



ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ NGÂN HÀNG

Nghiên cứu – NC 01 - 2019

MÔ HÌNH NÀO CHO MOBILE MONEY TẠI VIỆT NAM?

Hoàng Công Gia Khánh - Trần Hùng Sơn - Huỳnh Thị Ngọc Lý

TP. HCM 2019

Tóm tắt: Mục tiêu của bài viết này nhằm phân tích các đặc điểm, mô hình quản lý mobile money và kết quả của việc áp dụng phương thức này của các quốc gia trên thế giới. Kết quả phân tích cho thấy mô hình nhà điều hành mạng di động (MNO) thường có lợi cho việc phổ biến mobile money hơn so với mô hình quản lý kiểu ngân hàng. Ngoài ra, kết quả phân tích cũng cho thấy Việt Nam có hội tụ các yếu tố tiềm năng để phát triển mobile money. Từ các kết quả phân tích này, nghiên cứu cũng đưa ra các hàm ý cho Việt Nam trong việc phát triển dịch vụ mobile money.

Từ khóa: Mobile money; mô hình nhà điều hành mạng di động; mô hình quản lý kiểu ngân hàng.

1. Giới thiệu

Công nghệ di động đang thay đổi đời sống kinh tế ở các nước đang phát triển, nơi mà nhiều người đang sử dụng điện thoại di động cho một loạt các giao dịch tài chính, chẳng hạn như nhận và gửi chuyển tiền. **Tiền điện tử trên thuê bao di động (mobile money)** đã được sử dụng bởi các ngân hàng và nhà khai thác mạng di động để cung cấp cho hàng triệu người tiêu dùng không có tài khoản ngân hàng một phương thức để có thể cất trữ và truy cập tiền kỹ thuật số. Đối với hàng triệu người tiêu dùng ở các nước đang phát triển, mobile money đang thay đổi cuộc sống của họ bằng cách tạo điều kiện cho họ tiếp cận các dịch vụ tài chính, thanh toán và nhận tiền bằng điện tử hằng ngày. Mobile money cho phép những người không có tài khoản ngân hàng sử dụng điện thoại của họ thay cho tài khoản ngân hàng để: gửi, rút, chuyển tiền bằng điện thoại của mình và thanh toán các hóa đơn, mua hàng hóa tại các cửa hàng. Tuy nhiên, mức độ phát triển của mobile money không đồng đều giữa các quốc gia, ví dụ như tại Kenya có hơn 72% dân số sử dụng dịch vụ này, trong khi đó tại Mexico tỷ lệ này chỉ 11%. Các đặc điểm của mỗi quốc gia và mô hình quản lý mobile money là những yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến mức độ phát triển của dịch vụ này tại mỗi quốc gia.

Tại kỳ họp thường kỳ tháng 3/2019, Thủ tướng Chính phủ đã yêu cầu Bộ Thông tin và Truyền thông, Ngân hàng Nhà nước xây dựng phương án cho doanh nghiệp viễn thông thí điểm dịch vụ thanh toán điện tử không thông qua tài khoản ngân hàng (mobile money). Trong nghiên cứu này, chúng tôi đề cập đến một số đặc điểm, mô hình quản lý mobile money và kết quả của việc áp dụng phương thức này với sự phát triển của mobile money tại các quốc gia từ đó đưa ra một số hàm ý cho Việt Nam.

2. Khái niệm mobile money

Trên phương tiện thông tin đại chúng, **tiền điện tử trên thuê bao di động** hay **mobile money** được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau vì thuật ngữ mobile money được sử dụng cho phạm vi rộng về các ứng dụng đan xen lẫn nhau (Dermish và ctg, 2011; GSMA, 2013). Ở góc độ phổ thông, mobile money được dùng để mô tả những dịch vụ tài chính điện tử thực hiện qua điện thoại di động vì vậy tùy theo từng tình huống sử dụng cụ thể, mobile money có thể được dùng với hàm ý “ngân hàng di động” (mobile banking), “thanh toán di động” (mobile payment) và “chuyển tiền qua điện thoại” (mobile transfer).

Cần lưu ý bản chất, mobile money và mobile banking là hoàn toàn khác nhau. Mobile banking là một loại hình thức của dịch vụ tiền điện tử trên thuê bao di động, cho phép khách hàng của các tổ chức tài chính truy cập vào tài khoản của họ và thực hiện chuyển tiền và thanh toán. Chính vì vậy dịch vụ mobile banking chỉ dành cho những ai đã có tài khoản ngân hàng. ***Mobile banking phổ biến ở các quốc gia phát triển nhưng lại chưa phát triển mạnh ở hầu hết các quốc gia đang phát triển vì mức độ tài chính toàn diện thấp. Mobile money thì ngược lại, hầu như không có ở các quốc gia phát triển nhưng có thể phổ biến ở các quốc gia đang phát triển những nơi mà tỷ lệ xâm nhập dịch vụ ngân hàng cũng như tài chính toàn diện thấp.*** Thật vậy, theo Aron (2018), tại các nền kinh tế có thị trường tài chính phát triển như Mỹ, thanh toán di động hoặc chuyển khoản chủ yếu được liên kết với các tài khoản ngân hàng. Điều này khác với dịch vụ thanh toán bằng mobile money ở các quốc gia đang phát triển hoặc mới nổi, nơi mà hầu hết người dùng không có tài khoản ngân hàng.

Ở những nước đang phát triển có tỷ lệ thâm nhập dịch vụ ngân hàng thấp, các dịch vụ mobile money thường được sử dụng bởi hầu hết những người không có tài khoản ngân hàng cá nhân. Các khách hàng này thường sử dụng thanh toán di động và chuyển tiền di động vì hai dịch vụ này có sẵn trong điện thoại của họ mà không yêu cầu phải có tài khoản ngân hàng. Cả hai đều có thể truy cập từ tài khoản điện tử (còn được gọi là ví điện tử (mobile wallet)) thông qua việc liên kết với SIM điện thoại và được bảo mật bằng mã PIN (personal identification number). Khi khách hàng muốn thực hiện một giao dịch thì cần phải nạp tiền vào ví điện tử từ đại lý của các công ty viễn thông tại địa phương. Sau đó đại lý sẽ chuyển số tiền từ khách hàng đến công ty viễn thông. Số tiền còn lại trong ví điện tử của họ được duy trì bởi nhà mạng. Trong trường hợp, khách hàng muốn rút lại số tiền của họ từ ví điện tử, họ cần phải đến đại lý để thực hiện.

Thanh toán di động (mobile payment) còn được gọi là “m-commerce” là dịch vụ cho phép những người không có tài khoản ngân hàng vẫn có thể mua và bán hàng hóa và dịch vụ thông qua ví điện tử trong điện thoại thay vì dùng tiền mặt. Người mua hàng hóa sẽ cung cấp số

điện thoại của mình cho người bán. Tiếp theo, người bán sẽ gửi phiếu yêu cầu thanh toán qua nhà cung cấp dịch vụ viễn thông để gửi tin nhắn SMS và mã số thanh toán đến số điện thoại của người mua. Người mua sẽ thanh toán bằng cách nhập mã PIN mã số thanh toán. Sau cùng, nhà cung cấp dịch vụ viễn thông gửi thông báo thanh toán chi tiết đến cả người mua và người bán.

Chuyển tiền qua điện thoại (mobile transfer) còn được biết đến là chuyển tiền ngang hàng (“person-to-person” - “P2P”), là dịch vụ cho phép người không có tài khoản ngân hàng gửi hoặc nhận các số tiền nhỏ đến/từ người sử dụng di động khác (các bên tham gia dù sử dụng dịch vụ của các nhà cung cấp khác nhau vẫn có thể thực hiện các giao dịch với nhau) ở trong lẫn ngoài nước. Khách hàng phải nạp tiền vào ví điện tử, sau đó thực hiện các giao dịch qua đi động. Khi rút tiền, khách hàng sẽ đưa tin nhắn liên quan đến giao dịch cho đại lý của công ty viễn thông địa phương để nhận được số tiền trên dưới dạng tiền mặt.

3. Mobile money: Các yếu tố ảnh hưởng

Các yếu tố giải thích cho sự phát triển của mobile money như là phương tiện thúc đẩy tài chính toàn diện bao gồm: (1) Các kênh tiếp cận tài chính thay thế; (2) Mức độ phổ biến của điện thoại di động; (3) Nhu cầu tiềm năng đối với các dịch vụ tài chính; (4) Quy định pháp lý. Bảng 1 so sánh các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của mobile money ở Việt Nam và Mexico, Kenya.

Bảng 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của mobile money: so sánh giữa Việt Nam, Mexico và Kenya

	Việt Nam	Mexico	Kenya
Các kênh tiếp cận tài chính thay thế	Mức độ tiếp cận dịch vụ tài chính còn thấp theo các chỉ tiêu về số tài khoản ngân hàng, số máy ATM và số chi nhánh ngân hàng	Mức độ tiếp cận dịch vụ tài chính còn thấp theo các chỉ tiêu về số tài khoản ngân hàng, số máy ATM và số chi nhánh ngân hàng	Mức độ tiếp cận dịch vụ tài chính còn thấp theo các chỉ tiêu về số tài khoản ngân hàng, số máy ATM và số chi nhánh ngân hàng
Mức độ phổ biến của điện thoại di động	Tỷ lệ sử dụng điện thoại di động cao	Tỷ lệ sử dụng điện thoại di động cao	Tỷ lệ sử dụng điện thoại di động cao

Nhu cầu tiềm năng	Tỷ lệ kiều hối/GDP cao	Tỷ lệ kiều hối/GDP cao	Tỷ lệ kiều hối/GDP cao
Quy định pháp lý	Chưa có	Mô hình quản lý kiều ngân hàng	Mô hình MNO
Mức độ phát triển mobile money		Thấp	Cao

Các kênh tiếp cận tài chính thay thế

Nhìn chung việc tiếp cận các dịch vụ tài chính thường cao hơn tại các nước phát triển nhưng có sự khác biệt đáng kể giữa các khu vực (xem Bảng 2). Tính trung bình các quốc gia có thu nhập cao có tỷ lệ hơn 93% dân số có tài khoản chính thức tại các trung gian tài chính so với mức 53,5% của các nước Mỹ Latinh và Caribe và 20,9% của các nước vùng hạ Sahara và 70,3% của các quốc gia Đông Á và Thái Bình Dương (Việt Nam được phân trong nhóm này).¹ Đối với Việt Nam, tỷ lệ này là 30% thấp hơn so với mức bình quân chung toàn thế giới là 67,1% và nhóm các nước có thu nhập trung bình thấp là 56,1% và cũng thấp so với Kenya (55,7%) một quốc gia có dịch vụ mobile money phát triển hàng đầu thế giới. Một chỉ tiêu quan trọng khác đo lường mức độ tiếp cận tài chính trên phương diện tiếp cận về địa lý (số chi nhánh và máy ATM). Ở các nước có thu nhập cao, số máy ATM và chi nhánh ngân hàng/100.000 người trưởng thành lần lượt là 65,3 và 17,9. Tại Việt Nam, số máy ATM và chi nhánh ngân hàng/100.000 người trưởng thành lần lượt là 24,3 và 3,4 thấp hơn so với mức bình quân chung toàn thế giới cũng như nhóm các nước có thu nhập trung bình thấp. So với hai quốc gia đối lập nhau về mô hình quản lý mobile money là Kenya và Mexico (mô hình quản lý mobile money của các quốc gia sẽ được trình bày ở nội dung sau) thì Việt Nam có số máy ATM/100.000 người trưởng thành cao hơn Kenya và thấp hơn Mexico.

Mức độ phổ biến của điện thoại di động

Trái ngược với việc tiếp cận các dịch vụ tài chính ở các nước đang phát triển, điện thoại di động có tốc độ phổ biến nhanh hơn, thậm chí nhanh hơn cả internet (xem Bảng 2). Trong khi các nước thu nhập cao, tính trung bình, có mức độ thâm nhập điện thoại di động cao hơn, và tỷ lệ này của các nước đang phát triển cũng cao hơn đáng kể so với tỷ lệ tiếp cận các dịch

¹ Việc phân loại theo khu vực và thu nhập xem thêm World Bank (2018). The little data book on financial inclusion.

vụ tài chính. Ở Việt Nam, số lượng điện thoại di động/100 người là hơn 125 và thuộc nhóm cao nhất thế giới và cao hơn nhiều so với tỷ lệ sử dụng internet và tỷ lệ tiếp cận các dịch vụ tài chính. Do đó, với một tỷ thâm nhập của điện thoại di động cao, việc mở rộng các dịch vụ thanh toán di động có thể là kênh quan trọng có thể chuyển đổi việc tiếp cận các dịch vụ tài chính tại Việt Nam. Để tham gia thanh toán di động, người dùng không cần phải truy cập vào công nghệ thông minh hoặc không cần có điện thoại thông minh truy cập băng thông rộng. Đây là một sự khác biệt quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ mobile money với việc cung cấp dịch vụ ngân hàng di động.

Ở một mức độ nào đó, dịch vụ ngân hàng di động không có sự khác biệt với dịch vụ ngân hàng truyền thống, khách hàng có thể truy cập vào tài khoản ngân hàng của mình, chuyển tiền, định vị chi nhánh, ATM và trong một số trường hợp thanh toán hóa đơn qua trình duyệt web hoặc nhắn tin văn bản. Dịch vụ thanh toán di động cho phép người dùng điện thoại di động gửi lệnh thanh toán qua tin nhắn SMS đến một số điện thoại của cá nhân hoặc doanh nghiệp hoặc thực hiện thanh toán từ xa. Do đó, trong khi ngân hàng có thể cung cấp cho khách hàng dịch vụ mobile money thì đối với thanh toán di động một cá nhân không nhất thiết phải có tài khoản ngân hàng.

Tại các nước phát triển, người dân sẽ truy cập internet thông qua điện thoại di động và sử dụng các dịch vụ được cung cấp bởi các ngân hàng. Ví dụ, ở hầu hết các quốc gia OECD, số lượng thuê bao băng rộng di động vượt trội hơn so với thuê bao băng rộng cố định (OECD, 2012). Ngược lại, ở các nước đang phát triển, người dân ít có khả năng tiếp cận với công nghệ thông minh do chi phí mua điện thoại cao hơn. Một vấn đề nan giải phát sinh đó là quy định có nên coi mobile money là ngân hàng di động hay không và yêu cầu người sử dụng mobile money phải mở tài khoản ngân hàng và cung cấp các giấy tờ mà ngân hàng yêu cầu, trong khi đó lợi ích của mobile money là người dùng có thể tận dụng lợi thế chi phí dịch vụ thấp hơn trên nền tảng công nghệ hiện có.

Nhu cầu tiềm năng

Ngoài việc thiếu các dịch vụ tài chính thay thế và mức độ phổ biến điện thoại di động cao, một yếu tố quan trọng khác có thể ảnh hưởng đến sự phát mobile money là nhu cầu tiềm năng đối với các dịch vụ tài chính (Heyer & Mas, 2011). Một trong những yếu tố tiềm năng có thể ảnh hưởng đến sự phát triển của mobile money đó là kiều hối (Gencer, 2011 và Madise, 2018). Kiều hối tại Việt Nam chiếm tỷ lệ 6,2% GDP cao hơn so với Kenya (2,5%) – một quốc

gia có dịch vụ mobile money rất phát triển.² Tuy nhiên, việc chuyển tiền trong nước và chuyển tiền ra nước ngoài có thể tốn kém, đặc biệt nếu không có một cơ sở hạ tầng trong nước hiệu quả tạo điều kiện thuận lợi cho việc chuyển tiền. Ví dụ: Việc chuyển tiền qua các công ty chuyển tiền (MTC) như Western Union, MoneyGram, Money Express là rất tốn kém (ACPOBS, 2014). Ngược lại, việc chuyển tiền thông qua dịch vụ mobile money sẽ có chi phí thấp hơn nhiều so với việc chuyển tiền qua MTC. Do vậy, có thể thấy tại Việt Nam nhu cầu tiềm năng đối với dịch vụ mobile money là tồn tại.

Quy định pháp lý

Khi nói đến mobile money, quy định pháp lý có thể là một con dao hai lưỡi. Quá nhiều quy định có thể kìm hãm sự đổi mới trong khi quá ít quy định có thể có rủi ro. Quy định có thể làm tăng niềm tin của người tiêu dùng nhưng cũng tạo ra nhiều rào cản cho việc phát triển mobile money nhưng quy định lỏng lẻo sẽ làm tăng rủi ro và các hoạt động vi phạm pháp luật. Nhìn chung, trên thế giới có hai mô hình quản lý mobile money khác nhau: mô hình nhà điều hành mạng di động (Mobile Network Operator – MNO) và mô hình quản lý kiểu ngân hàng (Bank-led model). Điểm khác biệt quan trọng giữa hai mô hình này là các nhà cung cấp thanh toán di động không phải tuân theo các yêu cầu quy định giống như các ngân hàng khi họ nhận tiền gửi hoặc thực hiện các chức năng liên quan đến tiền gửi.

Trong mô hình quản lý kiểu ngân hàng, các nhà cung cấp dịch vụ di động có nghĩa vụ phải làm việc cùng với ngân hàng và do đó, dịch vụ này chịu sự giám sát từ trước của các cơ quan quản lý tài chính của một quốc gia, tuân thủ vấn đề định danh khách hàng (KYC), các yêu cầu chống rửa tiền (AML) và chống tài trợ khủng bố (CFT). Mô hình này cũng đảm bảo an toàn hơn cho hoạt động thanh toán và người sử dụng liên quan đến số tiền của họ trong tài khoản mobile money tại nhà cung cấp dịch vụ di động.

Thông thường ngành ngân hàng sẽ không muốn áp dụng mô hình MNO vì mô hình này kém an toàn, gây nên nhiều nguy cơ rủi ro. Ngược lại, ngành viễn thông lại không muốn áp dụng mô hình quản lý kiểu ngân hàng vì nó hạn chế quyền tự do đổi mới và cung cấp dịch vụ. Các nhà cung cấp dịch vụ di động cho rằng họ đang cung cấp một dịch vụ mới cho khách hàng nghèo, đây thường là đối tượng bị các ngân hàng ở cả các nước giàu và nghèo đều bỏ qua. Do đó, để tăng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính, giải pháp không phải là mở rộng khu vực ngân hàng chính thức và các nhà cung cấp dịch vụ di động có nhiều khả năng phục vụ

² <https://data.worldbank.org/indicator/BX.TRF.PWKR.DT.GD.ZS>

đối tượng này tốt hơn ngân hàng (Kendall, 2012). Ngoài ra, việc có quá nhiều quy định sẽ làm gia tăng chi phí của dịch vụ mobile money. Cuối cùng, theo các nhà cung cấp dịch vụ di động, các lo ngại đặt ra của ngân hàng về các vấn đề liên quan đến rửa tiền và gian lận là không có cơ sở vì số tiền thực hiện trong các giao dịch là rất nhỏ (Solin, 2011). Tuy nhiên, các nhà quản lý ngân hàng thì lo ngại nếu áp dụng mô hình MNO, tuy giá trị mỗi giao dịch không lớn nhưng nếu việc định danh khách hàng trên thực tế không chặt chẽ thì nguy cơ các đối tượng tội phạm lợi dụng khe hở này để gây nên rủi ro diện rộng với số lượng người dùng lớn là hoàn toàn có thể xảy ra. Một số vấn đề khác cũng cần phải quan tâm như an toàn hệ thống, đảm bảo quyền lợi của chủ tài khoản mobile money (với tư cách tương tự như người gửi tiền), phòng chống rửa tiền và các hoạt động bất hợp pháp khác.

4. Các mô hình quản lý mobile money trên thế giới

Như đã trình bày ở trên, việc lựa chọn mô hình quản lý kiểu nào cũng sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển của mobile money. Nhìn chung, các nghiên cứu cho thấy mô hình MNO thường có lợi cho việc phổ biến mobile money hơn (nhưng cũng gây ra nguy cơ rủi ro cao hơn) so với mô hình quản lý kiểu ngân hàng (xem thêm Evans & Pirchio, 2014). Hai mô hình này đại diện cho hai thái cực quy định đối nghịch. Trong mô hình MNO, dịch vụ được điều hành bởi nhà cung cấp dịch vụ điện thoại di động và hoạt động độc lập với các tổ chức tài chính. Trong khi đó ở mô hình quản lý kiểu ngân hàng, dịch vụ này được điều hành chủ yếu bởi các tổ chức tài chính (Xem Bảng 3). Tiêu biểu cho hai mô hình quản lý này chính là Mexico (mô hình quản lý kiểu ngân hàng) và Kenya (Mô hình MNO).

Ở Mexico, mối quan hệ của các ngân hàng với các cơ quan quản lý rất chặt chẽ, thể hiện ở mức độ tuân thủ các nguyên tắc định danh khách hàng (KYC) và phòng chống rửa tiền (AML) quốc tế và các ngân hàng đưa ra các quy định cho thanh toán di động ngay từ đầu. Ngược lại, mối quan hệ của các ngân hàng với các cơ quan quản lý của Kenya không chặt chẽ, thể hiện ở việc tuân thủ lỏng lẻo của quốc gia này với các hướng dẫn KYC và AML quốc tế và các ngân hàng không thể can thiệp vào quy trình cho phép các dịch vụ thanh toán di động được triển khai. Kết quả của hai mô hình quản lý Mobile money này thể hiện ở mức độ phổ biến của Mobile money, theo đó, tại Kenya, hơn 72% dân số có tài khoản thanh toán di động so với con số chỉ hơn 11% tại Mexico³.

³ IMF (2019). Financial Access Survey.

Vấn đề lạm quyền điều tiết (regulation capture) được đưa ra để giải thích cho kiểu mô hình quản lý và việc này sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển của loại dịch vụ đến cộng đồng dân cư chưa tiếp cận được dịch vụ ngân hàng và bị loại trừ tài chính (financial exclusion).

Bảng 2. Tiếp cận các dịch vụ tài chính, điện thoại di động và mức độ sử dụng internet tại một số quốc gia (2017)

	Tỷ lệ tài khoản tại các trung gian tài chính (%)	Số máy ATM/100.000 người trưởng thành	Số chi nhánh ngân hàng/100.000 người trưởng thành	Tỷ lệ cá nhân sử dụng Internet (%)	Số lượng di động/100 người
Trung Quốc	80,2	81,5 ^a	8,8 ^a	54,3	104,3
Ấn Độ	79,8	22,1	14,7	34,5	87,3
Indonesia	48,4	55,6	16,9	32,3	164,9
Kenya	55,7	9,3 ^a	5,4 ^a	17,8	86,1
Malawi	23,0	NA	NA	13,8	41,7
Mexico	35,4	53,5	14,1	63,9	88,5
Paraguay	31,1	27,1	10,3	61,1	109,6
Philippines	31,8	28,3	9,0	60,1	110,4
Nam Phi	67,4	67,9	10,4	56,2	156,0
Tunisia	36,8	NA	NA	55,5	124,3

Việt Nam	30,0	24,3	3,4	49,6	125,6
Đông Á và Thái Bình Dương	70,3	46,8	10,1	55,1	116,4
Châu Âu và Trung Á	65,5	64,9	21,8	79,4	124,6
Mỹ Latinh và Caribe	53,5	42,5	13,3	62,1	107,5
Trung Đông và Bắc Phi	43,0	40,7	13,3	55,2	106,8
Nam Á	68,4	10,3	10,6	30,2	86,9
Hạ Sahara	20,9	NA	4,5	22,1	72,0
Thế giới	67,1	43,5	12,2	48,6	103,0
Quốc gia thu nhập cao	93,7	65,3	17,9	82,2	125,5
Quốc gia thu nhập thấp và trung bình	61,3	30,0	8,8	41,9	98,5
Quốc gia thu nhập thấp	17,6	NA	2,9	16,0	58,9
Quốc gia thu nhập trung bình thấp	56,1	24,2	8,8	33,7	97,3
Quốc gia thu nhập trung bình	64,3	36,1	11,8	45,2	103,7
Quốc gia thu nhập trung bình cao	72,8	50,3	15,0	58,3	111,0

Nguồn: Ngân hàng thế giới

Ghi chú: ^a dữ liệu năm 2016;

Bảng 3. So sánh các dịch vụ mobile money

<i>Tiêu chí</i>	<i>Mô hình MNO</i>	<i>Mô hình quản lý kiểu ngân hàng</i>
Độ an toàn	Tiền tập trung vào 1 tài khoản chung tại ngân hàng	Từng tài khoản cá nhân được nắm giữ bởi ngân hàng
Dễ chuyển đổi sang tiền mặt	Có – Thông qua các đại lý	Thẻ truy cập qua các ATM hoặc chi nhánh các ngân hàng
Khả năng chuyển tiền	Có	Có, chuyển đến tài khoản ngân hàng
Liên kết với nhà mạng di động	Có	Có/Không

Nói như vậy không có nghĩa là việc ban hành các quy định là không cần thiết hoặc không quan trọng mà có chăng là các quy định pháp lý sẽ làm cho những rủi ro tiềm ẩn sẽ giảm thiểu nhưng sẽ làm cho dịch vụ mobile money trở nên đắt đỏ hơn và làm tăng rào cản gia nhập của các công ty viễn thông.

Các cơ quan quản lý có thể kiểm soát được vấn đề lạm quyền điều tiết khi họ thấy nhu cầu được sử dụng các dịch vụ tài chính của đại đa số dân chúng chưa tiếp cận được dịch vụ ngân hàng là động lực chính cho việc hoạch định chính sách, điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các mô hình và công nghệ mới. Đây là mô hình phát triển mobile money tại các quốc gia Bolivia, El Salvador, Guatemala, Honduras và Paraguay, tại đây Tigo Money (một loại mobile money) được cung cấp bởi công ty Bỉ, Milicom International. Dịch vụ này lần đầu tiên được ra mắt tại Paraguay vào năm 2008 mà không có chịu sự ràng buộc về quy định nào của Ngân hàng Trung ương (NHTW) Paraguay hoặc các cơ quan quản lý tài chính. Người dùng điện thoại di động có thể tự động đăng ký thanh toán di động. Trong trường hợp của Brazil, các tổ chức phi ngân hàng có thể phát hành tiền điện tử như một định chế thanh toán và nguồn tiền nắm giữ tại tài khoản của NHTW và nguồn tiền này không được dùng để cho vay. Tại Uganda, các hướng dẫn quy định của Uganda không hoàn toàn theo mô hình MNO nhưng ít nghiêm

ngặt hơn so với mô hình quản lý kiểu ngân hàng. Các nguyên tắc về mobile money của quốc gia này yêu cầu các MNO phải hợp tác với ngân hàng nhưng người dùng không phải mở một tài khoản riêng để sử dụng các dịch vụ này và mobile money được gửi vào một tài khoản ký quỹ, không phải tài khoản cá nhân.

Trong một nghiên cứu về sự phát triển mobile money tại 22 quốc gia, Evans & Pirchio (2014) cho thấy các quốc gia quản lý chặt chẽ mobile money, nói cách khác theo mô hình quản lý kiểu ngân hàng, thì dịch vụ mobile money tại quốc gia đó sẽ kém phát triển nhưng an toàn sẽ cao hơn.

Tuy nhiên, trong nhóm các nước có dịch vụ mobile money phát triển, có một quốc gia theo mô hình quản lý kiểu ngân hàng, đó là trường hợp Bangladesh. Theo đó, quốc gia này kiểm soát hoạt động của các MNO ở một mức độ vừa phải và tăng cường sử dụng các MNO/các nhà cung cấp giải pháp như một đại lý. Tài khoản của các khách hàng được nắm giữ tại ngân hàng và khách hàng có thể truy cập thông qua thiết bị di động của mình. Các ngân hàng chịu trách nhiệm bảo vệ khách hàng. Cũng cần lưu ý rằng, sự thành công của Bangladesh thể hiện trong việc cung cấp một mạng lưới đại lý mà người dân sử dụng để thanh toán hóa đơn chứ không phải ở mức độ sử dụng rộng rãi mobile money của người dân và doanh nghiệp.

Ở một khía cạnh khác, quy định được hình thành sau khi các dịch vụ được cung cấp một cách hiệu quả. Đây là trường hợp của Philippines, quốc gia đầu tiên cung cấp dịch vụ mobile money (Smart Money (2001) và G-Cash (2005)). Hình thức mobile money đầu tiên tại Philippines là đó dịch vụ chuyên tiền, ban đầu đây là sự hợp tác với một ngân hàng, Banco d'Oro, sau đó dịch vụ này được cung cấp bởi MNO mà không có đối tác ngân hàng nữa. Các dịch vụ này ban đầu được cung cấp mà không chịu bất kỳ quy định nào và dịch vụ này được xem là một hình thức cạnh tranh với các ngân hàng. Hiện tại, cả hai mô hình quản lý kiểu ngân hàng và MNO cùng tồn tại tại Philippines, và quốc gia này được xem là một ví dụ về tính linh hoạt trong quản lý Mobile money. Ngay cả sau khi các quy định đã được xác lập thì NHTW Philippines vẫn tiếp tục có những sửa đổi. Ví dụ, một yêu cầu được đặt ra bởi NHTW Philippines là trước khi được phép giao dịch Mobile money, các đại lý sẽ cần phải tham dự các buổi huấn luyện về AML và chống tài trợ khủng bố (CFT), đây là các hoạt động không phổ biến bên ngoài Manila. Tuy nhiên, các yêu cầu này đã được nói lỏng để cho phép các MNO cung cấp hoạt động đào tạo cho các đại lý.

5. Kết luận và hàm ý cho Việt Nam

Khi phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của mobile money, nghiên cứu này cho thấy Việt Nam có hội tụ các yếu tố tiềm năng để phát triển mobile money (xem Bảng 1). Tuy nhiên, việc phát triển mobile money tại Việt Nam cũng gặp những thách thức cần phải giải quyết đó là vấn đề định danh khách hàng phải thật sự chặt chẽ trên thực tế (chứ không chỉ dừng lại trên pháp lý); các vấn đề liên quan đến việc liệu hệ thống có thể bị sử dụng để rửa tiền hoặc thực hiện các hoạt động bất hợp pháp có liên quan hay không; các rủi ro hoạt động có thể phát sinh từ việc sử dụng công nghệ mới như hành vi gian lận, bảo mật thông tin; các vấn đề liên quan đến chiến lược phát triển và tốc độ phát triển mobile banking để bỏ qua giai đoạn phát triển mobile money; .v.v..

Theo chúng tôi, để đưa ra các mô hình dịch vụ tài chính mới như mobile money đòi hỏi các cơ quan quản lý phải cân bằng trong việc cởi mở với những thử nghiệm và đổi mới nhưng phải có sự chắc chắn về khung pháp lý để bảo vệ người dùng, an toàn hệ thống, tuân thủ các cam kết quốc tế về phòng chống rửa tiền và phân rõ trách nhiệm pháp lý của các bên liên quan.

Nếu không có sự cởi mở, một dịch vụ mới khó có thể phát triển. Nhưng ngược lại, nếu không có sự chắc chắn về kiểm soát rủi ro và khung pháp lý rõ ràng, các nhà cung cấp có uy tín có thể sẽ không sẵn sàng cam kết các nguồn lực để phát triển và duy trì việc triển khai dịch vụ, đồng thời khách hàng có thể sẽ không tin tưởng vào các nhà cung cấp dịch vụ (Porteous 2006). Lý tưởng nhất là tạo ra một môi trường cởi mở và có độ chắc chắn cao.

Các quốc gia đi tiên phong trong các dịch vụ mobile money, như Kenya và Philippines, thường chọn sự cởi mở hơn sự chắc chắn (Porteous 2009), ít nhất là trong giai đoạn đầu triển khai nhưng Mexico thì ngược lại. Kenya và Philippines đã cho phép các nhà cung cấp dịch vụ có uy tín tiến hành triển khai dưới sự theo dõi chặt chẽ và điều chỉnh thường xuyên thay vì phát triển một khuôn khổ quy định chung ngay từ đầu. Trong những năm gần đây, cả hai nước đã bắt đầu áp dụng các biện pháp để cải thiện mức độ chắc chắn của dịch vụ này.

Đối với một lĩnh vực mang tính đổi mới và sáng tạo như các dịch vụ tài chính di động mà mobile money là một hình thức, theo chúng tôi cách tiếp cận “thử nghiệm và học hỏi” – “test and learn” là phù hợp⁴. Theo đó, thay vì cố gắng dự

⁴Các nguyên tắc phát triển tài chính toàn diện sáng tạo (Principles for Innovative Financial Inclusion) do các chuyên gia tài chính toàn diện G20 đề xuất. Xem thêm (<https://www.gpfi.org/publications/g20-principles-innovative-financial-inclusion-executive-brief>)

báo tất cả các mô hình kinh doanh có thể và đưa ra các biện pháp điều tiết tương ứng, các cơ quan quản lý nên đặt ra các yêu cầu một cách linh hoạt và cởi mở, duy trì đối thoại với các nhà cung cấp để hiểu những trở ngại và giám sát mức độ phát triển thị trường để có các điều chỉnh khi cần thiết. Và, một khía cạnh khác cũng cần quan tâm nữa, như đã đề cập ở trên đó là cần tính đến liệu việc phát triển mobile banking có được thúc đẩy nhanh để sẽ bỏ qua giai đoạn phát triển mobile money?

Tài liệu tham khảo

ACPOBS (2014). Mobile money services: “*A bAnk in your pocket*” overview and opportunities. Background note.

Aron, J (2018). Mobile Money and the Economy: A Review of the Evidence. *The World Bank Research Observer*, Volume 33, Issue 2, Pages 135–188.

Dermish, A., C. Kneiding, P. Leishman and I. Mas (2011). Branchless and Mobile Banking Solutions for the Poor: A Survey of the Literature, *Innovations*, Vol. 6, No. 4.

Evans, D. S., & Pirchio, A. (2014). An empirical examination of why mobile money schemes ignite in some developing countries but flounder in most. *Review of Network Economics*, 13(4), 397–451

Gencer, M (2011). The Mobile Money Movement: Catalyst to Jump-Start Emerging Markets. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*. Volume 6, Issue 1, p.101-117

GSMA (2013). State of the industry 2013. Mobile financial services for the unbanked.

Heyer, A., & Mas, I. (2011). Fertile grounds for mobile money: towards a framework for analysing enabling environments. *Enterprise Development and Microfinance*, 22(1), 30–44.

Kendall, J. (2012). Bank-led or mobile-led financial inclusion? CGAP blog. <http://www.cgap.org/blog/bank-led-or-mobile-ledfinancial-inclusion>.

Madise, S (2018). The Regulation of Mobile Money Law and Practice in Sub-Saharan Africa. *Palgrave Macmillan*.

OECD. (2012). OECD Internet Economy Outlook. OECD (June)

Porteous, D. (2006). The Enabling Environment for Mobile Banking in Africa.
Report commissioned by Department for International Development (DFID).
Boston, MA: Bankable Frontier Associates.

Porteous, D. (2009). Mobilizing Money through Enabling Regulation.
Innovations: Technology, Governance, Globalization 4(1): 75-90.

Solin, M. (21 March 2011). Mobile money director, GSM association. Personal communication.