

โมบายแบงกิ้ง.. เบียดสาขาแบงก์สูญพันธุ์



ประเทศไทย (ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส) เปิดเผยถึงผลสำรวจ The Future Shape of Banking : Time for reformation of Banking and bank? ว่าภายในปี 2568-2573 ธนาคารพาณิชย์แบบดั้งเดิม (Traditional bank) ที่เปิดให้ทำธุรกรรมผ่านสาขาเป็นหลักอาจหายไปจากระบบ เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทิศทางของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในอนาคต นอกจากนี้อุปสรรคการเข้าสู่อุตสาหกรรม (Barriers to entry) ในหมู่ผู้ประกอบการ Non-banks ยังมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง

“อุปสรรคสำคัญของกลุ่มแบงก์ในโลกอนาคตอยู่ที่การปรับตัวโดยมีปัจจัย 3 อย่างเป็นตัวกำหนด ได้แก่ เทคโนโลยี พฤติกรรมลูกค้า และกฎระเบียบข้อบังคับ นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking) และออนไลน์แพลตฟอร์มทำให้ปริมาณการใช้บริการ

ผ่านสาขาของธนาคารค่อยๆ ลดลง รวมถึง การเข้ามาของธุรกิจสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ทำให้แบงก์พาณิชย์ดั้งเดิมต้องเร่งพัฒนาตัวเอง หากต้องการอยู่รอด” นายบุญเลิศกล่าว

ตัวอย่างการเข้ามาในอุตสาหกรรมของธุรกิจสถาบันการเงินที่มีธนาคาร เช่น

Google ที่มีรายได้หลักจากการโฆษณาออนไลน์ที่ปรากฏในเสิร์ชเอนจิน, Alibaba เว็บไซต์ขายส่งที่ใหญ่ที่สุดในโลก แม้กระทั่ง Facebook รวมไปถึงผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น

รายงานระบุว่า ระบบการชำระเงินและธุรกรรมการปล่อยสินเชื่อของตลาดเกิดใหม่ในบางประเทศ เช่น แอฟริกา ได้ฉีกไป

PwC คาดภายใน 10 ปี สาขาแบงก์แบบดั้งเดิมทั่วโลก อาจ “สูญพันธุ์” เหตุโมบายแบงกิ้ง-ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank entrant) เข้ามาแทนที่ หลังตอบโทย์ลูกค้ายุคดิจิทัลมากกว่า เหตุสะดวก รวดเร็ว

นายบุญเลิศ กมลชนกกุล หัวหน้าสายงานตรวจสอบบัญชี และหัวหน้าสายงานธุรกิจการเงินและการธนาคาร บริษัท PwC

จากโครงสร้างธนาคารแบบเก่า โดยมีผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่าง Vodafone เป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ เช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร ที่มีการใช้ Mobile banking กันอย่างแพร่หลายหลังจากมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมแบบไร้สายและบรอดแบนด์สร้างความท้าทายในการดำเนินธุรกิจสาขาของธนาคารแบบดั้งเดิมเพราะผู้บริโภคหันมาใช้บริการธนาคารมือถือมากขึ้น

“ส่วนของเอเชียเราจะเห็นว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สัดส่วนการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเงินสด หรือหน้าเคาน์เตอร์สาขาเริ่มลดลงโดยเฉพาะประเทศที่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ เช่น ฮองกง และ เกาหลีใต้ หันมาทำธุรกรรมผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์และชำระเงินผ่านมือถือกันมาก” นายบุญเลิศกล่าว

“อนาคตเราจะเห็นบริการของแบงก์กระจายไปตามช่องทางต่างๆ ที่เทคโนโลยีสามารถเข้าถึง ฉะนั้นคำถามสำคัญสำหรับแบงก์ที่ทำธุรกิจแบบเดิมๆ ต้องตอบโจทย์ คือ จะเดินเกมอย่างไร ลงทุนมากน้อยแค่ไหน ถึงจะเพียงพอต่อการรักษาฐานลูกค้า และไม่เสียลูกค้าให้แก่คู่แข่งรายใหม่ที่กำลังเข้ามา” เขากล่าว

ปัจจุบันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมลดลงทำให้เกิดผู้เล่นและช่องทางในการทำธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น สาขาของธนาคารและตู้เอทีเอ็มก็ถูกแทนที่ด้วยสมาร์ทโฟน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้เองยังทำให้ลูกค้าโยกย้ายการใช้บริการจากธนาคารหนึ่งไปยังผู้ให้บริการรายอื่นได้ง่ายขึ้นและค่าธรรมเนียมถูกกว่าเดิม

อย่างไรก็ดีแบรนด์และความเชื่อถือของลูกค้ายังคงเป็นหัวใจสำคัญที่สร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นสิ่งลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกับธนาคารแบบดั้งเดิม โดยธนาคารที่แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ การรักษาความปลอดภัย และคุณภาพที่ได้รับ จะสามารถรักษาดัชนีฐานลูกค้าของได้ดีกว่ารายที่แบรนด์ไม่แข็งแกร่ง

ส่วนหน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจธนาคารทั่วโลก ต้องมุ่งไปที่การกำหนดนโยบายและกฎระเบียบในการกำกับดูแลธนาคาร

และธุรกิจธนาคารรูปแบบใหม่อย่างรอบคอบ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยไม่คำนึงแค่เพียงการออกมาตรการเชิงกลยุทธ์หรือสอดคล้องกับผลประโยชน์ทางการเมือง และทฤษฎี Too big to fail (สถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่ภาครัฐไม่สามารถปล่อยให้ล้มได้ เนื่องจากการล้มของสถาบันการเงินดังกล่าว จะทำให้เกิดความเสียหายอย่างมหาศาล) เพียงอย่างเดียว

สำหรับธุรกิจธนาคารในประเทศไทยนั้นเชื่อว่าอนาคตธนาคารแบบดั้งเดิมที่เปิดให้ทำธุรกรรมผ่านสาขาจะค่อยๆ สูญหายไปจากระบบ แม้ปัจจุบันระบบโทรคมนาคม โครงสร้างบรอดแบนด์และระบบไร้สายของไทยจะยังไม่เอื้ออำนวยต่อการบริการธนาคารมือถือมากนักก็ตาม ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าปัจจุบันประชากรไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพียง 18.3 ล้านคน หรือคิดเป็น 28% ของประชากรทั้งหมด ถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สิงคโปร์ ที่ประชากรเกินครึ่งประเทศเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทำให้การทำธุรกรรมออนไลน์เป็นที่นิยมแพร่หลาย

เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนของไทยพบว่า มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลของเทเลเนอร์ก룹พบว่า ปัจจุบันคนไทยมีอัตราการใช้สมาร์ทโฟนอยู่ในระดับต่ำที่ 36% แต่ของไทยกำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคของเจนวาย (Generation Y) ซึ่งคนกลุ่มนี้มีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรทั้งประเทศ และเป็นคนรุ่นใหม่ที่สนใจเทคโนโลยี หลงใหลโมบายล์แอปพลิเคชันจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ดังนั้น จึงเชื่อว่าอนาคตการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือของไทยจะเพิ่มขึ้น แม้ปัจจุบันปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือจะมีสัดส่วนเพียง 6% ก็ตาม

“ปัจจุบันปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือของไทย ยังมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในความปลอดภัย และนิยมที่จะทำธุรกรรมผ่านทางสาขามากกว่า หน่วยงานกำกับจำเป็นต้องปรับปรุงกฎเกณฑ์การกำกับดูแลผู้ให้บริการโหมบายแบงก์ให้มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในระบบ” นายบุญเลิศกล่าว

นายบุญเลิศกล่าวทิ้งท้ายว่า บริการธุรกรรมการเงินผ่านทางมือถือ นอกจากจะสะดวก รวดเร็ว และตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่แล้ว ยังช่วยให้ประชาชนในเขตห่างไกล เข้าถึงบริการของธนาคารพาณิชย์ได้สะดวกมากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบโทรคมนาคม และโครงข่ายอินเทอร์เน็ตภายในประเทศให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และเพื่อให้ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน