**Vượt qua rào cản lòng tin**

Theo đại diện GfK Việt Nam ông Huỳnh Phước Cường chia sẻ trong phần trao đổi tại hội thảo Tech Forum 2015, khâu thanh toán trực tuyến trong thị trường thương mại điện tử tại VN vẫn còn gặp phải rào cản lòng tin, đại đa số người tiêu dùng chưa tin tưởng vào các giao dịch tài chính qua mạng nên hình thức giao dịch tiền mặt khi nhận hàng (CoD) vẫn chiếm tỉ lệ lên đến 95%.

Tuy nhiên, thị trường thương mại điện tử tại VN trong thời gian qua đã có nhiều dấu hiệu khởi sắc qua những hoạt động liên tục cải thiện chất lượng dịch vụ và quy trình, từ Lazada, Zalora, Sendo (FPT)... Các sàn thương mại điện tử này còn đón đầu xu hướng di động qua các phiên bản website tối ưu cho thiết bị di động hay ra mắt ứng dụng di động (mobile app).

Đại diện Thế giới Di động ông Đoàn Văn Hiểu Em cho biết hơn 50% lượt truy cập vào website Thegioididong.com đến từ thiết bị di động, và tỉ lệ bán hàng qua mạng đạt gần 10% tổng lượng đơn hàng nên công ty xem việc tối ưu các bước tìm kiếm, thanh toán cho di động là một bước đi quan trọng. Tương tự với sàn thương mại điện tử Lazada, lượng truy cập trên di động vào Lazada.vn tăng mạnh so với truy cập từ desktop, và tăng gấp 8 lần so với năm 2014.

Hướng giải quyết thực tế được ông Nguyễn Bá Diệp, Phó chủ tịch điều hành MoMo thuộc M\_Services, dẫn chứng qua sản phẩm ví điện tử MoMo. Ông Diệp cho biết MoMo đáp ứng được những tiêu chuẩn bảo mật khắt khe để đảm bảo kết nối với các mạng ngân hàng tại VN, ngoài ra, người dùng ứng dụng MoMo khi giao dịch tài chính (chuyển tiền cho nhau, mua vé xem phim, trả tiền điện thoại..) đều có mật khẩu riêng và mật khẩu này giới hạn theo thời gian hay mỗi khi mở ứng dụng.

Theo đó, việc xây dựng lòng tin cho người tiêu dùng không còn quá xa vời khi hệ sinh thái thương mại điện tử trên di động đã bắt đầu hình thành tại Việt Nam với những sản phẩm và dịch vụ chất lượng. Lượng người tải ứng dụng MoMo vượt hơn một triệu với 500.000 người sử dụng thường xuyên, tăng 400% so với năm 2014.

**Sendo.vn giới thiệu ứng dụng mua sắm qua giọng nói**

Sàn thương mại điện tử Sendo.vn vừa tung ra ứng dụng di động Sendo App dành cho iPhone và điện thoại Android, đón xu hướng mua sắm trên thiết bị di động của người tiêu dùng Việt Nam.



Ứng dụng có các tính năng hỗ trợ phù hợp với thói quen mua sắm qua di động của người tiêu dùng Việt như người mua có thể chat trực tiếp với người bán để hỏi thêm về sản phẩm, chi tiết đơn đặt hàng được cập nhật trong cả khâu vận chuyển và giao nhận.

Điểm đặc biệt của ứng dụng Sendo là tính năng tìm kiếm qua giọng nói. Thử nghiệm cho thấy, chỉ cần đọc các từ khóa như "đầm công sở", ứng dụng sẽ trả về các kết quả là các loại đầm công sở được bán bởi nhiều cửa hàng khác nhau.

Đại diện Sendo cho biết công nghệ nhận dạng giọng nói hỗ trợ ngôn ngữ tiếng Việt này là sự kết hợp công nghệ của Google. Người dùng di động Việt cũng đã biết đến khả năng nhận diện giọng nói ngôn ngữ tiếng Việt rất tốt của ứng dụng trợ lý ảo Google Now trên các điện thoại Android.

Ứng dụng Sendo cũng tích hợp các cơ chế bảo mật thông tin giao dịch tương tự cơ chế an toàn trên website Sendo.vn như chứng chỉ PCI DSS mà sàn thương mại điện tử này được cấp tháng 10-2014.

Mua sắm qua smartphone thành thói quen của người Việt

**Tỉ lệ mua sắm trên di động của người Việt tăng từ 34,9% (năm 2013) lên 45,2% (năm 2014), thuộc nhóm 10 quốc gia dẫn đầu khu vực châu Á - Thái Bình Dương, theo MasterCard.**

Tỉ lệ sử dụng điện thoại thông minh tăng trưởng mạnh tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương (APAC) tạo ra nhiều cơ hội cho thị trường thương mại điện tử trên di động (m-commerce) với những dịch vụ mua sắm trên di động, tìm kiếm thông tin mua sắm, ví điện tử

Trong khảo sát mua sắm qua di động của MasterCard cho thấy Việt Nam đạt được sự tăng trưởng nhanh chóng về mua sắm trên di động, xếp thứ 5 trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương (APAC), với số người đã thực hiện mua sắm qua điện thoại thông minh (smartphone) tăng từ 34,9% trong năm 2013 lên 45,2% năm 2014.

Tỉ lệ 45,2% gần với mức trung bình 45,6% của toàn khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Theo MasterCard, người tiêu dùng khu vực APAC đánh giá cao sự tiện dụng của mua sắm qua di động với gần một nửa số người tiêu dùng được khảo sát (45,6%) đã mua sắm bằng điện thoại thông minh ít nhất một lần trong vòng ba tháng trước khi cuộc khảo sát được tiến hành.

**Sự tiện lợi là yếu tố chính thúc đẩy người tiêu dùng mua sắm bằng smartphone, bên cạnh các lý do khác bao gồm khả năng mua sắm mọi lúc mọi nơi (43,9%) và sự xuất hiện ngày càng nhiều các ứng dụng hỗ trợ mua sắm trực tuyến (39,5%)**

Bên cạnh việc mua sắm, người tiêu dùng sành điệu trong khu vực cũng sử dụng smartphone để so sánh mức giá giữa các cửa hàng bình thường và cửa hàng trực tuyến. Gần một nửa số người được khảo sát (44,5%) đã tiến hành so sánh về giá cả, và một tỉ lệ tương tự (44,2%) cho biết họ đã tìm hiểu giá trực tuyến trước khi quyết định mua sắm tại cửa hàng.

Các sản phẩm mua sắm trực tuyến phổ biến nhất của người tiêu dùng châu Á - Thái Bình Dương bao gồm quần áo và phụ kiện (27,9%), ứng dụng (21,2%) và phiếu mua sắm - coupon hằng ngày (19,2%).

Người tiêu dùng Trung Quốc (70,1%), Ấn Độ (62,9%) và Đài Loan (62,6%) có xu hướng mua sắm với smartphone nhiều nhất. Hơn 1/3 người tiêu dùng châu Á (37,4%) và Hàn Quốc (36%) sử dụng smartphone để mua sắm quần áo và phụ kiện. Trong khi đó, các ứng dụng đứng đầu danh mục hàng hóa mua sắm bằng smartphone của người tiêu dùng tại Thái Lan (33,8%) và Việt Nam (31,8%).

Khảo sát cho thấy người tiêu dùng châu Á - Thái Bình Dương cũng đón nhận các công nghệ di động mới, với 29,7% người được khảo sát cho biết họ có sử dụng ứng dụng ngân hàng di động (mobile banking). Các ứng dụng nhóm mua (40,3%) và ví điện tử (28,5%) được sử dụng nhiều nhất bởi người tiêu dùng Trung Quốc.

Kết quả khảo sát dựa trên các phỏng vấn được thực hiện từ tháng 10 đến tháng 12-2014 với ít nhất 500 người ở độ tuổi 18-64 tại từng thị trường trong số 14 thị trường được khảo sát.

“Những phương thức thanh toán đang ngày càng trở nên đa dạng và thông tin được lưu trữ trên ngày càng nhiều thiết bị hơn, do đó điều quan trọng là người tiêu dùng phải cảm thấy dữ liệu an toàn và đảm bảo” - Raj Dhamodharan, trưởng nhóm bộ phận thanh toán mới nổi khu vực châu Á - Thái Bình Dương của MasterCard, nhận định.

|  |
| --- |
| **Các thương hiệu và các cổng mua sắm trực tuyến cần đảm bảo những phương thức đơn giản và dễ dàng nhất để truy cập và thanh toán, vì sự tiện lợi có vai trò hết sức quan trọng đối với người tiêu dùng, quyết định họ sẽ mua sắm trên điện thoại di động hay tại cửa hàng** |
| *Raj Dhamodharan, trưởng nhóm bộ phận thanh toán mới nổi khu vực châu Á - Thái Bình Dương của MasterCard* |

Kết quả khảo sát phần trăm người tiêu dùng đã thực hiện mua sắm qua điện thoại thông minh - Nguồn: MasterCard

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2014** | **2013** | **2012** |
| Châu Á/Thái Bình Dương | 45,6 | 38,6 | 35,4 |
| Hàn Quốc | 53,8 | 47,6 | 40,2 |
| Trung Quốc | 70,1 | 59,4 | 54,1 |
| Thái Lan | 58,8 | 51,2 | 51,0 |
| Hong Kong | 38,2 | 40,0 | 40,9 |
| Đài Loan | 62,6 | 45,2 | 28,2 |
| Singapore | 36,7 | 31,4 | 39,8 |
| **Việt Nam** | **45,2** | **34,9** | **33,7** |
| Indonesia | 54,9 | 46,7 | 54,5 |
| Ấn Độ | 62,9 | 47,1 | 30,3 |
| Malaysia | 45,6 | 31,5 | 25,4 |
| Philippines | 34,0 | 32,8 | 21,4 |
| Nhật Bản | 25,8 | 22,9 | 25,8 |
| New Zealand | 20,7 | 15,0 | 18,2 |
| Úc | 19,6 | 24,8 | 18,7 |

# Ứng dụng chuyển tiền “made-in-Việt Nam”

**Công ty cổ phần Dịch vụ di động trực tuyến (M\_Service) công bố ứng dụng MoMo chuyển tiền đã có mặt trên hệ điều hành Windows Phone.**

Như vậy, ứng dụng ví điện tử “made-in-Việt Nam” MoMo chuyển tiền đã có mặt trên các nền tảng thông dụng là hệ điều hành Android, iOS và Windows Phone.

Điều này cho phép những người sử dụng từ dân công nghệ, những người quan tâm đến tài chính hay cả những bà nội trợ, dân văn phòng… đều có thể dễ dàng tải, cài đặt và sử dụng ứng dụng chuyển nhận tiền theo thời gian thực qua số điện thoại di động.

MoMo là ứng dụng Việt cho phép người dùng di động thanh toán các hóa đơn và dịch vụ, nạp tiền điện thoại, mua thẻ game hay các mã thẻ, vé xem phim, e-book hay mua thẻ quà tặng online (e-voucher), thanh toán khoản vay cá nhân…

M\_Service hiện là công ty đầu tiên tại Việt Nam triển khai ứng dụng tài chính chuyển nhận tiền trên di động. Ứng dụng MoMo hiện có mặt trên 36 tỉnh thành với hệ thống phân phối gần 4.000 điểm giao dịch. Đây là mô hình kết hợp giữa dịch vụ trực tuyến (online) và cửa hàng vật lý (offline).

MoMo hiện cho phép người dùng thanh toán cước điện lực TP.HCM; cước Vinaphone, MobiFone trả sau; tiền nước Chợ Lớn, nước Nhà Bè (TP.HCM); cước Internet VNPT (TP.HCM), FPT (toàn quốc); vé xem phim của cụm rạp BHD, Galaxy và Cinebox tại TP.HCM; vé máy bay Jetstar (toàn quốc); nạp tiền điện thoại của tất cả nhà mạng di động...

****