TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hình thức thanh toán mua trước trả sau hoặc trả góp còn nhiều dư địa để phát triển ở Việt Nam

18:20 28/10/2022

Số liệu mới nhất về thói quen thanh toán, thái độ thanh toán và hình thức thanh toán ưa chuộng đã được công bố trong Chỉ số thanh toán mới thường niên thứ hai của Mastercard cho thấy, hình thức thanh toán mua trước trả sau hoặc trả góp còn nhiều dư địa để phát triển ở Việt Nam.

Cụ thể, với chỉ 32% những người tham gia khảo sát đã sử dụng phương thức thanh toán kỹ thuật số trong năm ngoái. Hơn một nửa số người được hỏi (57%) cho biết, nhiều khả năng họ sẽ sử dụng hình thức mua trước trả sau hoặc trả góp cho một khoản mua sắm lớn hoặc khẩn cấp, trong khi 78% quan tâm đến việc thanh toán hóa đơn bằng hình thức này.



Ảnh minh họa internet.

Mặc dù chỉ có 62% số người được hỏi cảm thấy thoải mái với thanh toán mua trước trả sau hoặc trả góp, khảo sát cho thấy việc hỗ trợ mạnh mẽ hơn đối với các khoản thanh toán trả góp sẽ khuyến khích người tiêu dùng tiếp cận với các dịch vụ thanh toán này. Cụ thể, 77% người tiêu dùng được hỏi đồng ý rằng, họ cảm thấy an toàn hơn khi sử dụng giải pháp mua trước trả sau hoặc trả góp được hỗ trợ bởi một mạng lưới thanh toán lớn hơn là các nhà cung cấp dịch vụ, trong khi 78% số người được hỏi sẽ quan tâm hơn đến các gói trả góp do ngân hàng hiện tại của họ cung cấp.

Những lý do hàng đầu cho việc sử dụng dịch vụ mua trước trả sau hoặc trả góp trong năm ngoái tại Việt Nam bao gồm: Lãi suất thấp hoặc lãi suất 0% (57%), tiết kiệm tiền để mua hàng mà không cần chờ đợi (55%), và thoải mái mua hàng vào những thời điểm nhất định trong năm (55%).

Chỉ số thanh toán mới của Mastercard phân tích, các thay đổi trong thái độ, sở thích và hành vi của người tiêu dùng đối với các phương thức thanh toán mới nổi, cũng như nghiên cứu chi tiết về mục đích và cân nhắc của họ khi áp dụng thanh toán kỹ thuật số.

Nghiên cứu Chỉ số thanh toán mới năm 2022 được thực hiện bởi The Harris Poll và Mastercard từ ngày 21/03 đến ngày 19/04/2022, khảo sát 35.040 người tiêu dùng ở 40 thị trường, bao gồm 7.004 người trả lời tại 7 thị trường ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương gồm: Australia, Trung Quốc, Ấn Độ, Nhật Bản, New Zealand, Thái Lan và Việt Nam.

Hải Dương (t/h)