

ทำความรู้จักกับ QR Payment (จบ)



ต่อ จากฉบับที่แล้ว



วิษณุศุภร์ เมาระพงษ์

ที่ปรึกษาโครงการธนาคารชุมชนของหน่วยงานภาครัฐ
สังกัดสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา
แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



จาก การสำรวจข้อมูลของ ธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า QR Payment สามารถลดการใช้เงินสด กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย ที่สำคัญยังช่วยลดเวลา และต้นทุนต่างๆ จากเดิมที่ผู้บริโภคต้องกดเงินสดจากตู้ ATM เพื่อชำระสินค้า และบริการร้านค้าก็ต้องนำเงินไปฝากธนาคารอีกต่อ และธนาคารจะต้องนำเงินมาที่ตู้ ATM อีกครั้ง เพื่อรอการเบิกถอนต่อไป ซึ่งธนาคารต้องนำเงินสดมาใส่ตู้ ATM เดือนละ 6-10 ครั้ง ครั้งละไม่เกิน 3 ล้านบาท โดยชั้นเหล่านี้ต้องเสียทั้งเวลา และค่าใช้จ่าย

โดยนับตั้งแต่ที่รัฐบาลเริ่มใช้นโยบาย National e-Payment โดยการกระจายเครื่อง EDC หรือเครื่องรับชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 5 แสน 5 หมื่นเครื่องเพื่อรองรับการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต/เครดิต การเปิดให้บริการระบบ PromptPay จนถึงบริการ QR Payment ด้วยการสร้างรูปแบบข้อมูล และธุรกรรมให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกธนาคาร รวมถึงผู้ให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศ ซึ่งการเป็นสังคมไร้เงินสดจะเกิดประโยชน์มากมาย เช่น การช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรม และการบริหาร

จัดการเงินสด อีกทั้งยังสามารถต่อยอดนวัตกรรมทางการเงินได้หลากหลายในอนาคต ทั้งนี้ จากการประเมินของ VISA พบว่า หากกรุงเทพมหานครสามารถก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้จะเกิดประโยชน์เป็นมูลค่ากว่า 1.25 แสนล้านบาทต่อปี โดยประโยชน์ส่วนใหญ่ตกอยู่กับภาคธุรกิจ

จากการศึกษาของ ESI ThoughtLab ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำกรวิจัยด้านเศรษฐกิจการเงิน และเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง พบว่าการรับชำระ/โอนเงินผ่าน e-Payment จะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจได้ ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วธุรกิจขนาดเล็กจะมียอดขายเพิ่มขึ้นกว่า 17% หลังจากเริ่มรับชำระ/โอนเงินผ่าน e-Payment เนื่องจากธุรกิจเหล่านั้นจะไม่พลาดโอกาสในการขาย หากผู้บริโภคไม่ได้พกเงินสดไว้เพียงพอต่อการซื้อสินค้า และบริการ อีกทั้งธุรกิจบางส่วนยังสามารถขยายตลาดไปยังลูกค้าออนไลน์เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจของตน สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่จะมียอดขายเพิ่มขึ้นกว่า 22% เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่สามารถต่อยอดข้อมูล e-Payment เพื่อ

ทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำเสนอราคา และโปรโมชั่นได้อย่างตรงกลุ่ม อีกทั้งยังสามารถเสนอกลยุทธ์ loyalty program เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการ

การต่อยอด e-Payment เพื่อทำการตลาดนั้นไม่จำกัดอยู่เพียงธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ตัวอย่างเช่น ร้านค้าในจีนที่นิยมให้บริการรับชำระ/โอนเงินผ่านมือถือ เพราะร้านค้าเหล่านั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (customer engagement) ได้โดยการแนะนำให้ลูกค้ากดติดตาม page ของร้านค้า เพื่อให้ร้านค้าสามารถส่งคูปองส่วนลด และโปรโมชั่นต่างๆ ให้กับลูกค้าได้

การใช้ e-Payment แทนเงินสด จะช่วยให้ธุรกิจประหยัดเวลาในการดำเนินการรับ-จ่ายเงิน และประหยัดต้นทุนโดยตรงที่ธุรกิจต้องใช้ในการบริหารเงินสด ไม่ว่าจะเป็นการจ้างพนักงานให้ไปขึ้นเช็ค ฝากเงินสดที่ร้าน ตรวจสอบเงินสด หรือแม้กระทั่งการป้องกันกาโจรกรรม



จากการศึกษาของ VISA พบว่า ในกรุงเทพมหานคร ธุรกิจขนาดกลางถึงใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้ e-Payment ในการรับ-จ่ายเงินมากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก โดยเฉพาะในส่วนของกาจ่ายเงินที่ธุรกิจขนาดเล็กมากกว่าครึ่งยังใช้เงินสด ซึ่งอาจเป็นเพราะธุรกิจเหล่านั้นมีลูกค้าเพียงไม่กี่ราย และส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายวัน ซึ่งคุ้นชินกับการได้รับค่าจ้างเป็นเงินสดมากกว่า ซึ่งหากกาดำเนินการดังกล่าวใช้ระบบ e-Payment ก็จะช่วยประหยัดทั้งเวลา และต้นทุนของธุรกิจในการดูแลเงินสดให้กับธุรกิจได้

สำหรับร้านค้า การรับชำระเงินด้วย QR Code มีต้นทุนที่ต่ำกว่าเครื่อง EDC ที่ใช้รับชำระสำหรับบัตรเครดิต/เดบิต เนื่องจากการใช้เครื่อง EDC จะต้องมีกาติดตั้งเครื่อง และระบบ อีกทั้งยังมีค่าธรรมเนียม 1.5-3.5% ที่จะภาระในฝั่งของผู้ขาย ในขณะที่การรับชำระผ่าน QR Code นั้นเป็นการชำระเงินผ่าน Smart Phone โดยผูกกับบัญชีหรือระบบ PromptPay ซึ่งจะไม่มีความเสี่ยงหากโอนเงินไม่เกิน 5,000 บาท อีกทั้งธนาคาร และผู้ให้บริการอื่นๆ ต่างแข่งขันเพื่อให้บัญชีของตนเป็นบัญชีหลักของร้านค้า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จึงยังไม่คิดค่าธรรมเนียมกับร้านค้า และทำให้ร้านค้าไม่จำเป็นต้องกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำกับผู้ใช้บริการอย่างในกรณีของบัตรเครดิต

นอกจากนี้ผู้ให้บริการยังมีบริการแจ้งเตือนร้านค้าเมื่อมีเงินเข้ามาในบัญชี โดยไม่คิดค่าใช้จายรายเดือน ซึ่งช่วยสร้างความสะดวกสบายให้กับกาการรับเงินผ่าน QR Code ด้านผู้บริโภคก็มีแนวโน้มจะใช้ QR Code มากขึ้น ตามจำนวนกาผูกบัญชีหรือระบบ PromptPay ที่มีมากขึ้น และแนวโน้มกาใช้งานที่แพร่หลายมากขึ้น อีกทั้งผู้ให้บริการทั้งธนาคาร และผู้ให้บริการการเงิน และธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ต่างผลักดันให้ผู้บริโภคใช้บริการของตนอย่างเต็มที่ด้วยโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การได้รับเงินคืนเมื่อจายผ่าน QR Code หรือส่วนลดต่างๆ

e-Payment นั้น มักจะมีการเติบโตควบคู่ไปกับ e-Commerce เพราะ e-Payment ทำให้การซื้อสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว และสะดวกสบาย อย่างเช่น ในกรณีของจีนที่สามารถเปลี่ยนเป็นสังคมไร้เงินสดได้ภายใน 2 ปี โดยมีจุดเริ่มต้นจากความนิยมในการใช้ e-Wallet อย่าง Alipay และ Wechatpay เพื่อซื้อสินค้าออนไลน์

หลังจากที่ผู้บริโภคมี e-Wallet อย่างแพร่หลาย ก็ส่งผลให้ร้านค้าออนไลน์จำนวนมากหันมารองรับกาใช้จายผ่าน QR Code เพื่อเพิ่มยอดขาย สำหรับประเทศไทย มูลค่าตลาด e-Commerce ที่มีแนวโน้มเติบโตได้กว่า 13% ต่อปี ในช่วง 4 ปีข้างหน้า จากระดับ 6 หมื่นล้านบาทในปี 2017 สู่มูลค่าตลาดราว 1 แสนล้านบาทภายในปี 2021 ก็จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคมีความคุ้นชินกับ e-Payment มากขึ้น

อย่างไรก็ตามคนไทยกว่า 39% ยังนิยมกาชำระเงินแบบเก็บเงินปลายทาง (Cash on Delivery: COD) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศจีนที่มีเพียง 8% ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้เป็นความท้าทายสำคัญต่อการเติบโตของ e-Payment ผ่าน e-Commerce หากในอนาคตผู้บริโภคสามารถชำระเงินปลายทาง (COD) ด้วย QR code ได้ ก็จะช่วยลดต้นทุนให้กับธุรกิจ e-Commerce เนื่องจากความปลอดภัยที่มากกว่าการเก็บเงินสด อีกทั้งยังไม่ต้องจำกัดจำนวนเงินเมื่อพนักงานมาส่งสินค้า เพียงแค่สแกน QR Code รับชำระเงินตรงไปที่ผู้ขายได้ในทันที

จากกรณีศึกษาของจีน และอินเดีย พบว่ากาที่ผู้คนหันมาใช้ e-Payment มากขึ้นจะเป็นการสร้างฐานข้อมูลด้านกาการเงินของเหล่า SMEs และบุคคลทั่วไป ทั้งข้อมูลด้านจำนวนเงินที่หมุนเวียนในบัญชี ประเภทของกาใช้จาย ช่วงเวลาที่มีเงินเข้า-ออก และอื่นๆ ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดได้เป็น credit scoring หรือข้อมูลด้านเครดิตที่สถาบันการเงินสามารถนำมาประกอบการพิจารณาในการให้สินเชื่อ รวมทั้งยังนำไปสู่กาแนะนำเสนอบริกาทางการเงินรูปแบบอื่นๆ ที่หากสามารถเข้าถึงประชาชน และธุรกิจได้เป็นวงกว้าง ก็จะเป็นกาช่วยพัฒนา และกระตุ้นระบบเศรษฐกิจ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญมาช่วยธุรกิจในการวางแผนทางการเงิน รวมถึงกาเข้าถึงข้อมูลพฤติกรรมกาใช้จายของประชาชน ส่งผลให้รัฐบาลสามารถกำหนดนโยบายช่วยเหลือที่ถูกต้อง และตรงจุดในระยะต่อไปได้

ในอนาคต QR Payment จะเป็นหนึ่งในบริการชำระเงินที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดกาทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวม และกาพัฒนาเทคโนโลยี Fintech ที่มีความก้าวหน้า และทันสมัยมากยิ่งขึ้นในอนาคตอันใกล้ เราอาจจะได้เห็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงกาใช้ชีวิตประจำวันไปโดยสิ้นเชิง



ข้อมูลอ้างอิง:

www.tba.or.th (สมาคมธนาคารไทย : THE THAI BANKERS ASSOCIATION)

www.scbeic.com www.esithoughtlab.com