

Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí

Nghiên cứu tâm lý người tiêu dùng ASEAN của UOB: Người tiêu dùng Việt Nam lạc quan nhất ASEAN mặc dù vẫn còn quan ngại về tình hình lạm phát gia tăng

Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, ngày 1 tháng 11 năm 2023 - Nghiên cứu hàng đầu của UOB về Tâm lý người tiêu dùng ASEAN (ACSS) năm 2023 đã chỉ ra rằng người tiêu dùng ở Việt Nam có tâm lý lạc quan hơn so với người tiêu dùng ở Singapore, Malaysia, Thái Lan và Indonesia. Hơn 3 trong 4 người trả lời khảo sát tại Việt Nam cho biết họ kỳ vọng sẽ có tình hình tài chính tốt hơn vào thời điểm tháng 6 năm sau. Điều này mặc dù lạm phát cũng như các chi phí sinh hoạt gia tăng đã nhóm lên nỗi lo lắng về suy thoái kinh tế ở người tiêu dùng Việt Nam, với 3 trong số 4 người tham gia khảo sát cho rằng sẽ có suy thoái kinh tế ở Việt Nam trong 6 đến 12 tháng tới¹. Tâm lý lo ngại này đã gia tăng so với năm ngoái ở khắp các phân khúc độ tuổi cũng như thu nhập của những người tham gia khảo sát.

Ngoài ra, sở thích áp dụng các kênh thanh toán và ngân hàng kỹ thuật số tiếp tục có xu hướng gia tăng mạnh mẽ. Người tiêu dùng đang ưa chuộng các ứng dụng ngân hàng trên điện thoại và các phương thức thanh toán kỹ thuật số mới như ví điện tử/thanh toán dựa trên mã QR, nền tảng thanh toán thương mại điện tử và thẻ ghi nợ hoặc thẻ tín dụng trên ví di động.

¹ Bắt đầu từ tháng 6 năm 2023



Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí

Ông Paul Kim, Giám đốc Khối dịch vụ tài chính cá nhân, Ngân hàng UOB Việt Nam, cho biết, “Tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ ở Việt Nam đã giúp cho người tiêu dùng Việt Nam cảm thấy lạc quan hơn về sức khỏe tài chính của họ so với người tiêu dùng trong khu vực. Trong khi người tiêu dùng vẫn quan ngại về lạm phát cao, điều đáng khích lệ là họ vẫn không ngừng đón nhận một kỷ nguyên mới của số hóa. Với tư cách là một tổ chức tài chính, các phát hiện và hiểu biết sâu sắc của nghiên cứu về những ưu tiên của người tiêu dùng, thói quen tiết kiệm, hành vi tài chính và sở thích kỹ thuật số của họ là vô cùng giá trị. Điều này cho phép chúng tôi hiểu khách hàng hơn để điều chỉnh dịch vụ của mình theo nhu cầu của họ và nâng cao các nỗ lực tương tác của chúng tôi. Chúng tôi sẽ tiếp tục hỗ trợ khách hàng của mình trong bối cảnh ngân hàng và kỹ thuật số đang phát triển, để nắm bắt cơ hội và theo đuổi các khát vọng tài chính của họ.”



Ông Paul Kim, Giám đốc Khối Dịch vụ Tài chính cá nhân, Ngân hàng UOB Việt Nam trình bày các kết quả nghiên cứu trong Buổi công bố Nghiên cứu Tâm lý người tiêu dùng ASEAN 2023 tổ chức tại TP.HCM chiều ngày 1/11/2023



Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí

ACSS là Nghiên cứu hàng đầu của UOB phân tích tâm lý và các xu hướng của người tiêu dùng tại Singapore, Malaysia, Thái Lan, Indonesia và Việt Nam. Đây là năm thứ 4 nghiên cứu được triển khai. Nghiên cứu được thực hiện từ ngày 1 đến ngày 26 tháng 6 năm 2023 và đã khảo sát trực tuyến 3.400 đáp viên tại 5 nước, trong đó bao gồm 600 đáp viên tại Việt Nam. Đây cũng là lần đầu tiên UOB hợp tác với Công ty tư vấn quản trị toàn cầu Boston Consulting Group trong nghiên cứu này.

Lạc quan về tương lai dù vẫn còn lo ngại về tài chính

Bất chấp những lo ngại về suy thoái kinh tế, người tiêu dùng Việt Nam lạc quan hơn về tương lai so với những người tiêu dùng ở các nước khác trong khu vực. 76% số người được khảo sát ở Việt Nam kỳ vọng mình sẽ có tình hình tài chính tốt hơn vào tháng 6 năm sau, tiếp theo là Indonesia (74%) và Thái Lan (68%).

Lạm phát gia tăng là mối lo ngại hàng đầu ở ASEAN, với 62% số người khảo sát đồng ý rằng đây là mối lo lắng hàng đầu của họ, trong khi 57% lo ngại về chi phí sinh hoạt tăng cao. So với khu vực, tỷ lệ người được khảo sát ở Việt Nam bày tỏ quan ngại về hai lĩnh vực này cũng cao hơn, lần lượt là 66% và 62%.



Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí



Cứ 10 người tiêu dùng ở Việt Nam thì có 8 người lo lắng về vấn đề tài chính của mình. Ba mối quan tâm tài chính hàng đầu ở Việt Nam là khả năng để dành tiền tiết kiệm (32%), khả năng duy trì lối sống hiện tại (32%) và khả năng đáp ứng nhu cầu tài chính và chăm sóc sức khỏe của cha mẹ (30%). Do đó, người tiêu dùng thận trọng hơn với tài chính và việc đầu tư của họ. 65% số người được hỏi cho biết đã theo dõi việc chi tiêu và tiền bạc của họ chặt chẽ hơn thông qua nền tảng ngân hàng trực tuyến và 60% đã tìm hiểu thêm về các sản phẩm có ưu đãi, điểm thưởng hoặc tiết kiệm.

Sở thích về tài chính cũng đang thay đổi khi người tiêu dùng phân bổ nhiều tiền hơn vào các công cụ tài chính có rủi ro thấp như tiền gửi cố định ngân hàng (32%) và các kế hoạch bảo hiểm (28%). 25% số người được hỏi ở Việt Nam đang phân bổ nhiều tiền hơn

Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí

vào các sản phẩm bảo hiểm so với năm ngoái, cao hơn 4 điểm phần trăm so với người tiêu dùng trong khu vực, đặc biệt là đối với người tiêu dùng phân khúc giàu có (36%).

Khi nói đến việc lập kế hoạch tài chính, UOB nhấn mạnh tầm quan trọng của cách tiếp cận dài hạn và quan tâm đến rủi ro trước tiên, ưu tiên bảo vệ trước khi đầu tư. Với bộ giải pháp và sản phẩm toàn diện bao gồm các lựa chọn về tiết kiệm, đầu tư và bảo vệ, Ngân hàng mong muốn mang đến cho các khách hàng các lựa chọn phù hợp để xây dựng một kế hoạch tài chính linh hoạt, có khả năng ổn định qua các chu kỳ kinh tế.

Quan tâm nhiều hơn đến đầu tư bền vững

Ba trong năm người tiêu dùng ở Việt Nam quan tâm muốn tìm hiểu thêm về đầu tư bền vững. 40% cho biết họ đã đưa các khoản đầu tư bền vững vào danh mục đầu tư của mình và 58% sẽ xem xét thực hiện đầu tư bền vững nếu nó phù hợp với khẩu vị rủi ro của họ. Chín trong số 10 người tiêu dùng nói rằng đầu tư bền vững giúp đạt được mục tiêu kép là đạt được lợi nhuận tài chính đồng thời có lợi cho môi trường.



Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí



Kể từ tháng 5 năm 2023, Ngân hàng UOB Việt Nam đã hợp tác chiến lược với Công ty Quản lý quỹ UOB Asset Management Việt Nam (UOBAM Việt Nam) để mang đến các giải pháp đầu tư bền vững và sáng tạo. Theo đó, các khách hàng của UOB có thể tiếp cận với Quỹ đầu tư cổ phiếu United ESG Việt Nam (UVEEF) do UOBAM Việt Nam quản lý. Quỹ này tập trung đầu tư vào các cổ phiếu có nền tảng cơ bản vững chắc, tiềm năng tăng trưởng tốt và xếp hạng ESG cao.

Áp dụng mạnh mẽ hơn các kênh ngân hàng và phương thức thanh toán kỹ thuật số

Khi người tiêu dùng Việt Nam trở nên thuần thục hơn về kỹ thuật số, mức độ sử dụng các ứng dụng ngân hàng trên điện thoại đã tăng đột biến, với 54% số người được hỏi ngày càng tăng mức độ sử dụng kênh này trong năm qua. Hơn một nửa số người được

Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí

khảo sát thích sử dụng các kênh trực tuyến để chuyển tiền ra nước ngoài và kiểm tra trạng thái điểm thưởng. Đối với các giao dịch phức tạp hơn như giao dịch có giá trị cao, nộp hồ sơ vay hoặc tái cấu trúc cho các khoản vay ngân hàng cũng như mua bảo hiểm, người tiêu dùng vẫn coi trọng kênh trực tiếp hoặc kết hợp các kênh trực tuyến lẫn trực tiếp. Điều này hoàn toàn phù hợp với cách tiếp cận đa kênh của UOB, nơi Ngân hàng cung cấp mô hình tương tác liền mạch từ trực tuyến đến trực tiếp với khách hàng của mình.²

Trong lĩnh vực thanh toán, người tiêu dùng Việt Nam cho thấy họ là người am hiểu những công nghệ mới nhất. Ví điện tử, thanh toán qua thẻ trên ứng dụng ví di động và nền tảng thanh toán thương mại điện tử là những phương thức thanh toán phổ biến nhất với lần lượt 67%, 58% và 55% số người được khảo sát sử dụng chúng trong năm qua. Bốn trong năm người tiêu dùng ở Việt Nam sử dụng ví điện tử ít nhất một lần một tuần và bốn trong năm người tiêu dùng có xu hướng giới thiệu ví điện tử cho người khác. Momo là ví điện tử được người tiêu dùng ưa chuộng nhất, tiếp theo là ZaloPay và VNPAY.

² Khách hàng đa kênh là những khách hàng sử dụng kết hợp các kênh vật lý và kỹ thuật số, bao gồm cả ứng dụng ngân hàng trực tuyến và ứng dụng ngân hàng trên điện thoại di động. Khách hàng truyền thống là những khách hàng chỉ sử dụng các kênh vật lý như chi nhánh và trung tâm cuộc gọi khách hàng.



Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí



UOB tiếp tục đầu tư vào các giải pháp ngân hàng kỹ thuật số tiên tiến và hợp tác với các nền tảng thanh toán kỹ thuật số hàng đầu để phục vụ nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng. Ngân hàng cam kết đảm bảo cho việc đáp ứng các nhu cầu tài chính và lối sống của khách hàng một cách liền mạch và an toàn, đồng thời luôn đi đầu trong kỷ nguyên kỹ thuật số thú vị này.

Hết

Về Ngân hàng UOB Việt Nam

Ngân hàng UOB Việt Nam bắt đầu hoạt động như một ngân hàng độc lập ngày 2/7/2018, và là một ngân hàng con của Ngân hàng UOB tại Singapore, một ngân hàng hàng đầu tại châu Á với mạng lưới hơn 500 văn phòng ở 19 quốc gia và vùng lãnh thổ tại Châu Á – Thái Bình Dương, Châu Âu và Bắc Mỹ.

Head Office

Central Plaza Office Building
17 Le Duan, Ben Nghe Ward, District 1,
Ho Chi Minh City, Vietnam.
Tel 1800 599 921 (Retail)/
1800 558 880 (Wholesale)
Fax (84-28) 3827 2246
uob.com.vn

Thông cáo báo chí

UOB có mặt tại Việt Nam cách đây 30 năm, bắt đầu từ một văn phòng đại diện vào năm 1993 và sau đó trở thành ngân hàng Singapore đầu tiên thành lập chi nhánh ngân hàng tại TP.HCM năm 1995. Ngày nay, UOB Việt Nam cung cấp dịch vụ tài chính cá nhân và doanh nghiệp cho cả khách hàng Việt Nam và nước ngoài thông qua mạng lưới kết nối khu vực của UOB. Năm 2019, UOB Việt Nam mở rộng ra thị trường phía Bắc với việc khai trương văn phòng chi nhánh tại Hà Nội. Với việc hoàn tất thu mua mảng kinh doanh ngân hàng bán lẻ của Citibank Việt Nam, UOB hiện có tổng cộng 5 chi nhánh tại thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội.

Trong gần chín thập kỷ, UOB tạo ra giá trị lâu dài bằng việc áp dụng phương pháp tiếp cận lấy khách hàng làm trung tâm cũng như duy trì sự phù hợp thông qua tinh thần dám nghĩ dám làm và phương châm làm điều đúng đắn vì khách hàng. UOB tập trung vào việc xây dựng tương lai của ASEAN – cho con người và doanh nghiệp bên trong ASEAN hoặc có kết nối với ASEAN.

Ngân hàng kết nối các doanh nghiệp với những cơ hội trong khu vực thông qua mạng lưới khu vực rộng khắp, đồng thời tận dụng dữ liệu và hiểu biết sâu rộng để đổi mới và kiến tạo các giải pháp, trải nghiệm được cá nhân hóa nhằm phục vụ cho nhu cầu riêng biệt cũng như sở thích ngày càng tăng của từng khách hàng. UOB cũng cam kết hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng một tương lai bền vững bằng cách thúc đẩy tính toàn diện của xã hội, tạo ra tác động tích cực đến môi trường và thúc đẩy kinh tế phát triển. UOB tin tưởng vào việc trở thành một nhà cung cấp dịch vụ tài chính có trách nhiệm và kiên định trong việc hỗ trợ cho nghệ thuật, sự phát triển xã hội của trẻ em và giáo dục, làm điều đúng đắn cho cộng đồng và đối tác.

Thắc mắc về truyền thông, vui lòng liên hệ:

Tên: Vũ Nguyễn Hoàng Yến
Phòng Truyền thông và Thương hiệu
Email: Vu.NguyenHoangYen@UOBgroup.com
Tel: 077 694 6574

Tên: Phạm Tiểu Giang
Phòng Truyền thông và Thương hiệu
Email: Pham.TieuGiang@UOBgroup.com
Tel: 0937 813 613

