TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hình thức thanh toán không tiền mặt ngày càng phổ biến tại Việt Nam

18:25 02/05/2022

Sau đại dịch, các hình thức thanh toán không tiền mặt ngày càng phổ biến tại Việt Nam. Trong đó, thống kê riêng trong mảng F&B (thực phẩm & đồ uống) cho thấy doanh nghiệp ưa chuộng các giải pháp thanh toán toàn diện - giúp khách hàng giao dịch bằng hầu như mọi hình thức thanh toán số hiện nay.



Ảnh minh hoạ internet.

Thanh toán kỹ thuật số tại Việt Nam đang ngày càng phổ biến. Riêng ở mảng F&B (đồ ăn thức uống), trong quý I/2022, các doanh nghiệp trong mạng lưới thanh toán của Payoo ghi nhận các nguồn thanh toán phổ biến là Thẻ (thẻ nội địa và thẻ quốc tế) chiếm 85 %, QR code qua ví điện tử và ứng dụng ngân hàng chiếm 15%.

Trong nguồn thanh toán thẻ, hình thức thanh toán không tiếp xúc (contactless) có xu hướng tăng cao.

Quý I/2022, thanh toán không tiếp xúc chiếm khoảng 38% trên khối lượng và 33,5% theo giá trị giao dịch. Chỉ tính riêng nửa đầu tháng 04/2022, thanh toán

không tiếp xúc đang chiếm đến gần 44% tổng khối lượng giao dịch và chiếm gần 40% giá trị giao dịch. Trong khi đó, con số này ở quý IV/2021 lần lượt là 27% và 28%.

Thanh toán không tiếp xúc bằng thẻ cho phép khách hàng chạm thẻ vào máy POS để thanh toán, không cần đưa cho nhân viên để “cà” thẻ. Việc này giúp khách hàng bảo mật thông tin tốt hơn và hạn chế tiếp xúc trong giai đoạn dịch bệnh.

Xu hướng thanh toán không tiếp xúc không mới nhưng chưa thực sự phổ biến tại Việt Nam. Tuy vậy, phương thức giao dịch này và nhiều hình thức thanh toán mới nổi đang ngày càng được khách hàng trong nước và trên toàn khu vực đón nhận.

Có 84% người tiêu dùng ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương cho hay đã tiếp cận được các hình thức thanh toán mới nổi, theo khảo sát “Chỉ số thanh toán mới 2021" của Mastercard. Trong khi đó, có đến 88% đã sử dụng ít nhất một loại hình thanh toán mới nổi trong năm ngoái. Có tới 2/3 số người được khảo sát, trong đó có 75% thuộc thế hệ Y (những người sinh năm 1981 - 1996), chia sẻ rằng họ đã thử các phương thức thanh toán mới mà họ nghĩ rằng mình sẽ không sử dụng nếu không có đại dịch.

Tại Việt Nam, các nhà cung cấp như Mastercard đang thực hiện nhiều chương trình để đẩy mạnh hình thức thanh toán mới này.

Hà Trần (t/h)