

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ SÀI GÒN  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

**BÁO CÁO**  
**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC**

Tên đề tài: GIẢI PHÁP ĐỊNH HƯỚNG NGƯỜI TIÊU DÙNG RA  
QUYẾT ĐỊNH THANH TOÁN ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

Thành viên: Huỳnh Vĩnh Thắng, Nguyễn Thành Đạt

**Chủ nhiệm đề tài: Th.s Chu Bảo Hiệp**

*TpHCM, tháng 04 năm 2019*

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ SÀI GÒN  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**BÁO CÁO  
ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC**

Tên đề tài: **GIẢI PHÁP ĐỊNH HƯỚNG NGƯỜI TIÊU DÙNG RA  
QUYẾT ĐỊNH THANH TOÁN ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM**  
Thành viên: Huỳnh Vĩnh Thắng, Nguyễn Thành Đạt

**Xác nhận của khoa chủ trì đề tài**  
*(ký, họ tên, đóng dấu)*

**Chủ nhiệm đề tài**  
*(ký, họ tên)*

*Tp.HCM, tháng 04 năm 2019*

## MỤC LỤC

MỞ ĐẦU .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Tình hình nghiên cứu .....	2
3. Mục tiêu nghiên cứu .....	2
4. Phạm vi và đơn vị nghiên cứu .....	2
4.1 Phạm vi nghiên cứu .....	2
4.2 Đơn vị nghiên cứu.....	2
5. Khung lý thuyết.....	2
6. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu .....	4
7. Những đóng góp về đề tài khoa học của bài báo .....	4
8. Ý nghĩa của nghiên cứu .....	4
9. Hạn chế của đề tài .....	4
10. Cấu trúc dự kiến.....	5
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÀI LIỆU.....	6
CHƯƠNG 2: KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN.....	8
2.1 Phương thức thanh toán tại Việt Nam.....	8
2.1.1 Thanh toán qua thẻ.....	8
2.1.2 Cổng thanh toán trực tuyến.....	8
2.1.3 Thanh toán di động .....	8
2.1.5 Trả tiền mặt khi giao hàng .....	9
2.1.6 Thanh toán qua chuyển khoản ngân hàng.....	9
2.2 Tác động của thanh toán điện tử .....	9
2.3 Thực trạng thanh toán điện tử Việt Nam .....	14
2.3.1 Tình hình thanh toán điện tử thế giới.....	14
2.3.2 Thực trạng thanh toán điện tử Việt Nam .....	17
2.4 Thách thức khi thay đổi hành vi thanh toán tại Việt Nam .....	20
2.4.1 Thói quen sử dụng tiền mặt .....	20
2.4.2 Người dùng vẫn chưa tin tưởng vào dịch vụ và tính an toàn của thanh toán điện tử .....	21
2.4.3 Chưa có sự đồng bộ và liên kết giữa các nhà cung cấp .....	21
CHƯƠNG 3: KHUYẾN NGHỊ .....	23
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	24

## **DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT**

TTĐT Thanh toán điện tử

TMĐT: Thương mại điện tử

CMCN 4.0: Cách mạng công nghiệp 4.0

Mobile Finance: Tài chính di động

## DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

### DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1: Tỷ lệ doanh nghiệp Fintech tại Việt Nam.....	12
Hình 2.2: Dự báo nguồn nhân lực 2019.....	13
Hình 2.3: Tỷ lệ giao dịch phi tiền mặt thế giới 2012-2016 .....	15
Hình 2.4: Tỷ lệ giao dịch phi tiền mặt thế giới 2016-2021.....	16
Hình 2.5: Tỷ lệ sử dụng thanh toán điện tử tại Châu Á 2018-2020.....	17
Hình 2.6: Tỷ lệ sử dụng thanh toán điện tử tại điểm bán hàng 2018-2020 .....	18
Hình 2.7: Tỷ lệ thanh toán trong thương mại điện tử Việt Nam.....	19
Hình 2.8: Việt Nam có lượng giao dịch phi tiền mặt thấp nhất ASEAN.....	20

### DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Sự sẵn lòng chi trả giữa tiền mặt và thẻ tín dụng .....	13
---	----

## **MỞ ĐẦU**

### **1. Tính cấp thiết của đề tài**

Trong thời gian qua, Việt Nam đã chứng kiến sự phát triển vượt bậc của quá trình mua sắm. Từ truyền thống đến số hoá, hiện nay thương mại điện tử trở thành một phần không thể thiếu trong chính sách phát triển của Việt Nam.

Theo báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử: Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2018, tốc độ phát triển thương mại điện tử năm 2017 đạt trên 25% và tốc độ được duy trì trong ba năm tiếp theo 2018-2020. Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2018 của Q&Me cho thấy thương mại điện tử đóng góp cho nền kinh tế Việt Nam 6,2 tỷ USD năm 2017, dự kiến sẽ tăng lên 10 tỷ USD năm 2020. Người tiêu dùng mua hàng trên Internet ngày càng tăng với, nhờ các hãng thương mại điện tử lớn chi tiền để thay đổi hành vi mua hàng. Trong báo cáo về tỷ lệ sử dụng di động tại Việt Nam của Appota, tỷ lệ sử dụng điện thoại hiện nay ở mức 72%, 53% giao dịch mua hàng trực tuyến qua điện thoại di động, trong đó người tiêu dùng từ 18-25 tuổi nên 82% thị phần thương mại điện tử. Trong năm 2018, không ít các thương vụ đầu tư không ít vào thị trường Việt Nam từ các doanh nghiệp trong/ ngoài nước vào các ông lớn thương mại điện tử như Tiki, Shopee, Lazada, Sendo. Tuy nhiên, thương mại điện tử chỉ đang trong giai đoạn đột tiền chiếm thị phần nhằm giúp khách hàng thay đổi thói quen tiêu dùng.

Mặc dù các doanh nghiệp Fintech liên tục đổ tiền chạy đua chiếm thị phần nhằm thay đổi thói quen tiêu dùng, đặc biệt là thanh toán. Xu hướng tài chính trên thiết bị di động (mobile finance) hay gọi tắt là tài chính di động được các doanh nghiệp chú trọng và phát triển. Tuy nhiên, hiện nay vẫn còn 49% dân số chưa có thẻ ngân hàng và 90% chi tiêu hàng ngày với hoá đơn dưới 100.000 đồng sử dụng tiền mặt. Nếu không tạo được những bước đi đột phá thì con đường đến kinh tế số còn mù mờ.

Chính phủ đã ban hành nhiều nghị định về thanh toán điện tử, tuy nhiên khung pháp lý vẫn chưa được hoàn thiện và gây khó khăn cho các doanh nghiệp. Chính phủ nên có những hướng giải quyết nhằm gỡ rối cho các doanh nghiệp, thúc đẩy phát triển thanh toán điện tử. Nếu không giải quyết, Việt Nam sẽ lỡ chuyến tàu Cách mạng công nghiệp 4.0 như những cuộc Cách mạng trước đó.

Nghiên cứu này sẽ chỉ rõ nguyên nhân khiến người tiêu dùng vẫn còn sử dụng tiền mặt trong thanh toán hàng ngày. Từ đó, đưa ra các giải pháp cho người tiêu dùng ra quyết định thanh toán điện tử và các doanh nghiệp trong việc thay đổi hành vi người tiêu dùng. Đồng thời, nghiên cứu cũng đưa ra các khuyến nghị cho Chính phủ nhằm thúc đẩy phát triển thanh toán điện tử hơn nữa.

## **2. Tình hình nghiên cứu**

Nghiên cứu được thực hiện trong bối cảnh Cách mạng 4.0 đang là xu hướng để các quốc gia hướng đến. Thương mại điện tử đang bùng nổ tại thị trường Châu Á-Thái Bình Dương khiến cho người tiêu dùng muốn chuyển đổi sang phương thức thanh toán tiện lợi hơn.

## **3. Mục tiêu nghiên cứu**

Nghiên cứu sẽ đưa ra giải pháp giúp định hướng người tiêu dùng tại Việt Nam ra quyết định thanh toán, bao gồm:

Mục tiêu tổng quát: Chỉ ra các yếu tố tác động và định hướng người tiêu dùng ra quyết định thanh toán điện tử.

Mục tiêu cụ thể:

- Tìm hiểu thị trường thanh toán điện tử Việt Nam giai đoạn 2017-2018.
- Tìm hiểu nguyên nhân của sự chậm phát triển của thanh toán điện tử Việt Nam.
- Tìm yếu tố ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định thanh toán của người tiêu dùng tại Việt Nam.
- Đưa ra giải pháp, khuyến nghị nhằm cải thiện tình hình.

## **4. Phạm vi và đơn vị nghiên cứu**

### **4.1 Phạm vi nghiên cứu**

Phạm vi không gian: đề tài thực hiện dựa trên các báo cáo, đề tài nghiên cứu về nền tảng thanh toán điện tử tại Việt Nam 2017 và 2018.

Phạm vi thời gian: đề tài được tiến hành nghiên cứu từ tháng 2 năm 2019, và dữ liệu nghiên cứu về tình hình thanh toán điện tử Việt Nam trong giai đoạn 2016-2018.

Phạm vi chuyên môn: đề tài bị giới hạn tại quá trình thu thập dữ liệu về thực trạng thanh toán điện tử tại Việt Nam, hành vi thanh toán của người tiêu dùng trong giai đoạn 2017-2018. Do đó các biến quan sát không thể bao quát và đầy đủ phục vụ cho mục đích nghiên cứu. Ngoài ra, nghiên cứu bị hạn chế về số liệu do báo cáo và bài nghiên cứu về vấn đề chưa nhiều, nghiên cứu chỉ đại diện cho tổng thể và không đại diện cho các mẫu cụ thể tại các vùng, tỉnh lẻ, thành phố.

### **4.2 Đơn vị nghiên cứu**

Nghiên cứu được thực hiện nhờ quan sát người mua hàng tại một số cửa hàng tiện lợi và địa điểm ăn uống cho phép thanh toán điện tử trong khoảng thời gian từ tháng 2 đến tháng 3. Tuy nhiên, mẫu quan sát phân bố không đồng đều nên có thể sẽ xảy ra sai sót trong việc nghiên cứu tại khu vực đó.

## **5. Khung lý thuyết**

Khái niệm	Nguồn	Chủ đề được đề cập đến
Lý thuyết hành vi người tiêu dùng	Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D. L. (2014), Kinh tế học vi mô, MA: Pearson Education, UEH.	Sở thích của người tiêu dùng Giới hạn ngân sách Sự lựa chọn của người tiêu dùng
Lý thuyết hành vi người tiêu dùng – Điểm quy chiếu và sở thích của người tiêu dùng		Điểm quy chiếu Tâm lý sợ tổn thất Hiệu ứng sở hữu Lựa chọn theo kinh nghiệm
Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng	Mankiw, N.G. (2016), Kinh tế học vi mô, MA: Cengage Learning.	Những lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng Tác động của thay đổi trong thu nhập, giá đến sự lựa chọn của người tiêu dùng
Mô hình C-TAM-TPB	Taylor và Todd, 1995	Các yếu tố tác động đến sự chấp nhận sử dụng công nghệ mới của một cá nhân
Bản chất hành vi khách hàng	Mothersbaugh, D.L. & Hawkin, D. I., Hành vi khách hàng, MA: McGraw Hill.	Mô hình tổng quan về hành vi và quá trình khách hàng ra quyết định
Các thành phần của thái độ		Ba thành phần ảnh hưởng, nhận thức, hành vi tác động đến nhận thức của khách hàng về sản phẩm bất kỳ.
Khách hàng kháng cự lại sự thuyết phục		Khách hàng kháng cự và nghi ngờ đối với sự ra mắt của sản phẩm mới hoặc chiến dịch mới của sản phẩm đang có mặt trên thị trường
Các loại quyết định của khách hàng		Quyết định nhỏ (ít quan tâm), giới hạn và mở rộng (quan tâm lớn)



Đề tài dựa trên mô hình tổng quan về hành vi và ra quyết định của người tiêu dùng (Mothersbaugh, D. L. & Hawkin, D. I.) trong đó tùy vào loại hình quyết định sẽ có những mô hình khác nhau. Bên cạnh đó, các nhân tố như Thái độ, nhận thức, niềm tin,... ảnh hưởng đến quyết định chấp nhận công nghệ của người tiêu dùng (Taylor và Todd, 1995) ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định mua sắm của người tiêu dùng. Đồng thời, các lựa chọn tối ưu của người tiêu dùng chủ yếu là lựa chọn theo kinh nghiệm dẫn đến quyết định sai lầm trong hành vi thanh toán. Sự không hài lòng sau khi sử dụng hình thức thanh toán và sự giới hạn ngân sách cũng là nguyên nhân ảnh hưởng rất lớn đến hành vi thanh toán của người tiêu dùng (Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D. L., 2014),

## **6. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu**

Đề tài nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp quy nạp và diễn dịch để giải thích vấn đề. Phương pháp diễn dịch dựa trên mô hình ra quyết định của khách hàng (Hawkins, 2016) và mô hình C-TAM-TPB (Taylor và Todd, 1995) kết hợp giữa mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) và mô hình lý thuyết hành vi mặc định (TPB) nhằm đưa ra giải pháp giúp Chính phủ và Doanh nghiệp tiếp cận thay đổi hành vi người tiêu dùng. Phương pháp quy nạp áp dụng các lý thuyết nhằm giải thích lý do người tiêu dùng chưa thể ra quyết định thanh toán điện tử.

## **7. Những đóng góp về đề tài khoa học của bài báo**

Bài báo góp phần giúp Chính phủ, các tổ chức có cái nhìn tổng quan về thị trường Thanh toán điện tử Việt Nam và nguyên nhân khiến người tiêu dùng hạn chế sử dụng phương thức thanh toán điện tử.

## **8. Ý nghĩa của nghiên cứu**

Khi thời gian để giành tấm vé lên chuyến tàu Cách mạng Công nghiệp 4.0 đang ngày càng rút ngắn, một số nước như Nhật Bản đã có ý định chuyển dịch sang Cuộc cách mạng Công nghiệp 5.0. Việt Nam và các quốc gia đang tích cực thực hiện những cải cách, bước đi để bắt kịp xu hướng mới nhằm vực dậy nền kinh tế. Bên cạnh đó, việc thực hiện những bước đi mới không phải dễ mà còn dựa trên nhiều yếu tố. Thanh toán điện tử tại Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn sơ khai với nhiều tiềm năng. Nếu được khai thác đúng cách sẽ tận dụng được những lợi thế để đi những nấc thang Cách mạng công nghệ 4.0 tiếp theo. Nếu thất bại sẽ dễ đi vào vết xe đổ của các Cuộc cách mạng trong quá khứ. Nghiên cứu này sẽ giúp cho Chính phủ các giải pháp để tạo điều kiện cho doanh nghiệp Fintech tại Việt Nam có thể tận dụng cơ hội tiếp cận, thay đổi hành vi thanh toán của người tiêu dùng.

## **9. Hạn chế của đề tài**

Trong quá trình nghiên cứu, kiến thức, dữ liệu và thời gian bị giới hạn nên bài nghiên cứu không thể bao quát hết mà chỉ tập trung vào một số khía cạnh xung quanh hình thức thanh toán

điện tử hiện đại cụ thể là xu hướng tài chính trên di động (mobile finance). Đề tài nghiên cứu dựa trên góc nhìn và kiến thức hiện có của tác giả nên có thể sẽ xảy ra thiếu sót.

## **10. Cấu trúc dự kiến**

Chương 1: Tổng quan tài liệu

Chương 2: Kết quả và thảo luận

2.1 Phương thức thanh toán tại Việt Nam

2.2 Tác động của thanh toán điện tử

2.3 Thực trạng thanh toán điện tử

2.4 Thách thức thay đổi hành vi thanh toán tại Việt Nam

Chương 3: Khuyến nghị

## CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Thanh toán điện tử đã và đang được các quốc gia trên thế giới ưa chuộng. Khái niệm này đã thu hút sự quan tâm của các chuyên gia nghiên cứu và công nghệ bởi nó đóng một vai trò quan trọng trong thương mại điện tử hiện đại. Các nghiên cứu, chuyên gia nhìn từ góc độ, lĩnh vực khác nhau cho ra những khái niệm khác nhau về thuật ngữ Thanh toán điện tử. Tuy nhiên, các khái niệm vẫn giữ được một số điểm chung.

Peter và Babatunde (2012) xem hệ thống thanh toán điện tử là một phương thức chuyển khoản qua Internet. Một định nghĩa khác cho thấy rằng, thanh toán điện tử là các khoản thanh toán trong môi trường thương mại điện tử với hình thức trao đổi tiền thông qua các phương tiện điện tử (Kaur và Pathak, 2015). Thanh toán điện tử là một cách trả tiền điện tử cho hàng hóa hoặc dịch vụ khi mua sắm, thay vì sử dụng tiền mặt hoặc séc, trực tiếp hoặc qua đường bưu điện. Hệ thống thanh toán điện tử thường được phân loại thành bốn loại: Thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, tiền điện tử, hệ thống micropayment (Maiyo, 2013).

Briggs và Brooks (2011) cho rằng, thanh toán điện tử là một hình thức liên kết giữa các tổ chức, cá nhân được hỗ trợ bởi các ngân hàng cho phép trao đổi tiền điện tử.

Quá trình nghiên cứu, thu thập dữ liệu diễn ra trong bối cảnh Thanh toán điện tử bắt đầu phát triển tại Châu Á và Việt Nam đang dốc sức chạy đua hướng đến Kinh tế số, đô thị thông minh, thành phố không tiền mặt để không để mất tầm vế lên chuyến tàu Cách mạng Công nghiệp 4.0.

Dù vậy, quá trình nghiên cứu, thu thập dữ liệu vẫn còn khó khăn khi các nghiên cứu, tài liệu liên quan đến lĩnh vực đều bị giới hạn dù đã có rất nhiều nghiên cứu, báo cáo liên quan được công bố. Tuy nhiên lại bị giới hạn ở vấn đề nghiên cứu, số liệu nghiên cứu, tổ chức nghiên cứu uy tín,... Vì thế thông tin, dữ liệu được thu thập phải có mức độ tin cậy cao, thời điểm công bố trong vòng 5 năm trở lại, nội dung nghiên cứu đa dạng nhưng liên quan đến vấn đề cần tập trung nghiên cứu. Cụ thể, tác giả tìm được bài báo khoa học “Thực trạng thanh toán điện tử Việt Nam” của nhóm tác giả Nguyễn Thuỳ Dung và Nguyễn Bá Huân (2018) đăng trên Tạp chí Khoa học và Công nghệ lâm nghiệp số 3 năm 2018.

Trong bài nghiên cứu, nhóm tác giả đã đi từ giai đoạn mới thành lập ví điện tử đến thời điểm hiện tại. Tác giả chỉ ra rằng, dù Việt Nam đã có nhiều ví điện tử, tuy nhiên các tổ chức chưa thay đổi hành vi thanh toán của người tiêu dùng một cách triệt để vì có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến kế hoạch tiếp cận của doanh nghiệp cũng như ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định thanh toán của người tiêu dùng.

Quyết tâm đổi mới để hướng đến thành phố không tiền mặt, người tiêu dùng vẫn chưa mặn mà với các hình thức thanh toán điện tử mới. Kết quả là tỷ lệ sử dụng tiền mặt vẫn ở mức

cao, mặc cho các ưu điểm, tiện ích mà các hình thức thanh toán hiện đại mang lại. Những khó khăn, hạn chế mà kế hoạch phát triển ví điện tử gặp phải sẽ còn rất nhiều nếu Chính phủ cũng như Doanh nghiệp chưa thực sự quyết tâm. Cụ thể, tác giả đã chỉ ra các ưu điểm và hạn chế của ví điện tử:

Ưu điểm	Hạn chế
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Số lượng lớn ví điện tử ra đời đáp ứng nhu cầu thanh toán cơ bản của người tiêu dùng.</li> <li>- Thao tác thanh toán, nạp tiền đa dạng và tiện lợi trên nền tảng di động, website.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chưa có nhiều cộng đồng sử dụng.</li> <li>- Thiếu sự tin tưởng.</li> <li>- Sự thiếu hụt thông tin về ví điện tử.</li> <li>- Chưa có sự liên kết giữa các nhà cung cấp.</li> <li>- Thiếu tính đa năng.</li> </ul>

Chính phủ đã có những phương hướng quyết liệt trong việc hạn chế tỷ lệ sử dụng tiền mặt trong những năm gần đây. Điển hình là tỷ lệ thẻ nội địa đã tăng hơn 50%, nhưng các giao dịch tiền mặt vẫn còn đó và không có dấu hiệu suy giảm. Trong những năm qua, Chính phủ đã tổ chức các diễn đàn, hội thảo về thanh toán điện tử nhằm trao đổi, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phát triển thanh toán điện tử tại Việt Nam. Ví dụ như Diễn đàn thanh toán điện tử Việt Nam 2017 (VEPF) và Diễn đàn Toàn cảnh Thương mại điện tử Việt Nam 2019 do Bộ Công Thương chủ trì.

Dù tổ chức các diễn đàn, hội thảo nói trên nhưng vấn đề cốt yếu vẫn là việc tạo điều kiện, thực thi, cải thiện khung pháp lý đối với Chính phủ và hành động, tiếp cận người tiêu dùng đối với Doanh nghiệp.

## CHƯƠNG 2: KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

### 2.1 Phương thức thanh toán tại Việt Nam

Thanh toán thương mại điện tử, giờ đây đã không còn quá lạ lẫm với mọi người. Hiện tại ở Việt Nam có 6 hình thức thanh toán là: thanh toán qua thẻ, thanh toán trực tuyến, thanh toán bằng ví điện tử, thanh toán bằng thiết bị di động thông minh, Trả tiền mặt khi giao hàng và cuối cùng là thanh toán qua chuyển khoản ngân hàng.

#### 2.1.1 Thanh toán qua thẻ

Thanh toán qua thẻ là phương thức thanh toán phổ biến và không quá xa lạ đối với người Việt Nam. Thẻ thanh toán được ngân hàng và các tổ chức lớn phát hành với khả năng thanh toán hoá đơn, dịch vụ tại các địa điểm chấp nhận thẻ và được dùng để rút tiền tại các máy rút tiền tự động.

Hiện nay, thẻ thanh toán được chia thành 3 loại: Debit Card (Thẻ ghi nợ), Credit Card (Thẻ tín dụng) và Prepaid Card (Thẻ trả trước).

#### 2.1.2 Cổng thanh toán trực tuyến

Đây là loại hình do đơn vị trung gian thanh toán như Napas kết nối các ngân hàng/ tổ chức và người mua sở hữu thẻ nội địa/quốc tế thực hiện giao dịch thanh toán hoá đơn, dịch vụ trên các kênh bán hàng trực tuyến có liên kết với đơn vị trung gian thanh toán đó.

#### 2.1.3 Thanh toán di động

Các phương thức thanh toán di động đang trở thành xu hướng để các quốc gia theo đuổi. Hình thức thanh toán này dù xuất hiện tại Việt Nam khá lâu là một số mới xuất hiện gần đây đã cho thấy sự đổi mới để cạnh tranh, góp phần thay đổi hành vi người tiêu dùng. Hiện nay có nhiều loại hình thanh toán trên di động điển hình như ví điện tử, ứng dụng thanh toán của hãng điện thoại, mobile banking.

Ví điện tử (ví số) là ứng dụng tài chính cho phép chủ tài khoản nạp tiền trực tiếp vào ví hoặc liên kết với tài khoản ngân hàng hay thẻ ngân hàng thực hiện các giao dịch thanh toán trực tuyến. Hiện nay, doanh nghiệp ví điện tử phổ biến như Momo, ZaloPay, VTCPay,... đang dốc sức thu hút người dùng qua các chương trình khuyến mãi nhằm thay đổi hành vi thanh toán. Tuy nhiên, người dùng chỉ biết và sử dụng ví điện tử nhờ những chương trình khuyến mãi chứ không phải vì sự tiện lợi của nó.

Ngoài các hình thức thanh toán truyền thống, hình thức thanh toán qua ứng dụng thanh toán hãng công nghệ với sự tham gia của các ông lớn như Apple Pay, Samsung Pay và mã QR Code đã bắt đầu xuất hiện trong năm 2017. Giải pháp thanh toán mới của các hãng điện thoại được đánh giá có hệ thống bảo mật cao với lớp bảo mật 3 tầng của Samsung Pay, cho phép

người dùng liên kết với nhiều thẻ ngân hàng để thanh toán. Bên cạnh đó, mã QR Code được xem là xu hướng thịnh hành hiện nay vì tính tiện dụng cũng như chi phí để in một mã code thanh toán thấp hơn nhiều so với thiết bị thanh toán truyền thống.

### **2.1.5 Trả tiền mặt khi giao hàng**

Hình thức này còn có tên gọi khác là COD (Cash On Delivery), đây cũng chính là hình thức mà người thanh toán điện tử dùng nhiều nhất hiện nay. Vì sao nó lại được chọn dùng nhiều nhất do nó đảm bảo hàng đến tận tay người tiêu dùng và có thể kiểm tra xem đúng hàng không, sau đó nếu hài lòng người mua hàng sẽ quyết định thanh toán trực tiếp cho người giao hàng.

### **2.1.6 Thanh toán qua chuyển khoản ngân hàng**

Trong những năm gần đây, ngân hàng đã có bước tiến mới khi cho ra mắt Mobile Banking tạo điều kiện thuận lợi cho người dùng thanh toán, chuyển khoản qua thiết bị di động thông minh. Mobile Banking hoạt động như ví điện tử nhưng ứng dụng chỉ cho phép liên kết tài khoản của chính ngân hàng đó. Đồng thời, các tùy chọn thanh toán vẫn chưa nhiều cụ thể là thanh toán điện nước, truyền hình cáp, mã QR Code,...

Bên cạnh Mobile Banking vẫn là phương thức chuyển khoản truyền thống đối với những người chưa sở hữu tài khoản, thẻ ngân hàng. Hoặc có sở hữu thì chỉ chuyển tiền tại các cây ATM chứ chưa mặn mà với Mobile Banking.

## **2.2 Tác động của thanh toán điện tử**

Trong nghị quyết 02/NQ-CP ban hành ngày 1/1/2019 về tiếp tục thực hiện, những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2019 định hướng đến năm 2021. Chính phủ yêu cầu 100% trường học, bệnh viện, công ty điện, công ty cấp thoát nước, công ty vệ sinh môi trường, các công ty viễn thông, bưu chính trên địa bàn đô thị phối hợp với ngân hàng, tổ chức cung cấp dịch vụ trung gian thanh toán để thu học phí, viện phí, tiền điện,... bằng phương thức thanh toán không dùng tiền mặt, ưu tiên giải pháp thanh toán trên thiết bị di động, thanh toán qua thiết bị chấp nhận thẻ.

Sự phát triển công nghệ kéo theo đó là xu hướng phát triển của các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt nhằm mang lại lợi ích cho người dân cũng như sự phát triển kinh tế. Chính phủ đã quyết tâm thực hiện những bước đi tích cực nhằm chuyển đổi hình thức thanh toán tại các cơ quan, tổ chức trong năm 2019. Tuy nhiên, người dân vẫn chưa mặn mà với hình thức thanh toán mới do tâm lý tích lũy, sử dụng tiền mặt trong thanh toán, tiêu dùng vẫn còn đó nên việc áp dụng những biện pháp mạnh sẽ không có tác dụng mà cần phải đợi một thời gian để chuyển đổi hành vi tiêu dùng.

Đối với người dân, thanh toán không tiền mặt giúp rút ngắn thời gian giao dịch, cung cấp nhiều lựa chọn thanh toán, tính bảo mật cao hơn các phương thức thanh toán thông thường. Theo báo cáo thị trường ứng dụng di động Việt Nam của Appota, 70% người dân sở hữu thiết bị di động thông minh, 68% trong số đó lên mạng bằng smartphone hơn là máy tính. Việc thúc đẩy phát triển thanh toán trên thiết bị di động thông minh là điều tất yếu, nhưng cần phải có thời gian để người dân nhận thấy những lợi ích mà các phương thức thanh toán này mang lại.

Khi sử dụng các phương thức này điều đầu tiên kể đến là sự tiện lợi, người dùng sẽ tiết kiệm được thời gian giao dịch chỉ với thanh toán một chạm. Chẳng hạn như thay vì phải chờ đợi đến lượt tính tiền bằng phương thức quét thẻ hoặc trả tiền mặt thì người dùng chỉ cần sử dụng phương thức thanh toán được tích hợp vào smartphone ví dụ như Momo, Zalo pay, SamsungPay,... Các trung tâm, cửa hàng mua sắm đã tận dụng tâm lý muốn mua hàng nhanh chóng của những người bận rộn, chân yếu tay mềm nên đã ra mắt sản phẩm, dịch vụ của riêng mình hoặc liên kết với các tổ chức về thanh toán trên thiết bị di động nhằm tạo trải nghiệm mua sắm mới và thuận tiện cho khách hàng.

Bên cạnh việc tiết kiệm thời gian thanh toán, một ứng dụng thanh toán trên nền tảng di động cung cấp cho người dùng nhiều loại hình thanh toán khác nhau như chuyển/nhận tiền, nạp/ rút tiền, nạp tiền điện thoại, thanh hoá đơn điện, nước, thanh toán các dịch vụ truyền hình cáp/ vé máy bay/..., mua sắm online và offline, mua vé xem phim, thanh toán khoản vay tiêu dùng cá nhân, thanh toán bảo hiểm,... giúp người dùng tiết kiệm thời gian và chi phí khi có nhu cầu thanh toán. Trước kia, nhân viên điện lực phải đến từng hộ gia đình để thu tiền điện thì giờ đây, người dùng chỉ cần trả tiền điện qua các ứng dụng nền tảng thanh toán trực tuyến. Hoặc thay vì phải đến cửa hàng truyền thống hay cửa hàng tiện lợi để mua thẻ cào điện thoại thì người dùng có thể mua thẻ cào điện thoại trực tiếp trên các ứng dụng thanh toán điện tử.

Cuối cùng, thanh toán bằng thiết bị di động có tính bảo mật cao hơn thanh toán bằng hình thức thanh toán điện tử truyền thống như thẻ atm và thanh toán bằng tiền mặt dù hiện tại tính bảo mật vẫn chưa được hoàn thiện nên vẫn còn xảy ra lỗi. Nhưng trong thời đại mà vấn đề bảo mật thông tin được các quốc gia, doanh nghiệp đặt lên hàng đầu sau khi xảy ra những vụ rò rỉ thông tin quy mô lớn từ các tổ chức lớn trên thế giới thì việc hoàn thiện tính bảo mật cho sản phẩm của mình là điều tất yếu.

Đối với nền kinh tế, thanh toán không tiền mặt góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng GDP Việt Nam. Năm 2017, thanh toán điện tử đã đóng góp 6,2 tỷ USD cho nền kinh tế và dự kiến đóng góp 10 tỷ USD năm 2020, con số này sẽ không dừng ở mức 10 tỷ mà sẽ tăng hơn nữa vào tương lai do các doanh nghiệp fintech mạnh tay chi tiền mở rộng hệ sinh thái của mình nhằm thay đổi hành vi tiêu dùng của người dân. Bên cạnh đó là sự tham gia của một số doanh

ngành FDI như Grab với ứng dụng Grabpay by Moca và trong tương lai Việt Nam sẽ chứng kiến không ít các dịch vụ thanh toán của các doanh nghiệp FDI thâm nhập vào thị trường Việt như Amazon, WeChat,... tăng sự cạnh tranh cho thị trường thanh toán điện tử và đồng thời cũng là điểm tốt cho nền kinh tế.

Để nền kinh tế phát triển tốt, việc kiểm soát, minh bạch các giao dịch là điều cần thiết. Sự phát triển của công nghệ và vấn đề bảo mật được các quốc gia đặt lên hàng đầu nên minh bạch là điều mà Chính phủ của mỗi quốc gia cần tập trung vào để phát triển đất nước cũng như thu hút vốn đầu tư nước ngoài.

Qua những đại án được xét xử trong thời gian qua, có thể thấy việc minh bạch hoá giao dịch là điều quan trọng nhất khi áp dụng thanh toán điện tử. Mỗi ngày có hàng triệu giao dịch diễn ra, Chính phủ và các tổ chức tín dụng không thể nào kiểm soát được tất cả các giao dịch đó nên việc xảy ra những vụ án tham nhũng và trái phép là chuyện hiển nhiên. Nhưng khi áp dụng những nền tảng lưu trữ như Blockchain và các phương thức thanh toán thì bài toán minh bạch hoá các giao dịch đã được giải đáp. Tuy nhiên, đây chỉ là một phần nhỏ trong bức tranh, Chính phủ và các tổ chức càng tìm cách để minh bạch, kiểm soát giao dịch thì các cá nhân, tổ chức càng muốn tìm cách né sự kiểm soát ấy. Cần có sự áp dụng đúng thời điểm và không ngừng cải tiến thì việc minh bạch hoá sẽ được cải thiện.

Thứ hai, từ sự kiểm soát, minh bạch giao dịch là cơ sở để giúp Tổng cục thuế truy thu thuế đối với các giao dịch chưa kiểm soát được trong những năm vừa qua. Theo báo cáo của Tổng cục thuế năm 2018, thu ngân sách đạt 1,1 triệu tỷ đồng, vượt 7,2% dự toán, tăng 12,3 % so với năm 2017. Năm nào ngành thuế cũng hoàn thành chỉ tiêu được đề ra, nhưng tình trạng thất thu thuế vẫn còn đó, phần lớn thất thu đối với doanh nghiệp FDI và mảng thanh toán điện tử. Do Việt Nam vẫn còn phụ thuộc vào doanh nghiệp FDI nên việc thu thuế tương chừng như dễ dàng nhưng lại không như mong đợi khi các doanh nghiệp tận dụng những lỗ hổng khung pháp lý để né thuế. Còn đối với thương mại điện tử, do đây là thị trường kinh doanh trực tuyến nên việc kiểm soát giao dịch và nghiệp vụ thu thuế sẽ rất khó khăn khi thông tin không chính xác ngày càng tăng lên.

Thứ ba, thanh toán điện tử giúp quá trình luân chuyển vốn diễn ra nhanh hơn, nghĩa là tiền sẽ được chuyển vào tài khoản ngân hàng nhanh chóng giúp các doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, chi phí. Trong quá trình kinh doanh, các doanh nghiệp, tổ chức sẽ có một ngày trong tuần hoặc tháng để chuyển tiền mặt vào tài khoản của mình. Tuy nhiên, trong những ngày giữ tiền mặt trong tay, doanh nghiệp, tổ chức sẽ mất đi chi phí cơ hội. Cũng số tiền đó, doanh nghiệp, tổ chức có thể mang đi đầu tư, hoặc gửi ngân hàng lấy lãi (nếu số tiền đó có trong tài



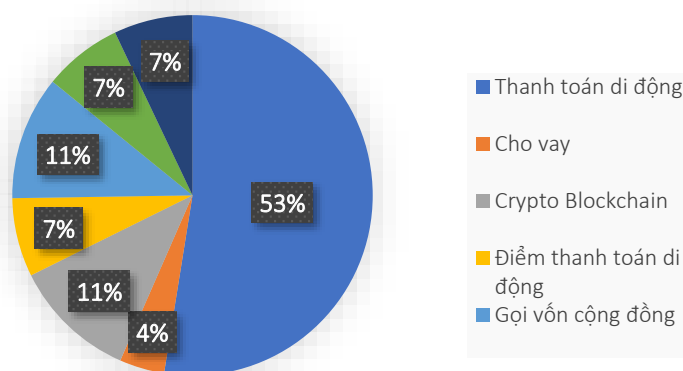
khoản). Khi có thanh toán điện tử, tiền sẽ được chuyển vào tài khoản nhanh chóng, qua đó tạo cơ hội cho các doanh nghiệp, tổ chức có thể luân chuyển đồng vốn dễ dàng hơn.

Đối với việc nộp thuế tại Tổng cục Thuế hay Tổng cục Hải quan, các doanh nghiệp có thể dễ dàng nộp thuế bằng cách sử dụng phương thức thanh toán điện tử mọi lúc, mọi nơi, tiết kiệm thời gian, giúp tiền thuế dễ dàng chuyển vào tài khoản của các Cục thông qua ngân hàng. Ví dụ, đề án nộp thuế điện tử và thông quan 24/7 theo Quyết định số 2082/QĐ-TCHQ với 24 ngân hàng tham gia đã giúp các doanh nghiệp nộp thuế dễ dàng hơn. Từ đó, giảm các chi phí phát sinh trong giao dịch khi giao dịch bằng tiền mặt và những rủi ro, vướng mắc mà doanh nghiệp, tổ chức gặp phải khi làm việc trực tiếp tại các cơ quan Nhà nước.

Thứ tư, thanh toán điện tử đang là xu hướng của thế giới và thị trường Việt Nam vẫn còn trong giai đoạn khai thác. Ngày càng có nhiều doanh nghiệp fintech tham gia vào thị trường khốc liệt này, từ đó nhu cầu về nguồn nhân lực đặc biệt là người có trình độ chuyên môn của các doanh nghiệp tăng lên. Theo ông Nguyễn Đăng Hùng, Phó tổng giám đốc NAPAS, tính đến cuối năm 2016 có hơn 30 startup Fintech trong đó có tới 52% startup làm về thanh toán di động.

Hình 2.1: Tỷ lệ doanh nghiệp Fintech tại Việt Nam

### Tỷ lệ doanh nghiệp fintech tại Việt Nam



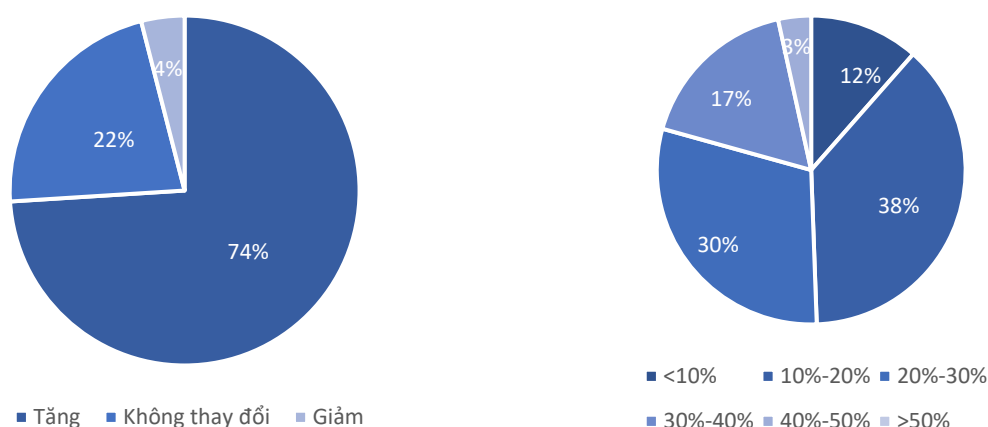
Nguồn: Fintech Singapore

Do đó, sự phát triển của các doanh nghiệp fintech tại Việt Nam sẽ tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người dân. Đặc biệt, các doanh nghiệp này cần nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao ưu tiên về ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và công nghệ học máy (machine learning).

Việt Nam có tỷ lệ dân số trẻ, năng động, chịu khó học hỏi, tiếp cận với nhiều cái mới trong quá trình hội nhập. Sự thay đổi trong tư duy giảng dạy giúp người Việt có hướng tiếp cận theo kiểu phương Tây là một lợi thế. Thêm vào đó, sự gia nhập của các công ty fintech FDI và sự cạnh tranh từ các doanh nghiệp Việt Nam giúp thu hút nguồn nhân lực từ nước ngoài, tạo

môi trường làm việc cạnh tranh, năng động. Theo báo cáo năm 2018 và dự báo năm 2019 về Thị trường tuyển dụng trực tuyến tại Việt Nam do VietnamWorks thực hiện, ngành Tài chính/Đầu tư đứng vị trí thứ nhất trong Top 10 ngành nghề dự báo sẽ có nhu cầu cao nhất vào năm 2019, tăng một hạng so với năm 2018. Trong dự báo nguồn nhân lực năm 2019, 74% nhà tuyển dụng trả lời rằng nhu cầu nhân lực năm 2019 sẽ tăng lên. Trong đó, 33% cho rằng nhu cầu của họ sẽ tăng 10-20%, 26% cho rằng nhu cầu sẽ tăng 20-30%.

Hình 2.2: Dự báo nguồn nhân lực 2019



Nguồn: Báo cáo 2018 và dự báo 2019 thị trường tuyển dụng trực tuyến Việt Nam

Thứ năm, thanh toán điện tử khiến người dùng chi tiêu nhiều hơn là sử dụng phương thức thanh toán bằng thẻ và tiền mặt. Cùng một chức năng thanh toán, nhưng lại khác nhau về mức sẵn lòng chi trả. Theo nghiên cứu về Sự ảnh hưởng của thẻ tín dụng đến sự sẵn lòng chi trả của người tiêu dùng do Học viện Công nghệ Massachusetts thực hiện vào giờ ăn trưa. Đối tượng là sinh viên đang học MBA tại trường được chia thành hai nhóm: nhóm thứ nhất được phát phiếu khảo sát về sự sẵn lòng chi khi sử dụng tiền mặt và nhóm thứ hai là phiếu khảo sát về sự sẵn lòng chi khi sử dụng thẻ tín dụng để mua vé xem trận đấu thể thao. Tất nhiên tất cả các đối tượng nghiên cứu không hề được tiết lộ về giá thị trường của những chiếc vé. Kết quả là các sinh viên nhóm hai sẵn sàng chi gấp đôi để mua vé. Các nhà nghiên cứu gọi đây là nỗi đau thanh toán tâm lý, nghĩa là khi chúng ta sử dụng những phương thức thanh toán không tiền mặt, chúng ta sẽ khó kiểm soát chi tiêu của mình hơn là nắm giữ tiền mặt trong ví.

Bảng 2.1: Sự sẵn lòng chi trả giữa tiền mặt và thẻ tín dụng

	Celtics	Red Fox	Banner cổ vũ
Tiền mặt (N=31)	\$28,51	\$9,02	\$3,32
Thẻ tín dụng (N=33)	\$60,64	\$15,92	\$5,29

Nguồn: Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay

Việc thanh toán bằng thẻ làm gia tăng chi tiêu của người tiêu dùng nên thanh toán bằng các phương pháp thanh toán điện tử chắc hẳn cũng sẽ làm tăng chi tiêu. Theo nghiên cứu của Avni Shah và các đồng nghiệp tại Đại học Duke và Đại học North Carolina Chapel Hill về cảm giác khi chúng ta chi trả cho một món hàng. Shah đã chứng minh được nỗi đau thanh toán là ở mức cao khi chúng ta thanh toán bằng tiền mặt và chỉ số này sẽ giảm xuống khi thanh toán bằng thẻ và phương thức thanh toán điện tử khác.

Cụ thể, thí nghiệm đầu tiên yêu cầu người tham gia mua một cốc cà phê giá \$6,95 với mức giá chiết khấu là \$2. Sau hai giờ, họ được yêu cầu bán lại chiếc cốc của mình với mức giá mà họ chọn. Kết quả là những người trả bằng tiền mặt muốn mình lời hơn \$3 so với những người dùng thẻ dù sở hữu cốc cà phê cùng một khoản thời gian. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, thanh toán bằng tiền mặt khiến mọi người gắn bó với thứ mình mua, và điều này làm tăng nỗi đau thanh toán.

Những tiến bộ về công nghệ liên quan đến thanh toán (ví dụ như thẻ tín dụng/ thẻ ghi nợ, ví điện tử và các khoản thanh toán trực tuyến trên di động) làm gia tăng khoảng cách tâm lý trong thanh toán, khiến chi tiêu ngày càng ít đau đớn hơn. Vì chi tiêu quá mức nên người tiêu dùng Việt đặc biệt là giới trẻ đã mắc bẫy tín dụng như các nghiên cứu trên đã chỉ ra. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra một số các phương thức thanh toán điện tử giúp ngăn chặn sự giảm sút của nỗi đau thanh toán nhưng không nhiều như các ứng dụng thanh toán trên di động giúp nhắc nhở, quản lý chi tiêu của người dùng.

## **2.3 Thực trạng thanh toán điện tử Việt Nam**

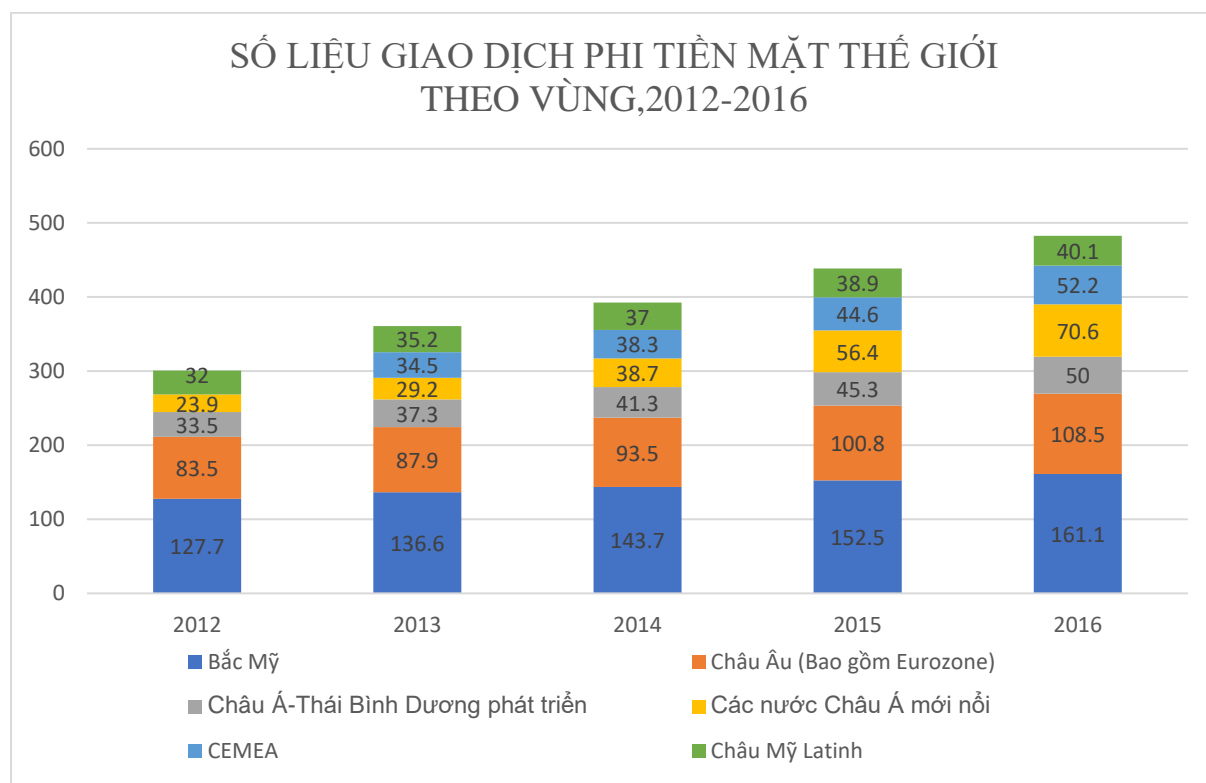
### **2.3.1 Tình hình thanh toán điện tử thế giới**

Theo báo cáo thanh toán thế giới 2018 của tổ chức Capgemini, khối lượng giao dịch phi tiền mặt năm 2016 tăng 10,1%, đạt 482,6 tỷ USD, cao hơn nhiều so với mức dự báo tăng trưởng 9,1% trong báo cáo năm 2017. Trong đó, hai thị trường gồm các nước đang phát triển là tác nhân chính cho sự phát triển này: Các nước Châu Á với mức tăng trưởng 25,2% và các nước thuộc khối CEMEA với 17,1% nhờ Chính phủ nỗ lực áp dụng thanh toán di động vào tài chính đặc biệt ở các nước như Ấn Độ, (33,2%), Trung Quốc (25,8%) và Nam Phi (15,1%).

Giao dịch được thực hiện qua ví điện tử ước tính đạt 41,8 tỷ USD năm 2016, trong đó khoảng 29,7 tỷ USD tương đương 71% giao dịch được thực hiện thông qua các ứng dụng thanh

toán và ví điện tử do BigTech cung cấp. Chỉ riêng tại Trung Quốc, giao dịch phi tiền mặt đã chiếm 16,3 tỷ USD trong khi thế giới chỉ chiếm 25,5 tỷ. Giờ đây, Trung Quốc được xem là quốc gia đi đầu về thanh toán điện tử dù trước đó đã có những nước đi đầu xu hướng không tiền mặt như Thụy Điển, Mỹ,...

Hình 2.3: Tỷ lệ giao dịch phi tiền mặt thế giới 2012-2016



Nguồn: World Payment report 2018

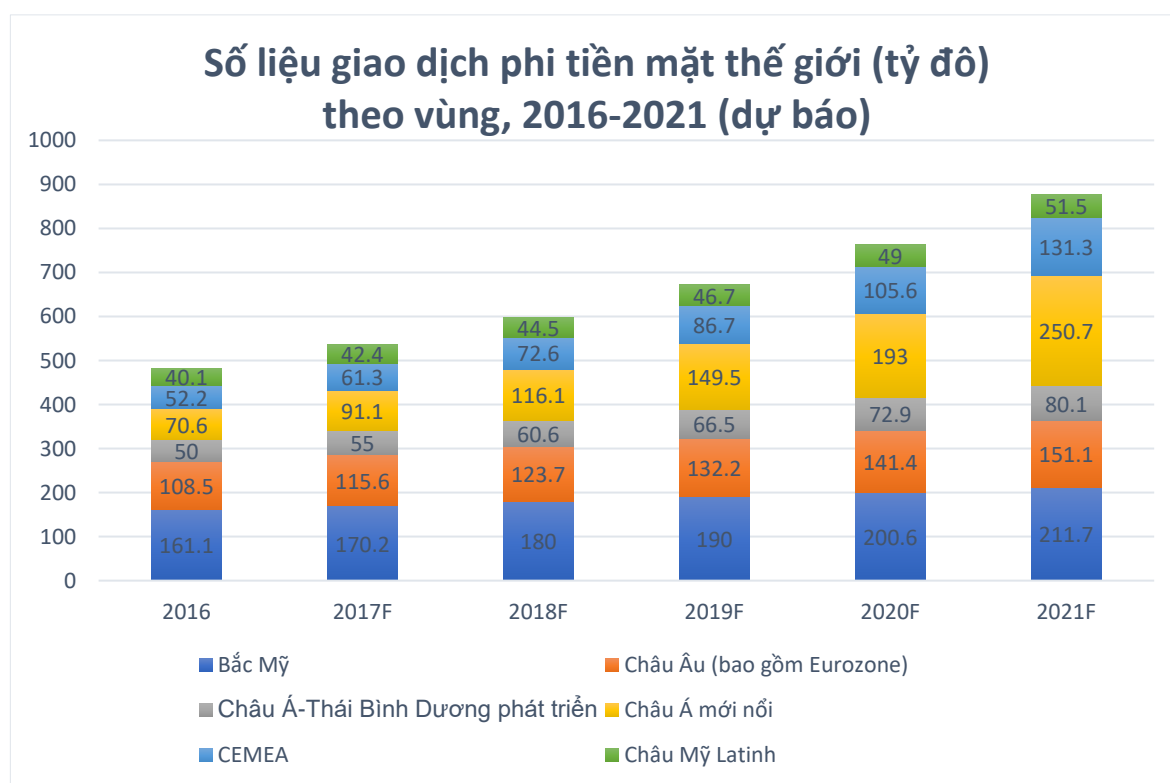
Tại Châu Á, đặc biệt là Trung Quốc, sự phát triển của các ứng dụng thanh toán dựa trên mã QR đã thúc đẩy việc sử dụng ví điện tử và các hình thức thanh toán phi tiền mặt khác. Thanh toán bằng mã QR rất thuận tiện cho người tiêu dùng trong việc tiết kiệm thời gian thanh toán cũng như các doanh nghiệp trong việc tiết kiệm chi phí để triển khai công nghệ này hơn là các thiết bị PoS.

Sự phát triển của các hình thức thanh toán điện tử trong tương lai sẽ phụ thuộc vào khả năng của các ngân hàng và doanh nghiệp trong việc thu hút nhiều khách hàng hơn tại các khu vực địa lý khác nhau bằng cách tạo điều kiện cho khách hàng có cơ hội tiếp xúc với các hình thức thanh toán mới qua các dịch vụ giá trị gia tăng, tính bảo mật,... Tuy nhiên, việc áp dụng và triển khai có thể bị chậm lại nếu Chính phủ vẫn chưa có lộ trình sửa đổi khung pháp lý cho phép các ngân hàng và doanh nghiệp trong việc cạnh tranh cũng như giúp khách hàng có trải nghiệm sản phẩm tốt nhất.

Các thị trường phát triển dự kiến có tốc độ tăng trưởng kép hàng ở mức 6,7% đến năm 2021. Tuy nhiên, các thị trường này đang áp dụng công nghệ mới và cần có hành động kịp thời để thúc đẩy việc sử dụng thanh toán nhanh như mã QR nếu muốn đuổi kịp tốc độ tăng trưởng của các thị trường mới nổi.

Thị trường mới nổi Châu Á dự kiến sẽ tiếp tục phát triển với mức tăng trưởng cao, ước tính 28,8% từ năm 2016-2021. Trong đó, động lực để thúc đẩy tăng trưởng chính là tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh, các hình thức thanh toán phi tiền mặt đặc biệt là ví điện tử tăng lên, các nỗ lực hỗ trợ, phát triển ngành tài chính của Chính phủ và sự phát triển của thương mại điện tử chủ yếu là ở nông thôn.

Hình 2.4: Tỷ lệ giao dịch phi tiền mặt thế giới 2016-2021



Nguồn: World Payment report 2018

Châu Âu được dự báo sẽ phát triển nhanh hơn Mỹ khi các cơ quan quản lý đưa ra các sáng kiến thúc đẩy đổi mới. Thẻ không tiếp xúc đang có sự tăng trưởng trong khu vực này, đặc biệt là tại Anh sau thế vận hội Olympic 2012, người dân đã bắt đầu có xu hướng sử dụng loại thẻ này nhiều hơn vì tính tiện lợi của nó. Một yếu tố qua trọng khác dẫn đến sự phát triển là các quốc gia đang hướng đến nền kinh tế không tiền mặt như Thụy Điển, Phần Lan và Đan Mạch.

Trong báo cáo năm nay, Bắc Mỹ một lần nữa bị dự báo sẽ tăng trưởng chậm. Mặc dù Bắc Mỹ vẫn giữ vị trí đầu bảng, tuy nhiên theo dự kiến, thị trường này sẽ nhường vị trí số một

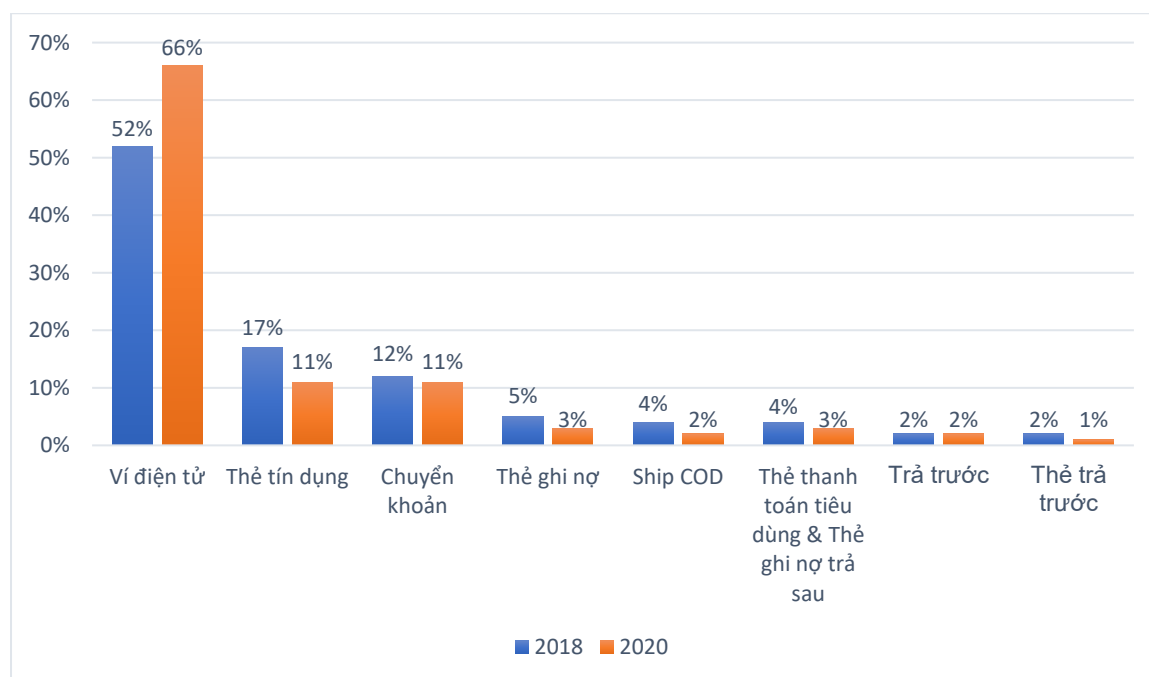
về khối lượng khi tiền mặt cho khu vực Châu Á trong năm 2021. Sự tăng trưởng chậm một phần là do người dân kiên trì sử dụng hình thức thanh toán séc, các giải pháp từ phía ngân hàng chưa triệt để và sự chậm trễ trong việc giới thiệu các hình thức thanh toán mới.

### 2.3.2 Thực trạng thanh toán điện tử Việt Nam

Châu Á luôn đi đầu về đổi mới công nghệ đặc biệt là thanh toán di động. Nguyên do vì người Châu Á đòi hỏi khắt khe về tiêu chuẩn của sản phẩm mới liên quan đến bình đẳng và bảo mật thông tin. Các phương thức thanh toán phân bố mỗi khác tại mỗi khu vực và là thách thức đối với các công ty Fintech khi hoạt động tại khu vực này.

Theo báo cáo Thanh toán toàn cầu 2018 do tổ chức Worldpay thực hiện, thương mại điện tử vẫn đang bùng nổ tại thị trường Châu Á với mức tăng trưởng vượt bậc tại các quốc gia đang phát triển như Malaysia (21,3%), Việt Nam (20,3%) và Phillipines và Indonesia (18,6%). Trong đó, chuyển khoản ngân hàng vẫn dẫn đầu xu hướng mua hàng online tại Indonesia, Thái Lan và Malaysia. Thanh toán tiền mặt khi giao hàng chỉ chiếm khoản 4,5% chi tiêu thanh toán điện tử, tuy nhiên đây là phương thức thanh toán hàng đầu ở Phillipines và Việt Nam.

Hình 2.5: Tỷ lệ sử dụng thanh toán điện tử tại Châu Á 2018-2020



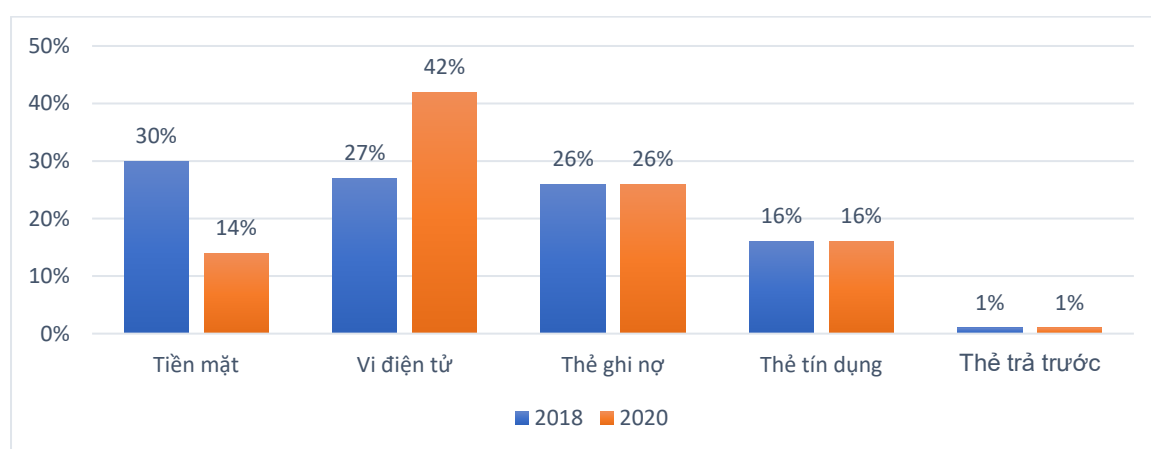
Nguồn: Global Payment Report 2018

Nhìn tổng quan khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, thanh toán bằng ví điện tử hiện đang là phương thức thanh toán được sử dụng nhiều nhất, chiếm 52% tổng giao dịch thương mại điện tử 2018. Ví điện tử vươn lên vị trí dẫn đầu trong những năm gần đây nhờ Trung Quốc đẩy mạnh phát triển và sử dụng hình thức thanh toán này đặc biệt là qua ứng dụng Alipay

và WeChat. Hiện nay, thị trường đông dân nhất thế giới được dự đoán sẽ chiếm hai phần ba khối lượng thanh toán trong khu vực vào năm 2022.

Tuy vậy, hiện tại thanh toán bằng tiền mặt vẫn là phương thức thanh toán hàng đầu khi thanh toán tại các điểm bán hàng, chiếm 30%. Nhưng theo dự báo của Worldpay, thanh toán bằng tiền mặt sẽ giảm còn 14% trong năm 2022. Thay vào đó, thanh toán bằng ví điện tử sẽ có một bước tiến vượt bậc với mức 42% tại các điểm bán hàng nhờ các hình thức thanh toán mới sáng tạo hơn như QR pay.

Hình 2.6: Tỷ lệ sử dụng thanh toán điện tử tại điểm bán hàng 2018-2020



Nguồn: Global Payment Report 2018

Tại Việt Nam, thương mại điện tử được đánh giá có sự bùng nổ vượt trội so với các nước khác. Các doanh nghiệp thương mại điện tử nhìn nhận thị trường thanh toán điện tử Việt Nam sẽ còn phát triển hơn nữa trong những năm tới. Theo báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử EBI 2018 do Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam thực hiện đã chỉ ra tốc độ tăng trưởng thanh toán điện tử Việt Nam năm 2017 tăng 25% so với năm 2016, dự báo tốc độ tăng trưởng trong ba năm tiếp theo vẫn duy trì ở mức tương tự. Trong năm 2018, thương mại điện tử Việt Nam đạt 7 tỷ USD, trong đó thương mại điện tử trên nền tảng di động đạt 4 tỷ USD và dự kiến sẽ tăng lên mức 10 tỷ USD năm 2020, vượt qua thương mại điện tử trên máy tính. Trước cơ hội này, các doanh nghiệp đã kêu gọi không ít vốn đầu tư nhằm cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng. Ví dụ Tiki nhận 122 tỷ đồng từ VNG vào tháng 9, Shopee được tập đoàn SEA (Singapore) đầu tư thêm 1.200 tỷ đồng vốn điều lệ, Lazada được Tập đoàn Alibaba đổ thêm 2 tỷ USD, Sendo được SBI Holdings (Nhật Bản) đầu tư 51 triệu USD. Tuy nhiên, thị trường thanh toán điện tử chỉ mới trong giai đoạn đót tiền chiếm thị phần, nhưng nhờ những nỗ lực này của doanh nghiệp, hành vi mua sắm của người tiêu dùng sẽ được thay đổi trong những năm tới.

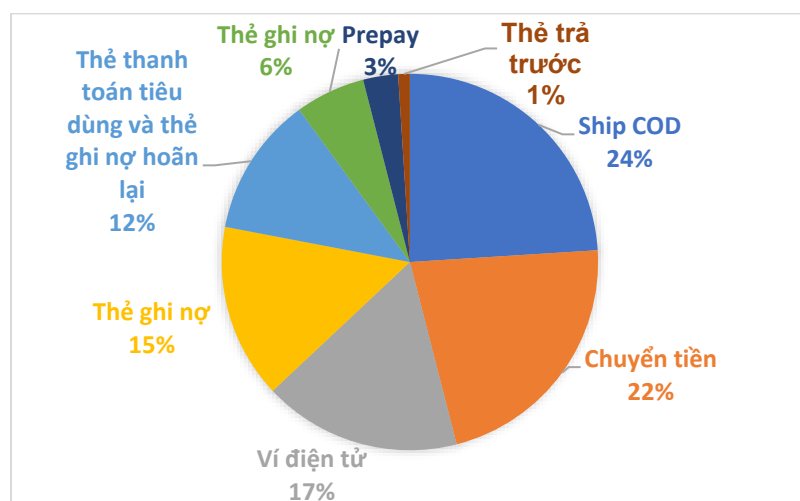
Thương mại điện tử đã giúp cho các doanh nghiệp phát triển trong năm vừa qua. Đối với lĩnh vực bán lẻ trực tuyến tại hàng nghìn website bán hàng cho thấy tỷ lệ tăng trưởng doanh thu lên đến 35%. Đặc biệt, nhờ sự chuyển đổi hành vi sang mua sắm trực tuyến nên doanh nghiệp chuyển phát đã cho thấy tốc độ tăng trưởng doanh thu từ dịch vụ chuyển phát từ 62% đến 200%. Lĩnh vực tiếp thị trực tuyến cũng có tốc độ tăng trưởng từ 100% đến 200% năm 2017.

Theo khảo sát về thanh toán điện tử của tổ chức Statista, thanh toán điện tử đạt 6,1 tỷ USD năm 2017, tăng 22% so với các năm trước đó. Con số này được dự đoán sẽ tăng lên 12,3 tỷ USD vào năm 2020. Vì vậy, thị trường thanh toán điện tử Việt Nam sẽ là thị trường tiềm năng để phát triển trong những năm tới.

Dù đã có sự chuyển dịch trong việc mua sắm trực tuyến, nhưng chi tiêu trên đầu người khi sử dụng các phương thức thanh toán điện tử vẫn còn thấp so với các nước khác trong khối ASEAN. Theo báo cáo của Worldpay, chi tiêu trên đầu người khi mua sắm trực tuyến tại Việt Nam vẫn còn thấp so với các nước trong khối ASEAN. Cụ thể, trung bình mỗi người Việt chỉ chi tiêu khoảng 65 USD cho mua sắm trực tuyến, thấp hơn các nước ASEAN như Singapore (889 USD), Thái Lan (358 USD), Malaysia (110 USD),...

Trong khi các nước như Singapore, Thái Lan, Malaysia có sự giảm nhẹ trong thanh toán bằng tiền mặt thì tại Việt Nam và Phillipine thì tiền mặt vẫn là vua. Năm 2017, tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt bên lĩnh vực thương mại điện tử vẫn chiếm tỷ lệ giao dịch cao nhất với 24%. Theo một báo cáo của World Bank thực hiện vào tháng 7/2018, Việt Nam là nước có tỷ lệ giao dịch thanh toán điện tử thấp nhất trong ASEAN 5, chỉ ở mức 4,9%.

Hình 2.7: Tỷ lệ thanh toán trong thương mại điện tử Việt Nam



Nguồn: Global Payment Report 2018



So với các nước trong khối ASEAN, Việt Nam vẫn chưa thể đuổi kịp các nước do sự thiếu quyết tâm của Chính phủ và doanh nghiệp, đặc biệt là thị trường Việt Nam là một trong những thị trường khó tính nhất trên thế giới khi người tiêu dùng có tư duy truyền thống, ngại tiếp xúc với cái mới. Vì vậy nên các chính sách đổi mới cần phải có thời gian mới có thể thấy được tác dụng.

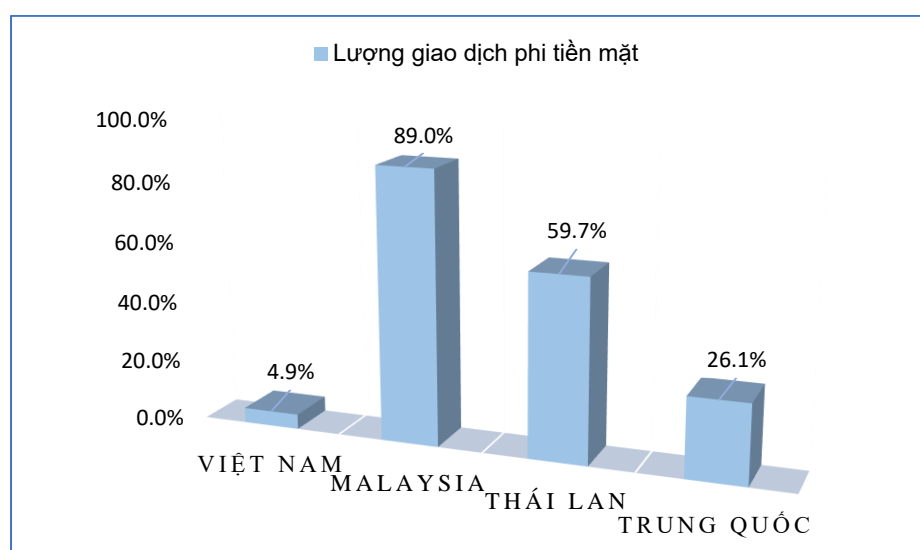
## 2.4 Thách thức khi thay đổi hành vi thanh toán tại Việt Nam

### 2.4.1 Thói quen sử dụng tiền mặt

Tại Việt Nam, thanh toán điện tử ra đời năm 2018 với mô hình đầu tiên là ví điện tử. Mặc dù đã hơn 10 năm nhưng đến những năm gần đây thanh toán điện tử mới được nhắc đến nhiều hơn. Người Việt Nam vẫn có xu hướng thích sử dụng tiền mặt hơn giống như cách họ vẫn ưa chuộng hình thức mua hàng có COD. (Hawkins, 2018) đã đưa ra trong Mô hình Tổng quan về hành vi khách hàng, ý niệm bản ngã (quan điểm của bản thân) và lối sống làm phát sinh mong mua và ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng. Hiện tại vẫn còn một số bộ phận người Việt Nam cho rằng giữ tiền mặt vẫn an toàn và tiện lợi hơn. Dù ngày nay, mua hàng trực tuyến trở nên ngày càng phổ biến hơn nhưng khi thanh toán lại dùng tiền mặt.

Theo ông Trần Thanh Nam, CEO Moca phát biểu tại Diễn đàn Thanh toán điện tử 2017 đã chỉ ra rằng tổng doanh số thanh toán bằng thẻ chỉ chiếm 6% chi tiêu của người dân. Trong 7 giao dịch thì đã có 6 giao dịch được thực hiện trên máy ATM chỉ với mục đích rút tiền mặt. Trong khi đó, thanh toán điện tử Việt Nam vẫn còn ở quy mô rất nhỏ và phần lớn các giao dịch được thanh toán bằng hình thức ship COD, chiếm 24% tổng giao dịch thanh toán điện tử.

Hình 2.8: Việt Nam có lượng giao dịch phi tiền mặt thấp nhất ASEAN



Nguồn: Worldbank

#### **2.4.2 Người dùng vẫn chưa tin tưởng vào dịch vụ và tính an toàn của thanh toán điện tử**

Khi tiếp xúc với những công nghệ mới trong thanh toán điện tử mà nó còn đặt biệt ảnh hưởng đến ví tiền của họ thì lại càng làm con người phải đắn đo suy nghĩ và cần có những điều kiện đảm bảo sự an toàn. Trong thời đại công nghệ phát triển như hiện nay, tội phạm công nghệ cao luôn hiện hữu.

Theo thống kê, trong 9 tháng đầu năm 2017, Trung tâm Ứng cứu khẩn cấp máy tính Việt Nam (VNCERT) đã ghi nhận có 9.964 sự cố tấn công mạng trong nước trong đó có 1.762 sự cố website lừa đảo (Phishing), 4.595 sự cố về phát tán mã độc (Malware) và 3.607 sự cố tấn công thay đổi giao diện (Deface). Theo báo cáo chỉ số an toàn thông tin trung bình của tất cả các nhóm Doanh nghiệp Việt Nam chỉ đạt 54.2%, thuộc nhóm trung bình trên thế giới. Trong đó nhóm các Doanh Nghiệp thuộc lĩnh vực tài chính ngân hàng đạt chỉ số 59.9% và nhóm các doanh nghiệp khác là 31.1%. Các sự cố về đánh mất thông tin khách hàng cũng ngày càng nhiều và phức tạp hơn.

Việc xảy ra những trường hợp không hay đối với những người sở hữu tài khoản ngân hàng cũng như đang sử dụng ứng dụng thanh toán điện tử đã làm mất lòng tin vào các loại hình thanh toán này. Chẳng hạn ví điện tử Momo đã xảy ra nhiều vụ mất tiền sau khi khách hàng nạp tiền vào tài khoản đã khiến nhiều người từ bỏ xài phương thức thanh toán đầy tiềm năng này. Thêm vào đó, dịch vụ chăm sóc khách hàng hời hợt, kém chất lượng của nhà cung cấp khi xảy ra chuyện đã dồn đẩy trách nhiệm cho chủ sở hữu là để lộ thông tin cho người khác chiếm quyền sở hữu nên đã tạo ấn tượng không tốt cho hai bên cũng như dư luận.

#### **2.4.3 Chưa có sự đồng bộ và liên kết giữa các nhà cung cấp**

Theo Diễn đàn Thanh toán điện tử Việt Nam 2017, số lượng máy POS vẫn còn ít, với khoảng 300.000 máy trên tổng 65 triệu người lớn độ tuổi từ 15 đến 64 tuổi. Trong khi đó, chi phí lắp đặt và vận hành máy POS là rất lớn, trong khi chi phí để lắp đặt thanh toán bằng QR Pay lại rẻ hơn rất nhiều lần. Đồng thời người tiêu dùng ngại quét thẻ một phần là do thẻ sẽ bị bong chóc theo thời gian nếu quét nhiều lần, và các thủ tục xác nhận tốn thời gian trong khi thanh toán bằng tiền mặt nhanh hơn nhiều. Thanh toán qua máy POS chỉ có tác dụng khi thanh toán hoá đơn với số tiền lớn, tuy nhiên việc thanh toán này vẫn còn nhiều hạn chế. Theo công ty cổ phần thanh toán quốc gia Việt Nam (NAPAS), số lượng giao dịch qua POS tăng 34% so với 2016, đạt gần 136 triệu giao dịch nhưng thanh toán qua POS đòi hỏi phải có thẻ ngân hàng và theo báo cáo Thị trường Ứng dụng di động của Appota cho thấy tỷ lệ người sở hữu thẻ ngân hàng chỉ đạt 54%, nghĩa là tỷ lệ giao dịch thanh toán điện tử qua máy POS vẫn rất ít, trong khi 90% thanh toán hàng ngày là tiền mặt đối với hoá đơn dưới 100.000 đồng.

Thứ hai, nguyên do người tiêu dùng ngại thanh toán điện tử đó là sự không đồng bộ, liên kết giữa các nhà cung cấp. Doanh nghiệp thanh toán điện tử vẫn còn đang trong giai đoạn chiếm thị phần nên việc tranh giành địa điểm thanh toán là điều tất yếu. Tuy nhiên, việc gia tăng địa điểm thanh toán vẫn còn nhiều bất cập, hạn chế khi số lượng điểm thanh toán rất ít, chủ yếu chỉ tập trung vào các trung tâm thương mại, cửa hàng lớn, tiện lợi mà bỏ quên các cửa hàng, quán ăn truyền thống. Một phần nữa là chủ sở hữu các cửa hàng, quán ăn vẫn chưa mặn mà, thậm chí chưa biết gì về các loại hình thanh toán mới và hoạt động quản lý tài chính vẫn là ghi chép sổ sách hàng ngày.

Việc phân bố nhiều địa điểm thanh toán khác nhau khiến người tiêu dùng phải sử dụng nhiều ứng dụng thanh toán khác nhau dẫn đến những bất tiện. Thay vào đó, mỗi loại hình thanh toán lại có mức tính phí khác nhau mà tâm lý người tiêu dùng chỉ muốn có thêm chứ không muốn mất đi nên họ vẫn còn ngại trong việc sử dụng các hình thức thanh toán điện tử. Mặt khác, các doanh nghiệp thanh toán điện tử chỉ tập trung vào các khu vực thành thị mà bỏ qua thị trường tiềm năng như nông thôn làm kiềm hãm sự phát triển thanh toán điện tử cũng như thương mại điện tử Việt Nam.

### CHƯƠNG 3: KHUYẾN NGHỊ VÀ KẾT LUẬN

Thứ nhất là, Chính phủ cần thúc đẩy phát triển thanh toán điện tử qua các chính sách phát triển. Tạo môi trường cạnh tranh công bằng cho các ngân hàng thương mại và các tổ chức phi ngân hàng. Đồng thời, Chính phủ nên tiếp tục xây dựng, hoàn thiện khung pháp lý nhằm quản lý, giám sát, hỗ trợ phát triển các hình thức thanh toán mới. Bên cạnh đó, nên đẩy mạnh thanh toán điện tử trong chính phủ, kết nối cổng thanh toán giữa các ngành, bộ đến với doanh nghiệp và người dân (G2G, G2B, G2C) nhằm đạt mục tiêu Chính phủ số. Chính phủ, doanh nghiệp và các chuyên gia phải nghiên cứu về xu hướng thanh toán thế giới để từ đó đưa ra những chính sách, chiến lược áp dụng các loại hình thanh toán mới phù hợp đối với người tiêu dùng Việt Nam.

Thứ hai là, Các ngân hàng thương mại và tổ chức phi ngân hàng nên cải thiện, mở rộng hệ sinh thái thanh toán tại Việt Nam. Quan trọng nhất là nên tập trung liên kết, mở rộng, phát triển các tiện ích cũng như địa điểm thanh toán trên toàn quốc, đặc biệt nên tập trung vào phát triển tại khu vực nông thôn và các cửa hàng, tạp hoá truyền thống tại khu vực thành thị.

Thứ ba là, tập trung khắc phục lỗ hổng phần mềm để tránh tình trạng bị đánh cắp thông tin. Cải thiện, nâng cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng về hỗ trợ, giải quyết những khó khăn của khách hàng khi có vấn đề nhằm tránh xảy ra trường hợp mâu thuẫn trong quá khứ.

Thứ tư là, Chính phủ và các tổ chức ngân hàng và phi ngân hàng đẩy mạnh công tác tuyên truyền nhằm tạo điều kiện giúp người tiêu dùng tiếp cận các phương tiện thanh toán mới cũng như ra quyết định thanh toán. Bên cạnh đó, nếu muốn người tiêu dùng chuyển sang sử dụng phương thức thanh toán điện tử thì những ứng dụng thanh toán tài chính di động phải tiết kiệm thời gian trong việc thực hiện các thủ tục, bước thanh toán. Chính phủ và các tổ chức nên đẩy mạnh việc triển khai hình thức thanh toán bằng mã QR giúp người tiêu dùng chuyển sang hình thức thanh toán tiện lợi hơn là những phương thức thanh toán khác.

Thứ năm là, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu tuyển dụng của các tổ chức trong những năm tới. Để tạo được nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao cần phải thay đổi trong tư duy giảng dạy theo kiểu phương Tây. Đồng thời, chính sách đào tạo cần khuyến khích tạo môi trường làm việc cạnh tranh bình đẳng giữa các sinh viên, nhân viên nhằm thúc đẩy họ thể hiện tài năng, cống hiến cho xã hội.

Tóm lại, để đạt được mục tiêu CMCN 4.0, Chính phủ và tổ chức cần thúc đẩy kế hoạch phát triển và thay đổi tâm lý mua sắm của người tiêu dùng, cải thiện hệ sinh thái thanh toán, khắc phục lỗ hổng trong khung pháp lý và phần mềm của tổ chức, đào tạo nguồn nhân lực chuyên môn cao nhằm đáp ứng nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cần phải nghiên cứu kỹ càng, áp dụng, triển khai đúng thời điểm và đặc biệt là liên tục đổi mới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Appota. (2018). *Vietnam mobile app-Market report*. Hà Nội: Appota.
- (2014). *Báo cáo thương mại điện tử trên nền tảng di động Việt Nam*. Bộ Công Thương - Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin.
- Capgemini. (2018). *World Payment report*. Capgemini.
- (2018). *Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2018*. Hà Nội: Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam.
- Drazen, P., & Duncan, S. (2000, June 8). *MIT University*. Được truy lục từ <https://web.mit.edu>
- Drazen, P., & Duncan, S. (2000, June 8). *MIT University*. Được truy lục từ <https://web.mit.edu/simester/Public/Papers/Alwaysleavehome.pdf>
- Dung, N. T., & Huân, N. B. (2018). *Thanh toán bằng hình thức ví điện tử tại Việt Nam Thực trạng và Giải pháp*. Hà Nội: Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp.
- Điệp, V. V. (2017). Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng phương thức thanh toán điện tử của người tiêu dùng. *Tạp chí Công thương*.
- Điệp, V. V. (2017). Thực trạng thanh toán điện tử tại Việt Nam và một số kiến nghị. *Tạp chí Công thương*.
- (2018). *E-commerce Industry in Vietnam*. Ho Chi Minh: EU - Vietnam Business Network.
- Emrah, O., Gizem, G. O., & Wajid, R. H. (2017). The determinants of electronic payment systems usage from consumers' perspective. *Economic Research*, 30.
- EU-Vietnam Business Network. (2018). *E-commerce industry in Vietnam*. Vietnam: Ipsos Business Consulting.
- Fintechnews Vietnam. (2018, May 25). *About Us: Fintechnews*. Được truy lục từ Fintechnew Singapore Web site: <http://fintechnews.sg/20056/vietnam/vietnam-fintech-sector-report-mobile-payment-digital/>
- (2018). *Global Payments Report*. Worldpay.
- Hằng, L. T. (2018). Xu hướng phát triển dịch vụ thanh toán di động trên thế giới và Việt Nam. *Tạp chí Tài chính*.
- Hawkins, M. (2018). *Hành vi khách hàng - Xây dựng chiến lược Marketing*. Hà Nội: Bách khoa Hà Nội.
- Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM). (2018). *Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam*. Hà Nội.
- Huy, N. T., Lực, C. V., Trần, L. C., Hùng, N. Đ., Huy, N. Q., Tuấn, Đ. M., . . . Diệp, N. B. (2017). Kỷ yếu - Diễn đàn thanh toán điện tử Việt Nam 2017. *Diễn đàn Thanh toán điện tử Việt Nam 2017*. Hà Nội: Diễn đàn thanh toán điện tử Việt Nam.
- Mankiw, N. (2016). Kinh tế học vi mô. Trong *Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng* (trang 498-512). Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức.

- Mankiw, N. (2016). Kinh tế học vi mô. Trong *Lý thuyết về sự lựa chọn của người tiêu dùng* (trang 498-512). Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2015). Kinh tế học vi mô. Trong *Hành vi của người tiêu dùng* (trang 65-84). Hồ Chí Minh: NXB Kinh tế TP HCM.
- PPRO. (2018). *Payment & E-commerce report*. Vietnam.
- Pyndick, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2015). Kinh tế học vi mô. Trong *Kinh tế học hành vi* (trang 186-191). Hồ Chí Minh: NXB Kinh tế TP HCM.
- Shah, A. M., Noah, E., James, B. R., & Tanya, C. L. (2015, November 6). *Duke University*.  
Được truy lục từ  
<https://faculty.fuqua.duke.edu/~jrb12/bio/Jim/shah%20eisenkraft%20bettman%20chartrand.pdf>
- Sukriti, B., Philip, B., Olivier, D., Madhav, G., & Marc, N. (2018). *Global payments 2018: A dynamic industry continues to break new ground*. McKinsey & Company.
- Tạp chí Tài chính*. (2017, 5 30). Được truy lục từ <http://tapchitaichinh.vn/viet-nam-chong-rua-tien,-tai-tro-khung-bo/world-bank-thanh-toan-khong-dung-tien-mat-da-tro-nen-pho-bien-132137.html>
- (2018). *Vietnam Mobile App Market Report*. Appota .
- VietnamWorks. (2018). *Báo cáo năm 2018 và dự báo năm 2019 về thị trường tuyển dụng trực tuyến tại Việt Nam*. Vietnam: VietnamWork.
- Worldpay. Inc. (2018). *Global Payments Report 2018*.