

# COVID-19

## เร่งพฤติกรรมผู้ใช้ธนาคารดิจิทัล



รายงาน Fintech and Digital Banking 2025 ของ Backbase และ IDC สํารวจพบคนส่วนมากในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกพร้อมใช้งานธนาคารดิจิทัลโดยลูกค้ากว่า 3 ใน 5 (63%) พร้อมเปลี่ยนไปใช้บริการทางการเงินรูปแบบใหม่ และธนาคารผู้ท้าชิงรายใหม่ๆ (neobank และ challenger bank) ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยจะมีผู้เล่นใหม่เกิดขึ้นกว่า 100 รายในภูมิภาคนี้

การแพร่ระบาดของไวรัสอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนได้นำมาสู่การทบทวนความพร้อมในแวดวงธนาคารดิจิทัล ซึ่งลูกค้าธนาคารในเอเชียแปซิฟิกส่วนใหญ่ (70%) มองว่า ขั้นตอนต่างๆ ในการทำธุรกรรมธนาคารยังคงซ้ำซาก โดยผู้ให้บริการธนาคารรายเดิมยังยึดติดระบบเก่า (legacy system) และไม่สนใจบูรณาการเพื่อมุ่งให้บริการด้วยดิจิทัลเป็นสิ่งแรก (digital-first) ทำให้มีเพียงแค่ 30% ของลูกค้าในภูมิภาคนี้ที่ใช้งานธนาคารผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นประจำ

แต่ทุกวันนี้ผู้ให้บริการธนาคารรายเดิมต้องเผชิญกับความจำเป็นเร่งด่วน เพื่อหันมาเน้นการให้บริการทางดิจิทัลเป็นสิ่งแรกจากความต้องการของลูกค้าที่สูงขึ้นด้านความพร้อมใช้งาน การเข้าถึง และการทำธุรกรรมผ่านช่องทางดิจิทัล โดยธนาคารต่างๆ ในประเทศไทยกำลังเตรียมความพร้อมย้ายการประมวลผลกว่า 50% ขึ้นสู่ระบบคลาวด์สาธารณะภายในอีก 5 ปีข้างหน้า เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น

## มุ่งสู่ Digital-First

รายงานพบว่า ผู้ให้บริการธนาคารรายเดิมๆ ไม่สามารถสร้างประโยชน์และดึงศักยภาพจากการสร้างพันธมิตรในระบบนิเวศได้ เนื่องจากยังคงมีมุมมองแบบเกต่อห่วงโซ่คุณค่า โดยร้อยละ 80 ของธนาคารชั้นนำ 250 แห่งในเอเชียแปซิฟิกยังคงต้องการเป็นเจ้าของห่วงโซ่คุณค่าของการธนาคารทั้งหมด และมีสัดส่วนของธุรกิจจากผู้ให้บริการภายนอก (third party) เพียง 2% ในขณะเดียวกัน อายุเฉลี่ยของระบบธนาคารหลักที่ตกทอดมา (legacy core banking system) ของธนาคาร 100 อันดับแรกในภูมิภาคอยู่ที่ 17.5 ปี ซึ่งนับว่าล่าช้าหลังจากเศรษฐกิจดิจิทัลที่กำลังพัฒนาอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

อีกด้านหนึ่ง ผู้ให้บริการธนาคารรูปแบบใหม่ และผู้ทำซิงดิจิทัลกว่า 35 รายทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้ก่อตั้งขึ้นด้วยแนวปฏิบัติที่ส่งเสริมนวัตกรรมและความคล่องตัว และได้เปรียบเหนือผู้เล่นรายเดิมอย่างมากในแง่ของความยืดหยุ่น การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การออกแบบบริการให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมด้วยตนเอง รวมถึงการออกแบบบริการเฉพาะสำหรับบุคคล ดังนั้นการเกิดขึ้นของผู้เล่นรายใหม่และดิจิทัลดิสรพ์ชันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรม จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ให้บริการธนาคารแบบดั้งเดิมถึง 38% ภายในปี 2568

สำหรับประเทศไทย ภายใน 5 ปีข้างหน้า 7% ของมูลค่าธุรกิจสำหรับกลุ่มลูกค้ารายย่อยของธนาคารชั้นนำในไทย จะดำเนินการโดยพันธมิตรของธนาคารเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันที่มีน้อยกว่า 2% และมีธนาคารไทยหลายแห่งกำลังหาพันธมิตรเพื่อสร้างบริการที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ โดยหวังจะสร้างคุณค่าจากจำนวนผู้ใช้งานในระบบนิเวศที่สูงขึ้น (network effect) เพื่อเร่งเติบโตอย่างรวดเร็วผ่านเครือข่ายเปิด และการผลักดันความร่วมมือโดยใช้ API

## ลงทุนเชิงกลยุทธ์

ในขณะที่อุตสาหกรรมธนาคารกำลังอยู่ในช่วงเวลาของการมุ่งสู่การเป็นดิจิทัลเป็นสิ่งแรกนั้น รายงานพบว่า ธนาคารในเอเชียแปซิฟิกจะต้องนำศักยภาพของการออกแบบบริการส่วนบุคคลมาปรับใช้ในระดับที่กว้างขึ้น มุ่งตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น และเน้นความสำคัญของแพลตฟอร์มมากขึ้น

จุดสนใจหลักจะอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล และการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้งาน โดยภายในปี 2568 ร้อยละ 44 ของธนาคารชั้นนำ 250 แห่งทั่วภูมิภาคจะเปลี่ยนผ่านไปสู่ **“ระบบหลักที่เชื่อมต่อกัน” (connected core)** เป็นผลสำเร็จและจะทำงานอยู่บนระบบแพลตฟอร์มและองค์ประกอบที่ทันสมัย พร้อมทั้งเปิดใช้งาน API ได้ และธนาคารกว่าร้อยละ 48 ในเอเชียแปซิฟิกยังคาดว่า จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี AI หรือการเรียนรู้ของระบบ (machine learning หรือ ML) เพื่อใช้ประมวลข้อมูล และขับเคลื่อนการตัดสินใจต่างๆ ได้อีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลสร้างประโยชน์มากมายแก่ระบบหลักของธนาคาร เช่น การส่งมอบผลิตภัณฑ์ บริการ และให้ข้อมูลอย่างฉับพลันแก่ลูกค้าธนาคารรายย่อย เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้กระบวนการอัตโนมัติเพื่อลดต้นทุนการดำเนินการ และให้บริการลูกค้าองค์กรได้ดีขึ้น **ท้ายที่สุดเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการเรียนรู้ของระบบ (AI และ ML) จะสามารถนำความเฉลียวฉลาดมาใช้ในการตัดสินใจต่างๆ เพื่อบริหารความมั่งคั่งและเพิ่มประสิทธิภาพได้ โดยธนาคารรายใหญ่ 8 แห่งในไทยกำลังเร่งเพิ่มการลงทุน 50% เพื่อขยายสู่ธุรกิจบริหารความมั่งคั่ง**

ไทยมีศักยภาพที่จะก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านการธนาคารยุคใหม่ เนื่องจากธนาคารและบริษัทฟินเทคในประเทศมีความสามารถทางดิจิทัลที่พร้อมทำซ้ำและขยายธุรกิจได้ (repeatable & scalable) ในขณะที่เดียวกันคนไทยก็เปิดรับเทคโนโลยี ทั้งการชำระเงินและการยืนยันตัวตนผ่านดิจิทัล หรือการผนวกโซเชี่ยลมีเดียเข้ากับธุรกรรมต่างๆ ที่เติบโตสูงเป็นประวัติการณ์ การบูรณาการธนาคารผ่านกลยุทธ์ที่เน้นดิจิทัลเป็นสิ่งแรก (digital-first) เข้ากับสถาปัตยกรรมระบบสมัยใหม่ที่พัฒนาอย่างแยกส่วน (modular) ประกอบกับความร่วมมือกับบริษัทฟินเทคต่างๆ จะทำให้ธนาคารสามารถเสนอบริการที่แตกต่างและตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างไม่มีใครเหมือน

แพลตฟอร์มธนาคารที่เน้นดิจิทัลเป็นสิ่งแรก (digital-first banking platform) ของ Backbase ช่วยให้ลูกค้าธนาคารได้รับประสบการณ์ไร้รอยต่อ ผสานข้อมูลและการเรียกใช้งานของระบบธนาคารหลักและของพันธมิตรนวัตกรรมด้านฟินเทคเข้าด้วยกัน เชื่ออย่างยิ่งว่า ธนาคารจะต้องมุ่งพัฒนาและส่งเสริมประสบการณ์ดิจิทัลที่เหนือชั้นเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้เท่าทันคู่แข่งรายใหม่ และเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันมีสถาบันการเงินขนาดใหญ่กว่า 100 แห่งทั่วโลกที่ใช้งานแพลตฟอร์มธนาคารที่บูรณาการทุกช่องทาง (omni-channel) และเน้นดิจิทัลเป็นสิ่งแรก (digital-first) ของ Backbase เช่น ABN AMRO, AIB, Barclays, Banamex, BankUnited, BNP Paribas, Central 1, Citibank, Citizens Bank, CheBanca!, HDFC, Hiscox, IDFC First, KeyBank, Lloyds Banking Group, Metrobank, Navy Federal Credit Union, PostFinance, RBC, Societe Generale และ Westpac

การศึกษาครั้งนี้จัดทำจากข้อมูล IDC Financial Insights เกี่ยวกับกลยุทธ์ธนาคารดิจิทัลจากธนาคาร 55 แห่งใน 6 ตลาดหลักของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ออสเตรเลีย อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย เวียดนาม) ธนาคารผู้ทำชิง 20 แห่ง และผู้เล่นที่ดิสรูปต์วงการฟินเทค 40 แห่ง โดยดำเนินการศึกษาระหว่างไตรมาส 4 ปี 2562 ถึงไตรมาส 1 ปี 2563 และ IDC ยังอ้างอิงถึงรายงานด้านธนาคารดิจิทัลในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เพื่อเข้าใจวิวัฒนาการของกลยุทธ์ธนาคารดิจิทัล

ทั้งนี้การแข่งขันมุ่งเป็นผู้ให้บริการด้วยดิจิทัลเป็นหลัก (digital-first) ในเอเชียแปซิฟิกพุ่งสูงหลังความต้องการผู้บริโภคเปลี่ยนเนื่องจากโควิด-19 และอาจกระทบรายได้กว่า 38% ของธนาคารรูปแบบเดิมในอีก 5 ปีข้างหน้า ขณะที่การประมวลผลดิจิทัลของภาคการธนาคารไทยเกินกว่าครึ่งจะทำผ่านระบบคลาวด์สาธารณะภายในปี 2568 โดยคาดว่า ธนาคารใหญ่ 8 แห่งในไทยเล็งขยายการลงทุนสู่ธุรกิจบริหารความมั่งคั่งเพิ่ม 50%

ที่มา : Forbes Thailand 10 ส.ค. 63