TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Dịch vụ mua trước, trả sau được ngân hàng và nhà bán lẻ quan tâm như thế nào trong những năm qua?

17:00 24/04/2022

Dịch vụ mua trước, trả sau đã chứng kiến sự gia tăng đáng kể trong 12 tháng qua ở Việt Nam, với khoản thanh toán mua trước, trả sau trong nước dự kiến sẽ tăng 137,3% hàng năm để đạt 491,3 triệu đô la Mỹ trong năm nay. Toàn ngành dự kiến tăng trưởng 36,5% hàng năm.

Báo cáo mới của hãng kiểm toán **Deloitte** cùng nền tảng ngân hàng đám mây **Mambu** vừa công bố báo cáo trong bối cảnh nhu cầu đối với các dịch vụ mua trước, trả sau (BNPL) ngày càng tăng cao. Giá trị thị trường này dự kiến đạt 3,98 nghìn tỷ đô la vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm là 45,7%.

Báo cáo chỉ ra một trong ba yếu tố thúc đẩy tăng trưởng của BNPL là nhu cầu của người tiêu dùng về sự tiện lợi và khả năng chi trả. Dữ liệu gần đây từ Deloitte cho thấy hơn một nửa người tiêu dùng (56%) cho rằng, khả năng dùng thử sản phẩm trước khi thanh toán là động lực chính để sử dụng BNPL.

Còn theo dữ liệu của Worldpay, BNPL chiếm 2,9% thương mại điện tử toàn cầu vào năm 2020, và dự kiến sẽ đạt 5,3% vào năm 2025.

Tại Việt Nam, hệ sinh thái fintech đang phát triển nhanh chóng. Mua trước, trả sau đã chứng kiến sự gia tăng đáng kể trong 12 tháng qua, với khoản thanh toán mua trước, trả sau trong nước dự kiến sẽ tăng 137,3% hàng năm để đạt 491,3 triệu đô la Mỹ trong năm nay.

Toàn ngành dự kiến tăng trưởng 36,5% hàng năm. Những dự đoán này có mối liên hệ trực tiếp đến sự gia tăng mua sắm trực tuyến ở Việt Nam. Với hơn 8 triệu người tiêu dùng mới trên các kênh số, thị trường thương mại điện tử đã đạt mức tăng trưởng 53% vào năm 2020.



Ảnh minh hoạ.

Ông Phạm Quang Minh, Tổng Giám đốc Mambu Việt Nam cho biết: “Đối với các doanh nghiệp, việc cung cấp dịch vụ BNPL có thể giúp thu hút khách hàng hiện tại cũng như có thêm khách hàng mới. BNPL còn giúp xây dựng lòng tin của người tiêu dùng bằng cách nâng cao trải nghiệm dịch vụ, và mang sự hài lòng ngay lập tức cho họ. Cách tiếp cận ngân hàng kết hợp (composable banking) đã được chứng minh giúp đẩy nhanh sự đổi mới, điều phối dễ dàng, tích hợp và tự động hóa các quy trình tài chính tùy chỉnh, từ đó rút ngắn thời gian tham gia vào BNPL của các ứng dụng phi ngân hàng như thương mại điện tử, từ vài tháng hoặc cả năm xuống chỉ còn vài tuần”.

BNPL hiện là động lực chuyển đổi và bán hàng chính cho các nhà bán lẻ và nhà cung cấp thương mại điện tử. Nếu doanh nghiệp chưa coi BNPL là động lực, họ cũng đang tìm kiếm một giải pháp tài chính nhúng có thể giúp họ thiết kế trải nghiệm BNPL với tốc độ nhanh và chi phí thấp. Điểm mấu chốt là BNPL là một động lực doanh thu mới, có khả năng nhanh chóng thêm các khoản thanh toán trả góp liền mạch vào thời điểm quyết định để thay đổi doanh nghiệp.

Báo cáo đã xác định 5 nội dung cốt lõi để doanh nghiệp phát triển dịch vụ mua trước trả sau để tạo nên dịch vụ thành công. Đó là quy định rủi ro tín dụng tức thời, phát hiện gian lận tại thời điểm đăng ký sử dụng dịch vụ, và chiến lược thu nợ nâng cao trong mức rủi ro có thể chấp nhận được để hạn chế các khoản nợ xấu.

Thứ nhất: Xác định và thấu hiểu nhu cầu của nhà bán lẻ và khách hàng, xây dựng mô hình để giải quyết những khó khăn chính.

Thứ hai: Phát triển hệ thống công nghệ với các giải pháp tối ưu nhất cho phép ra quyết định tức thời, cũng như tạo ra những giải pháp thế hệ tiếp theo mang

lại trải nghiệm khác biệt cho khách hàng.

Thứ ba: Thiết kế khung rủi ro cung cấp lợi thế cạnh tranh, từ phát hiện và quản lý gian lận đến xác định khẩu vị, mô hình và chiến lược rủi ro.

Thứ tư: Đầu tư vào năng lực chuyên ngành trong các lĩnh vực quan trọng để bổ sung cho đội ngũ hiện có của doanh nghiệp, cũng như xây dựng thương hiệu và tạo sự khác biệt cho sản phẩm trên thị trường.

Thứ năm: Tiếp cận thị trường - lồng ghép các dịch vụ cung cấp vào một danh mục kinh doanh của doanh nghiệp và sản phẩm khả dụng tối thiểu ra thị trường.

Lê Pháp (T/h)