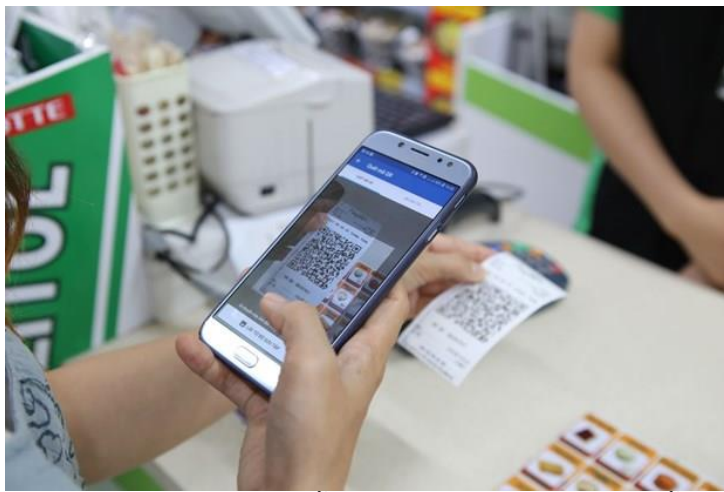




ผู้บริโภคเวียดนามใช้ระบบชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลมากขึ้น

1. เนื้อข่าว

บริษัท Visa Inc เป็นผู้นำระดับโลกด้านการชำระเงินดิจิทัล ซึ่งเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของการชำระเงินของคนเวียดนาม จากการศึกษาพฤติกรรมในการชำระเงินของผู้บริโภค บริษัท Visa Inc พบว่ามีการเพิ่มขึ้นของธุรกรรมแบบไร้เงินสดในหมู่ผู้บริโภคชาวเวียดนาม



ตามรายงานของบริษัท Visa Inc ผู้ตอบแบบสอบถามชาวเวียดนามร้อยละ 56 พกเงินสดน้อยลงเมื่อเทียบกับปี 2566 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคของคนรุ่นใหม่ที่กำลังมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด โดยร้อยละ 89 ของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้มีการเปลี่ยนมาใช้บริการชำระเงินแบบไร้เงินสดแทน

บริษัท Visa Inc ได้เจาะลึกถึงแนวโน้มที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจแบบไร้เงินสดในเวียดนาม รวมถึงการเติบโตของการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัล (Mobile Payment) โดยเวียดนามจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีการนำกระเป๋าเงินดิจิทัลมาใช้แทนวิธีการชำระเงินแบบดั้งเดิม ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของการเงินดิจิทัล ประเทศเวียดนามมีศักยภาพที่จะกลายเป็นผู้นำด้านการเงินมือถือในภูมิภาค เนื่องจากผู้บริโภคชาวเวียดนาม 4 ใน 5 คนใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล

ในขณะเดียวกัน การชำระเงินแบบเรียลไทม์ (real-time payments หรือ RTP) กำลังได้รับแรงผลักดันอย่างมากในเวียดนาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินที่ล้ำสมัยของประเทศ โดยการโอนเงินผ่านโทรศัพท์นั้น สร้างความสะดวกสบายและรวดเร็ว ในเวียดนาม RTP กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น โดยผู้บริโภคอย่างน้อย 2 ใน 5 คนเคยใช้ การใช้งาน RTP มีความหลากหลายรูปแบบ เช่น การชำระเงินข้ามพรมแดน การโอนเงินผ่าน QR Code และการชำระบิล

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสศต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 1 - 5 เมษายน 2567

ยิ่งไปกว่านั้น บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (buy now pay later หรือ BNPL) ยังเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเวียดนาม โดยให้ตัวเลือกการชำระเงินที่ยืดหยุ่นและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ของวิซากับร้านค้าชั้นนำในเวียดนามสำหรับในการผ่อนชำระค่าสินค้ามีส่วนในการช่วยส่งเสริมการค้าสินค้า รวมทั้งการจัดโปรโมชั่น คະแนนสะสม และความสะดวกในการติดตามการชำระเงินเป็นแรงจูงใจหลัก

การปฏิวัติการชำระเงินแบบไร้เงินสดในเวียดนามเปิดโอกาสที่ไม่เคยมีมาก่อนสำหรับการเติบโตและนวัตกรรมทางเศรษฐกิจ ช่วยให้ทั้งผู้บริโภคและธุรกิจมีโอกาสในการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสด

นาง Dang Tuyet Dung ผู้อำนวยการวิซ่าประเทศเวียดนามและลาวเปิดเผยว่า บริษัท Visa Inc ยังคงมุ่งมั่นผลักดันนวัตกรรม และยกระดับประสบการณ์การชำระเงินออนไลน์ให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาของบริษัท Visa Inc ยืนยันว่า แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นต่อการทำธุรกรรมผ่านบัตรวิซ่าแบบไร้สัมผัสเพิ่มขึ้นร้อยละ 53 และการซื้อผ่านบัตรวิซ่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 19 ณ สิ้นปี 2566 ประเทศเวียดนามมีจำนวนบัญชีส่วนบุคคลมีจำนวนมากกว่า 182.88 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.8 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าในเดือนมกราคม 2567 มีการทำธุรกรรมแบบไร้เงินสดเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.3 ในแง่ของจำนวนธุรกรรม และร้อยละ 41.45 ในแง่ของมูลค่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สำหรับธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตมีการเติบโตร้อยละ 57.85 ในแง่ของจำนวนธุรกรรม และร้อยละ 32.43 ในแง่ของมูลค่า ส่วนธุรกรรมผ่าน QR Code เติบโตอย่างก้าวกระโดดร้อยละ 892.95 ในแง่ของจำนวนธุรกรรม และร้อยละ 1,062 ในแง่ของมูลค่า

(แหล่งที่มา <https://english.haiquanonline.com.vn/> ฉบับวันที่ 25 มีนาคม 2567)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

เวียดนามกำลังก้าวเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสดอย่างรวดเร็ว โดยผู้บริโภคหันมาใช้บริการชำระเงินแบบไร้เงินสดแทนการใช้เงินสดมากขึ้น ความสะดวกเป็นปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงนี้ ผู้คนไม่จำเป็นต้องพกเงินสดจำนวนมากแต่การชำระเงินสามารถทำได้ง่าย ๆ ผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ความรวดเร็วเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ ซึ่งผู้บริโภคสามารถชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องรอคิวผ่านเครื่องมือต่าง ๆ เช่น การสแกน QR code นอกจากนี้ การซื้อก่อนจ่ายทีหลังเป็นฟีเจอร์ที่น่าสนใจ ช่วยเพิ่มกำลังซื้อของผู้บริโภค การเติบโตของการชำระเงินแบบไร้เงินสดในเวียดนามส่งผลดีต่อทั้งผู้บริโภค ธุรกิจ และเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

แนวโน้มการหันมาใช้บริการชำระเงินแบบไร้เงินสดของผู้บริโภคเวียดนาม ทำให้การร่วมมือทำตลาดสินค้าร่วมกับช่องทางการชำระเงินดิจิทัล ได้แก่ e-Wallet และบัตรเครดิตต่าง ๆ มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะในผู้บริโภคเวียดนามรุ่นใหม่ที่สั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ซึ่งผู้บริโภคเวียดนามเริ่มใช้ช่องทางการชำระเงินดิจิทัลมากขึ้น จากเดิมที่นิยมใช้การจ่ายเงินสดแบบ Cash on Delivery หรือ COD ซึ่งผู้ส่งออกสินค้าไทยที่ต้องการขยายตลาดสินค้าในเวียดนามสามารถร่วมมือกับช่องทางชำระเงินดิจิทัลในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเวียดนามได้มากขึ้น