

XU HƯỚNG SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

● CHU THỊ LỆ DUNG

TÓM TẮT:

Bài viết dựa trên các số liệu thống kê của những tổ chức nghiên cứu thị trường uy tín trên thế giới về việc sử dụng đa dạng các hình thức thanh toán điện tử tại Việt Nam, đặc biệt là sự phát triển không ngừng của các công ty Fintech đã cho ra đời hình thức thanh toán ví điện tử. Từ đó, bài viết phân tích thực trạng thanh toán bằng ví điện tử tại Việt Nam, cũng như những nhân tố thúc đẩy sự phát triển của hình thức thanh toán này tại Việt Nam trong thời gian tới. Từ những phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến việc đưa ra quyết định sử dụng ví điện tử, bài viết đánh giá những cơ hội phát triển của loại hình thanh toán này tại Việt Nam.

Từ khóa: ví điện tử, sử dụng ví điện tử, nhân tố ảnh hưởng, xu hướng.

1. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, xu hướng sử dụng ví điện tử đã trở nên phổ biến mạnh mẽ, đặc biệt là trong giới trẻ Việt Nam. Sự tiện lợi, nhanh chóng và an toàn mà các dịch vụ ví điện tử mang lại đã thúc đẩy một làn sóng chuyển đổi từ việc sử dụng tiền mặt sang các phương thức thanh toán điện tử. Theo một nghiên cứu gần đây của DecisionLab (2021) cho thấy tỷ trọng phương thức thanh toán trong mua sắm trực tuyến tại Việt Nam đã có sự thay đổi nhanh chóng: thanh toán bằng tiền mặt giảm mạnh và được thay thế bởi các hình thức thanh toán khác qua ngân hàng, đó là chuyển khoản, thẻ ngân hàng, internet banking và ví điện tử. Theo số liệu khảo sát của Decision Lab (2021), 70% người được hỏi có sử dụng phương thức thanh toán internet banking và 59% người tham gia sử dụng ví điện tử E-wallet. Phương thức thanh toán ví điện tử E-wallet hiện được sử dụng với tỷ lệ cao nhất 38% trong mua sắm trực tuyến so với 36% thanh toán bằng tiền mặt khi nhận hàng và 29%

thanh toán bằng thẻ ngân hàng. Hiện nay tại Việt Nam có hơn 40 ví điện tử, phát triển một cách nhanh chóng so với con số 5 ví cách đây 6 năm. Điều đó cho thấy ví điện tử sẽ ngày càng được chấp nhận và phát triển mạnh mẽ tại thị trường Việt Nam.

Từ đó, bài viết xem xét thực trạng việc sử dụng ví điện tử và tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ví điện tử tại Việt Nam.

2. Thực trạng về thanh toán ví điện tử tại Việt Nam

Việt Nam đã chứng kiến sự bùng nổ trong lĩnh vực kinh doanh ví điện tử những năm gần đây. Dựa trên số liệu được trang thông tin tài chính Cafef công bố theo thống kê của Robocash Group trong 4 năm từ tháng 10/2018 đến tháng 10/2022, số lượng người dùng ví điện tử tại Việt Nam đã tăng một cách ấn tượng: từ 12,3 lên 41,3 triệu (tức là tăng mạnh tới 330%). Hiện nay, khoảng 57% dân số trưởng thành của Việt Nam sử dụng ví điện tử, trái ngược với con số 14% vào cuối năm 2018. Đây có

thể được coi là mức độ thâm nhập đáng kể của ví điện tử, tương đương với tỷ lệ gần 3/5 người Việt Nam là người sử dụng dịch vụ thanh toán này. Cũng theo Robocash ước tính đến tháng 7/2024, thị trường Việt Nam sẽ có 50 triệu người dùng hoạt động, 100 triệu vào tháng 5/2026 và 150 triệu vào tháng 7/2030. Qua đây có thể thấy rõ được sự tăng trưởng mạnh mẽ và sự phổ biến của việc sử dụng ví điện tử tại Việt Nam.

Cũng theo Robocash Group, thị trường ví điện tử Việt Nam đang bùng nổ với 90% thị phần thuộc về 3 ví Momo, Moca và ZaloPay. Ngoài 3 ví đã đề cập ở trên, thị trường e-wallet Việt Nam còn có 3 đối thủ cạnh tranh lớn khác: ShopeePay (AirPay), ViettelPay và VNPT Pay. Sáu công ty này cùng nhau chiếm tổng cộng 99% thị trường, tạo nên một sân chơi hoàn toàn độc quyền. Nhóm nghiên cứu này cũng cho biết tính đến năm 2022, 56% dân số Việt Nam sử dụng Momo, 17% - ShopeePay, 14% - ZaloPay, 8% - ViettelPay, 2% - Moca và 1% - VNPT Pay.

Theo số liệu tổng hợp từ Ngân hàng Nhà nước, tính đến ngày 22/5/2023, ứng dụng ví điện tử và trung gian thanh toán của các doanh nghiệp Việt đang chiếm ưu thế hơn so với các đối thủ ngoại tại thị trường Việt Nam. Cụ thể, MoMo là ví điện tử được sử dụng nhiều nhất với 68% thị phần. Ví điện tử ZaloPay đứng thứ hai với 53%. Ứng dụng thanh toán đứng thứ ba là ViettelPay với 27%. Xếp ở các vị trí tiếp theo lần lượt là ShopeePay (25%), VNPAY (16%) và Moca (7%). Như vậy có thể thấy so với năm 2018, ZaloPay đạt mức tăng trưởng cao nhất - 550%, và ShopeePay thấp nhất - 144% trong khi Moca đang mất dần vị trí của mình (mất 46% người dùng trong 4 năm qua). ZaloPay đang tăng trưởng nhanh nhất - 4% hàng tháng, ShopeePay (AirPay) chậm nhất - 1,9% hàng tháng, trong khi Moca đang mất 1,3% người dùng hàng tháng. Điều đáng chú ý là thị trường ví điện tử nói chung đang tăng trưởng đều đặn 3,1% mỗi tháng.

Thương hiệu ví điện tử được sử dụng nhiều nhất tại Việt Nam là MoMo. Đây là đại diện duy nhất của Việt Nam được liệt kê trong “Danh sách 50 công ty Fintech hàng đầu”, MoMo là một ứng dụng ví điện tử trên điện thoại thông minh, có sẵn trên

các hệ điều hành iOS và Android với hơn 23 triệu người dùng (Dao, 2019). Momo liên kết với các doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực khác nhau để cung cấp cho người tiêu dùng những giao dịch tiện ích nhất. MoMo cung cấp nhiều công cụ và dịch vụ giúp khách hàng thực hiện các giao dịch hàng ngày khác nhau bao gồm hóa đơn điện, nước, internet, phí chung cư, nạp tiền điện thoại, đặt vé máy bay, vé tàu, vé xe, đặt phòng khách sạn, mua đồ ăn, thức uống, thanh toán cà phê, đồ xăng, mua sắm cùng các dịch vụ tài chính như ngân hàng, bảo hiểm. Là tiên phong trên thị trường Fintech, MoMo ngày càng phát triển mặc dù gặp khó khăn trong suốt quá trình ảnh hưởng của đại dịch Covid-19.

Một trong những đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Momo là ZaloPay. Lợi thế cạnh tranh của ZaloPay nằm ở sự kết hợp với ứng dụng Zalo - nền tảng trò chuyện hàng đầu Việt Nam với hơn 100 triệu người dùng.

Tuy nhiên, dạo gần đây, các gia đình có xu hướng chuyển qua dùng VNPAY nhiều hơn vì những mã khuyến mãi và được tích hợp ngay trong tài khoản ngân hàng. VNPAY là ví điện tử đầu tiên được tạo ra đặc biệt cho các gia đình Việt Nam. Theo Vietnam Investment Review, VNPAY, với tư cách là một nền tảng thanh toán di động, cung cấp cho người dùng nhiều tiện ích dịch vụ, bao gồm thanh toán hóa đơn, giao dịch trực tuyến, chuyển tiền cũng như du lịch, di chuyển.

Cuối cùng, một trong những ví điện tử được sử dụng rộng rãi nhất ở Đông Nam Á là ShopeePay. Một số báo cáo chỉ ra rằng đây là ví điện tử phổ biến nhất ở Indonesia, mặc dù tham gia thị trường muộn. Giống như các thương hiệu ví điện tử khác, ShopeePay cũng cung cấp một loạt các dịch vụ, chẳng hạn như chuyển tiền, mua sắm trực tuyến và thanh toán hóa đơn.

3. Các yếu tố thúc đẩy việc sử dụng ví điện tử

Theo mô hình Chấp nhận Công nghệ (TAM) là một khung nghiên cứu được sử dụng để xem xét các biến số ảnh hưởng đến ý chí của mọi người trong việc sử dụng công nghệ thông tin, có hai yếu tố được cảm nhận là hữu ích và nhận thấy dễ sử dụng có liên quan đến hành vi sử dụng máy tính. Theo TAM, tính dễ sử dụng và tính hữu ích được cảm

nhận là những yếu tố quyết định quan trọng nhất đến việc sử dụng hệ thống thực tế.

Theo mô hình Thuyết Hành động hợp lý (TRA) được xây dựng bởi Fishbein và Ajzen vào năm 1975, hành vi của một người được quyết định bởi ý định của họ và ý định này lại được hình thành từ hai yếu tố chính:

(1) Thái độ cá nhân đối với hành vi: Đây là cảm giác tổng quát của một người về việc thực hiện hành vi đó, có thể là tích cực hoặc tiêu cực.

(2) Chuẩn chủ quan: Đây là sự ảnh hưởng của người khác đối với quyết định của một người, như gia đình, bạn bè, và đồng nghiệp.

TRA cho rằng thái độ của người tiêu dùng đối với hành vi sẽ dự đoán hành vi tốt hơn so với thái độ của họ đối với sản phẩm hay dịch vụ. Nó cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của chuẩn chủ quan, tức là cách mà người khác ảnh hưởng đến quyết định của một người.

Dựa vào hai mô hình trên, kết hợp cùng các chứng minh từ những nghiên cứu trước đó về hành vi sử dụng ví điện tử, ta có thể rút ra được một số yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng và nhu cầu sử dụng ví điện tử.

Tiện lợi, tiết kiệm thời gian

Trong kỷ nguyên số hóa, việc sử dụng ví điện tử thông qua thiết bị di động đã trở nên phổ biến, đem lại sự tiện lợi đáng kể trong các giao dịch tài chính hàng ngày (Trường Thịnh, 2022). Ví điện tử, được tích hợp trên điện thoại thông minh, cung cấp một giải pháp thanh toán không tiền mặt, cho phép người dùng thực hiện các giao dịch như thanh toán hóa đơn tiện ích, mua sắm trực tuyến, đặt vé máy bay và gọi xe một cách nhanh chóng và thuận tiện.

Bên cạnh đó, việc áp dụng công nghệ ví điện tử giảm bớt các rủi ro và bất tiện liên quan đến tiền mặt, như việc chờ đợi trả tiền, hay quên mang theo tiền, theo ví trước khi rời khỏi nhà. Với sự hỗ trợ của ví điện tử, người dùng có thể dễ dàng giải quyết nhu cầu tài chính của mình mọi lúc, mọi nơi, chỉ trong vài thao tác đơn giản.

Tiết kiệm chi phí

Một yếu tố quan trọng góp phần vào sự gia tăng mức độ ưa chuộng ví điện tử trong giới trẻ hiện nay là các chiến dịch khuyến mãi hấp dẫn. Các nghiên

cứu đã chỉ ra rằng, việc cung cấp mã giảm giá và ưu đãi đặc biệt thông qua ví điện tử có thể kích thích người tiêu dùng thực hiện giao dịch và tăng cường sự trung thành với dịch vụ. Hơn nữa, các chương trình khuyến mãi thường xuyên được cập nhật và cá nhân hóa dựa trên hành vi mua sắm của người dùng, tạo điều kiện cho việc tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ với giá ưu đãi. Điều này không chỉ giúp người dùng tiết kiệm tiền mà còn tạo ra một hệ sinh thái tiêu dùng thông minh, nơi người tiêu dùng có thể tối ưu hóa lợi ích từ các giao dịch của mình.

Ví dụ, để hưởng ứng sự kiện "Tiêu dùng không tiền mặt 2022", ShopeePay triển khai nhiều chương trình ưu đãi hấp dẫn giúp người dùng nâng cao trải nghiệm thanh toán không tiền mặt bằng cách tặng gói ưu đãi trị giá đến 300.000 đồng cho người dùng lần đầu thanh toán bằng ví ShopeePay trên ứng dụng Shopee. Kết quả thu lại, từ năm 2019 đến năm 2021, lượng người dùng mua sắm trên Shopee và chọn thanh toán bằng ví ShopeePay tăng gấp 3 lần. Riêng trong năm 2021, số lượng người dùng ví ShopeePay ở khu vực lân cận các thành phố lớn tăng gấp 2,5 lần (Văn Huy, 2022).

Dễ dàng sử dụng

Hamid và cộng sự (2016) định nghĩa tính dễ sử dụng là "mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một công nghệ sẽ không cần phải cố gắng". Các nghiên cứu trước đây của Saade đã chứng minh cá nhân sẽ có khả năng sử dụng một công nghệ mới hơn nếu họ cảm thấy công nghệ đó dễ sử dụng. Cụ thể, những người dùng cho biết ví điện tử rất dễ sử dụng và họ không cần phải bỏ ra nhiều công sức để học cách sử dụng các chức năng mới. Điều đó giúp họ quyết định dùng thử ví điện tử một cách nhanh chóng. Ngoài ra, các thiết kế trực quan của ứng dụng và hướng dẫn sử dụng trong ứng dụng giúp việc khám phá và áp dụng các tính năng mới trở nên thú vị. Người dùng cũng chỉ ra rằng họ không bao giờ cảm thấy choáng ngợp khi có các cập nhật mới được giới thiệu, vì chúng được tích hợp mượt mà vào giao diện hiện có. Thêm vào đó, sự có mặt của các video hướng dẫn và một trung tâm trợ giúp hữu ích đảm bảo rằng họ có thể tự tin học hỏi và sử dụng những bổ sung mới nhất vào ví điện tử.

Ảnh hưởng xã hội

Một nghiên cứu của Nitzan (2020) khám phá rằng sự truyền đạt các mẫu thông tin đa dạng giữa những người có mối quan hệ với nhau dẫn đến ảnh hưởng xã hội. Sự truyền đạt này có thể diễn ra thông qua một số lần tiếp xúc mà một người có với những người trong vòng xã hội của mình. Ví dụ, một người có thể tìm hiểu về một sản phẩm thông qua học hỏi hành vi (ví dụ, quan sát người khác sử dụng sản phẩm, thảo luận về sản phẩm với người khác (truyền miệng), hoặc nhận thông tin từ bên thứ ba về người khác sử dụng sản phẩm). Ảnh hưởng xã hội có thể xuất hiện như một kết quả của việc chuyển giao thông tin làm giảm sự không chắc chắn và nỗ lực tìm kiếm, áp lực chuẩn mực và xã hội, hoặc các hiệu ứng mạng lưới. Nhiều người dùng ở độ tuổi sinh viên cho biết, họ bắt đầu sử dụng ví điện tử trong giao dịch thanh toán hằng ngày vì bạn bè xung quanh đều dùng và tin tưởng. Bạn bè thường hay giao dịch qua lại, nhắc trả tiền bằng ví Momo. Hơn nữa, những người thân trong gia đình cũng sử dụng ví điện tử như Vnpay để giao dịch hàng ngày, từ đó sinh viên có niềm tin vào các ví điện tử này cao hơn và bắt đầu tin tưởng sử dụng.

4. Cơ hội cho việc phát triển ví điện tử tại Việt Nam

Dựa trên những nhân tố thúc đẩy việc sử dụng của ví điện tử, có thể thấy, ví điện tử có rất nhiều cơ hội cho việc phát triển trở thành một hình thức thanh toán quen thuộc của người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ, đó là do:

Cung cấp thêm nhiều tính năng mới

Các ví điện tử liên tục cung cấp thêm nhiều tính năng để phục vụ khách hàng với mục tiêu mở rộng thị phần. Ngoài việc ứng dụng công nghệ thanh toán quét QR, một số ví điện tử đã ứng dụng công nghệ quét AR cho phép khách hàng xem và tiếp nhận thông tin theo cách mới mẻ, không gây nhàm chán.

Mở rộng thị trường tới các vùng nông thôn

Nhiều công ty Fintech hướng tới trong tương lai do nhận thấy những tiềm năng của các vùng này. Trong những năm gần đây với sự phát triển của khu vực nông thôn thì việc sử dụng điện thoại, Internet

hay các phương tiện thanh toán hiện đại như ví điện tử cũng được nhiều người dân ở khu vực này quan tâm. Từ đó có thể thấy, đây là thị trường đầy tiềm năng phát triển đối với ví điện tử.

Số lượng người sử dụng điện thoại thông minh tiếp tục tăng

Hiện nay, số lượng người sử dụng điện thoại thông minh và sử dụng điện thoại có kết nối Internet ở Việt Nam vẫn đang tăng lên đáng kể. Tính tới đầu năm 2023, có hơn 77 triệu người sử dụng Internet tại Việt Nam, tương đương 78,59% dân số (Vnetwork, 2023).

Bên cạnh đó, lượng người dùng smartphone tại Việt Nam đạt 63,8 triệu người trong năm 2023, tăng 1,6% so với năm 2022 và chiếm 96,1% lượng người dùng internet trên cả nước. Tính đến năm 2026, lượng người dùng smartphone tại Việt Nam ước đạt 67,3 triệu người, tăng trưởng 1,7% so với năm trước đó và chiếm khoảng 96,9% lượng người dùng internet (Vietnambiz, 2023).

Thương mại di động tiếp tục bùng nổ

Hiện nay, thương mại di động (mobile commerce) đã trở thành một phương thức giao dịch phổ biến của các công ty thương mại lớn trên thế giới và đang ngày càng phát triển tại Việt Nam. Điều này thay đổi cách thức mua bán, giao nhận hàng hóa của con người. Đối với người tiêu dùng: thương mại điện tử giúp họ có nhiều lựa chọn hơn về sản phẩm, dịch vụ; giảm thiểu thời gian mua hàng và chi phí đi lại;...

Song hành cùng sự phát triển của thương mại điện tử đó là các hình thức thanh toán hiện đại như thẻ ngân hàng, ví điện tử hoặc thanh toán qua Mobile Banking, Internet Banking. Do đó, sự bùng nổ của thương mại điện tử sẽ là một trong những cơ hội lớn cho sự phát triển của ví điện tử trong tương lai.

5. Kết luận

Trong thời đại công nghệ số, việc chấp nhận và sử dụng ví điện tử ở Việt Nam, đặc biệt là trong giới trẻ, đã không chỉ là một xu hướng mà còn trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày. Sự phát triển vượt bậc của các dịch vụ ví điện tử như MoMo, ZaloPay, VNPAY và ShopeePay đã chứng minh công nghệ này không chỉ đơn thuần là

một phương tiện thanh toán mà còn là một công cụ tài chính toàn diện, giúp người dùng quản lý và tối ưu hóa các giao dịch của mình.

Mô hình Chấp nhận công nghệ (TAM) và Thuyết Hành động hợp lý (TRA) đã cung cấp một khung lý thuyết vững chắc để hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ví điện tử. Tính hữu ích và dễ sử dụng được cảm nhận, cùng với thái độ cá nhân và chuẩn chủ quan, đã được xác định là những yếu tố chính thúc đẩy việc chấp nhận ví điện tử. Điều này không chỉ phản ánh nhu cầu về một giải pháp thanh toán tiện lợi và an toàn mà còn cho thấy sự ảnh hưởng của môi trường xã hội và văn hóa đối với hành vi tiêu dùng.

Sự tiện lợi và khả năng tiết kiệm thời gian là những lợi ích không thể phủ nhận của ví điện tử, giúp người dùng thực hiện các giao dịch một cách

nhANH chóng và thuận tiện, bất kể thời gian và địa điểm. Các chiến dịch khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt đã tạo ra một hệ sinh thái tiêu dùng thông minh, nơi người tiêu dùng có thể tận dụng tối đa lợi ích từ mỗi giao dịch của mình, đồng thời thúc đẩy sự trung thành với dịch vụ. Ngoài ra, ảnh hưởng xã hội từ gia đình, người thân và bạn bè cũng chiếm một phần không nhỏ trong việc hình thành và thúc đẩy giới trẻ thử nghiệm sử dụng ví điện tử.

Nhìn về tương lai, có thể dự đoán ví điện tử sẽ tiếp tục phát triển và mở rộng ảnh hưởng, không chỉ trong lĩnh vực tài chính mà còn trong các khía cạnh khác của cuộc sống. Với sự hỗ trợ của công nghệ tiên tiến và sự chấp nhận ngày càng tăng từ người tiêu dùng, ví điện tử có tiềm năng trở thành một phần không thể thiếu trong nền kinh tế số và văn hóa thanh toán tại Việt Nam ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Dao, S. (2019). Momo listed among top 50 global fintech innovators. Vietnam Insider. Available at <https://www.google.com/url?q=https://vietnaminsider.vn/momo-listed-among-top-50-global-fintech-innovators/&sa=D&source=docs&ust=1715367592732824&usg=AOvVaw1Pmc2GQSKuvf4X2d77dhfl>
2. Hamid, A. Abd., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use E-Government. *Procedia Economics and Finance*, 35, 644–649. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00079-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00079-4)
3. Cafef (2022). Robocash 99% thị phần ví điện tử thuộc về 6 công ty. Truy cập tại <https://cafef.vn/robocash-99-thi-phan-vi-dien-tu-thuoc-ve-6-cong-ty-zalopay-tang-truong-550-trong-4-nam-moca-mat-khach-20221216120858673.chn>
4. Decision Lab (2021). The rise of E- wallet in Vietnam. Available at <https://www.decisionlab.co/ewallet-report-2021-pres0-lp1>
5. Văn Huy (2022). ShopeePay nỗ lực thúc đẩy thanh toán không tiền mặt. Truy cập tại <https://vietnamnet.vn/shopeepay-no-luc-thuc-day-thanh-toan-khong-tien-mat-2043953.html>
6. Tuoi Tre News (2020). Digital payments booming in Vietnam during Covid-19 pandemic. Vietnam Insider. Available at <https://tuoitrenews.vn/news/business/20200907/digital-payments-soar-in-vietnam-amid-covid19/56612.html>
7. Nitzan, I. (2020). Social Effects on Customer Retention. Available at https://www.academia.edu/41709415/Social_Effects_on_Customer_Retention
8. Trường Thịnh (2022). Ví điện tử ngày càng hút giới trẻ. Truy cập tại <https://dantri.com.vn/kinh-doanh/vi-dien-tu-ngay-cang-hut-gioi-tre-20220727184053512.htm>
9. Statista (2024). Leading e-wallet brands in use among users in Vietnam in the 3rd quarter of 2023. Available at Vietnam: most popular e-wallet brands 2023 | Statista

10. Statista(2023). E-wallets in Vietnam - statistics & facts. Available at <https://www.statista.com/topics/8647/e-wallets-in-vietnam/>
11. Ngân hàng nhà nước (2023). Ví điện tử ngày càng cạnh tranh. Truy cập tại http://sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/rm/apph/tbnn/tbnn_chitiet?leftWidth=20%25&showFooter=false&showHeader=false&dDocName=SBV580229&rightWidth=0%25¢erWidth=80%25&_afLoop=52912460180575023.
12. VNETWORK (2023). Báo cáo về tình hình công nghệ số tại Việt Nam 2023. Truy cập tại <https://www.vnetwork.vn/news/internet-viet-nam-2023-so-lieu-moi-nhat-va-xu-huong-phat-trien/>
13. Vietnambiz(2023). Lượng người dùng smartphone ở Việt Nam ước đứng thứ 2 ở Đông Nam Á vào năm 2026. Truy cập tại <http://> Lượng người dùng smartphone tại Việt Nam ước đứng thứ hai Đông Nam Á vào năm 2026, thuộc top nhiều nhất thế giới (vietnambiz.vn)
14. Valencia, D., & Layman, C. V. (2021). E-wallet service innovation, service delivery, and customer satisfaction on customer loyalty within shopeepay in Indonesia. Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen, 13(1), 23–46. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1929>
15. Lien Hoang (2021). Vietnam e-wallet MoMo gains unicorn status with \$200m investment. (2021). Nikkei Asia. Available at <https://asia.nikkei.com/Business/Technology/Vietnam-e-wallet-MoMo-gains-unicorn-status-with-200m-investment>
16. VIR, V. I. R. -. (2021). VNPAY - The first e-wallet dedicated to Vietnamese families. Vietnam Investment Review - VIR. Available at <https://vir.com.vn/vnpay-the-first-e-wallet-dedicated-to-vietnamese-families-82998.html>

Ngày nhận bài: 5/4/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/4/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 7/5/2024

Thông tin tác giả:

ThS. CHU THỊ LỆ DUNG

Trường Đại học Nha Trang

TRENDS OF USING E-WALLETS IN VIETNAM

● Master. **CHU THI LE DUNG**

Nha Trang University

ABSTRACT:

Based on statistics about the diverse use of electronic payments in Vietnam published by reputable market research organizations in the world, this study analyzed the current trend of e-wallet payment in Vietnam, especially the continuous development of Fintech companies in launching e-wallet payment methods. The study also explored the factors facilitating the development of e-wallet in Vietnam in the coming time. From these analyses, the study evaluated the development opportunities for e-wallet payment in Vietnam.

Keywords: e-wallet, use of e-wallet, influencing factors, trends.