

VÍ ĐIỆN TỬ VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ COVID-19: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN

VIETNAM E – WALLET IN THE COVID-19 PADAMIC: THE SITUATION AND DEVELOPMENT SOLUTIONS

Nông Mai Thanh

Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 29/03/2022, chấp nhận đăng ngày 28/04/2022

Tóm tắt: Thanh toán không tiền mặt đang ngày càng trở nên phổ biến, và là ngành thanh toán đóng vai trò quan trọng trong nỗ lực thúc đẩy tài chính toàn diện của quốc gia. Dịch Covid-19 đã góp phần tăng nhanh số lượng các tổ chức cung ứng dịch vụ ví điện tử đồng thời cũng thúc đẩy một bộ phận người dân lần đầu tiếp cận với các phương thức thanh toán trực tuyến và dần hình thành thói quen sử dụng ví điện tử trong các giao dịch mua sắm, tiêu dùng cá nhân. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại tình trạng kinh doanh thua lỗ của các tổ chức cung cấp ví điện tử, giá trị giao dịch trung bình của người dùng ví điện tử còn thấp. Bài viết tập trung phân tích thực trạng sử dụng ví điện tử Việt Nam, đặc biệt trong giai đoạn diễn ra dịch bệnh Covid-19, làm rõ những ưu điểm và hạn chế của hình thức thanh toán bằng ví điện tử và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy phát triển hình thức thanh toán ví điện tử ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Ví điện tử, Việt Nam, đại dịch Covid-19, thanh toán không dùng tiền mặt

Abstract: Cashless payments are becoming increasingly popular, and are a key part of the nation's efforts to promote financial inclusion. The Covid-19 epidemic has contributed to a rapid increase in the number of organizations providing e-wallet services, and also promoted a part of people to access online payment methods for the first time and gradually form the habit of using e-wallets. use e-wallets in shopping transactions, personal consumption. However, there is still a loss of business for organizations providing e-wallets, and the average transaction value of e-wallet users is still low. The article focuses on analyzing the current situation of using e-wallets in Vietnam, especially during the period of the Covid-19 epidemic, clarifying the advantages and limitations of the form of payment by e-wallets and proposing a Some solutions to promote the development of e-wallet payment methods in Vietnam in the coming time.

Keywords: E-wallets, Vietnam, Covid-19 pandemic, cashless payment.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Năm 2021, đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng lớn đến mọi mặt hoạt động kinh tế, xã hội tại Việt Nam. Bên cạnh các ảnh hưởng tiêu cực, dịch bệnh Covid-19 cũng đem lại thay đổi mang tính tích cực. Sau nhiều năm mua hàng

thanh toán tiền mặt đã nhường chỗ cho thanh toán trực tuyến. Thanh toán trực tuyến hiện đã trở thành phương thức thanh toán được ưa chuộng bởi sự tiện lợi, nhanh chóng mà nó mang lại. Vài năm gần đây, trong tất cả các phương thức thanh toán điện tử thì ví điện tử

là một trong những phương thức không dùng tiền mặt khá được ưa chuộng tại Việt Nam. Rất nhiều doanh nghiệp đã chủ động triển khai và quảng bá phương thức thanh toán này trên nền tảng của mình, đồng thời khuyến khích khách hàng của mình sử dụng ví điện tử và thanh toán không dùng tiền mặt trong các chiến dịch của mình. Ví điện tử với ưu điểm tiện lợi, an toàn, nhanh chóng đã lấy được lòng tin của người dùng, từ đó khuyến khích họ mua sắm nhiều hơn, tích cực sử dụng thanh toán không dùng tiền mặt, góp phần thúc đẩy quá trình chuyển đổi số tại Việt Nam.

Bài viết đi sâu phân tích thực trạng ứng dụng của ví điện tử trong thời kỳ Covid-19 nhằm đánh giá những mặt tích cực, hạn chế và qua đó đề xuất giải pháp thúc đẩy sự phát triển hơn nữa ví điện tử ở Việt Nam trong thời gian tới.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Nội dung nghiên cứu

- Thực trạng ứng dụng hình thức thanh toán bằng ví điện tử tại Việt Nam trong thời kỳ Covid-19.
- Giải pháp nhằm phát triển hình thức thanh toán bằng ví điện tử tại Việt Nam.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập số liệu: Sử dụng các số liệu thứ cấp như: Visa consumer payment attitudes study 2021, The rise of E-wallet in Vietnam 2021, Báo cáo ứng dụng di động 2021... Website của một số tổ chức, cổng thanh toán điện tử tại Việt Nam.
- Phương pháp xử lý, phân tích số liệu:

Phương pháp thống kê mô tả: Phương pháp được sử dụng để mô tả quá trình hình thành và phát triển ví điện tử Việt Nam từ những năm 2008 đến năm 2021, thực trạng sử dụng

và giao dịch bằng hình thức ví điện tử tại Việt Nam từ năm 2019 đến năm 2021.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU, THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng ứng dụng hình thức thanh toán bằng ví điện tử trong đại dịch Covid-19 tại Việt Nam

3.1.1. Quá trình hình thành và phát triển hình thức thanh toán ví điện tử tại Việt Nam

Ví điện tử là một dịch vụ về thanh toán trực tuyến cho phép người dùng sử dụng số tiền có trong ví để mua hàng hoặc trả phí tại các website thương mại điện tử, đồng thời cho phép các giao dịch chuyển tiền, nạp tiền, rút tiền, theo dõi lịch sử giao dịch... Ví điện tử có độ an toàn cao khi khách hàng sử dụng, đảm bảo được quyền lợi của cả hai bên mua và bán, cách thức thanh toán nhanh chóng, tiện lợi...

Ra đời năm 2008 trong bối cảnh thị trường thương mại điện tử Việt Nam đang cần những công cụ thanh toán phù hợp, ví điện tử được kỳ vọng giúp người mua và người bán kết nối nhanh chóng với nhau.

Từ năm 2009, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã cấp phép thí điểm dịch vụ ví điện tử cho 6 công ty: VietUnion (Payoo), MobiVi, Smartlink, VNPAY, VinaPay và M-Service. Chỉ trong một năm hoạt động, khoảng 70.000 ví điện tử đã được mở, trong đó Payoo (của VietUnion) có số lượng nhiều nhất với hơn 32.000 ví, tiếp đó là VNPAY với hơn 30.000 ví và MobiVi trên 7.000 ví. Đến cuối năm 2009, đã có 9 ngân hàng thương mại ký kết và triển khai dịch vụ ví điện tử, 110 đơn vị chấp nhận thanh toán bằng ví điện tử.

Giai đoạn 2009-2013 ví điện tử phát triển rất chậm, do người dân Việt vẫn còn khá xa lạ với dịch vụ ví điện tử, còn doanh nghiệp cũng ngại khi tham gia thanh toán bằng hình thức này. Theo số liệu của NHNN tính đến hết năm

2013, cả nước mới có trên 1,84 triệu ví điện tử, tổng lượng giao dịch trong năm đạt 23.350 tỷ đồng (khoảng 1,1 tỷ USD). So với quy mô của thị trường thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam, con số này còn khá khiêm tốn. Chỉ tính riêng thị trường thẻ, đến năm 2013 cả nước đã có hơn 66 triệu thẻ, tổng doanh số giao dịch nội địa lên tới 1,1 triệu tỷ đồng (52 tỷ USD).

Đến năm 2014 rất nhiều ví điện tử đã được ra mắt trên thị trường Việt Nam. Cuối tháng 5/2014, Tập đoàn FPT đã chính thức ra mắt dịch vụ trung gian thanh toán ví FPT, xuất phát từ dịch vụ thanh toán trực tuyến Senpay trước đây của website thương mại Sendo.vn. Đây là đơn vị thứ 16 được NHNN cấp phép cung cấp các dịch vụ trung gian thanh toán. Trước đó, Mobifone cũng đã giới thiệu ví điện tử Vimo, VTC với ví điện tử VTC Pay; Công ty cổ phần Phát triển Thẻ thao Điện tử Việt Nam (Vietnam Esports) cũng đã ra mắt ví điện tử TopPay vào tháng 3/2016 ...

Ứng dụng ví điện tử được NHNN cấp phép theo Thông tư 39/2014/TT-NHNN, quy định rõ về việc lập, sử dụng, bảo quản, lưu trữ chứng từ điện tử theo quy định của pháp luật. Như vậy, ví điện tử đã có thời gian được phát triển thử nghiệm 4-5 năm nhưng nếu so với các hình thức thanh toán khác, đặc biệt là thanh toán bằng tiền mặt thì vai trò và vị trí của ví điện tử vẫn còn rất khiêm tốn. [1]

Tuy nhiên, đại dịch Covid-19 đã tạo ra cú huých thúc đẩy thanh toán điện tử bùng nổ, nhanh hơn 3-5 năm về tốc độ áp dụng. Đây chính là cơ hội mới cho toàn bộ hệ sinh thái thanh toán kỹ thuật số, bao gồm các ngân hàng và các công ty công nghệ tài chính (Fintech) và ví điện tử phát triển.

Thống kê của NNHN cho thấy, tính đến cuối năm 2021, hiện thị trường Việt Nam có 46 tổ chức trung gian thanh toán không phải ngân

hàng được chính thức cấp phép hoạt động, trong đó có khoảng 43 tổ chức cung cấp dịch vụ ví điện tử. Con số này đã tăng gấp 7 lần so với năm 2015. Như vậy, bên cạnh các thương hiệu “quen mặt” với người tiêu dùng nhiều năm nay như: MoMo, VNPay, ShopeePay (trước đây là Airpay), ViettelPay, ZaloPay, Moca (GrabPay), Payoo, thị trường ví điện tử đang ngày một sôi động hơn với sự góp mặt của hàng loạt Fintech Việt tài năng và cả các tập đoàn lớn có hệ sinh thái đa dạng như: VinID (thuộc VinGroup), VNPT Pay (thuộc VNPT), SenPay (thuộc FPT), MobiFone Pay (thuộc MobiFone), eM...

3.1.2. Thực trạng sử dụng và giao dịch bằng hình thức ví điện tử trong đại dịch Covid-19 tại Việt Nam

Có thể nói sự bùng phát dịch Covid-19 đã mang lại những thách thức chưa từng có, được dự báo sẽ có những tác động đáng kể đến sự phát triển nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, trong bối cảnh dịch bệnh lây lan, việc hạn chế tiếp xúc lại trở thành điều kiện góp phần thay đổi góc nhìn, sự lựa chọn của nhiều người dân đến với thói quen mua sắm online, thanh toán điện tử. Theo khảo sát của Visa, trong bối cảnh dịch COVID-19, ví điện tử lại càng "có đất để dụng võ". Với hơn 40 tổ chức cung ứng dịch vụ ví điện tử trên thị trường, tổng số ví điện tử đang hoạt động là khoảng 16,39 triệu ví (tăng khoảng 2,75 triệu ví so với thời điểm cuối năm 2020). Ví điện tử đang hoạt động là ví có ít nhất một giao dịch phát sinh giá trị tiền tệ trong vòng 12 tháng tính đến ngày báo cáo [2].

Theo khảo sát của Visa, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, người tiêu dùng Việt Nam đang dần ưu tiên lựa chọn sử dụng ví điện tử cũng như thanh toán không tiếp xúc và thanh toán bằng mã QR. Khảo sát cũng cho thấy, 57% người tiêu dùng có tới ba ứng dụng ví

điện tử trên điện thoại, 55% người tiêu dùng ưa thích ứng dụng có thể thực hiện tất cả các giao dịch [6].

Giữa thị trường cạnh tranh hơn 40 cái tên khác nhau có 5 ví điện tử đang hoạt động nổi bật và được yêu thích nhất là: MoMo, Shopee Pay, ZaloPay, Viettel Pay, Moca (bảng 1) [5].

MoMo

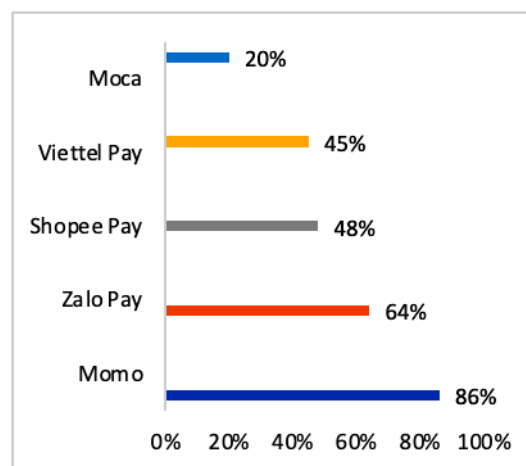
Năm 2010, mạng di động Vinaphone đã chính thức khai trương dịch vụ ví điện tử MoMo. MoMo là viết tắt của Mobile Money. Đây là dịch vụ đầu tiên ở Việt Nam hỗ trợ người tiêu dùng có thể thực hiện các giao dịch thanh toán điện tử ngay trên điện thoại di động một cách nhanh chóng và thuận tiện.

Năm 2021, MoMo đã đạt được những kết quả kinh doanh ngoạn mục với lượng khách hàng tăng hơn 10 triệu so với năm 2020, đạt 31 triệu khách hàng. Trong hơn mười năm hoạt động, MoMo đã hỗ trợ và thúc đẩy quá trình chuyển đổi số cho hơn 50.000 đối tác kinh doanh, với hơn 150.000 điểm chấp nhận thanh toán thuộc mọi ngành nghề khác nhau. MoMo cũng là đối tác chiến lược của 32 ngân hàng lớn. Hiện tại, MoMo là ví điện tử được ưa chuộng và sử dụng nhiều nhất với tỷ lệ sử dụng 86% theo như biểu đồ 1.

Vào ngày 21/12/2021, ví điện tử MoMo công bố hoàn thành vòng gọi vốn thứ 5 với số tiền đầu tư trị giá khoảng 200 triệu USD. Vòng gọi vốn được dẫn dắt bởi Mizuho - Ngân hàng toàn cầu Nhật Bản. Các nhà đầu tư rót vốn gồm: Mizuho, Ward Ferry, Goodwater Capital và Kora Management. MoMo cho biết sẽ sử dụng nguồn vốn mới để củng cố vị trí siêu ứng dụng dẫn đầu thị trường thông qua việc tăng cường cung cấp các dịch vụ tài chính đến 31 triệu người dùng. Theo đại diện MoMo, nguồn vốn hàng trăm triệu USD huy động được trong năm 2021 để tập trung cho

những mục tiêu chiến lược: mở rộng thị trường và đa dạng hóa các loại hình dịch vụ phục vụ nhu cầu cần thiết của người dân; đầu tư phát triển nền tảng công nghệ, thúc đẩy hành vi và thói quen tiêu dùng không dùng tiền mặt của người dân; thu hút nhân sự tài năng trong nhiều lĩnh vực khác nhau; tìm kiếm và đầu tư vào các công ty Việt Nam thông qua hoạt động M&A nhằm gia tăng sức mạnh công nghệ và mở rộng hệ sinh thái MoMo.

Biểu đồ 1: Thương hiệu ví điện tử đang được sử dụng



Nguồn: Decsion Lab, 2021

Shopee Pay

Ví AirPay là một ứng dụng thanh toán trực tuyến xuất hiện khá sớm, được phát triển bởi Công ty Cổ phần Phát triển Thẻ thao Điện tử Việt Nam (VED) và được cấp giấy phép bởi Ngân hàng Nhà nước Việt Nam theo Giấy phép số 29/GP-NHNN, ký ngày 16/12/2015. AirPay chính là ví điện tử đầu tiên tích hợp trực tiếp trên ứng dụng mua sắm phổ biến Shopee như một phương thức thanh toán trực tuyến.

ShopeePay là tên gọi mới của ví điện tử Airpay kể từ ngày 8/6, được phát triển bởi Công ty Cổ phần Airpay và được Ngân hàng Nhà nước cấp phép ngày 3/7/2020. ShopeePay

sở hữu một giao diện đậm sắc cam - màu sắc đặc trưng của trang thương mại điện tử đình đám Shopee.

Lợi thế của ShopeePay là sự hợp tác với 18 ngân hàng cổ phần lớn: Vietcombank, Techcombank, BIDV, Viettinbank, MSB... Ngoài các tính năng thông dụng của ví điện tử, người dùng ShopeePay còn được hưởng nhiều ưu đãi khi mua hàng tại Shopee và đặt thức ăn trực tuyến tại Shopee Food.

Với nền tảng phát triển vững chắc của AirPay cùng lợi thế sẵn có của Shopee, ví ShopeePay mang đến trải nghiệm thanh toán số tiện lợi và an toàn hơn theo tiêu chuẩn PCI DSS, gồm: bảo mật tuyệt đối thông tin giao dịch cá nhân, đơn giản hóa quy trình mua hàng và thanh toán. Ngoài ra, các chương trình khuyến mãi, giảm giá, quà tặng hấp dẫn mang đến cho người dùng trải nghiệm mua sắm, thanh toán tiết kiệm và nhiều niềm vui hơn.

Riêng đối với đối tác kinh doanh, ShopeePay hỗ trợ tăng độ hiển thị trực tuyến, đồng thời tạo điều kiện để đối tác tiếp cận và nắm bắt nhiều cơ hội tăng trưởng mới.

ZaloPay

ZaloPay là ví điện tử do ZION phát triển, cung cấp một hệ sinh thái di động đa dạng bao gồm nhiều loại dịch vụ khác nhau. Nền tảng này cho phép người dùng thanh toán hóa đơn điện nước, chuyển tiền qua mã QR và được tích hợp với tài khoản ngân hàng để rút tiền hoặc mua hàng. Lợi thế cạnh tranh của ZaloPay nằm ở sự liên kết với ứng dụng Zalo - nền tảng trò chuyện hàng đầu Việt Nam với hơn 100 triệu người dùng.

Ví ZaloPay cũng hợp tác với 269 đối tác chiến lược như Lazada, Baemin, Tiki, Sendo, Circle K, Big C, Be ở nhiều mảng khác nhau như: thương mại điện tử, mua sắm, sức khỏe, làm đẹp. ZaloPay cùng với MoMo đang mạnh tay

chi tiền, chấp nhận chịu lỗ để thu hút người dùng.

ZaloPay thừa hưởng hệ sinh thái Internet đa dạng như: Công nghệ (VNG Cloud, trueID), truyền thông, giải trí (Zing TV, Zing MP3...) và đặc biệt là ứng dụng chat Zalo với 64 triệu người dùng thường xuyên. Đó là ưu thế rất riêng biệt của ZaloPay.

Theo bảng 1, ta thấy ZaloPay là ví điện tử có mức độ nhận diện thương hiệu cao thứ hai trên thị trường ví điện tử Việt Nam. Trong năm 2021, ví điện tử này theo đuổi chiến lược khuyến mãi để thu hút người dùng. ZaloPay thường xuyên tặng khách hàng các voucher giảm giá, hoàn tiền khi thanh toán hóa đơn, mua hàng... Ví này cũng bắt tay nhiều sàn thương mại điện tử và các nền tảng dịch vụ giải trí để khuyến mãi kéo người dùng.

ViettelPay

Ra mắt vào năm 2018, ViettelPay là hệ sinh thái thanh toán số - tài chính số, sản phẩm kết hợp giữa ngân hàng và Tổng công ty Dịch vụ số Viettel. ViettelPay được xây dựng và phát triển với nhiều tính năng nổi bật, hướng tới phổ cập hóa tài chính số - thanh toán số tới mọi miền đất nước, từ thành thị tới nông thôn, từ nơi biển đảo tới các vùng sâu vùng xa.

Hệ sinh thái số ViettelPay bao gồm: ứng dụng ViettelPay (với đầy đủ các tính năng tiện ích số: chuyển tiền, thanh toán hóa đơn, mua sắm, bảo hiểm, vay, tiết kiệm...), cổng thanh toán và dịch vụ thu hộ - chi hộ.

Dù không cạnh tranh với các ứng dụng hàng đầu qua khuyến mãi và giảm giá, ViettelPay với lợi thế mạng lưới liên kết với Viettel Post, Viettel Store và cửa hàng dịch vụ Viettel có độ phủ rộng lớn với hơn 200.000 điểm giao dịch toàn quốc, nên việc nạp, rút tiền sẽ trở nên thuận lợi và dễ dàng hơn.

Moca

Ví Moca trở nên phổ biến với người Việt Nam gần đây là vì nó được tích hợp với những cái tên đình đám như Grab hay The Coffee House.

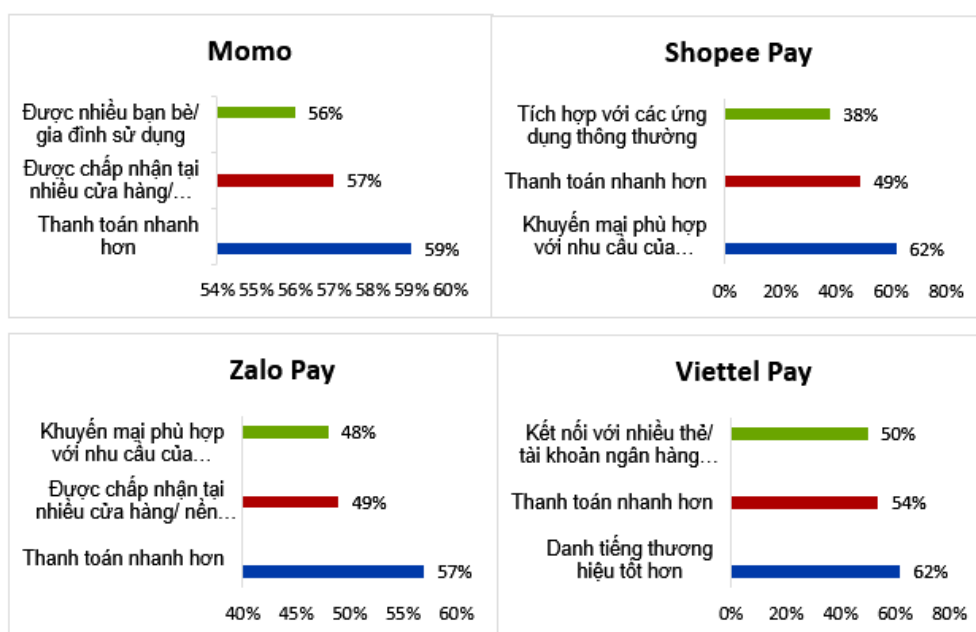
Việc Moca gia nhập vào hệ sinh thái rộng lớn của Grab mang lại rất nhiều lợi ích cho cả đôi bên. Về phía Moca, nền tảng ví điện tử này sẽ nhận được sự hỗ trợ từ phía Grab để đưa ra các chương trình ưu đãi, khuyến mãi hấp dẫn để thu hút người dùng. Không chỉ vậy, hệ sinh thái của Grab vô cùng lớn, vì vậy ví Moca có thể dễ dàng mở rộng các dịch vụ của mình như là thanh toán việc đặt xe, giao nhận đồ ăn và hàng hóa, qua đó hỗ trợ người dùng Grab tốt hơn. Trong tương lai, Moca được dự đoán sẽ còn tiến xa hơn nữa, khi đối tác Grab công bố sẽ đầu tư 500 triệu USD vào Việt Nam trong vòng 5 năm tới nhằm mở rộng mạng lưới các dịch vụ kết nối di chuyển, giao nhận

thức ăn và thanh toán điện tử, đồng thời phát triển các giải pháp mới về công nghệ di động, công nghệ tài chính và logistics.

Hiện nay ví Moca đang là đối tác của rất nhiều ngân hàng ở Việt Nam như: Sacombank, VPBank, Vietcombank, Maritime Bank, HD Bank, ACB, OCB, SCB... Và Moca cũng đang hỗ trợ liên kết với các loại thẻ ngân hàng giúp thanh toán tiện lợi từ trong ra nước ngoài như sau: Visa, Master, thẻ ATM nội địa.

Như vậy, với các ưu thế vượt trội của mình, MoMo, Shopee Pay, ZaloPay, ViettelPay và Moca vẫn là những cái tên đình đám trên thị trường ví điện tử những năm 2020-2021. Nếu như khách hàng lựa chọn MoMo, ZaloPay và giao dịch nhanh, phạm vi chấp nhận rộng rãi, thì Shopee Pay lại thu hút người dùng chủ yếu từ các chương trình khuyến mãi hấp dẫn và dày đặc. Viettel Pay được ưa chuộng vì uy tín thương hiệu (bảng 2) [5].

Biểu đồ 2. Đặc điểm nổi bật của các ví điện tử phổ biến hiện nay

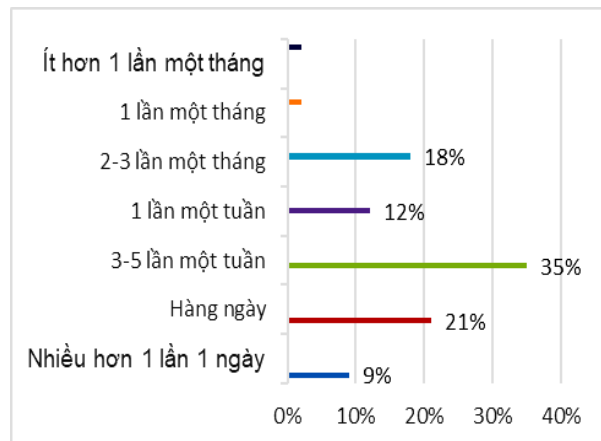


Có một câu hỏi được đặt ra, phải chăng việc tăng nhanh số tổ chức trung gian cung cấp ví điện tử và số lượng khách hàng sử dụng ví điện tử là do hệ quả của giãn cách xã hội

trong đại dịch Covid-19 và điều đó cũng sẽ không giúp thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt của người tiêu dùng Việt khi đại dịch kết thúc. Điều này được lý giải rõ ràng nhất trong

báo cáo của Decsion Lab. Có tới 37% khách hàng khẳng định rằng họ sẽ tiếp tục sử dụng ví điện tử trong tương lai. Và quan trọng nhất, 57% khách hàng có ý định sử dụng ví điện tử thường xuyên hơn trong 6 tháng tới (biểu đồ 3) [5].

Biểu đồ 3. Tần suất sử dụng ví điện tử của người dùng Việt trong đại dịch Covid-19

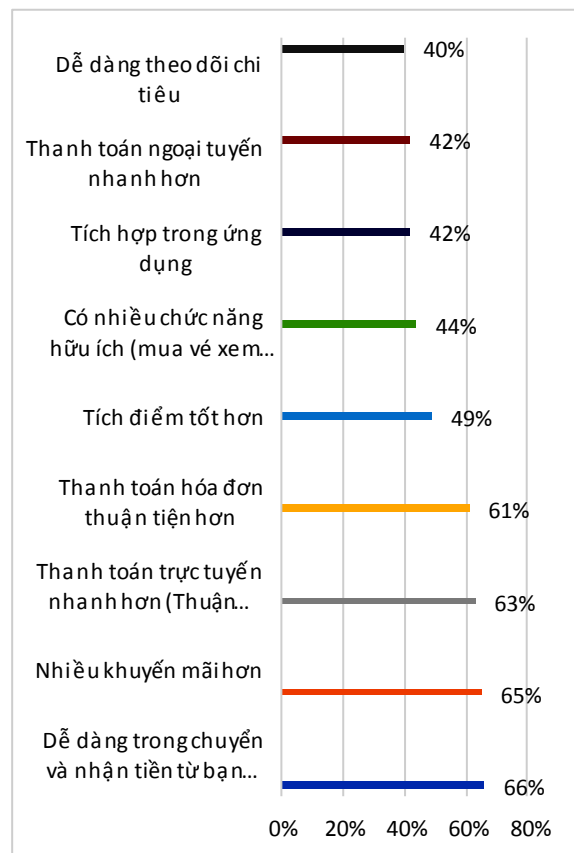


Nguồn: Decsion Lab, 2021

Việc khách hàng lựa chọn chấp nhận thanh toán bằng ví điện tử thay cho các phương thức thanh toán vì những tiện ích mà nó đem lại cho người dùng như chuyển tiền dễ dàng, thanh toán trực tuyến nhanh chóng, tiện lợi trong việc thanh toán hóa đơn. Và đáng chú ý, khuyến mãi cũng biến ví điện tử trở thành phương thức thanh toán hấp dẫn hơn các phương thức thanh toán khác (biểu đồ 4) [5].

Chính vì những lẽ đó mà số lượng người dùng ví điện tử đều có mức tăng trưởng vượt trội trong thời kỳ dịch bệnh Covid-19. MoMo hiện nay là ví điện tử có số lượng người dùng và lượt tải lớn nhất. Từ 2019 đến tháng 6 năm 2021 MoMo đã có hơn 11 triệu lượt cài đặt ví, tăng 44,6% so với thời điểm trước khi có dịch Covid - 19. MoMo cũng đang hướng tới mốc 50 triệu người dùng trong 2 năm tới. Lượng cài đặt ví điện tử ZaloPay trong thời kỳ dịch bệnh cũng tăng 34,7%, ViettelPay tăng 51%. (bảng 1).

Biểu đồ 4. Lý do khách hàng chọn ví điện tử



Nguồn: Decsion Lab, 2021

Bảng 1. Lượt cài đặt một số ví điện tử

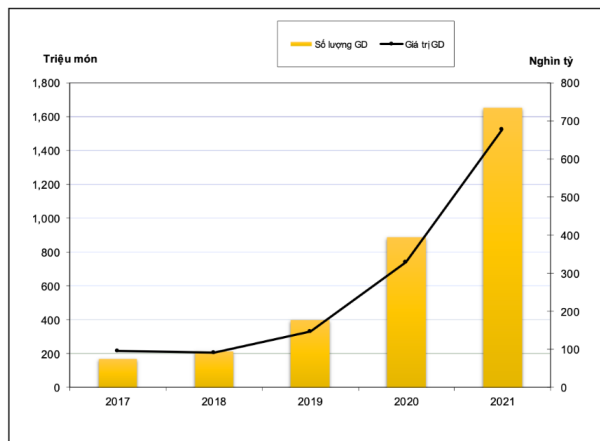
Ví điện tử	Lượt cài đặt ví điện tử (đ/v: triệu lượt)	
	2019-6/2021	Tổng
MoMo	11,7	26,2
ZaloPay	4,1	11,8
ViettelPay	7,1	13,9

Nguồn: appotapay.com

Theo báo cáo của Fintech Boku và Juniper Research, tỷ lệ sử dụng các ví điện tử của Việt Nam vào năm 2020 là gần 20%, được dự báo sẽ tăng lên 55,5% vào năm 2025. Từ biểu đồ 5 ta có thể thấy mức tăng trưởng vượt trội trong năm 2020, 2021-khoảng thời gian diễn ra dịch bệnh Covid-19. Giá trị giao dịch qua ví điện tử năm 2019 là gần 200 nghìn tỷ đồng thì sang

năm 2021 giá trị giao dịch đã tăng lên gần 700 nghìn tỷ, tăng gần gấp 4 lần.

Biểu đồ 5. Tăng trưởng giao dịch ví điện tử qua các năm



Nguồn: Ngân hàng nhà nước

Các chuyên gia của Juniper Research còn dự báo năm 2025, số giao dịch thông qua các ví điện tử sẽ đạt 5 tỷ giao dịch. Hiện nay, giá trị của các giao dịch qua ví điện tử tại Việt Nam là 14 tỷ USD. Theo tính toán của báo cáo, năm 2025 giá trị giao dịch có thể tăng lên 48,6 tỷ USD. [3]

3.2. Đánh giá chung về thực trạng thanh toán bằng hình thức ví điện tử tại Việt Nam trong thời kỳ Covid-19

3.2.1. Ưu điểm

- Các loại ví điện tử ra đời với số lượng lớn (tính đến hết năm 2021 có hơn 40 tổ chức không phải là ngân hàng cung cấp dịch vụ ví điện tử) đáp ứng cơ bản nhu cầu thanh toán của người tiêu dùng trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển và đặc biệt là trong bối cảnh giãn cách xã hội trong đại dịch Covid-19.
- Sự xuất hiện của ví điện tử đã góp phần đáng kể tới việc tạo thói quen tiêu dùng không tiền mặt và mở rộng vùng khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính tại Việt Nam.
- Hình thức nạp tiền và thanh toán đa dạng, nhanh chóng, tiện lợi bao gồm cả các website

lẫn các ứng dụng di động. Khách hàng có thể thực hiện việc thanh toán mua hàng, trả tiền dịch vụ ở bất kì nơi đâu, bất kì lúc nào chỉ bằng một vài thao tác đơn giản kèm theo một bước xác nhận mật khẩu giao dịch.

- Các ví điện tử liên kết mạnh mẽ với ngân hàng tạo ra nhiều giá trị hơn cho nền tảng thanh toán số và nâng cao trải nghiệm người dùng. Liên kết này không làm thay đổi mô hình kinh doanh của ngân hàng, mà thay vào đó cùng với ngân hàng đưa ra một cách tiếp cận khách hàng mới. Mặt khác, ví điện tử sẽ trở thành “cánh tay nối dài” của ngân hàng, mang dịch vụ tài chính đến với người dân trên khắp mọi miền đất nước, nhất là ở những vùng sâu, vùng xa.

3.2.2. Hạn chế

- Phần lớn hệ sinh thái của các ví điện tử gần giống nhau, chủ yếu là thanh toán hóa đơn điện, nước, điện thoại, nạp thẻ điện thoại, đóng tiền bảo hiểm... rất ít ví có thể mở rộng hệ sinh thái để thu hút người dùng. Và khi các ví điện tử không tạo ra được những tiện ích nổi trội cho người dùng thì sẽ khó tồn tại lâu dài.
- Trung bình một người Mỹ chi gần 8000 USD cho việc thanh toán qua di động, còn người Anh là hơn 7000 USD. Trong khi đó, tại Việt Nam, trung bình người tiêu dùng chỉ chi trả khoảng 74 USD bằng ví điện tử [3]. Mặc dù giá trị giao dịch trung bình của mỗi người Việt thấp, nhưng việc đầu tư và phát triển ví điện tử lại cần số tiền đầu tư vô cùng lớn. Trong vài năm gần đây, các ví điện tử dẫn đầu trên thị trường lần lượt đều báo lỗ liên tiếp nhiều năm. Cụ thể: Riêng trong năm 2019, MoMo đã lỗ tới hơn 850 tỷ đồng - gấp đôi năm 2018, năm 2020 mức lỗ tiếp tục là hơn 870 tỷ đồng. Cùng tình trạng như vậy, ZaloPay báo lỗ gần 400 tỷ đồng trong năm

2019, hơn 660 tỷ đồng trong năm 2020, Shopee Pay lỗ hơn 100 tỷ đồng trong năm 2020, Moca lỗ hơn 50 tỷ đồng trong năm 2020... [4]. Tình trạng lỗ của các ví điện tử cho đến năm 2021 vẫn chưa có dấu hiệu dừng lại. Lý giải cho tình trạng thua lỗ trên đó là do các tổ chức muốn kiếm và “đào tạo” (educate) người dùng, thông qua các chương trình khuyến mại, quảng cáo hay từ chính các merchant (mỗi điểm giao dịch nếu tạo ra người dùng cho ví điện tử thì cũng sẽ được trả thêm chi phí), trong đó chi phí chủ yếu là tiền đầu tư.

3.3. Một số giải pháp nhằm phát triển hình thức thanh toán bằng ví điện tử ở Việt Nam

Trong giai đoạn hiện nay, khi đẩy mạnh thực hiện Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021-2025, với mục tiêu thanh toán không dùng tiền mặt trong thương mại điện tử phải đạt 50% thì việc chú trọng tới phát triển thị trường ví điện tử là điều tất yếu. Từ phân tích thực trạng thanh toán bằng hình thức ví điện tử trong thời gian đại dịch Covid-19, để phát triển hình thức thanh toán này hơn nữa sau những tiền đề đã đạt được trong thời gian dịch bệnh kéo dài, một số giải pháp được đề xuất như sau:

Đối với Chính phủ

- Hoàn thiện hành lang pháp lý và cơ chế, chính sách trong đó rà soát, đề xuất sửa đổi, bổ sung quy định pháp luật về giao dịch điện tử, an ninh mạng, đảm bảo an toàn, bảo mật dữ liệu và bảo vệ người dùng. Ngoài ra, các bộ, ngành liên quan cần nghiên cứu thêm quy định về quản lý cạnh tranh trong lĩnh vực ví điện tử, thương mại điện tử để đảm bảo chính sách lành mạnh, công bằng trên thị trường giữa các doanh nghiệp.

- Xây dựng các chính sách thúc đẩy, phát triển, khuyến khích người dân, doanh nghiệp, tổ chức liên quan sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt trong hoạt động điện tử, đặc biệt chú trọng các tiện ích thanh toán trên thiết bị di động nói chung và ví điện tử nói riêng để từ đó thúc đẩy thương mại điện tử phát triển.

- Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, đào tạo và hướng dẫn và bảo vệ người tiêu dùng trong thanh toán không dùng tiền mặt nói chung và ví điện tử nói riêng.

Đối với các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán

- Để phát triển bền vững các công ty cung ứng dịch vụ ví điện tử cần hướng tới việc đảm bảo tạo ra lợi ích cho xã hội song song với việc đảm bảo lợi ích về tài chính cho doanh nghiệp, tránh tình trạng đầu tư quá mức để thu hút người dùng nhưng lại không có sự trung thành của khách hàng. Ngoài việc thu hút khách hàng từ các chương trình khuyến mãi hấp dẫn, các tổ chức cần nghiên cứu phát triển sản phẩm, dịch vụ có điểm nhấn riêng, tăng cường hợp tác, hoàn thiện hệ sinh thái số hoàn hảo, phục vụ đầy đủ các nhu cầu hàng ngày của người dùng, song song với việc tăng cường công nghệ bảo mật nhằm đem lại giá trị, sự thuận tiện và sự tin cậy cho người dùng.

- Theo Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2021-2025, các công ty Fintech cũng cần phối hợp với các ngân hàng đẩy mạnh công tác truyền thông tới người dân (đặc biệt là ở vùng sâu, vùng xa, vùng nông thôn) hiểu được lợi ích của thanh toán không dùng tiền mặt, tiện ích của ví điện tử mang lại từ đó thay đổi thói quen dùng tiền mặt và khắc phục tâm lý e ngại khi tiếp cận với công nghệ thanh toán mới.

4. KẾT LUẬN

Ví điện tử là một cái tên được nhắc đến nhiều

nhất giữa đại dịch Covid-19 với sự bùng nổ về số lượng các tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán và sự ủng hộ của người dùng đối với hình thức thanh toán không dùng tiền mặt này. Giãn cách xã hội trong dịch bệnh tại Việt Nam đã bước đầu góp phần trong việc hình thành thói quen thanh toán không dùng tiền mặt nói chung và ví điện tử nói riêng. Ví điện tử được người tiêu dùng yêu thích bởi sự tiện lợi trong chuyển tiền trực tuyến, nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn, sự thuận tiện trong thanh toán hóa đơn. Tuy vậy, các tổ chức cung cấp dịch vụ ví điện tử vẫn lâm vào tình trạng thua lỗ do đầu tư quá mức vào việc thu hút khách hàng, sản phẩm dịch vụ, hệ sinh thái chưa

thực sự đa dạng, khác biệt so với những hình thức thanh toán không dùng tiền mặt khác. Vì vậy, để phát triển ví điện tử trong thời gian tới, Nhà nước cần hoàn thiện hơn nữa khuôn khổ pháp lý về dịch vụ thanh toán điện tử, tăng cường an ninh mạng, bảo mật, an toàn thông tin thanh toán. Các tổ chức cung cấp dịch vụ ví điện tử cần hợp tác với ngân hàng nhiều hơn nữa, phát triển hệ sinh thái số đa dạng đáp ứng tối đa nhu cầu của người dùng. Tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá thay đổi nhận thức của người dân, khuyến khích người dân tăng cường sử dụng dịch vụ ví điện tử trong bối cảnh sự lây lan dịch bệnh chưa có dấu hiệu chấm dứt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Thùy Dung, Nguyễn Bá Huân, “*Thanh toán bằng hình thức ví điện tử tại Việt Nam - Thực trạng và giải pháp*”, Tạp chí khoa học và Công nghệ lâm nghiệp số 3, (2018).
- [2] Trần Phương Chi, “*Để thị trường ví điện tử Việt Nam phát triển ổn định bền vững*” www.tapchinganhang.gov.vn/de-thi-truong-vi-dien-tu-viet-nam-phat-trien-on-dinh-ben-vung.htm, (2021), truy cập ngày 13/03/2022.
- [3] Đặng Sơn, “*Thanh toán di động Việt Nam xếp thứ 3 thế giới về tỷ lệ người dùng song vẫn là cuộc chiến dài hơi cho doanh nghiệp*”, www.cafef.vn/thanh-toan-di-dong-viet-nam-xep-thu-3-the-gioi-ve-ty-le-nguoi-dung-song-van-la-cuoc-chien-dai-hoi-cho-doanh-nghiep20210816094720513.chn, (2021), truy cập ngày 13/03/2022.
- [4] Châu Cao, “*Kỳ lân công nghệ của Việt Nam: Một năm 2 lần gọi vốn thành công hàng trăm triệu usd, doanh thu của MoMo tăng gấp đôi trong năm 2021, bỏ ngỏ kế hoạch IPO*”, www.doanhnghieptiepthi.vn/ky-lan-cong-nghe-cua-viet-nam-mot-nam-2-lan-goi-von-thanh-cong-hang-tram-trieu-usd-doanh-thu-cua-MoMo-tang-gan-gap-doi-trong-nam-2021-bo-ngo-ke-hoach-ipo-161212112190418202.htm, (2021), truy cập ngày 13/03/2022.
- [5] Decsion Lab, “*The rise of E-wallet in Vietnam*”, (2021).
- [6] Visa, “*Visa consumer payment attitudes study*”, (2021).
- [7] www.MoMo.vn/
- [8] www.shopeepay.vn/
- [9] www.zalopay.vn/

Thông tin liên hệ: **Nông Mai Thanh**

Điện thoại: 0915.827.842 - Email: nmthanh@uneti.edu.vn

Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

