



E-Money ช่วย “ซื้อง่าย ขายสะดวก”

สมหวัง เหลืองไพบูลย์ศรี

General manager

[Paysbuy.com](http://Paysbuy.com)

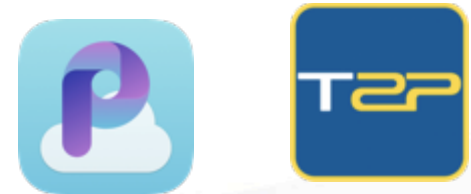


# Agenda

- ประโยชน์ที่ผู้บริโภครและผู้ประกอบการได้รับจากการบริการ eMoney
- รูปแบบ eMoney ที่สนับสนุนธุรกิจ Ecommerce ของประเทศ
- รูปแบบบริการ eMoney ที่ได้รับความนิยมในการใช้บริการ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการสนใจใช้บริการ eMoney มากขึ้น
- แผนการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ของ eMoney ที่จะนำมาใช้ในอนาคต
- ข้อจำกัดของการให้บริการ eMoney

# ประเภทของ eMoney

- Card-based e-money
  - Plastic card example: Smart Purse, Rabbit
  - Easy to do transaction
  - Re-loadable and disposable
- Network-based e-money/Software-based e-money
  - PayPal, PAYSBUY
  - Store value in mobile ex. mPAY (AIS), True Money(True), AirPay, T2P



# ผู้ให้บริการ eMoney ต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย

- มีระบบบริหารความเสี่ยงจากเงินที่ได้รับล่วงหน้าอย่างเหมาะสม
- การกำหนดค่าธรรมเนียม
- การตรวจสอบและรักษาความปลอดภัย
- การแลกเปลี่ยนมูลค่าบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเงินสด
- การปฏิบัติและจัดการเกี่ยวกับข้อมูลผู้บริโภค
- การปฏิบัติเมื่อมีข้อร้องเรียน และการจัดทำบัญชีและรายงาน



**true**  
money

**PAYSBUY**  
make it easier.



**rabbit**<sup>®</sup>



**MOVE FORWARD**  
First decade

# ประโยชน์ของ eMoney

Customers	<ul style="list-style-type: none"><li>• ลดการใช้เหรียญ หรือเงินสดจำนวนน้อยๆ</li><li>• รวดเร็วในการชำระเงิน หรือ ทำรายการ</li><li>• สะดวกกว่าการใช้ debit card (บัตร ATM ที่สามารถใช้ชำระค่าสินค้า บริการ</li><li>• สามารถควบคุมการใช้จ่ายได้</li></ul>
Merchants	<ul style="list-style-type: none"><li>• ประหยัดเวลาการรับเงินสด</li><li>• ค่าธรรมเนียมถูกกว่าการรับบัตร Debit card</li><li>• มีความมั่นใจกว่าการรับชำระด้วยเช็ค</li><li>• เป็นการเพิ่มช่องทางรับชำระเงิน</li><li>• ลดความเสี่ยงเนื่องจากการรับเงินสด</li></ul>
Service Provider	<ul style="list-style-type: none"><li>• เป็นการสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่</li><li>• สร้างโอกาสการเป็นผู้นำในธุรกิจ</li><li>• ได้รับค่าธรรมเนียมทั้งฝั่งร้านค้าและผู้ใช้</li></ul>

# PAYMENT IN THAILAND

## e-Payment



จำนวนตู้เอทีเอ็ม  
**61,817** เครื่อง



จำนวนเครื่องรับชำระบัตร  
**338,485** เครื่อง



บัตรเครดิต  
**20.3**

บัตรเอทีเอ็ม  
**24.4**

บัตรเดบิต  
**48.1**

จำนวน (ล้านใบ)

# 21%

สัดส่วนการใช้จ่ายผ่าน e-Payment

= อัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปีของ e-Payment ตั้งแต่ปี 2552-2557

**50%**

e-Money

**12%**

ATM + Debit Card

**10%**

Credit Card



**32%**

Internet Banking

**59%**

Mobile Banking

**9%**

อื่น ๆ

หมายเหตุ: 1) บัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิต รวมรายการชำระเงินที่ร้านค้า ออนไลน์ และชำระเงินที่เครื่อง ATM  
2) อื่น ๆ ประกอบด้วย Direct Debit, Direct Credit, BAHTNET 3<sup>rd</sup> party และ Bulk Payment



**true money**



# Market opportunity – regional benchmark

Country (Data 2012/2013)	Thailand	Malaysia	Indonesia	China	USA
Population (M)	70	29	248	1344	312
Internet Users (M)	20.6	18.5	55	513	245
Internet users %	30 %	64 %	22 %	38 %	79 %
E-commerce shoppers (M)	11.7	10.5	3.6	164	184
E-commerce shoppers % of internet users	57 %	57 %	6.5 %	32 %	75 %
Spend per spender (USD yr)	365	68	252	726	1864
B2C E-commerce market size Billion USD	4.3	0.7	0.9	190	343
E-commerce % of Retail	3.1 %	1.4 %	0.7 %	8 %	9 %
Online payments Market size M USD	129	21	27	5700	10290

Source: Nielsen, Comscore, PWC HK, AT Kearny, researchandmarkets.com, Dailysocial, smu.edu.sg, E-commerce.org.sg



# B2C E-Commerce in Asia

Country	Market Size		Infrastructure		Payment	Logistic	Summary
	Population	Income/head	Internet	Broadband			
China	1,311.8M	\$2,000	253M (19.1%)	214M (16.1%)	COD = 80%, Bank transfer,CC,Bank/Post office Remittance	1-3 same area 3-5 other area	*Under Development *Internet user most in the world
Taipei	23.0M	\$17,250	10.14M (44%)	6.85M (27.6%)	1.Credit card 2.COD 3.Bank Transfer	Tie up with convenient stores 1 day	Internet usage rate is 44% Mkt Size is \$6 billion
Korea	48.4M	\$17,690	34.82M (76.3%)	14.71M (30%)	1.Credit card 66.3% 2.Online Payment 36.1% 3.e-Money 0.7%	-	Be a developed country in internet and EC
Malaysia	26.1M	\$5,620	15M (14.5%)	1.26M (5%)	1.CC 2.Bank Transfer 3.e-Money	2-3 days	Infrastructure is progressing by e-Government project
Singapore	4.5M	\$28,730	2.65M (74%)	2.51M (70.3%)	1.CC 2.Bank Transfer 3.e-Money	2-3 days	*Becoming regional hub for BtoC EC in Asean region * BtoC EC market is not large(Small country)
Thailand	63.4M	\$3,050	13.5M (20%)	0.94M (5.2%)	1.Bank Transfer (62.1%) 2.COD (38.9%) 3.Bank e-transfer (8.7%) 4.CC(7.3%)	1 day(20.3%) 2-3 days (44.2%) 4 days (35.5%)	*Infrastructure for Internet and EC in town *Slow Growth of Internet and B2C EC
Vietnam	84M	\$700	15.5M (18.64%)	5.241M (6.2%)	1.Prepaid Card 52.2% 2. Post Office Remittance (24.1%) 3.Credit Card (11.8%) 4.Bank Transfer (4.2%)	Vietnam post	Internet infrastructure is more expanding and B2C EC is just started



# Omni-Channel



Omni Channel คือการเชื่อมโยงช่องทางการค้าต่างๆ รวมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สามารถช่วยเหลือและสนับสนุนกันได้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของร้านได้ทุกที่ และทุกเวลาอย่างแท้จริง

# eCommerce

## Trend

Digital Content



Social Commerce



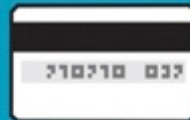
M-Commerce



Mobile Chat



Online Payment



Fulfillment



# Digital Contents



Game



Entertainment



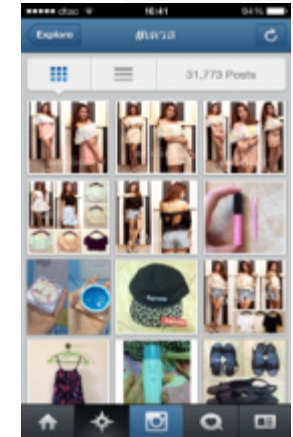
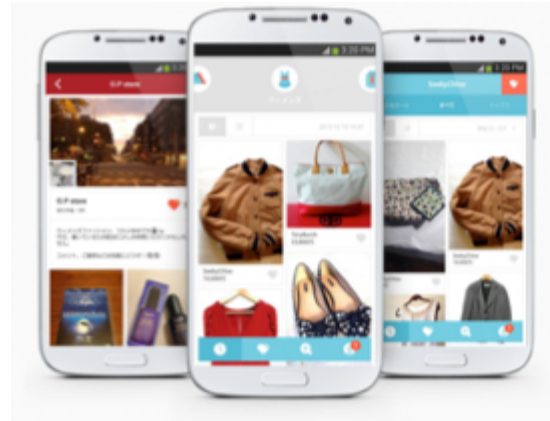
e-book

Anywhere  
Anytime



News/Article

# Social Commerce



# Internet/ Mobile Banking in Thailand



Mobile Banking: **969,977** accounts

Transaction **53** Billion Baht

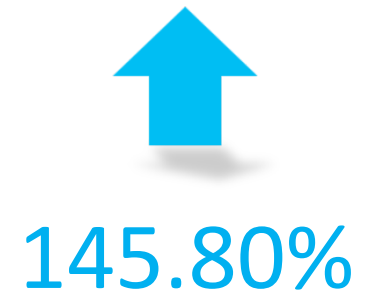
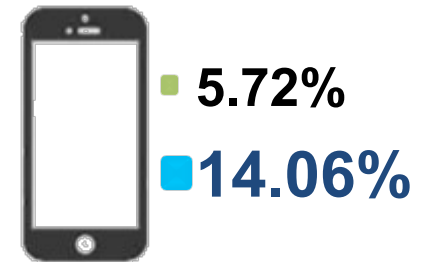
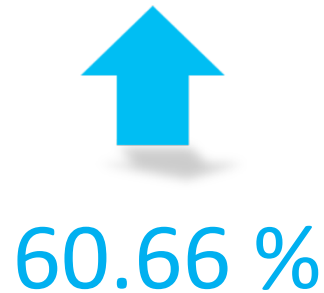
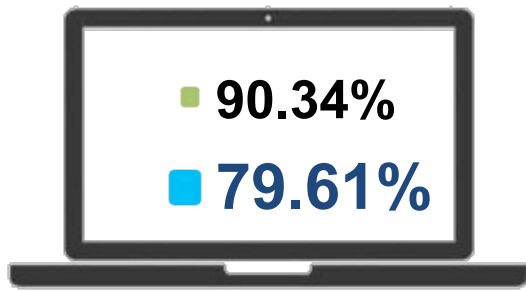
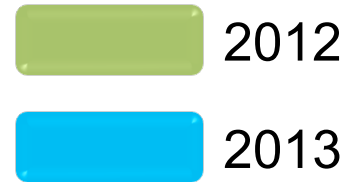
Internet Banking: **7,000,598** accounts

Transaction **1,663** Billion Baht

Source: IMC Institute



# Device Access



Source: PAYSBUY Payment Page



# Possible Payment Trend



## 1. Digital Commerce

- Small value contents
- Digital contents
- Social games
- Content subscription
- Pay anywhere Anytime
- Multi Channel  
(TV, web, mobile, kiosk, IVR)

## 2. Card Acceptance (mPOS)

- Mobile
- NFC
- Bluetooth



## 3. Alternative Payment

- e-wallet
- New Payment



# eMoney trends → Cashless society

- Hybrid model – Network and card base
- Mobile Wallet link with debit/credit card, bank accounts and other wallet.
- Using for micro payment and money transfer – more fast and easily.
- Biometric to authentication ex. Apply pay



## eMoney limitation

- ไม่สามารถใช้ซื้อสินค้า หรือโอนเงินกับร้านค้าต่างประเทศได้
- ยังต้องมีการทำ KYC และ CDD
- มี eMoney หลายประเภท ไม่สามารถให้รวมกันได้
- ผู้ใช้ยังไม่เห็นประโยชน์ในการใช้งาน