

VISA



หนทางสู่อนาคต

เทรนด์การชำระเงินของลูกค้าในเอเชีย

ตะวันออกเฉียงใต้

สารบัญ

คำนำ	4
จุดสิ้นสุดแห่งยุค: เงินสดและเช็ค	6
<ul style="list-style-type: none">• ผู้บริโภคนิยมใช้บัตรแทนการจ่ายเงินสดมากขึ้นเรื่อย ๆ	
การเติบโตของอีคอมเมิร์ซ และเอ็มคอมเมิร์ซ	12
<ul style="list-style-type: none">• ความนิยมด้านการซื้อสินค้าออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น• ตลาดเอ็มคอมเมิร์ซที่เพิ่มขึ้นทุกวัน• โอกาสในอนาคต	
ก้าวสู่โลกดิจิทัล: การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือและกระเป๋าเงินดิจิทัล	18
มองการณ์ไกล: แนวโน้มการชำระเงินในอนาคต	25
<ul style="list-style-type: none">• ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย• การชำระเงินแบบไร้สัมผัสที่รวดเร็วกว่าเงินสด• กระเป๋าเงินผ่านโทรศัพท์มือถือจะเปลี่ยนประสบการณ์การชำระเงินในอนาคต• อุปกรณ์แบบสวมใส่คือตัวเลือกการชำระเงินในอนาคต	

*ข้อมูลอ้างอิงจาก ผลสำรวจเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคประจำปี 2558 และการสำรวจกระแสอีคอมเมิร์ซของวีซ่าปี 2558 โดยการสำรวจทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคในปี 2558 ดำเนินการโดย Acorn Marketing & Research Consultants ซึ่งได้ทำการสำรวจผู้บริโภคจำนวน 3,000 รายที่มีอายุตั้งแต่ 18 ถึง 60 ปีใน 6 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ไทย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ เมื่อเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม 2558, การสำรวจกระแสอีคอมเมิร์ซของวีซ่าปี 2558 ดำเนินการโดย ORC International Singapore ซึ่งสำรวจผู้บริโภคจำนวน 11,760 รายที่มีอายุตั้งแต่ 15 ถึง 55 ปีใน 13 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย จีน ฮองกง อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ฮ่องกง ไทย และเวียดนาม เมื่อเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน 2558



วิชาเร่งกระตุ้นการเติบโตเชิงพาณิชย์
ผ่านนวัตกรรมการชำระเงินในรูปแบบต่างๆ

คำนำ

ภาพรวมการชำระเงินในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเห็นได้จากเทคโนโลยีใหม่ๆ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวาง และอุปกรณ์มือถือที่เพิ่มขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงเทรนด์บางส่วนที่มีผลกระทบอย่างชัดเจนต่อรูปแบบกิจกรรมการซื้อขายเท่านั้น



สุธิพงษ์ ตันติยานนท์
ผู้จัดการวิซ่า ประจำประเทศไทย

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทของเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือเข้ามาลดขีดจำกัดระหว่างการซื้อขายทางออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มแอปพลิเคชันสำหรับบริการตามคำขอ เช่น Uber Go-Jek และ Deliveroo เป็นต้น

เพื่อสร้างความเข้าใจถึงกลุ่มผู้บริโภคในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ วิซ่าจึงได้จัดทำ ผลสำรวจเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภค ขึ้น

การสำรวจนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาทัศนคติ แนวโน้ม และการใช้ช่องทางชำระเงินต่าง ๆ ของผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมถึงการเปิดรับวิธีการชำระเงินแบบใหม่ๆ ในอนาคต โดยได้มีการสำรวจผู้บริโภคจำนวน 3,000 รายในสิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม เมื่อเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม 2558

ผลจากการสำรวจแสดงให้เห็นว่าลูกค้าต้องการการชำระเงินที่ปลอดภัย รวดเร็ว และราบรื่น

โดยผลสำรวจยังแสดงให้เห็นอีกว่าผู้บริโภคทั่วภูมิภาคนิยมใช้การชำระเงินผ่านบัตรแทนการจ่ายด้วยเงินสดโดยเฉลี่ยแล้ว ผู้บริโภคมากกว่าครึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เลือกใช้บัตรเพื่อเลือกซื้อสินค้าแทนเงินสด

นอกจากนี้ ผู้บริโภคในหลายประเทศยังพกเงินสดลดลงเมื่อเทียบกับช่วงปีที่ผ่านมา อาทิ ในสิงคโปร์ ไทย และฟิลิปปินส์

การซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผู้ตอบแบบสำรวจประมาณร้อยละ 70 ซื้อสินค้าทางออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อเดือน ทั้งนี้ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตปัจจุบันในภูมิภาคมีเพียงร้อยละ 36 ซึ่งบ่งบอกว่าโอกาสการเติบโตยังมีอยู่มาก

การที่โทรศัพท์มือถือมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นทำให้เอ็มคอม
เมิร์ซเติบโตอย่างก้าวกระโดดด้วยเช่นกัน สิงคโปร์เป็น
ผู้นำเทรนด์นี้โดยร้อยละ 23 รายงานว่าซื้อสินค้าทาง
ออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือของตัวเอง

ขณะที่ผู้บริโภคและธุรกิจทั่วภูมิภาคเปิดรับการชำระเงิน
ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เป็นเรื่องสำคัญที่
ต้องสังเกตว่าการเติบโตนี้เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ
ด้วยเช่นกัน จากรายงานของ Moody's Analytics
การใช้ช่องทางชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มากขึ้น ทำให้
GDP เพิ่มขึ้นถึง 296 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ
ระหว่างปี 2554 ถึงปี 2558 ในทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม ทั่วโลกใช้เงินสดสำหรับกิจกรรมการ
ซื้อขายมากกว่า 16 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในแต่ละปี
ซึ่งนั่นยังเตือนถึงโอกาสอย่างมหาศาลที่จะเปลี่ยนจาก
การจ่ายเงินสดมาใช้ช่องทางอื่นๆ แทนในอนาคต

วิซ่า เรามุ่งมั่นในการการสร้างสรรค์ช่องทางชำระเงิน
รูปแบบใหม่ๆ ที่ง่ายและปลอดภัยยิ่งขึ้น สำหรับใช้ใน
ทั่วโลกทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ ความก้าวหน้า
เหล่านี้ส่งผลดีต่อทุกคน นอกจากจะมอบ
ประสบการณ์การชื้อขายที่มีประสิทธิภาพแล้ว
ยังโปร่งใสและปลอดภัยสำหรับธนาคาร รัฐบาล
ผู้บริโภค และร้านค้า

เราหวังว่ารายงานฉบับนี้จะแสดงข้อมูลเชิงลึก
ที่น่าสนใจเกี่ยวกับทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภค
และเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำงานร่วมกันของเราใน
องค์กร เพื่อสร้างสรรค์ช่องทางชำระเงินรูปแบบ
ต่างๆ ในอนาคต



สุธิพงษ์ ตันติยานนท์
ผู้จัดการวิซ่า ประจำประเทศไทย

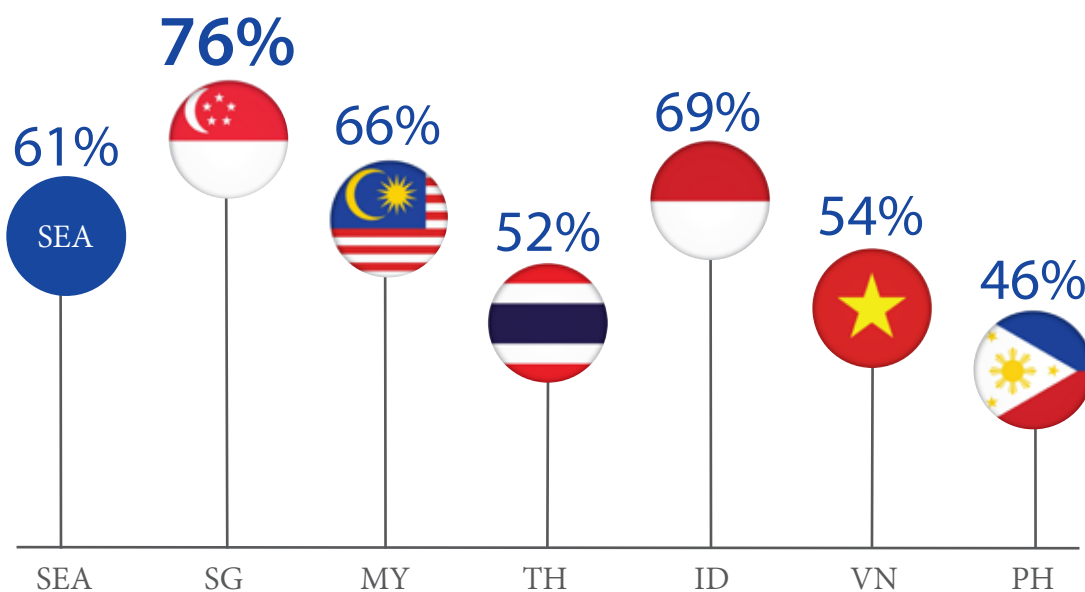


จุดสิ้นสุดแห่งยุค:
เงินสดและเช็ค

เดินหน้าจากสังคมที่ใช้เงินสดเป็นหลัก สู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัล

การทำธุรกรรมด้วยเงินสดลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภค
นิยมชำระเงินผ่านบัตรมากขึ้น สิงคโปร์ (ร้อยละ 76) อินโดนีเซีย
(ร้อยละ 69) และมาเลเซีย (ร้อยละ 66) นำเทรนด์ในเรื่องการใช้
บัตรแทนการจ่ายด้วยเงินสด

ผู้บริโภคที่นิยมใช้บัตรแทนการจ่ายด้วยเงินสด

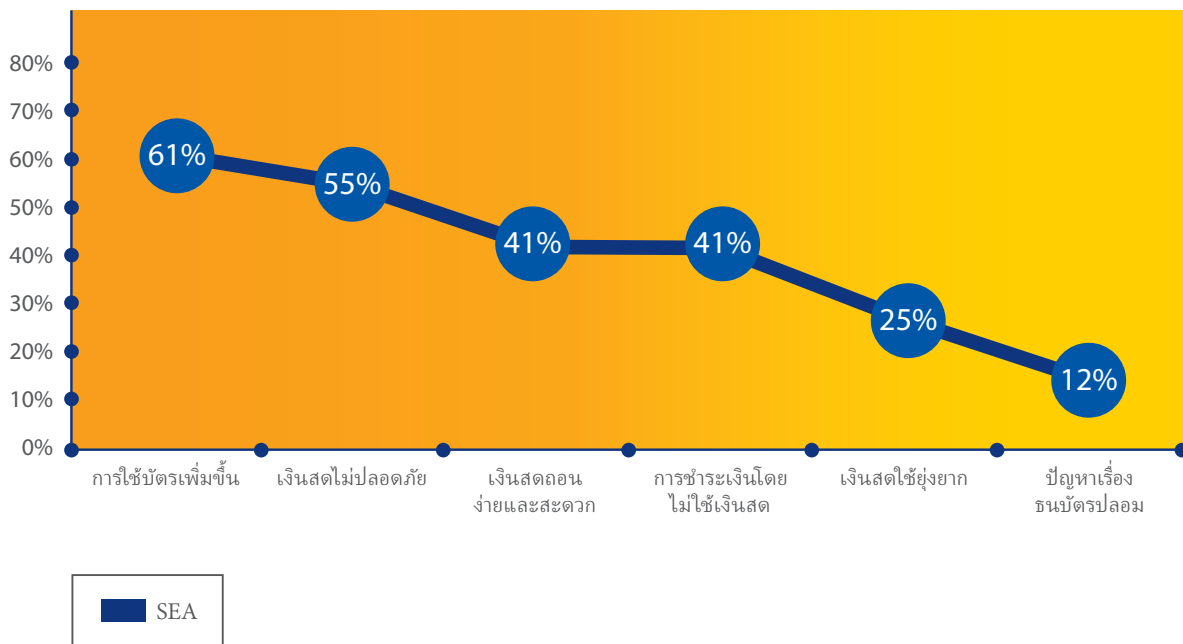


สิงคโปร์นำเทรนด์ในภูมิภาคด้านความนิยมใช้บัตรแทนการจ่ายด้วยเงินสด โดยผู้บริโภค
แสดงเจตจำนงว่าอยากใช้การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์บ่อยขึ้น และใช้เงินสดน้อยลง

เหตุผลหลักสำหรับผู้บริโภคในมาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซียที่ต้องการใช้บัตร
ในการจับจ่ายซื้อสินค้า พบว่า "บัตรปลอดภัยกว่าการใช้เงินสด"

พฤติกรรมการใช้เงินสด

เหตุผลที่ผู้บริโภคพกเงินสดน้อยลง



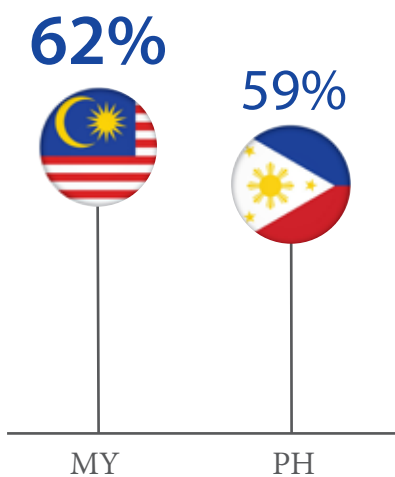
นอกจากนี้ ผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็พกเงินสดติดตัวน้อยลงเช่นกัน สืบเนื่องจากการใช้บัตรมากขึ้น ตามที่ผู้ตอบแบบสำรวจกล่าว

ในทั่วภูมิภาค ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 61 กล่าวว่าเหตุผลที่พกเงินสดน้อยลงเป็นเพราะการใช้บัตรเพื่อจ่ายเงินมากขึ้น ขณะที่ร้อยละ 55 กล่าวว่า การพกเงินสดไม่ปลอดภัย โดยเฉพาะในสิงคโปร์ซึ่งมีสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดที่กล่าวว่า "ใช้บัตรมากขึ้น" อันเป็นเหตุผลที่พกเงินสดน้อยลง

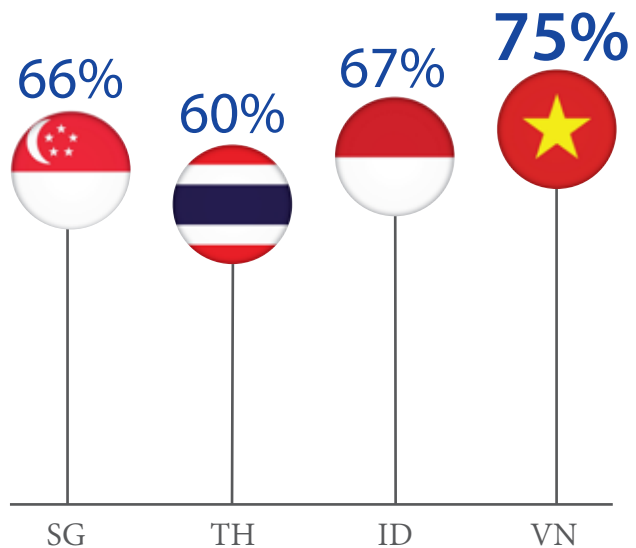
นอกจากนี้ ผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็พกเงินสดติดตัวน้อยลงด้วย
สืบเนื่องจากการใช้บัตรมากขึ้น ตามที่ผู้ตอบแบบสำรวจกล่าว

เหตุผลสำคัญของการใช้เงินสดน้อยลงส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและ
ความสะดวก:

ความปลอดภัย —
"การพกเงินสดติดตัวไม่ปลอดภัย"

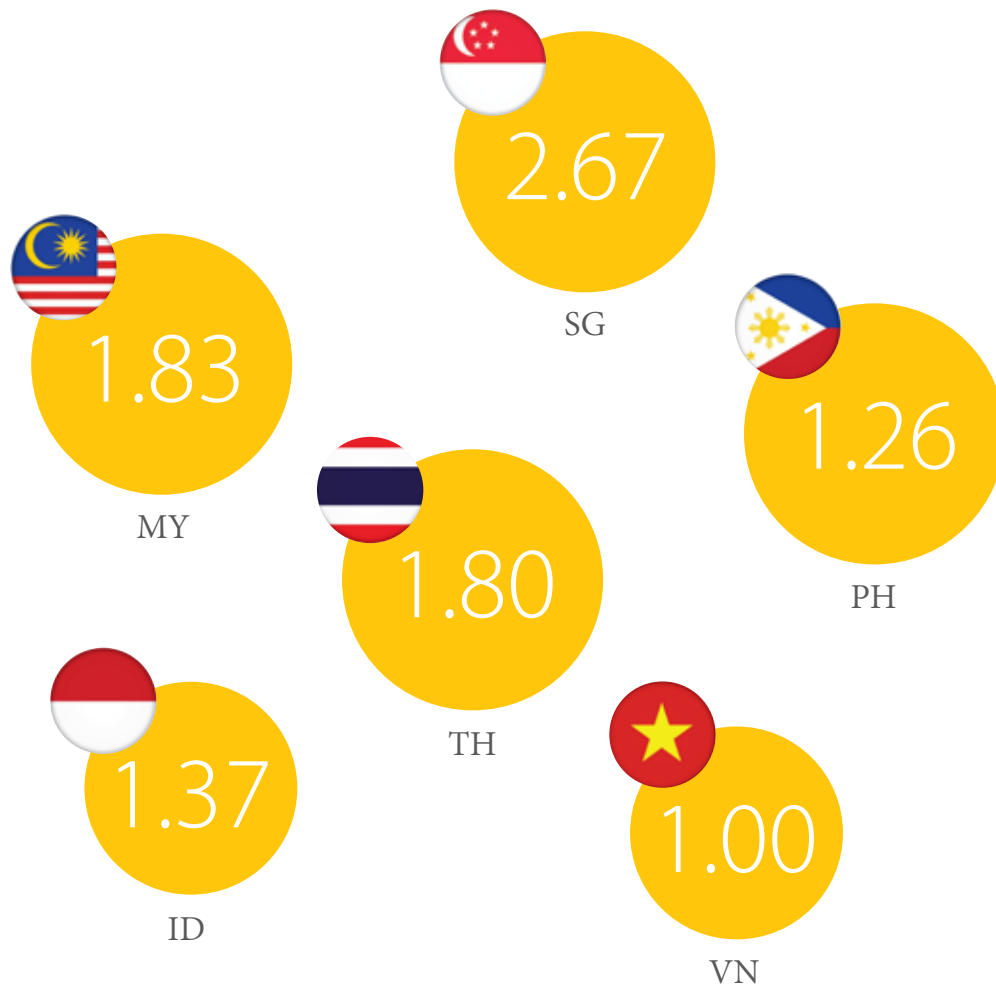


ความสะดวก —
"การใช้ช่องทางการจ่ายที่ไม่ใช่เงินสดมากขึ้น"



ผู้ตอบแบบสำรวจทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังกล่าวว่า "การพกธนบัตรและเหรียญ
เป็นเรื่องยุ่งยาก" (ร้อยละ 34) "ต้องคอยนับเงินสด" และ "ต้องรอให้คนอื่นนับ
เงินสดจนเสร็จก่อน" (ร้อยละ 22) อันเป็นเหตุผลที่ใช้เงินสดน้อยลง

จำนวนเฉลี่ยของบัตรเครดิตชำระเงินที่ผู้บริโภคมีในกระเป๋า, 2558



การสำรวจยังแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสำรวจเกือบครึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ร้อยละ 49) มีบัตรเครดิตมากขึ้นเมื่อเทียบกับ 5 ปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคในอินโดนีเซียนำเทรนด์นี้ในภูมิภาคโดยมีการเติบโตมากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสำรวจกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 54) ระบุว่าปัจจุบันมีบัตรเครดิตมากกว่าเมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา

ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนผลักดันทำให้การใช้เงินสดลดลง อาจเป็นการที่ผู้บริโภคนิยมใช้ช่องทางดิจิทัลมากขึ้น เช่น ผู้ตอบแบบสำรวจเกือบร้อยละ 80 ในเวียดนาม กล่าวว่า "อยากใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บ่อยขึ้น และลดการใช้เงินสด" ซึ่งนับเป็นอัตราที่สูงที่สุดในภูมิภาค

ทัศนคติดังกล่าวเน้นย้ำถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงหลายปี และการเปลี่ยนแปลงนี้อาจบ่งถึงจุดสิ้นสุดแห่งยุคการจับจ่ายด้วยเงินสด

โอกาสสำคัญที่จะมีการใช้บัตรแทนเงินสดมากขึ้น

ขณะที่ทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความนิยมเป็นเจ้าของบัตรชำระเงินและใช้จ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ข้อมูลการชำระเงินในปัจจุบันแสดงให้เห็นว่ายังมีพื้นที่ความเป็นไปได้สูงที่ช่องทางเหล่านี้จะเข้ามาแทนที่การใช้จ่ายด้วยเงินสดในชีวิตประจำวัน

สิงคโปร์นำหน้าภูมิภาคในแง่ของการใช้บัตรแทนการจ่ายด้วยเงินสด (มีการใช้จ่ายส่วนบุคคลด้วยเงินสดและเช็คเพียงร้อยละ 26) ส่วนตลาดอื่นๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงใช้เงินสดกันอยู่เป็นจำนวนมาก

ปัจจุบัน ใช้จ่ายเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล (PCE) ต่อปีภายในประเทศ สำหรับเขตเมืองหลัก 6 แห่งของเวียดนามคือ 1,589 ล้านล้านดองเวียดนาม และการชำระเงินด้วยบัตรมีเพียงร้อยละ 3 ทำให้โอกาสในการใช้บัตรแทนที่เงินสดจึงมีอยู่มากไม่เพียงในสภาพแวดล้อมแบบพบปะต่อหน้าแต่ในทางอีคอมเมิร์ซด้วยเช่นกัน ร้อยละ 50 ของการใช้จ่ายทางอีคอมเมิร์ซเป็นการชำระเงินด้วยบัตร ส่วนที่เหลือเป็นการชำระเงินปลายทาง

ในทำนองเดียวกัน ประชากรเขตเมืองในประเทศที่สำคัญ เช่น ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 87) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 87) ไทย (ร้อยละ 84) และมาเลเซีย (ร้อยละ 73) ระบุว่าค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลของผู้บริโภคส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด แม้ว่าการใช้งานโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตทั่วภูมิภาคจะมีระดับสูง

การเพิ่มขึ้นของ อีคอมเมิร์ซและ เอ็มคอมเมิร์ซ

ความนิยมด้านการซื้อสินค้า
ออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

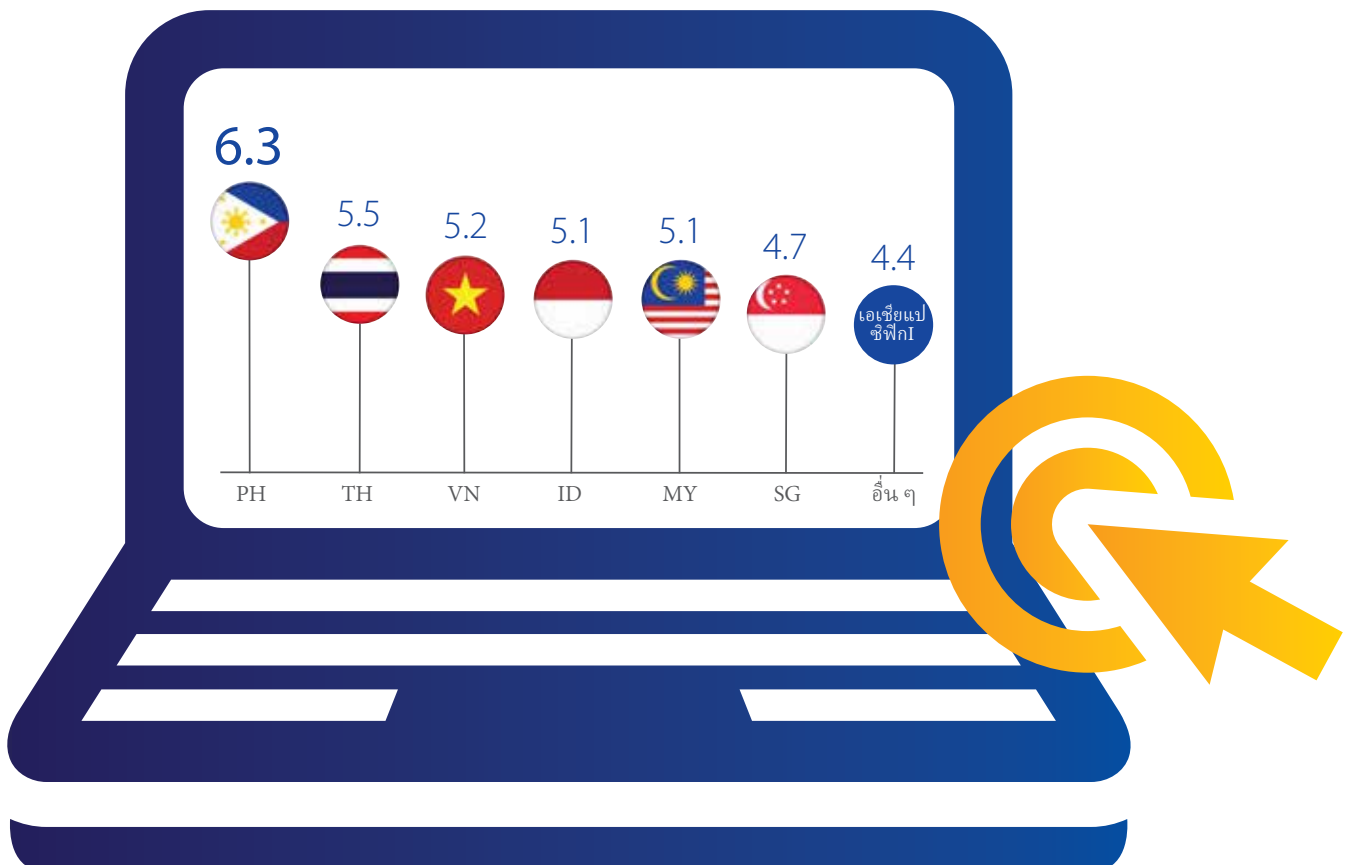


การเติบโตของอีคอมเมิร์ซและ เอ็มคอมเมิร์ซ

ประชากรที่ใช้งานสื่อดิจิทัลใน
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีจำนวน
เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว พร้อมอัตรา
ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตรายใหม่ที่เพิ่ม
ขึ้นเร็วกว่าประชากรทั่วไปถึงเกือบ
สี่เท่า ในภูมิภาคนี้ ผู้ใช้งาน
อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีทั้งหมด
225 ล้านราย โดยคิดเป็นอัตรา
การใช้งานร้อยละ 36

สิงคโปร์นำหน้าในภูมิภาค มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่
ร้อยละ 81 ในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต
ร้อยละ 47 ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับปี 2557
นอกจากนี้ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเอเชียตะวันออกเฉียง
ใต้ยังใช้เวลาท่องโลกออนไลน์นานพอสมควร
ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในเอเชียแปซิฟิก ผู้ใช้โดยเฉลี่ย
ในฟิลิปปินส์ เวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย
ใช้เวลาท่องอินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน
ส่วนผู้ใช้ในฟิลิปปินส์ใช้เวลาท่องอินเทอร์เน็ตนานที่สุดถึง
6 ชั่วโมงต่อวัน ในทางกลับกัน ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใน
ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮ่องกงใช้เวลาในโลกออนไลน์น้อยกว่า
สามชั่วโมงครึ่งต่อวัน

ระยะเวลาใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย (ชั่วโมง/วัน)



จากผลสำรวจเกี่ยวกับการศึกษา เรื่องทัศนคติการชำระเงินของ ผู้บริโภคประจำปี 2558 ประชากร ร้อยละ 70 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออก เสียงใ้ระบุว่าจับจ่ายซื้อของทาง ออนไลน์อย่างน้อยเดือนละครั้ง

การซื้อสินค้าออนไลน์จะเติบโตอย่างรวดเร็วใน
ภูมิภาค เนื่องจากอีคอมเมิร์ซเข้ามามีบทบาทในชีวิต
ประจำวันมากขึ้นเรื่อย ๆ ผลการสำรวจพบว่าใน
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกเสียงใ้มีการใช้เวลาเพื่อจับจ่าย
ซื้อของทางออนไลน์โดยเฉลี่ยประมาณ 46 นาทีต่อวัน

ผู้บริโภคร้อยละ 40 กล่าวว่า ความสะดวกโดยทั่วไป
เป็นเหตุผลหลักในการจับจ่ายซื้อของออนไลน์
ขณะที่ในอินโดนีเซีย "การจัดส่งสินค้าถึงบ้าน" คือ
เหตุผลหลัก การเดินทางเป็นหมวดหมู่ยอดนิยม
สำหรับการจับจ่ายซื้อของทางออนไลน์ ยกเว้นใน
เวียดนามและไทยที่การซื้อของทางออนไลน์เกี่ยวกับ
ซอฟต์แวร์และเนื้อหาแอปฯ เป็นที่นิยมสูงสุด

นอกจากนี้ การเติบโตด้านการซื้อของออนไลน์มี
ส่วนส่งเสริมใ้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย
เพิ่มมากขึ้น เช่น Singles Day (11 พฤศจิกายน),
Black Friday/Cyber Monday Sale และ
12.12 (12 ธันวาคม) ในเอเชีย

กิจกรรมระหว่างประเทศเหล่านี้ช่วยกระตุ้นการซื้อขาย
สินค้าต่างประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคมองหาช่องทาง
การประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น และต้องการเข้าถึง
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีจำหน่ายตามหน้าร้านทั่วไปในประเทศ

70%

จับจ่ายซื้อของทางออนไลน์
อย่างน้อยเดือนละครั้ง



ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 80 จากเวียดนามที่ระบุว่าตนเองจับจ่ายซื้อของต่างประเทศเป็นประจำ กล่าวว่า "การเข้าถึงผลิตภัณฑ์" เป็นแรงจูงใจหลักในการซื้อสินค้าต่างประเทศในทางกลับกัน การประหยัดค่าใช้จ่ายจากการซื้อสินค้าต่างประเทศเป็นเหตุผลหลักของผู้บริโภคในสิงคโปร์ (ร้อยละ 72) และอินโดนีเซีย (ร้อยละ 73) สำหรับการจับจ่ายซื้อของในเว็บไซต์ต่างประเทศ

บัตรเครดิตเป็นวิธีการชำระเงินที่ผู้ซื้อสินค้าต่างประเทศนิยมใช้ ผู้ซื้อสินค้าต่างประเทศทางอีคอมเมิร์ซในสิงคโปร์มีจำนวนสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค โดยผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 73 เลือกชำระเงินด้วยบัตร ตามด้วยมาเลเซีย (ร้อยละ 51) ไทย (ร้อยละ 38) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 36) และเวียดนาม (ร้อยละ 34) แต่ในประเทศอย่างฟิลิปปินส์ อีคอมเมิร์ซเป็นช่องทางที่ใช้กันเป็นส่วนใหญ่ภายในประเทศ ซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 77

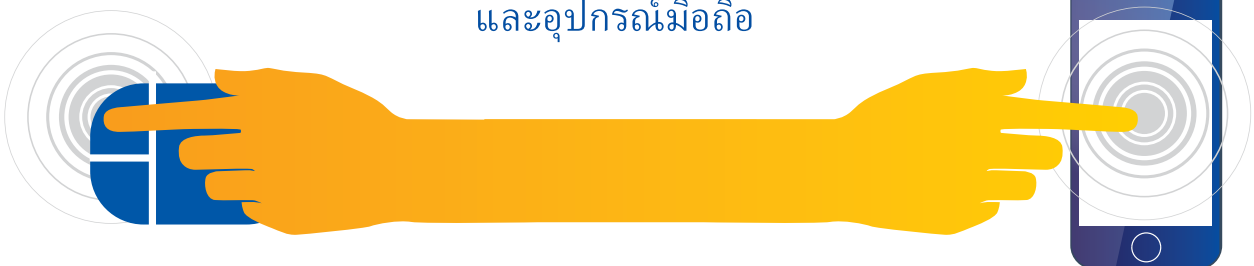
ตลาดเอ็มคอมเมิร์ซที่นับวันยิ่งเข้มข้นขึ้น

ปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มขึ้นของตลาดโทรศัพท์มือถือในภูมิภาค อัตราการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตทางโทรศัพท์มือถือโดยเฉลี่ยในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อยู่ที่ร้อยละ 119 ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่ร้อยละ 98 การเข้าถึงระบบดิจิทัลนี้เร่งให้เกิดกิจกรรมการซื้อขายเอ็มคอมเมิร์ซ

ผู้ตอบแบบสำรวจประมาณร้อยละ 23 จากสิงคโปร์ได้ซื้อสินค้าทางออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือในช่วงเดือนที่ผ่านมา ซึ่งสูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประเทศที่ตามมาได้แก่ไทย (ร้อยละ 19) มาเลเซีย (ร้อยละ 18) เวียดนาม (ร้อยละ 16) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 11) และอินโดนีเซีย (ร้อยละ 9)

ในภาพรวมของทั่วทั้งภูมิภาค แพลตฟอร์มบนอุปกรณ์มือถือมีอัตราการเติบโตร้อยละ 22 ต่อปี ตั้งแต่ปี 2557 โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจจากอินโดนีเซีย (ร้อยละ 36) จีน (ร้อยละ 34) และไต้หวัน (ร้อยละ 28) มีอัตราการเจริญเติบโตในด้านเอ็มคอมเมิร์ซมากที่สุดในแต่ละปี

การลบช่องว่างระหว่างการใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์มือถือ



การที่เอ็มคอมเมิร์ซได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยังมีส่วนส่งเสริมการลดช่องว่างระหว่างช่องทางผ่านอุปกรณ์มือถือกับช่องทางอีคอมเมิร์ซแบบเดิม สำหรับการซื้อสินค้าทางออนไลน์ (เช่น แล็บท็อป หรือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ)

จากผลสำรวจเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคประจำปี 2558 ประชากรในเวียดนามและฟิลิปปินส์กว่าร้อยละ 60 ใช้อุปกรณ์มือถือในการจับจ่ายซื้อของทางออนไลน์

ผลสำรวจในครั้งนี้อย่างแสดงให้เห็นอีกว่าประชากรในภูมิภาคเริ่มซื้อสินค้าออนไลน์บางประเภทโดยใช้อุปกรณ์มือถือเมื่อปีที่ผ่านมามากขึ้น เช่น ในมาเลเซีย ผู้บริโภคร้อยละ 75 เริ่มใช้อุปกรณ์มือถือเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเพียงตั้งแต่ปี 2557

เอ็มคอมเมิร์ซจะกระตุ้นการเติบโตของอีคอมเมิร์ซมากขึ้นสำหรับหลากหลายตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รายงานผลการวิจัยอีกฉบับหนึ่งที่เผยแพร่โดยฟรอสต์ แอนด์ ซัลลิแวน ระบุถึงการคาดการณ์การซื้อสินค้าทางออนไลน์และทางอุปกรณ์มือถือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ว่าน่าจะสูงกว่า 25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2563



ผู้บริโภคซื้อของทางออนไลน์มากขึ้นผ่านโทรศัพท์มือถือ ความนิยมด้านเอ็มคอมเมิร์ซที่เพิ่มขึ้นนี้กระตุ้นให้ผู้ให้บริการทางการเงินและบริษัทเทคโนโลยีเพิ่มศักยภาพการชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือ เพื่อคงอยู่ในแถวหน้าและเพิ่มความมั่นใจในธุรกิจของตน

โอกาสในอนาคต

แม้จะมีการซื้อสินค้าทางออนไลน์น้อยมากขึ้น ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา นอกเหนือจากสิ่งคิโปรที่ผู้ใช้สองในสามรายไม่ได้ทำธุรกรรมทางออนไลน์อย่างสมบูรณ์ ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 80 ในส่วนอื่น ๆ ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เคยยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์

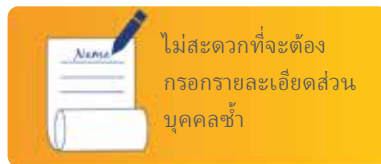
วีซ่าได้เปิดตัว Visa Checkout ในสิงคโปร์และมาเลเซีย เพื่อเพิ่มประสบการณ์การซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่ง่ายดายสำหรับผู้บริโภค Visa Checkout มอบคุณประโยชน์การชำระเงินที่ราบรื่น ซึ่งสะดวกในการใช้งานและประหยัดเวลา การทำธุรกรรมทุกครั้งผู้ใช้เพียงใส่ชื่อและรหัสผ่านเพื่อชำระเงิน แทนหมายเลขบัตรเครดิต 16 หลักและวันหมดอายุ ทำให้การซื้อสินค้าทางออนไลน์มีความง่ายดายขึ้นเมื่อใช้สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต แล็ปท็อป หรือคอมพิวเตอร์

VISA Checkout



Visa Checkout เปิดตัวเมื่อปี 2557 ในสหรัฐอเมริกา และมีการศึกษาวิจัยเมื่อเร็ว ๆ นี้ เพื่อประเมินรูปแบบการซื้อสินค้าระหว่างลูกค้าที่ชำระเงินแบบเดิมเทียบกับลูกค้า Visa Checkout ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่สมัคร Visa Checkout ร้อยละ 86 ทำธุรกรรมจากรายการสินค้าในตะกร้าสำเร็จเมื่อเทียบกับลูกค้าที่ชำระเงินแบบเดิม นอกจากนี้ ลูกค้าที่สมัคร Visa Checkout มีอัตราการตัดสินใจซื้อง่ายขึ้นถึงร้อยละ 51 และมีมูลค่าเฉลี่ยต่อตระกร้าสินค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับลูกค้าที่ชำระเงินแบบเดิม

เหตุผลสามอันดับแรกที่ทำให้ยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์



Visa Checkout จัดการปัญหาบางส่วนที่ผู้ซื้อทางออนไลน์ประสบ โดยลดจำนวนขั้นตอนที่จำเป็นในการซื้อสินค้าออนไลน์ ช่วยยกระดับประสบการณ์การซื้อสินค้าโดยรวมให้ดีขึ้น และบริการนี้สามารถใช้ได้ในอุปกรณ์ทุกชนิด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากการยกเลิกการทำธุรกรรมออนไลน์ส่วนใหญ่เกิดขึ้นเมื่อใช้อุปกรณ์มือถือ

สู่โลกดิจิทัล

การชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือและ
กระเป๋าเงินดิจิทัลกำลังเปลี่ยนวิธีการ
จ่ายเงินของผู้บริโภค



วิชาให้ความสนใจกับอนาคตและพร้อมสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง

การชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือและกระเป๋าเงินดิจิทัลกำลังเปลี่ยนวิธีการชำระเงินของผู้บริโภค

เทคโนโลยีการชำระเงินระบบไร้สัมผัสของวิชา หรือ Visa payWave มีวัตถุประสงค์แรกเริ่ม คือ ทำให้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความยุ่งยากที่ผู้บริโภคต้องพกเงินสดเพื่อซื้อสินค้าจุกจิก ในสิงคโปร์ Visa payWave เริ่มใช้งานในปี 2550 และปัจจุบันมีการทำธุรกรรมผ่าน Visa payWave มากกว่า 6 ล้านครั้งต่อเดือน Visa payWave ได้รับความนิยมอย่างมากในช่องทางจำหน่ายบางประเภท เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งการทำธุรกรรมมากกว่าหนึ่งในสองครั้งภายในประเทศ คือ การชำระเงินผ่านระบบไร้สัมผัสของวิชา

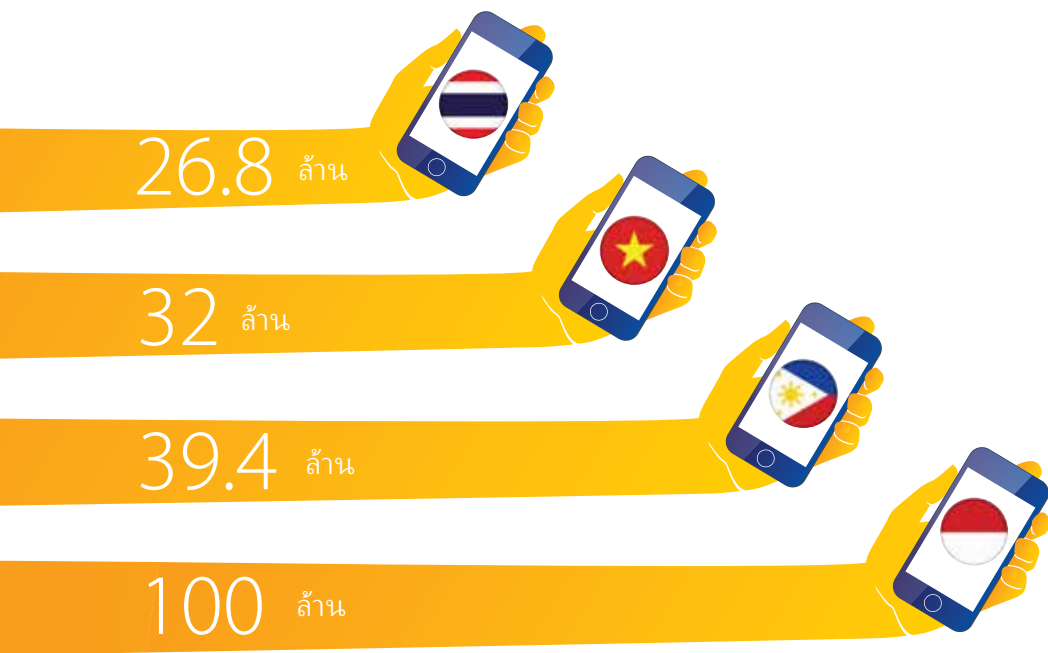
Visa payWave สร้างโอกาสในการแทนที่เงินสดได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการซื้อสินค้าประจำวันหรือการทำธุรกรรมเพื่อซื้อสินค้าขนาดเล็ก ในฟิลิปปินส์ การซื้อสินค้าประจำวันมีตัวเลขสูงถึงเกือบร้อยละ 90 ของการทำธุรกรรม ณ ร้านค้าภายในประเทศทั้งหมด ซึ่งกระตุ้นการบริโภคส่วนบุคคลสูงถึง 1,783 ล้านเปโซฟิลิปปินส์

เมื่อมีผู้บริโภคเป็นเจ้าของและใช้สมาร์ทโฟนในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้การชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือเพิ่มขึ้นตามไปด้วย การเริ่มนำอุปกรณ์มือถือมาใช้ในการชำระเงินจะเป็นแรงผลักดันสำคัญในการปรับโฉมหน้านวัตกรรมแห่งอนาคต

จำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนทั่วโลกคาดว่าจะมีมากกว่า 2 พันล้านคนก่อนสิ้นปี 2559 เช่น อินโดนีเซีย คาดการณ์ว่าจะมีผู้ใช้สมาร์ทโฟนมากกว่า 100 ล้านคนก่อนปี 2561 ซึ่งจะกลายเป็นประเทศที่มีประชากรผู้ใช้สมาร์ทโฟนมากที่สุดในโลก นอกจากนี้ตลาดอื่นๆในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังแสดงการเติบโตด้านการใช้สมาร์ทโฟนอย่างมหาศาลในอีกสองปีข้างหน้า - ฟิลิปปินส์ (39.4 ล้าน) เวียดนาม (32 ล้าน) และไทย (26.8 ล้าน)

ผู้บริโภคทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เริ่มใช้อุปกรณ์มือถือเพื่อการชำระเงินมากขึ้น ซึ่งการชำระเงินระบบไร้สัมผัสโดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารไร้สายระยะสั้น (NFC) หรือการส่งผ่านข้อมูลแบบไร้สายด้วยคลื่นแม่เหล็ก (MST) ช่วยให้ผู้บริโภคถือสมาร์ทโฟนใกล้กับเครื่องอ่านบัตรในการชำระเงิน ความสามารถนี้กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในภูมิภาค โดยผู้บริโภคร้อยละ 68 กล่าวว่าประสงค์ที่จะชำระเงินในร้านค้าโดยใช้อุปกรณ์มือถือ มากกว่าที่จะใช้เงินสดหรือเช็ค

จากการศึกษาวิจัยทัศนคติต่ออุปกรณ์มือถือ พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจชาวมาเลเซียร้อยละ 45 เคยใช้การชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือ หรืออย่างน้อยเคยพิจารณาช่องทางการชำระเงินดังกล่าว มีการดำเนินการศึกษาเรื่องนี้ในไทยเช่นกัน พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 58 กล่าวว่าพิจารณาหรือใช้การชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือ เมื่อถามว่าหากไม่มีบัตรพลาสติกให้ใช้งาน และหันมาใช้การชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือแทน ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 61 ในไทยเห็นด้วย เมื่อเทียบกับผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 50 ในมาเลเซีย



จำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนที่คาดการณ์ก่อนปี 2561

กรณีศึกษา NTUC FairPrice (สิงคโปร์)



Visa payWave คือเทคโนโลยีการชำระเงินระบบไร้สัมผัสที่มีอยู่บนบัตรวีซ่า ที่มีสัญลักษณ์

Visa payWave การทำธุรกรรมผ่าน Visa payWave มีความปลอดภัยเทียบเท่าการทำธุรกรรมผ่าน

บัตรวีซ่าแบบชิปและมีระดับความปลอดภัยหลายชั้นเท่ากัน นอกจากนี้ Visa payWave คือบัตรที่ไม่อยู่ห่างจากมือของผู้ใช้ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงต่อการทุจริต

Visa payWave ไม่จำเป็นต้องให้พนักงานคิดเงิน

รูดบัตร และไม่ต้องเซ็นชื่อหรือใส่รหัส PIN

(รหัสประจำตัว) สำหรับการซื้อสินค้ายอดเงินต่ำกว่า 100 ดอลลาร์สิงคโปร์ จึงเป็นวิธีชำระเงินที่รวดเร็วที่มาพร้อมกับธุรกรรมผ่านระบบของวีซ่าที่ปลอดภัย

Visa payWave



ตัวเลขที่สำคัญ

- ปริมาณการทำธุรกรรมผ่าน Visa payWave ในสิงคโปร์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเติบโตสูงขึ้นกว่าร้อยละ 60 ในแต่ละปีตั้งแต่ตุลาคม 2559 และมียอดการทำธุรกรรมสูงกว่า 6 ล้านรายการต่อเดือน
- การศึกษาวิจัยต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าการชำระเงินแบบไร้สัมผัส:
 - ประหยัดเวลาเมื่อจ่ายเงิน
 - เพิ่มสิทธิประโยชน์ให้กับบัตรเดบิต/เครดิต
 - ลดความจำเป็นที่ต้องใช้เงินสด
 - ร้านค้าหลากหลายแห่งยินดีรับบัตรวีซ่า

NTUC FairPrice

คือผู้ค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในสิงคโปร์ที่ปรับใช้เทคโนโลยี

Visa payWave

- การจับจ่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตมียอดธุรกรรมผ่าน Visa payWave มากกว่าร้อยละ 50 ณ ตุลาคม 2559
- การทำธุรกรรมผ่าน Visa payWave มีมากกว่า 2.4 ล้านครั้งที่ FairPrice ณ ตุลาคม 2559 ซึ่งสูงกว่าการทำธุรกรรมผ่าน Visa payWave ทั้งหมดในสิงคโปร์ร้อยละ 30

สิงคโปร์ยังคงเดินทางหน้าเป็นผู้นำนวัตกรรมการชำระเงินในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยจำนวนการทำธุรกรรมแบบไร้สัมผัสผ่าน Visa payWave สูงกว่า 6 ล้านรายการ ณ ตุลาคม 2559 ซึ่งหมายถึงมากกว่าร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับการทำธุรกรรม ณ ร้านค้า ผ่านวีซ่าทั้งหมด ความสำเร็จนี้ได้รับการสนับสนุนโดยผลวิจัยจากการศึกษาเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้ใช้บัตรวีซ่าปี 2558 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสิงคโปร์อยู่อันดับสูงสุดในภูมิภาคทั้งการรับรู้ (ร้อยละ 87) และการชำระเงินด้วยระบบไร้สัมผัส (ร้อยละ 65)

ความนิยมชำระเงินด้วยระบบไร้สัมผัสที่ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นสัญญาณว่าผู้บริโภครู้สึกสะดวกกับเทคโนโลยีนี้ และแสดงถึงศักยภาพการเปลี่ยนจากธนบัตรและเหรียญรูปแบบเดิมในสภาพแวดล้อมที่มีปริมาณการชำระเงินสูง

ความปลอดภัยและประสบการณ์ของผู้ใช้คือ สิ่งสำคัญสำหรับกระเป๋าเงินดิจิทัล

เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นด้วยอุปกรณ์
เชื่อมต่อ ความต้องการด้านประสบการณ์การชำระเงิน
ดิจิทัลที่ราบรื่นและปลอดภัยจึงสำคัญ วีซ่ามุ่งมั่น
ที่จะใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและมาตรการป้องกันการทุจริต
เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

บริการ วีซ่าโทเค็น เทคโนโลยียูเอชเอชเอช
ความปลอดภัยใหม่ที่นำมาใช้แทนการระบุข้อมูลบัญชีที่
อ่อนไหว เช่น หมายเลขบัญชี 16 หลักพร้อมตัวระบุ
ดิจิทัลเฉพาะที่เรียกว่าโทเค็น จะทำให้แน่ใจว่าลูกค้า
สามารถใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลอย่างปลอดภัยใน
สภาพแวดล้อมการชื้อขายทางดิจิทัล



โทเค็นช่วยให้สามารถชำระเงินดิจิทัลโดยไม่เปิดเผย
รายละเอียดบัญชีจริงที่อาจเสี่ยงต่อการเกิด
ความเสียหาย นอกจากนี้ ยังช่วยยกระดับประสบการณ์
โดยรวมของผู้ใช้ เนื่องจากการชำระเงินทางออนไลน์
ที่แสนง่ายและไม่ต้องใช้บัตร



กระเป๋าเงินดิจิทัล

กระเป๋าเงินดิจิทัลนำมาใช้อย่างกว้างขวางเพื่อตอบรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์และการชำระเงิน
ผ่านอุปกรณ์มือถือต่าง ๆ ซึ่งโดยปกติแล้วเป็นบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยช่วยให้เข้าถึงบัญชี
ของคุณเหมือนกับบัตรต่าง ๆ ที่คุณเก็บไว้ในกระเป๋าเงินตอนนี้ เพียงแต่ไม่มีหนังเทอะทะที่หุ้มบัตรอยู่
แนวคิดนี้เป็นที่รู้จักในหลายชื่อ รวมถึงกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และกระเป๋าเงินออนไลน์

กระเป๋าเงินดิจิทัลช่วยให้ผู้บริโภคทำธุรกรรมการเงินได้โดยไม่ต้องใช้กระเป๋าเงินจริง ทั้งนี้ เงินไม่ได้เป็น
สิ่งเดียวที่แลกเปลี่ยนผ่านสมาร์ตโฟนได้ ยังมีคูปอง คะแนนสะสม และข้อเสนอพิเศษอื่น ๆ ที่ทำ
ธุรกรรมโดยใช้สมาร์ตโฟน ซึ่งอาจมีข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงหมายเลขบัญชีการชำระเงิน ที่อยู่จัดส่ง
หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมลล์

นอกเหนือจากความรวดเร็วและปลอดภัยแล้ว กระเป๋าเงินยุคอนาคตยังช่วย:

- จัดการการชำระเงินและบัญชีของคุณ
- รับข้อเสนอต่าง ๆ จากร้านค้าที่คุณรู้จักและไว้วางใจ
- ตรวจสอบเช็ค แลกเปลี่ยน และการสะสมคะแนน
- บันทึกใบเสร็จดิจิทัลและข้อมูลการรับประกัน
- แจ้งเตือนเกี่ยวกับบัญชีและการซื้อสินค้าของคุณ

บริการวีซ่าโทเค็นใช้งานอย่างไร



ออนไลน์

การซื้อผ่านอีคอมเมิร์ซกำลังกลายเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไป การใช้โทเค็นจะทำให้ร้านค้าปลีกออนไลน์มีช่องทางการชำระเงินที่ล้ำสมัยและปลอดภัย



ภายในร้าน

การใช้โทเค็นเป็นวิธีที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคในการชำระเงินที่ร้าน เพียงแค่เลื่อนบัตรผ่านอุปกรณ์ที่อยู่ใกล้กับเครื่องชำระเงิน



ในแอปฯ

การชำระเงินด้วยระบบวีซ่ามีแนวโน้มนำมาใช้กับแอปพลิเคชันอุปกรณ์มือถือที่ล้ำสมัยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งช่วยให้คุณทำธุรกรรมต่างๆ ได้ง่ายยิ่งขึ้น

สิทธิประโยชน์สำคัญของบริการวีซ่าโทเค็น



มองการณ์ไกล:

ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย

การชำระเงินแบบไร้สัมผัสที่รวดเร็วกว่าเงินสด

การชำระเงินระบบไร้สัมผัสจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคต้องการใช้เงินสดน้อยลง การชำระเงินระบบไร้สัมผัสจะเป็นผลสำเร็จได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากทั่วทั้งภาคอุตสาหกรรม เพื่อให้ความรู้กับร้านค้าและผู้บริโภค ตลอดจนส่งเสริมเทคโนโลยีนี้ให้เป็นวิธีการทำธุรกรรมที่รวดเร็วและสะดวกสบายยิ่งขึ้น การใช้ระบบไร้สัมผัสรูปแบบใหม่ เช่น อุปกรณ์สำหรับสวมใส่ และการชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือ จะกระตุ้นการใช้งานได้ด้วยเช่นกัน

กระเป๋าเงินผ่านโทรศัพท์มือถือจะเปลี่ยนประสบการณ์การชำระเงิน

เทคโนโลยีพิเศษที่เข้ามามีส่วนในการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ จะส่งผลให้การชำระเงินในร้านค้าโดยใช้สมาร์ตโฟนซึ่งไม่ต้องใช้บัตรและกระเป๋าเงินจะเป็นที่ยอมรับมากขึ้น วิชาเป็นเสาหลักในการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ โดยผู้พัฒนาโทรศัพท์มือถือสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่เป็นกรรมสิทธิ์ของเรา เพื่อรับรองว่าขั้นตอนการชำระเงินมีความปลอดภัยและไม่ยุ่งยาก การทำธุรกรรมระบบไร้สัมผัสผ่านโทรศัพท์มือถือกำลังนำทางการชำระเงินดิจิทัลในก้าวต่อไป และบริการวิชาโทเค็นช่วยให้การธุรกรรมดังกล่าวมีความสะดวกและปลอดภัย

กระเป๋าเงินดิจิทัลจะกลายเป็นมาตรฐาน และบริการต่าง ๆ ของวิชาจะยังคงมอบตัวเลือก ความสะดวกสบาย และความปลอดภัยที่ดียิ่งขึ้นให้กับผู้บริโภค พร้อมกับช่วยเหลือให้ลูกค้าของเราสร้างความเติบโตทางธุรกิจ



อุปกรณ์แบบสวมใส่คือตัวเลือกการชำระเงิน แห่งอนาคต

ผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สนใจที่จะชำระเงินโดยใช้เทคโนโลยีแบบสวมใส่ เช่น สายรัดข้อมือ และนาฬิกาข้อมืออัจฉริยะ ผู้บริโภคที่ทำการสำรวจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ระบุว่า โอกาสสามอันดับแรกที่จะใช้อุปกรณ์สวมใส่เพื่อการชำระเงินคืออาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 57) บัตรชมภาพยนตร์ (ร้อยละ 51) และของชำ (ร้อยละ 46)

ในทำนองเดียวกันกับบัตรชำระเงินไร้สัมผัส การชำระเงินด้วยอุปกรณ์สวมใส่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าโดยเคลื่อนผ่านหรือแตะอุปกรณ์เหนือเครื่องชำระเงิน ณ จุดขาย อุปกรณ์เหล่านี้สวมใส่ได้ในรูปแบบเสื้อผ้าหรือเครื่องประดับ เช่น นาฬิกาข้อมืออัจฉริยะ สายรัดข้อมืออัจฉริยะ และแว่นตาอัจฉริยะ

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่จะวางจำหน่ายทั่วโลกประมาณ 275 ล้านเครื่องในปี 2559 ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 จาก 232 ล้านเครื่องในปี 2558 นอกจากนี้ ยังคาดการณ์ว่าในช่วงปี 2558 ถึง 2560 การใช้นาฬิกาข้อมืออัจฉริยะจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 โดยส่วนมากเนื่องจากบริษัทเทคโนโลยีหลายแห่งกระตุ้นให้อุปกรณ์สวมใส่เป็นไลฟ์สไตล์ที่ตามกระแสนิยม อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคอาจเริ่มตระหนักว่าเทคโนโลยีแบบสวมใส่อาจเป็นไปได้มากกว่าเครื่องประดับ และสามารถนำมาใช้ร่วมกับกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เช่น การชำระเงินซื้อของชำหรือซื้อบัตรชมภาพยนตร์



อ้างอิง:

1. การศึกษาวิจัยของ Moody's Analytics "The Impact of Electronic Payments on Economic Growth" ได้วิเคราะห์ผลกระทบของการเจาะตลาดบัตรชำระเงินเกี่ยวกับการบริโภคภาคเอกชนของ 70 ประเทศในช่วง 5 ปีระหว่างปี 2553 ถึงปี 2558
2. ภูมิทัศน์การชำระเงินของผู้บริโภคในเวียดนาม 4,112 รายที่มีอายุ 18-54 ปี ระยะเวลา 8 สัปดาห์ ตั้งแต่ปี 2558 การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามการทำธุรกรรมของผู้บริโภคจากการใช้จ่ายต่อวัน ต่อเดือน และต่อปี เพื่อตรวจสอบปริมาณการชำระเงิน และความถี่ของการทำธุรกรรมตามจำนวนหมวดหมู่ นอกจากนี้ ยังตรวจสอบปริมาณกับ Euromonitor RBA และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิอื่น ๆ
3. ภูมิทัศน์การชำระเงินของผู้บริโภคในฟิลิปปินส์ 4,360 รายที่มีอายุ 18-54 ปี ระยะเวลา 8 สัปดาห์ ตั้งแต่ปี 2558 การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามการทำธุรกรรมของผู้บริโภคจากการใช้จ่ายต่อวัน ต่อเดือน และต่อปี เพื่อตรวจสอบปริมาณการชำระเงิน และความถี่ของการทำธุรกรรมตามจำนวนหมวดหมู่ นอกจากนี้ ยังตรวจสอบปริมาณกับ Euromonitor RBA และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิอื่น ๆ
4. การศึกษาวิจัย Visa Mobile Payment Attitudes ปี 2559 การศึกษาวิจัยนี้ดำเนินการโดย YouGov โดยสอบถามชาวสิงคโปร์ 1,000 ราย เพื่อประเมินทัศนคติที่มีต่อการชำระเงินทางอุปกรณ์มือถือ
5. การศึกษาวิจัยทัศนคติต่อโทรศัพท์มือถือปี 2559 ดำเนินการโดย YouGov โดยสอบถามผู้ตอบแบบสำรวจ 750 รายที่มีอายุ 18-55 ปี ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย เมื่อเดือนกันยายน 2559
6. We are Social & IAB Singapore's Compendium of Asia Pacific Digital Statistic: Digital, Social, And Mobile In Apac 2015, <http://wearesocial.sg/blog/2015/03/digital-social-mobile-in-apac-in-2015/>
7. Frost and Sullivan: ตลาดอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีมูลค่าเกิน 25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 แม้จะมีความท้าทายต่างๆ ก็ตาม
8. Gartner Report: ยอดขายอุปกรณ์สวมใส่ทั่วโลกจะเติบโตร้อยละ 18.4 ในปี 2559 <http://www.gartner.com/newsroom/id/3198018>

