THỰC TRẠNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ VÍ ĐIỆN TỬ TẠI TP. HUẾ

ThS. TRẦN THỊ KHÁNH TRÂM - *Đại học Kinh tế Huế* *

Thanh toán không dùng tiền mặt là xu hướng phát triển tất yếu trên thế giới và đang được đông đảo người dân Việt Nam lựa chọn thay cho hình thức chi trả tiền mặt. Với dữ liệu được thu thập được từ 480 người tiêu dùng đang sinh sống, học tập và làm việc trên địa bàn TP. Huế trong khoảng thời gian từ 8 -10/8/2018, bài viết phân tích, đánh giá thực trạng sử dụng dịch vụ ví điện tử trên địa bàn TP. Huế, đề xuất một số giải pháp giúp các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ này đạt hiệu quả hơn trong thời gian tới.

Từ khóa: Dịch vụ ví điện tử, người tiêu dùng, thanh toán trực tuyến

ELECTRONIC WALLET AND CUSTOMERS IN HUE CITY

Tran Thi Khanh Tram M.A – *Hue University of Economics*

Non-cash payment has become an unavoidable global trend and has been chosen by millions of Vietnamese people as an altenative of cash payment. On the basis of the data collected from 480 customers living, learning and working in the city of Hue since August to October, 2018, the research analyzes and evaluates the practice of using e-wallet services of customers and recommends measures to help providers develop their services.

Keywords: E-wallet, consumers, online payment

Ngày nhận bài: 21/11/2018
Ngày phản biện, đánh giá và hoàn thiện: 18/12/2018
Ngày duyệt đăng: 24/12/2018

Tổng quan về dịch vụ ví điện tử

Hệ sinh thái cho dịch vụ ví điện tử về bản chất gồm 3 yếu tố chính: Mạng lưới nhà cung cấp dịch vụ; Người dùng; Nền tảng công nghệ để kết nối. Trong đó, khách hàng (người tiêu dùng) luôn được coi có vị trí trung tâm. Theo khảo sát của Ngân hàng Thế giới, thanh toán không dùng tiền mặt đã trở thành phương thức thanh toán phổ biến tại nhiều quốc gia phát triển trên thế giới với giá trị chi tiêu của người dân chiếm tới hơn 90% tổng số giao dịch hàng ngày. Điển hình như, ở Mỹ tỷ lệ tiền mặt trong tổng lượng tiền của nền kinh tế chỉ chiếm khoảng 7,7% ở Mỹ và 10% ở khu vực đồng Euro vào năm 2016. Việt Nam đang hướng tới một nền kinh tế 90% không dùng tiền mặt vào năm 2020 bằng cách giảm các giao dịch tiền mặt và tăng thanh toán điện tử. Theo đó, ít nhất 50% tổng số hộ gia đình ở thành phố sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử cho giao dịch hàng ngày vào năm 2020. Là một phương tiện thanh toán trung gian, việc phát triển dịch vụ ví điện tử sẽ góp phần quan trọng để Việt Nam thực hiện được mục tiêu đề ra.

Ví điện tử giống như một "ví tiền" trên internet và đóng vai trò là một chiếc ví tiền mặt trong thanh toán trực tuyến, giúp người sử dụng thực hiện công việc thanh toán các khoản phí trên internet, gửi và chuyển tiền một cách nhanh chóng, đơn giản và tiết kiệm cả về thời gian và tiền bạc của người sử dụng.

Từ thời điểm chiếc ví điện tử đầu tiên được Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cấp giấy phép hoạt động thí điểm ở Việt Nam vào năm 2009, đến nay, Việt Nam đã có trên 20 ví điện tử các loại đang hoạt động, đáng chú ý là dịch vụ ví MoMo đã đạt hơn 5 triệu người dùng. Đây là đối tác của 12 ngân hàng và thẻ quốc tế. Thị trường ví điện tử ở nước ta đang ngày càng phát triển với sự tham gia của cả nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài, các ví điện tử ngày càng đa dạng. Mặc dù, lượng giao dịch thông qua ví điện tử ở Việt Nam vẫn chưa nhiều nhưng theo các chuyên gia tài chính đánh giá, tính cạnh tranh trên thị trường này sẽ ngày càng cao. Điều này mang đến kỳ vọng về sự phát triển của công cụ thanh toán không sử dụng tiền mặt, trong nỗ lực thu hút khách hàng của các nhà cung cấp dịch vụ cùng với sự đẩy nhanh công tác hoàn thiện hành lang pháp lý của cơ quan quản lý nhà nước.

Là một thành phố với đa số người dân ít tiếp xúc với công nghệ, làm thế nào để thu hút khách hàng và phát triển dịch vụ ví điện tử ở TP. Huế vẫn luôn đặt ra nhiều thác thức đối với các nhà cung

***Email:** ttktram@hce.edu.vn

BẢNG 1: LỢI ÍCH VÀ RỦI RO CỦA DỊCH VỤ VÍ ĐIỆN TỬ

STT	Tiêu thức	Giá trị trung bình của thống kê
	Lợi ích của dịch vụ ví điện tử	
1	Tiết kiệm thời gian	4,50
2	Tận hưởng thêm nhiều ưu đãi, khuyến mại	4,44
3	Thực hiện bất cứ lúc nào và bất cứ nơi đâu	4,49
4	Tiết kiệm chi phí đi lại	4,32
5	Quản lý và kiểm soát các giao dịch thanh toán trực tuyến hiệu quả hơn	4,02
	Rủi ro của dịch vụ ví điện tử	
1	Có thể lộ thông tin người dùng	3,98
2	Vấn đề pháp lý liên quan đến ví điện tử có thể gây phiền phức	3,42
3	Có thể gặp trục trặc kỹ thuật	2,67
4	Tăng khả năng tài khoản cá nhân bị mất cắp tiền	2,65

Nguồn: Kết quả xủa lý số liệu từ SPSS

cấp dịch vụ này. Nghiên cứu này đã tiến hành khảo sát người tiêu dùng trên địa bàn TP. Huế để tìm hiểu mức độ sử dụng dịch vụ này… để có thể giúp cho các các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán, các chuyên gia tiếp thị phát triển các chiến lược marketing và cải thiện dịch vụ ví điện tử được tốt hơn.

Phương pháp nghiên cứu và mô tả mẫu

Kế thừa các nghiên cứu trong và ngoài nước, mẫu bảng hỏi được thiết kế bao gồm nhiều câu hỏi nhỏ và câu hỏi mở nhằm tập trung phân tích, đánh giá hiểu biết của người tiêu dùng ở TP. Huế về dịch vụ ví điện tử. Số bảng hỏi được phát ra là 550, thu về đươc là 517 và số bảng hỏi đạt yêu cầu đưa vào nghiên cứu là 456. Số bảng hỏi khảo sát trực tuyến thu về 49 bảng, trong đó, có 24 bảng hợp lệ. Các bảng hỏi không đạt yêu cầu chủ yếu do các thông tin chưa được trả lời đầy đủ hay được điền đầy đủ nhưng đối tượng trả lời không đúng. Như vậy, trổng cộng có 480 bảng hợp lệ được đưa vào nghiên cứu.

Mẫu nghiên cứu cho thấy, tỷ lệ giới tính của mẫu điều tra là 40,2% đối với nam và 59,8% đối với nữ. Phần lớn đáp viên trong nghiên cứu có độ tuổi từ 18-22 (chiếm tỷ lệ 49,8%) và độ tuổi từ 31-45 (25,4%). Nhóm đáp viên có trình độ đại học chiếm đã số (chiếm tỷ lệ 72,1%).

Về nghề nghiệp, nhóm đáp viên chiếm tỷ lệ cao nhất là học sinh, sinh viên (chiếm tỷ lệ 48,5%), còn lại là công chức, viên chức, nhân viên văn phòng, kinh doanh và một số ngành nghề khác.

Kết quả và thảo luận

Thứ nhất, dịch vụ ví điện tử còn mới mẻ đối với người dân ở TP. Huế. Có đến 21,9% người tiêu dùng chưa từng biết đến dịch vụ và 19,2% chỉ mới nghe tên dịch vụ. Với đa số đáp viên là người có trình độ đại học, tuổi trẻ, năng động thì mức độ hiểu biết về dịch vụ ví điện tử còn thấp. Trong số 283 người được khảo sát về mức độ (tức 59%) hiểu biết về dịch vụ ví điện tử, thì có 134 người chưa sử dụng dịch vụ này.

Thứ hai, còn thiếu kênh thông tin để người tiêu dùng tiếp cận với dịch vụ ví điện tử. Chủ yếu, người tiêu dùng biết đến dịch vụ ví điện tử thông qua mạng internet (chiếm tỷ lệ 45,8%), tiếp đến là qua bạn bè, người thân (26,9%); phương tiện truyền thông (chiếm tỷ lệ 20,3%), còn lại là qua nguồn khác. Đối với người tiêu dùng vẫn chưa biết đến hoặc chưa tìm hiểu về dịch vụ này, nguyên nhân là do họ chưa có nhu cầu sử dụng (chiếm tỷ lệ 56,4%), tiếp đến là chưa tiếp cận được thông tin về dịch vụ ví điện tử (với tỷ lệ 30,8%) và còn lại chỉ muốn giao dịch bằng tiền mặt hoặc qua ngân hàng. Do vậy, các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ ví điện tử cần làm thế nào để người tiêu dùng biết đến dịch vụ ví điện tử nhiều hơn, biết được sự hữu ích, tiện lợi của dịch vụ này từ đó kích thích họ sử dụng.

Thứ ba, những người có hiểu biết về dịch vụ ví điện tử đánh giá cao về lợi ích mà dịch vụ ví điện tử đem lại. Kết quả khảo sát cho thấy, người tiêu dùng cảm thấy dịch vụ ví điện tử thật sự hữu ích, có nhiều ưu điểm, thế mạnh riêng như tiết kiệm thời gian, nhiều ưu đãi, khuyến mãi và tiện lợi. Với ví điện tử người dùng có thể thực hiện giao dịch bất cứ khi nào và bất cứ nơi đâu... (Bảng 1). Như vậy, các doanh nghiệp nên chú ý để duy trì và phát huy hơn nữa những lợi ích mà ví điện tử đem lại để thu hút thêm người dùng dịch vụ.

Thứ tư, mặc dù đã nhận thức được lợi ích của ví điện tử nhưng người tiêu dùng còn e ngại về rủi ro mà nó đem lại. Rủi ro mà người tiêu dùng cảm nhận cao nhất là bị lộ thông tin cá nhân. Sau rất nhiều vụ việc đình đám của các thương hiệu lớn như: Facebook, Google... nghi vấn lộ thông tin khách hàng, tâm lý e ngại của khách hàng đối với các dịch vụ ví điện tử càng tăng, đây là vấn đề quan trọng mà các bên liên quan đến dịch vụ ví điện tử cần quan tâm và có chế tài quản lý đúng đắn. Bên cạnh

BẢNG 2: THÁI ĐỘ ĐỐI VỚI DỊCH VỤ VÍ ĐIỆN TỬ

Tiêu thức	Giá trị trung bình của thống kê
Cảm thấy rất thích	3,96
Thật sáng suốt khi lựa chọn sử dụng dịch vụ ví điện tử	3,83
Cảm thấy sành điệu vì nó thể hiện phong cách sống hiện đại	3,62
Cảm giác yên tâm	3,00

Nguồn: Kết quả xửa lý số liệu từ SPSS

đó, vấn đề pháp lý liên quan đến dịch vụ ví điện tử cũng làm nhiều người lo ngại. Điều này có thể một phần do người tiêu dùng còn nhầm lẫn giữa tiền ảo và ví điện tử, dẫn đến tâm lý e ngại sử dụng. Doanh nghiệp cần có biện pháp tuyên truyền, hướng dẫn để khách hàng hiểu rõ: Tiền ảo (chẳng hạn Bitcoin...) không có đơn vị tiền pháp định thì hầu hết các quốc gia đều không chấp nhận là tiền tệ trong đó có Việt Nam. Đối với ví điện tử của các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán đã được NHNN cấp phép hoạt động, cho phép lưu trữ một giá trị tiền gửi tương đương với số tiền thông thường chuyển từ tài khoản thanh toán của khách hàng tại ngân hàng vào tài khoản đảm bảo thanh toán của tổ chức cung ứng dịch vụ (Bảng 1).

Dịch vụ ví điện tử còn mới mẻ đối với người dân ở TP. Huế. Có đến 21,9% người tiêu dùng chưa từng biết đến dịch vụ và 19,2% chỉ mới nghe tên dịch vụ. Với đa số đáp viên là người có trình độ đại học, tuổi trẻ, năng động thì mức độ hiểu biết về dịch vụ ví điện tử còn thấp.

Thứ năm, người tiêu dùng cũng còn chưa yên tâm đối với dịch vụ ví điện tử. Tiếp tục khảo sát những đáp viên đã có sự hiểu biết về dịch vụ ví điện tử, đa số vẫn chưa yên tâm về dịch vụ này mặc dù họ rất hài lòng về các tiện ích mà dịch vụ này mang lại (Bảng 2). Điều này cho thấy, mức độ cảm nhận về rủi ro của dịch vụ ví điện tử đối với người tiêu dùng còn cao.

Thứ sáu, mặc dù còn nhiều băn khoăn nhưng đa số khách hàng đều can nhắc đến ý định sử dung hoặc tiếp tục sử dụng dịch vụ này. Kết quả khảo sát cho thấy, có đến 75% người tiêu dùng được hỏi đồng ý là sẽ sử dụng hoặc tiếp tục sử dụng dịch vụ ví điện tử trong thời gian tới.

Kết luận

Trong thương mại điện tử, ví điện tử là một công cụ thanh toán hữu hiệu đối với người tiêu dùng. Tuy nhiên, sự phát triển của dịch vụ ví điện tử tại Việt Nam nói chung và TP. Huế nói riêng vẫn chưa xứng với tiềm năng. Kết quả nghiên cứu trên địa bàn TP. Huế cho thấy, có nhiều nguyên nhân gây ra tình trạng kém phát triển của dịch vụ này trên địa bàn, ngoài việc người tiêu dùng chưa có nhu cầu sử dụng, thì phần lớn do chưa tiếp cận được thông tin về dịch vụ và thói quen thích dùng tiền mặt vẫn chưa thay đổi. Vấn đề bảo mật thông tin và sợ phiền phức với các vấn đề pháp lý liên quan cũng khiến nhiều người chưa tin tưởng sử dụng dịch vụ ví điện tử. Chính vì vậy, các nhà cung ứng dịch vụ cần có các biện pháp nâng cao hơn nữa mức độ tin cậy của ví điện tử cho người tiêu dùng, điều này góp phần thu hút thêm khách hàng tham gia vào dịch vụ. Cụ thể là các nhà cung ứng dịch vụ ví điện tử cần phải đẩy mạnh cải tiến, nâng cấp công nghệ để đáp ứng các tiêu chuẩn cao về bảo mật thông tin, an toàn trong xử lý, lưu trữ và truyền phát dữ liệu điện tử; đồng thời, NHNN cũng cần yêu cầu các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ ví điện tử báo cáo hàng ngày dòng tiền ra vào trong ví cũng như theo dõi tài khoản của tổ chức này tại các ngân hàng thương mại mỗi ngày để có biện pháp xử lý thích hợp.

Lợi ích mà dịch vụ này đem lại đã thấy rõ, vì vậy, các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ ví điện tử cần phải chú trọng đến các giải pháp, nhằm gia tăng tiện ích cho người sử dụng đối với sản phẩm ví điện tử của mình. Cụ thể, các tổ chức cung ứng dịch vụ cần tìm hiểu và nắm bắt kịp các nhu cầu thanh toán điện tử, tích hợp các tiện ích thanh toán đa dạng trong nhiều lĩnh vực như: Thanh toán tiền điện, nước hay cước điện thoại... Ngoài ra, cần nhắm tới thị trường bán lẻ nhiều hơn, kích thích người tiêu dùng dùng hàng ngày để ăn uống, mua sắm...

Kỷ nguyên công nghệ số đang làm thay đổi rất nhiều phương thức kinh doanh truyền thống, để phát triển dịch vụ ví điện tử bền vững, NHNN cần tăng cường giám sát, quản lý và ban hành các văn bản pháp lý kịp thời, nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế trong lĩnh vực tiền tệ để đề xuất các biện pháp quản lý hoạt động thanh toán trực tuyến qua ví điện tử.

Tài liệu tham khảo

1. *Chính phủ (2016), Nghị định số 80/2016/NĐ-CP, sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định số 101/2012/NĐ-CP về thanh toán không dùng tiền mặt;*
2. *Ngân hàng Nhà nước (2014), Thông tư số 39/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán;*
3. *Junadi và Sfenrianto (2015), "A model of factors influencing cosumer's intention to use E-payment system in Indonesia";*
4. *Madhu Chauhan và Isa Shingari (2017), "Future of e-wallets: A perspective from under Graguates";*
5. *Một số website: tapchitaichinh.vn, sbv.gov.vn, vtv.vn…*