gần như không mất khoảng thời gian kết nối nào. Mặt trái của hệ thống này là nó có số lượng người dùng chưa lớn, nên có trở ngại: Những khách hàng có thể sẽ ngại đăng ký sử dụng một dịch vụ mới. BitPass đang cố gắng vượt qua trở ngại này bằng cách đơn giản hóa tối đa việc đăng ký.

Yaga là nhà cung cấp dịch vụ dành cho các tờ báo và tạp chí muốn bán nội dung qua mạng, mục đích của Yaga là một giải pháp thanh toán hoàn hảo, công nghệ của công ty này hỗ trợ cả mô hình

đồng tiền định kỳ và vi thanh toán. Thêm vào đó, họ còn có thể vừa quản lý nội dung và vừa là mạng lưới hỗ trợ thanh toán. Công ty này quảng cáo rằng công nghệ của họ đủ khả năng để quản lý được những bộ dữ liệu lớn và họ có một danh sách khách hàng để chứng minh điều đó, bao gồm những tên tuổi lớn như: Time Inc., Ziff - Davis và Tribune Media.

Peppercoin: thay vì một phương pháp lưu giữ giá trị thông thường, Peppercoin tập hợp nhiều giao dịch nhỏ thành một giao dịch lớn. Có nghĩa là người dùng thẻ tín dụng sẽ chỉ bị tính phí một lần cho nhiều giao dịch. Khi một loạt các lần mua hàng giá trị 2 hoặc 3 USD được tính gộp lại thành một, thì các nhà cung cấp nội dung sẽ chỉ phải chịu tỷ lệ chiết khấu thấp hơn. Các nhà cung cấp nội dung mã hóa tài liệu của họ bằng công nghệ mã hóa "Peppermill". Tuy nhiên, nó cũng có một số điểm yếu là yêu cầu người dùng phải download một nội dung để kích hoạt và sử dụng tài khoản, như vậy dễ tạo ra sự nhầm lẫn trong việc đăng ký và mua hàng.

+ Nâng cao nhận thức của người sử dụng trực tuyến: để có thể đưa vi thanh toán vào thực tiễn cuộc sống, cần phải có sự hưởng ứng và sẵn sàng tham gia của đông đảo người sử dụng trực tuyến. Muốn vậy, doanh nghiệp là các Website bán lẻ hay các Website cung cấp nội dung giá trị nhỏ ngoài việc phải thực hiện các yếu tố kể trên, một mặt còn phải thực hiện tuyên truyền, quảng bá về những lợi ích của vi thanh toán, cũng như đưa ra những ưu đãi khác nhằm thu hút người sử dụng trực tuyến tham gia. Mặt khác, đối với các doanh nghiệp cung cấp nội dung thì một yêu cầu quan trọng hơn là phải làm chủ nội dung mình cung cấp, tức là phải làm chủ được cả về mặt bản quyền và chất lượng nội dung cung cấp phải thực sự là những khoản giá trị gia tăng cao, hữu ích, cần thiết mới thu hút và khuyến khích khách hàng chấp nhận thanh toán cho các nội dung giá trị nhỏ đó.

Kết luận

Cùng với sự phát triển của Internet và Web, sự hoàn thiện và mở rộng của các hình thức thanh toán điện tử, vi thanh toán là một sự

phát triển tất yếu. Mặc dù, Việt Nam còn đang ở giai đoạn đầu của sự phát triển thương mại điện tử cũng như các phương thức thanh toán điện tử, nhưng những lợi ích của vi thanh toán là một hướng đi mới khi mà các hình thức thanh toán điện tử khác không khả thi và không kinh tế, cho phép các Website thương mại điện tử tận dụng các nguồn thu mang lại lợi nhuận từ những giao dịch nhỏ nhất. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Efraim Turban, *Electronic Commerce – A Managerial Perspective*, Prentice Hall PTR 2006.
2. Dr. Thomas P. Bergman, *The Essential Guide to Web Strategy for Entrepreneurs*, Prentice Hall PTR 2006.
3. *Electronic Payment System for E-Commerce*, Artech House Publishing 2001.
4. Các Website:
<http://www.Paypal.com>
<http://www.Bitpass.com>
<http://www.Yaga.com>
<http://www.Peppercoin.com>
<http://www.wikipedia.com>
<http://www.gartner.com>
<http://www.mobile.vtc.vn>
<http://www.nhacso.net>
<http://www.nghehnac.info>
<http://www.vietnamaudio.vn>

Summary

As an important part of e - payment, micro - payment has become an ever useful and effective tool in making profits from small - valued transactions. However, many e - commerce enterprises in Vietnam are not fully aware of its importance, as a result, the use of micro - payment in Websites providing information or e - retailing services with small values is still limited. With a view to solving this problem, in his paper, the author makes an overall introduction about micro - payment, its current situation in Vietnam, then proposes some solutions to strengthening its development in the coming time.