

MÔ HÌNH THANH TOÁN ĐIỆN TỬ GIỮA NGÂN HÀNG VỚI VNPT EPAY - MỘT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

Th.s Nguyễn Anh Phương, TS. Trương Văn Tú

Đại học Kinh tế Quốc dân

Trong những năm gần đây, thương mại điện tử ở Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ. Theo số liệu thống kê của Bộ Công thương, gần 40% doanh nghiệp có doanh thu từ thương mại điện tử, và mức doanh thu ấy chiếm 15% tổng doanh thu. Đây là một con số rất là đáng khích lệ cho thấy thương mại điện tử đã thực sự đem lại những sức mạnh mới cho các doanh nghiệp bằng những giá trị cụ thể. Một nửa số doanh nghiệp cho biết đã đầu tư cho những ứng dụng thương mại điện tử trong đơn vị mình. Hơn 60% doanh nghiệp tin rằng doanh thu của họ nhờ thương mại điện tử sẽ còn tăng hơn nữa trong thời gian tới chứng tỏ niềm tin và sự lạc quan của doanh nghiệp đối với việc ứng dụng thương mại điện tử để đẩy mạnh hoạt động kinh doanh. Nhằm tăng cường khả năng tiếp cận với thị trường, hơn 40% doanh nghiệp đã lập website riêng và khoảng 15% doanh nghiệp có các hoạt động e-marketing. Tuy nhiên, khâu thanh toán điện tử vẫn gặp rất nhiều khó khăn cả về pháp lý, đạo đức kinh doanh, hạ tầng kỹ thuật. Bài viết này tập trung làm rõ xu hướng phát triển đồng thời cũng giải pháp hữu hiệu của thanh toán điện tử - thông qua mô hình thanh toán qua mobile banking với VNPT EPAY.

1. Thương mại điện tử và xu hướng phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam

Định nghĩa thương mại điện tử là “Làm thương mại dựa vào các mạng được kết nối” của hãng Sun Microsystems đưa ra sẽ được dùng làm nền tảng để bắt đầu trình bày về khái niệm này. Cathy J. Medich, giám đốc điều hành của CommerceNet, một consortium của nhiều tổ hợp lớn khuyến khích cho việc sử dụng internet mang tính thương mại đã đưa ra khái niệm thương mại điện tử rõ nét hơn:

“Internet đã xác định lại mô hình thương mại điện tử như là một trợ giúp hoàn thiện quan hệ mua bán. Mô hình này bao gồm việc xúc tiến và cung cấp thông tin về công ty và sản phẩm cho người dùng toàn cầu, tiếp nhận đặt hàng và thanh toán tiền hàng hoá và dịch vụ trực tuyến, phân phối sản phẩm phần mềm và thông tin trực tuyến, cung cấp trợ giúp khách hàng liên tục và dần xếp hợp tác trực tuyến cho việc phát triển những sản phẩm mới.”

Một số thuật ngữ khác chỉ thương mại điện tử là:

- Thương mại trực tuyến - **Online Trade;**

- Thương mại điều khiển học- **Cybertrade;**

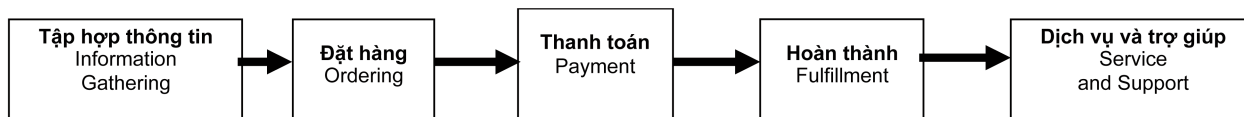
- Kinh doanh điện tử- **Electronic Business;**

- Thương mại không giấy tờ-**Paperless commerce.**

Như vậy, đối với các doanh nghiệp có nối mạng internet, thương mại điện tử không chỉ là mua, bán sản phẩm trực tuyến; phân phối, dịch vụ và thanh toán tiền sản phẩm dịch vụ qua internet, tạo ra cộng đồng người tiêu dùng ảo toàn cầu với sự trợ giúp của mạng toàn cầu của các đối tác kinh doanh. Các hệ thống thương mại điện tử kết nối các nguồn lực của mạng internet, intranet, extranet và các mạng khác để trợ giúp mỗi từng bước của quá trình thương mại. Chẳng hạn, thương mại điện tử có thể bao hàm các quá trình tương tác marketing, đặt hàng và thanh toán trên World Wide Web, truy nhập ngoại mạng vào cơ sở dữ liệu khách hàng và nhà cung cấp, truy nhập nội mạng các hồ sơ khách hàng, mục bán hàng và dịch vụ. Thực hiện phát triển sản phẩm dựa vào nhóm thảo luận trên mạng hay trao đổi qua thư điện tử.

Thương mại điện tử là việc mua, bán, làm marketing và dịch vụ về hàng hoá, dịch vụ và thông tin dựa trên mạng máy tính. Công ty có nối mạng

Mô hình thương mại điện tử hiện tại



internet sử dụng internet, intranet, extranet và các loại mạng khác để trợ giúp cho các bước của quy trình thương mại.

Quy trình thương mại điện tử được chia thành 5 công đoạn:

1. Công đoạn thông tin. Công đoạn này thiết lập quan hệ trao đổi giữa 2 bên;
2. Công đoạn đặt hàng: Người mua sẽ gửi đơn đặt hàng đến nhà cung cấp;
3. Làm các thủ tục thanh toán;
4. Hoàn thành việc trao đổi. Nếu là hàng hoá nội dung thì có thể giao hàng qua mạng, nếu là hàng hoá vật thể thì phải giao hàng bằng con đường truyền thống;
5. Các dịch vụ hậu mãi.

Trong thời gian tới, thương mại điện tử ở Việt Nam phát triển tập trung với 3 xu thế chủ đạo

Thứ nhất, tiếp nhận đầu tư từ nước ngoài

Việc bắt tay với các doanh nghiệp thương mại điện tử nước ngoài đã xuất hiện từ năm 2008 với hợp tác giữa Chợ Điện tử và eBay. Đến 2011, xu hướng này đã rõ nét, các nhà đầu tư nước ngoài đều nhìn thấy tiềm năng rất lớn từ thị trường Việt Nam hơn 86 triệu dân. Trong năm 2011, nhiều doanh nghiệp lớn về thương mại điện tử trên thế giới như Alibaba, Rakuten, eBay,... đều có đầu tư mạnh mẽ vào Việt Nam. Hiện tại, môi trường chính sách cho các doanh nghiệp nước ngoài tham gia thị trường này đang ngày càng thuận lợi. Chẳng hạn, trước đây các công ty nước ngoài chỉ có thể mở văn phòng đại diện và không được trực tiếp làm kinh tế tại Việt Nam, thì nay đã có thể được cấp phép để kinh doanh internet.

Thứ hai, lan tỏa trên mobile và mạng xã hội

Với sức hấp dẫn và lan tỏa rất nhanh của các mạng xã hội, đặc biệt trong bối cảnh số người dùng các thiết bị di động thông minh kết nối internet tăng nhanh, có thể dự đoán các doanh nghiệp sẽ đẩy nhanh việc bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các mạng xã hội với hình thức B2C (doanh nghiệp-người dùng). Các cá nhân cũng tận dụng khả năng

của mạng xã hội để mua bán với nhau (hình thức C2C - người dùng - người dùng).

Đây không chỉ là xu hướng ở Việt Nam mà được dự báo sẽ bùng nổ trên thế giới. Riêng ở Việt Nam, xu hướng thương mại điện tử trên mạng di động được dự báo sẽ nở rộ từ năm 2012 trở đi. Rất nhiều doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ nội dung số trên thiết bị di động đang tập trung vào các giải pháp như thanh toán qua mobile (các ngân hàng, ví điện tử), tiếp thị qua mobile (mobile marketing) như Naiscorp, Gapit... Thị trường này hứa hẹn sẽ sôi động trong năm 2012.

Thứ ba, mua theo nhóm

Trào lưu mua theo nhóm (groupon) tại Việt Nam nở rộ từ giữa năm 2011. Nhiều ý kiến cho rằng đây chính là thế mạnh của thương mại điện tử. Khả năng kết nối của Internet cho phép thu hút đông người mua, tạo lên sức mạnh khi mua cùng một sản phẩm hàng hóa hay dịch vụ từ mỗi người bán. Cả người bán, người mua và nhà cung cấp dịch vụ trung gian giúp nhiều người mua tập hợp lại với nhau và đều có lợi.

Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thanh toán trung gian cũng từng coi “mua theo nhóm” là “người hùng” của năm 2011 bởi nhờ đó mà dịch vụ thanh toán trực tuyến có những phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, sẽ rất khó dự đoán xu thế mua theo nhóm trong năm 2012 bởi hoạt động này phụ thuộc đáng kể vào chất lượng của các nhà cung cấp dịch vụ trung gian.

Một mặt, họ phải đảm bảo để người bán tuân thủ đúng các cam kết đã công bố công khai trên website của mình, đồng thời phải đa dạng các sản phẩm và dịch vụ để hấp dẫn đông đảo người mua. Mặt khác, các nhà cung cấp dịch vụ trung gian phải liên tục sáng tạo các phương thức để người mua dễ dàng tập hợp với số lượng lớn, tạo ra lợi thế của bên mua. Nhà cung cấp dịch vụ trung gian cũng cần phải công bố công khai trách nhiệm của mình đối với người mua khi quyền lợi của họ không được đảm bảo.

Ngoài ra, cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử và bảo vệ người tiêu dùng cũng cần

nghiên cứu hệ thống pháp luật hiện nay đã phù hợp để xử lý các tranh chấp làm thiệt hại tới người tiêu dùng khi tham gia hình thức mua hàng theo nhóm hay chưa và có kế hoạch bổ sung, sửa đổi kịp thời nếu hệ thống này chưa đáp ứng được hình thức mua bán mới này ở Việt Nam.

Trên thực tế, hình thức mua theo nhóm hiện vẫn phát triển tự phát. Tuy chưa xảy ra vụ kiện tụng nào đáng chú ý nhưng chất lượng vẫn có nhiều điều đáng bàn, nhất là với các loại hàng hóa là dịch vụ. Đơn vị trung gian vẫn gặp khó khăn trong việc kiểm soát chất lượng dịch vụ của nhà cung cấp có đúng với cam kết. Đối với người tiêu dùng, tâm lý chung vẫn là: nếu không hài lòng thì không sử dụng nữa. Thực sự, đây là một kiểu phản ứng rất nguy hiểm bởi nó không giúp nhà cung cấp, đơn vị trung gian có được những thông tin phản hồi để kịp thời điều chỉnh.

2. Sự cần thiết xây dựng mô hình thanh toán điện tử

Trong các công đoạn của thương mại điện tử, công đoạn thanh toán ở Việt Nam hiện nay gặp rất nhiều khó khăn cả về pháp lý, đạo đức kinh doanh, hạ tầng kỹ thuật và thói quen tiêu dùng tiền mặt của dân cư. Hiện nay, đã có số lượng lớn người dân nhận tiền lương, tiền công qua tài khoản ngân hàng hoặc thẻ ATM. Thẻ ATM được xem là một ví tiền điện tử nhưng chưa phát huy được hết công dụng, vì muốn chi tiêu gì thì người dân thường vẫn phải ra máy ATM để rút tiền chứ khó có thể thanh toán bằng thẻ. Đó là do các ngân hàng thiếu đầu tư cũng như chưa có sự liên doanh liên kết mạnh mẽ cho hệ thống POS. Lượng khách dùng thẻ thanh toán vô cùng ít ỏi, máy POS vẫn quá xa lạ với khách hàng. Ở Việt Nam thiếu sự liên kết nên thanh toán rất bất tiện. Một siêu thị có thể có vài máy POS của vài ngân hàng nhưng thực tế lại ít sử dụng, vì thẻ của ngân hàng nào thì dùng máy của ngân hàng ấy, sử dụng thẻ của ngân hàng khác sẽ không thanh toán được hoặc là bị tính phí cao hơn. Đặc biệt, việc người mua phải chịu thêm phí giao dịch khi thanh toán bằng thẻ càng làm người dân hạn chế việc sử dụng thanh toán điện tử.

Thanh toán điện tử đã tạo ra các tiện ích giúp cho khách hàng tiết kiệm chi phí và thời gian khi thực hiện mua và thanh toán hàng hoá dịch vụ. Việc phát triển hình thức này đang đặt ra một thách thức lớn đối với ngân hàng và các nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến là phải kết nối thanh toán trực

tuyến được với nhiều nhà cung cấp hàng hoá dịch vụ qua đó đưa ra được ngày càng nhiều sản phẩm thanh toán cho phép khách hàng thực hiện nhiều loại giao dịch thanh toán an toàn, nhanh chóng và thuận tiện.

Tuy nhiên, có một thực tế là, hiện nay nhiều nhà cung cấp hàng hoá dịch vụ vẫn chưa muốn sử dụng hình thức thanh toán điện tử vì họ vẫn chưa tin rằng nó an toàn. Ngoài ra, việc đầu tư cho phát triển thương mại điện tử cũng chiếm một phần không nhỏ chi phí đầu tư của họ mà trong những thời điểm nền kinh tế đang chịu ảnh hưởng nặng nề của khủng hoảng kinh tế như hiện nay thì việc dành thời gian và chi phí cho các hoạt động kinh doanh trực tiếp và vận hành mạng lưới riêng theo cách đang có thường mang lại hiệu quả nhanh hơn và tốt hơn. Bên cạnh đó, nếu ngân hàng tự phát triển các kết nối trực tiếp tới các nhà cung cấp hàng hoá dịch vụ hoặc ngược lại sẽ tốn kém và mất rất nhiều thời gian.

Với lợi thế là Công ty được thành lập bởi tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam– VNPT, Công ty Cổ phần Thanh toán Điện tử VNPT EPAY dễ dàng tiếp cận được với gần 50 triệu khách hàng (có sử dụng điện thoại di động để thực hiện các giao dịch) của VNPT gồm Vinaphone và Mobiphone. Bên cạnh đó, VNPT EPAY đã phát triển và xây dựng thành công hệ thống thanh toán hoá đơn điện tử (E-bill). Hệ thống E-bill được thiết kế theo mô hình kết nối và mô hình kiến trúc cụ thể như mô tả ở phần II đã cho phép xử lý và truyền thông tin thanh toán hoá đơn được kết nối giữa ngân hàng với VNPT EPAY để thực hiện thanh toán hoá đơn của khách hàng cho các nhà cung cấp dịch vụ.

Công ty VNPT EPAY hiện đang là đối tác hợp tác với nhiều ngân hàng và với việc tiếp tục triển khai hợp tác thanh toán hoá đơn điện tử sẽ mang lại cho khách hàng thêm nhiều sản phẩm dịch vụ thanh toán trực tuyến, và quan trọng hơn cả là các ngân hàng có nhiều cơ hội tiếp cận được với lượng khách hàng mới hiện đang là khách hàng của VNPT.

3. Giới thiệu hệ thống thanh toán của VNPT EPAY

3.1. Mô hình chung

3.1. Mô hình kiến trúc nghiệp vụ

Hệ thống được thiết kế theo kiến trúc dựa trên khách hàng và hoá đơn (Hình 1).

3.3. Mô hình kiến trúc xử lý

Hệ thống được thiết kế vận hành theo mô hình đa lớp cho phép cân bằng tải và tối ưu hoá tốc độ xử lý đồng thời dễ dàng phát triển các dịch vụ và kênh giao tiếp mới. Tổ chức logic của hệ thống bao gồm các phần sau (Hình 3):

Lớp kênh thanh toán (Channel layer): cho phép khách hàng giao tiếp với hệ thống thông qua các kênh khác nhau (Web, SMS, Mobile, POS).

Lớp xử lý nghiệp vụ (Business logic layer): cho phép định nghĩa các dịch vụ cung cấp cho khách

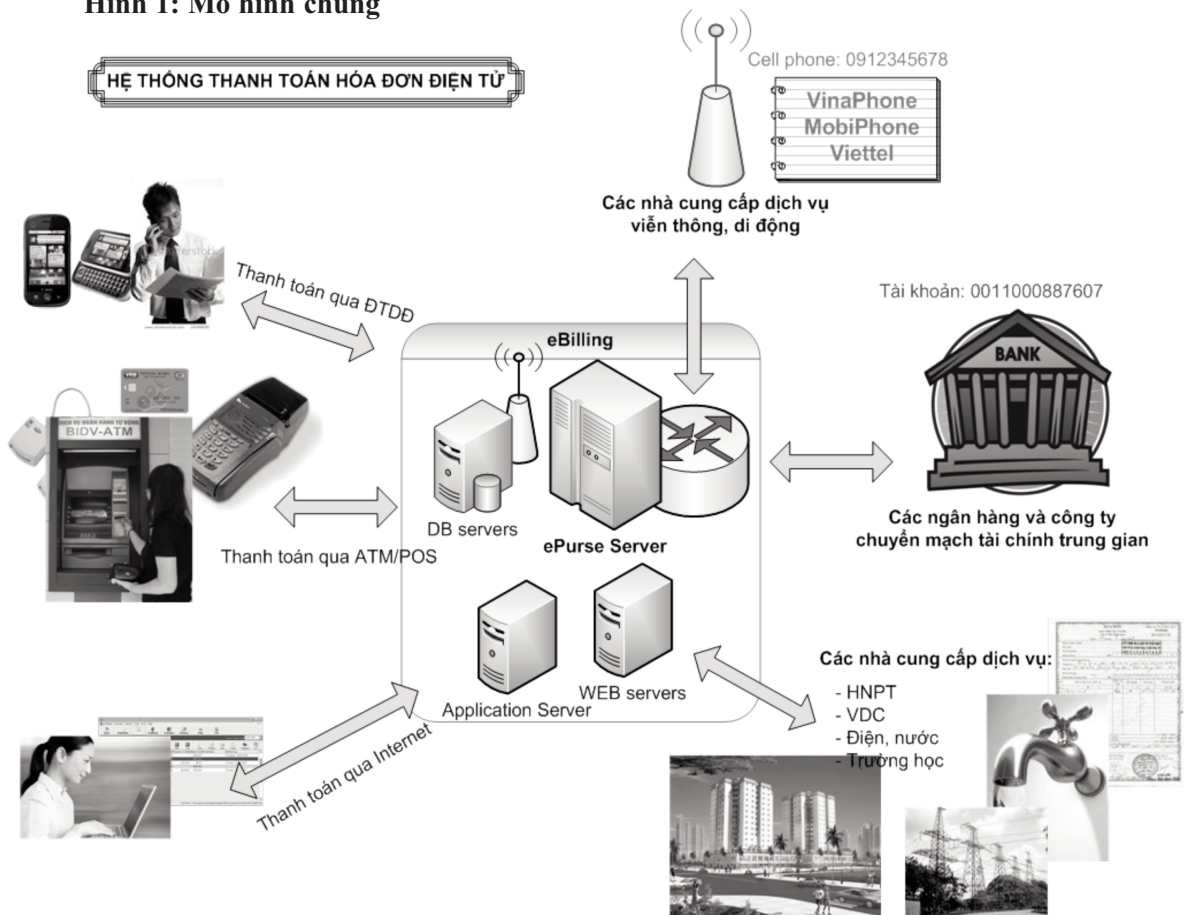
hàng liên tục.

Tầng quản lý kết nối, tích hợp (integration layer): phân hệ này đảm bảo việc kết nối với hệ thống thanh toán hoặc hệ thống billing (*kết nối trực tiếp với ngân hàng, hoặc thông qua hệ thống switch của VNPT EPAY*).

Mô hình xử lý thông tin giao dịch của hệ thống được thể hiện như Hình 4.

Hệ thống cung cấp cả phương thức giao tiếp đồng bộ (*synchronous*) và không đồng bộ

Hình 1: Mô hình chung



hàng (giao dịch, sản phẩm, các tiện ích thanh toán, phòng ngừa rủi ro, cảnh báo). Công nghệ WebServices đảm bảo khả năng cân bằng tải, tính sẵn sàng của máy chủ ứng dụng, dễ dàng nâng cấp trong tương lai.

Lớp dữ liệu (Data Layer): dựa trên hệ quản trị cơ sở dữ liệu ORACLE 10g có khả năng chia tải và đảm bảo tính sẵn sàng của dữ liệu. Hệ máy chủ cơ sở dữ liệu song hành (Oracle RAC) có thể sử dụng từ 02 đến 04 máy chủ cùng truy cập đến thiết bị lưu trữ dùng chung. Khi một máy chủ bị sự cố, máy chủ còn lại tiếp tục hoạt động đảm bảo cho hệ thống vận

(*asynchronous*). Về cơ bản nên sử dụng phương thức giao tiếp không đồng bộ để đảm bảo tính ổn định của hệ thống (*đặc biệt trong trường hợp lượng giao dịch tăng đột biến*).

3.4. Quy trình hoạt động cung cấp dịch vụ (Hình 5)

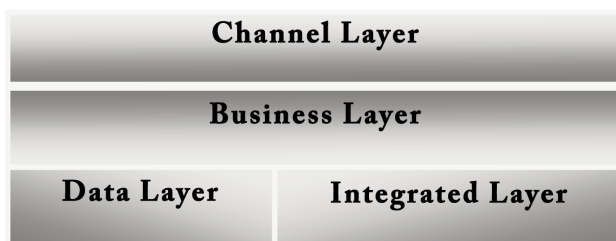
Bước 1. Định kỳ / hàng tháng Nhà phát hành hoá đơn (Bill issuer) gửi hoá đơn từ hệ thống tính cước (Billing system) tới hệ thống thanh toán hoá đơn (E-Bill system) của VNPT EPAY;

Bước 2. Hệ thống thu cước gửi thông báo đến khách hàng;

Hình 2: Mô hình kiến trúc nghiệp vụ



Hình 3: Mô hình kiến trúc xử lý



Bước 3. Khách hàng truy cập (bằng mobile hoặc web site trên PC) vào hệ thống E-Bill để kiểm tra và quyết định thanh toán;

Bước 4. Yêu cầu thanh toán của khách hàng được hệ thống E-Bill gửi đến Ngân hàng (NHCT) để thực hiện thanh toán (*chuyển tiền từ tài khoản khách hàng sang tài khoản của VNPT EPAY tại NHCT*);

Bước 5. Ngân hàng (hệ thống) gửi trả lại kết quả thanh toán đến hệ thống E Bill thành công hoặc thất

bại (*trường hợp khi sai số TK hoặc giá trị yêu cầu thanh toán vượt quá số dư trong tài khoản*);

Bước 6. Hệ thống EBill thông báo kết quả thanh toán đến người sử dụng (*thời gian từ khi quyết định thanh toán đến khi có kết quả trả lại khoảng 3-5 giây*);

Bước 7. Hệ thống Ebill thông báo kết quả thực hiện thu cước Nhà cung cấp sản phẩm dịch vụ (Bill issuer) thực hiện gạch nợ.

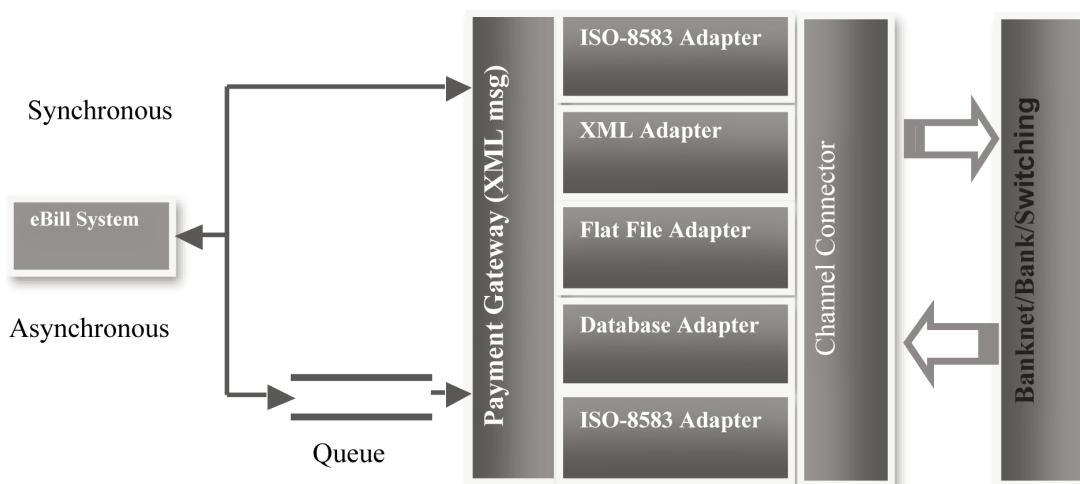
3.5. Tính năng quản lý của hệ thống đối với các hoạt động thanh toán hoá đơn trực tuyến

Quản lý các thông tin liên quan đến ngân hàng: Số tài khoản, chi nhánh, mã ngân hàng, địa chỉ và một số thông tin liên quan khác.

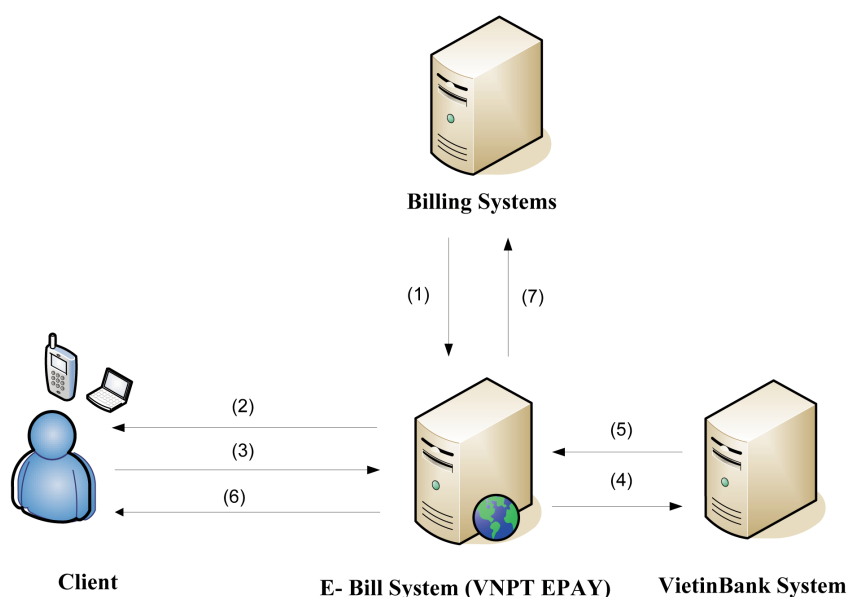
Quản lý các thông tin của nhà cung cấp: Các sản phẩm dịch vụ, các đầu mối liên hệ (thông tin đại diện, thông tin tài khoản thanh toán,...):

+ Quản lý khách hàng/ Hợp đồng sử dụng dịch vụ của khách hàng;

Hình 4: Mô hình xử lý thông tin giao dịch của hệ thống



Hình 5: Quy trình hoạt động cung cấp dịch vụ



+ Các kênh thông tin giao tiếp với nhà cung cấp, các thông tin cảnh báo, thông báo kết quả. Thông tin về thời hạn thanh toán cho các sản phẩm dịch vụ.

Quản lý các thông tin liên quan đến khách hàng như thông tin chung, thông tin phục vụ thanh toán,... ngoài ra còn các thông tin khác như:

+ Các hoá đơn khách hàng đã thanh toán, đang xử lý hoặc đang chờ để thanh toán;

+ Các kênh thanh toán, thông báo mà khách hàng sử dụng;

Quản lý hoạt động thanh toán của khách hàng bao gồm;

- + Thanh toán trực tuyến;
- + Thanh toán UNT (nhờ thu không chờ chấp nhận);

Quản lý các thông tin về công nợ đối với nhà cung cấp trong quá trình cung cấp dịch vụ và thanh toán dịch vụ.

4. Phương án kết nối và hợp tác

4.1. Phương án kết nối

Hiện trạng kết nối giữa ngân hàng và VNPT EPAY

Hiện nay, các ngân hàng đã thiết lập kết nối với VNPT EPAY, chủ yếu thông qua các đường truyền lease line (đường truyền dành riêng). Hình 6 mô tả về đường kết nối giữa VNPT EPAY với ngân hàng VIETINBANK.

Đường chính:

- + Đường truyền lease line;

+ Tốc độ 128 Kb;

+ Nhà cung cấp Viễn Thông Liên Tỉnh - VTN.

Đường backup (dự phòng):

+ Đường truyền lease line;

+ Tốc độ 125 Kb;

+ Nhà cung cấp Viettel.

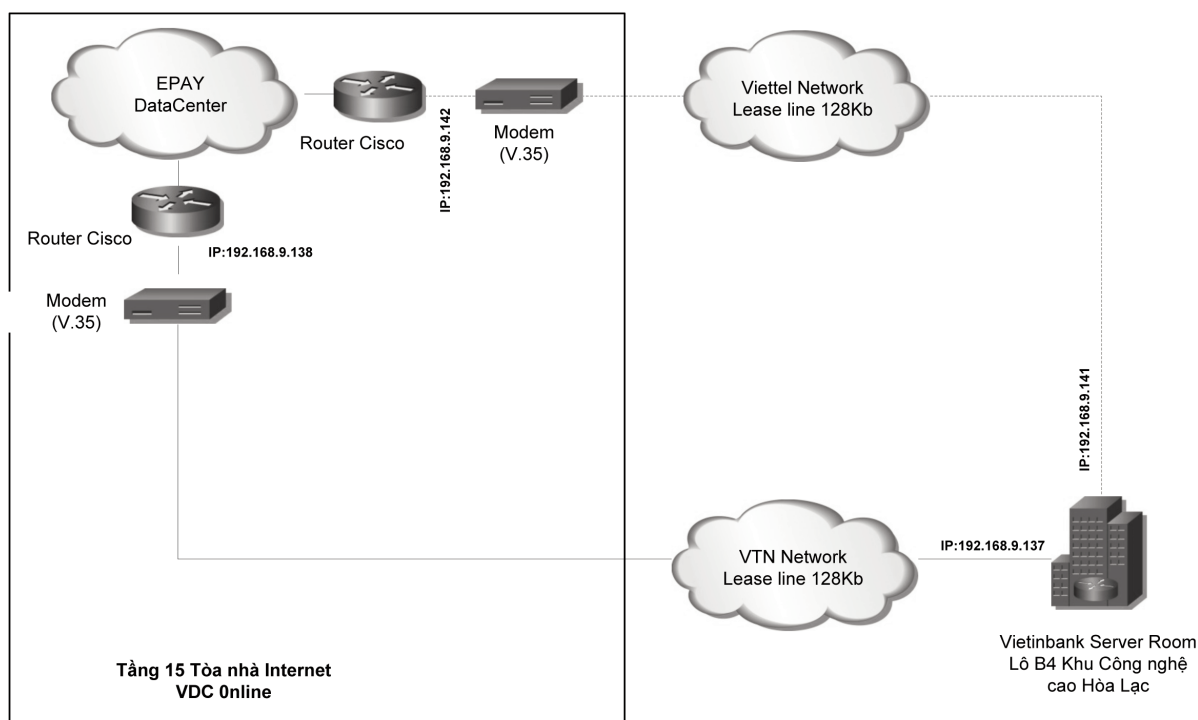
4.2. Các hình thức kết nối:

Sẽ tận dụng đường truyền sẵn có và áp dụng theo chuẩn giao dịch ISO 8583

Kết nối qua cổng IPG

Hệ thống thanh toán hoá đơn trực tuyến (EBill) được kết nối với Cổng thanh toán Internet của VNPT EPAY (Internet Payment Gateway – IPG) cho phép khách hàng sử dụng tài khoản tại ngân hàng đã kết nối với VNPT EPAY để thanh toán hoá đơn. Theo mô hình này, khách hàng khi chọn hóa đơn thanh toán sẽ được chuyển (redirect) tới trang web IPG. Khách hàng nhập các thông tin xác thực để đăng nhập vào hệ thống và thực hiện thanh toán bằng cách sử dụng OTP qua SMS hoặc sử dụng Chứng thư số. Nếu sử dụng OTP qua SMS, sau khi đăng nhập, hệ thống sẽ trả lại một mật khẩu dùng 1 lần (OTP) trên điện thoại di động. Người sử dụng sẽ phải xác nhận lại OTP này trên IPG và nếu thành công, việc thanh toán sẽ được tiến hành. Trường hợp sử dụng chứng thư số, họ chỉ cần cắm USB PKI Token của các CA được hệ thống hỗ trợ và xác nhận PIN để đăng nhập và ký giao dịch. Kết quả thanh toán sẽ được trả lại cho hệ thống EBill và khách hàng sẽ nhận được thông báo ngay tức thì khi thực

Hình 6: Sơ đồ đầu nối VNPT Epay - Vietinbank



hiện lệnh.

Ưu điểm của cách thanh toán này là tách biệt được thông tin hóa đơn và tài khoản ngân hàng. Hai hệ thống xác thực có thể độc lập hoặc tích hợp trong suốt giúp khách hàng có thể chọn lựa thanh toán hóa đơn vào thời điểm thích hợp cũng như chọn các tài khoản ngân hàng mà họ đã đăng ký trên tài khoản IPG để thanh toán (*một tài khoản IPG có thể cho phép hoạt động trên nhiều tài khoản ngân hàng*).

Kết nối với Internet banking của ngân hàng

Tương tự như mô hình kết nối với Cổng thanh toán Internet, hệ thống Ebill sẽ redirect tới Website Internet Banking của ngân hàng hoặc sử dụng các Web Service / API do ngân hàng cung cấp để kết nối và sử dụng dịch vụ Internet Banking. Toàn bộ quá trình xác thực và thực hiện giao dịch giữa người sử dụng và ngân hàng được quyết định hoàn toàn bởi ngân hàng.

Kết nối thanh toán qua mạng di động

Tài liệu tham khảo:

1. Ba xu hướng thương mại điện tử Việt nam 2012 - Bằng Linh - PCWORLD Việt Nam số ngày 23/01/2012.
2. Bài giảng thương mại điện tử - Khoa Tin học kinh tế.
3. Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2007, 2008, 2009, 2010, 2011- Bộ Công Thương.
4. www.vnptepay.com.vn
5. Tài liệu thanh toán trực tuyến của ngân hàng VIETINBANK, VIETCOMBANK, TECHCOMBANK.

Dịch vụ lúc này được xem như một dịch vụ của ngân hàng khi xác thực số tài khoản và số điện thoại khách hàng sử dụng (bằng bản đăng ký với ngân hàng). Theo đó, với phần mềm cài trên điện thoại di động (được xác thực số điện thoại và tài khoản Ngân hàng) khách hàng có thể sử dụng điện thoại làm phương tiện truy vấn và thanh toán hoá đơn. Ngoài ra, khách hàng còn có thể sử dụng để mua bán hàng hoá số (cước phí trả trước).

Kết luận: Mô hình thanh toán điện tử giữa các ngân hàng với VNPT EPAY là giải pháp phù hợp với xu thế phát triển thương mại điện tử trên mobile và các thiết bị cầm tay, giúp cho hàng chục triệu khách hàng có thể thanh toán trực tuyến một cách nhanh chóng, tiện lợi, chi phí thấp, hạn chế sử dụng tiền mặt trong lưu thông đồng thời cũng là giải pháp giúp các ngân hàng đa dạng hóa hình thức thanh toán cho khách hàng, xây dựng ngân hàng hiện đại và hiệu quả. □