

**Bài phát biểu Diễn đàn Khuynh hướng tiêu dùng Việt Nam:  
Tương lai thanh toán trực tuyến và tiêu dùng Online**

**Ông Hoàng Quốc Quyền  
Giám đốc Đối ngoại cấp cao  
Đại diện Tiki miền Bắc**

Kính thưa: ...

Thay mặt cho Công ty Tiki xin được cảm ơn Viện nghiên cứu chiến lược thương hiệu và cạnh tranh đã cho công ty Tiki được tham gia và có bài chia sẻ về nội dung này tại hội nghị.

Tiki là một doanh nghiệp do chính những người Việt sáng lập và điều hành. Trải qua 10 năm xây dựng và phát triển Tiki đã tạo dựng được thương hiệu của mình ở trong nước và quốc tế. Tự hào là doanh nghiệp TMĐT Việt Nam duy nhất luôn ghi dấu với tốc độ tăng trưởng 2 con số hàng năm trong đó chúng tôi có sàn giao dịch cung cấp hơn 10 triệu sản phẩm từ hơn 26 ngành hàng phục vụ hàng triệu khách hàng trên toàn quốc .....

Với 1 nền tảng hạ tầng viễn thông của Việt Nam được đánh giá là tốt trong khu vực và thế giới với việc phổ cập 4G của các nhà mạng, Internet cáp quang đến mọi vùng miền của đất nước, với hơn 100 triệu thuê bao di động và đặc biệt người dùng điện thoại smartphone khoảng 45 triệu người và được tăng liên tục hàng năm.

Điều kiện để mua sắm trực tuyến, thanh toán trực tuyến, tiêu dùng online là kết nối, thiết bị thì Việt Nam được đánh giá là thị trường bùng nổ và tốc độ cập nhật nhanh, hạ tầng kết nối tốt.

Với lợi thế của thanh toán trực tuyến, tiêu dùng online như: Tăng quá trình lưu thông tiền và hàng, hạn chế rủi ro so với thanh toán tiền mặt, nhanh chóng, tiện lợi, an toàn bảo mật thông tin và linh hoạt trong việc thanh toán..

Việc thanh toán trực tuyến, tiêu dùng online nó đang là xu hướng hiện hữu khắp trên thế giới, nó cũng khẳng định người tiêu dùng thông minh chỉ cần 1 chiếc điện thoại là tích hợp mọi thứ từ mua sắm đến tiêu dùng và làm giảm chi phí đi rất nhiều. Thanh toán trực tuyến, tiêu dùng online nó sẽ thúc đẩy nhiều lĩnh vực phát triển trong đó có thương mại điện tử. Nó làm minh bạch trong quản lý, thuận tiện cho người dùng.

Tuy nhiên với nhiều lợi thế như vậy nhưng thanh toán trực tuyến tiêu dùng online vẫn chưa thực sự đạt được như kỳ vọng và tiến tới một bước mạnh mẽ hơn tiêu dùng, mua sắm không tiền mặt và với thương mại điện tử thì việc thanh toán vẫn dùng tiền mặt là khá lớn: Ví dụ với sàn TMĐT của chúng tôi thì một tháng khoảng 4,5 đến 5 triệu đơn hàng thì số thanh toán online chỉ khoảng 40% còn lại 60% là tiền mặt.

Qua con số thực tế của chúng tôi thì có thể thấy sự lệch pha giữa thanh toán online với TMĐT là lớn. Như Indonesia và Malaysia thì số thanh toán online cho TMĐT khoảng 85%.

Để người mua hàng sẵn sàng cho việc thanh toán online, không dùng tiền mặt thì:

- Với các sàn TMĐT: Chính phủ cần kiên quyết kiểm tra xử lý những sàn TMĐT bán hàng giả, hàng nhái không rõ nguồn gốc. Có chế tài và biện pháp mạnh mẽ, thậm chí rút giấy phép. Chỉ có vậy mới tạo được niềm tin cho người mua sắm và thanh toán online
- Với các ngân hàng, cổng thanh toán, nhà mạng: Tạo điều kiện và có những chính sách hỗ trợ thiết thực cho người dân khi thanh toán online cùng với các sàn TMĐT. Việc tạo dựng cơ sở dữ liệu dùng chung cũng là cách giảm thiểu rủi ro cho khách hàng và đảm bảo tính tuân thủ.
- Việc ban hành các chế tài mạnh mẽ từ cơ quan quản lý trong nước cho các hoạt động gian lận khi bán hàng và lừa đảo khi bán hàng TMĐT để người tiêu dùng tin tưởng tuyệt đối.
- Với gần 45 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến, chính phủ đặt mục tiêu đến 2025 có 55% dân số mua sắm trực tuyến và doanh số khoảng 35 tỷ USD. Với mục tiêu đó tôi nghĩ hoàn toàn khả thi và đạt được với sự hỗ trợ của chính phủ các bộ ngành cho doanh nghiệp TMĐT như: Có chính sách ưu đãi cho Doanh nghiệp TMĐT của Việt Nam tiếp cận nguồn vốn, chuỗi giá trị liên kết hàng việt bán trên sàn TMĐT của người việt, các chính sách liên kết trong việc thanh toán, an toàn bảo mật thông tin dữ liệu người dùng. Việc ban hành các quy định của các bộ với việc bảo vệ người tiêu dùng khi mua trên TMĐT, cũng là cách bảo vệ các doanh nghiệp TMĐT tuân thủ và làm tốt
- Thời gian vừa qua rất nhiều ồn ào về việc mua được trên sàn TMĐT những vật phẩm như: chất kích thích, súng,... là những thứ cấm mua bán dưới mọi hình thức trên 1 sàn TMĐT. Như vậy vai trò kiểm soát của sàn đó không có, làm méo mó đi việc tạo dựng hình ảnh của lĩnh vực TMĐT tại việt nam. Với những vi phạm đó tôi nghĩ chính phủ Việt Nam cần phải có biện pháp thích đáng để bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ các sàn TMĐT khác đang cố gắng làm tốt.

Xin cảm ơn Hội nghị!