

ไขพฤติกรรมผู้บริโภค สู่หนทางการพัฒนาบริการทางการเงินในอนาคต

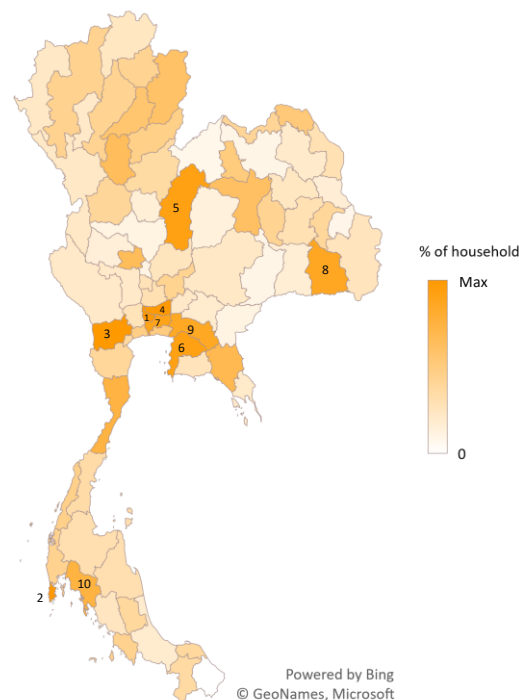
การพัฒนาทางเทคโนโลยี ความครอบคลุมของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการพัฒนา Financial Technology (FinTech) ทั้งจากผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและมีใช้สถาบันการเงิน ทำให้บริการทางการเงินสามารถครอบคลุมผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย และมีต้นทุนทางการเงินที่ลดลง จากการสำรวจภาคสนามเกี่ยวกับการใช้งาน FinTech วิจัยกรุงศรีพบว่า การใช้บริการทางการเงินผ่านธนาคารยังคงเป็นช่องทางหลักของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมีการใช้บริการ FinTech เสริมกับการใช้บริการทางการเงินในช่องทางอื่น ดังนั้นผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในอนาคตจำต้องมีรูปแบบการใช้งานที่ง่าย รวดเร็ว และมีค่าบริการต่ำ ผ่านการแทรกการให้บริการเข้าไปในช่องทางต่าง ๆ เช่น ช่องทางซื้อขายออนไลน์ แอปพลิเคชันการส่งข้อความ ซึ่งผู้บริโภคใช้งานอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology) หรือ FinTech มีบทบาทที่สำคัญในการเพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงิน (Financial inclusion) ในหลายพื้นที่ของโลก โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยได้รับบริการ (Unbanked) รวมถึงผู้ที่ได้รับบริการแต่ไม่ครอบคลุม (Underbanked) เนื่องจากนวัตกรรมทางการเงินที่เกิดขึ้นทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการทางการเงินลดต่ำลง จากการศึกษาของธนาคารโลกพบว่า ในระหว่างปี 2014-2017 มีประชากรในประเทศกำลังพัฒนาสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินจากสถาบันการเงินได้มากขึ้นสะท้อนผ่านจำนวนประชากรที่มีบัญชีกับสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 62 เป็นร้อยละ 69 ของประชากรทั้งหมด^{1/} โดยเฉพาะการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านความร่วมมือระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ให้บริการที่มีใช้สถาบันการเงิน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคม (Mobile Money Providers)

FinTech ช่วยเพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่ผู้บริโภค เนื่องจากช่วยลดช่องว่างที่สถาบันการเงินในปัจจุบันไม่สามารถทำได้ โดยปัญหาดังกล่าวสะท้อนจากการศึกษาของวิจัยกรุงศรีในปี 2559 ที่พบว่า หากผู้บริโภคเป็นผู้มีรายได้ต่ำ มีความรู้ต่ำ และอยู่ในที่ห่างไกล จะมีโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงินถึงร้อยละ 53^{2/} นอกจากนั้นยังพบว่า ราคาของบริการทางการเงินที่ผู้มีรายได้ต่ำแบกรับมีสัดส่วนมากกว่าผู้มีรายได้มาก^{3/}

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนในปี 2561 พบว่า ประชากรที่ใช้บริการทางการเงินผ่าน FinTech (นับเฉพาะการใช้บริการทางการเงินผ่าน QR payment PromptPay และ Mobile banking) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อการชำระเงินและโอนเงิน (เฉลี่ยร้อยละ 7 และ 6 ของประชากรในแต่ละจังหวัด ตามลำดับ) ในขณะที่การใช้บริการทางการเงินด้านอื่น ๆ เช่น การออมเงิน และการกู้ยืมเงิน ยังมีสัดส่วนไม่มากนัก (เฉลี่ยร้อยละ 2 และ 1 ของประชากรในแต่ละจังหวัด ตามลำดับ) โดยผู้บริโภคนิยมใช้งานผ่าน Mobile banking และ PromptPay มากที่สุด หากพิจารณาการใช้ FinTech รายพื้นที่ พบว่า ภาคกลางและภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ที่มีสัดส่วนประชากรใช้งาน FinTech สูงที่สุด โดยเฉพาะในบริเวณใกล้เคียงกรุงเทพมหานคร เช่น นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ราชบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี จันทบุรี (ภาพที่ 1 และ 2)

Figure 1: The Ratio of Household Using Fintech in Each Province in Thailand



Rank	Province	Ratio	Rank	Province	Ratio
1	Nonthaburi	31	6	Chonburi	18
2	Phuket	26	7	Bangkok	18
3	Ratchaburi	23	8	Sisaket	17
4	Pathum Thani	23	9	Chachoengsao	17
5	Phetchabun	18	10	Krabi	15

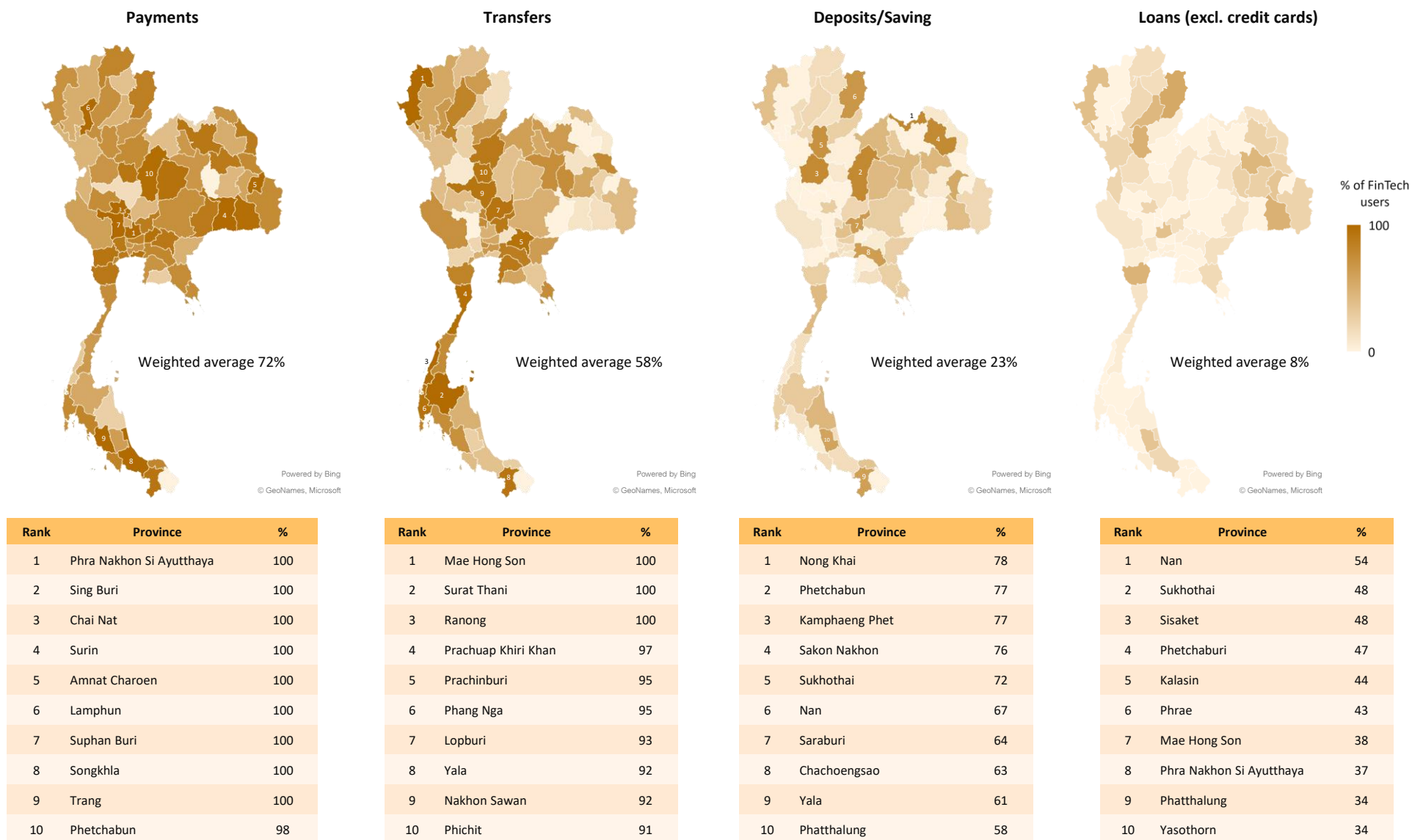
Source: NSO's SES, Krungsri Research

1/ ข้อมูลจาก The Global Findex Database 2017, ธนาคารโลก

2/ คำนวณจาก Logistic model โดยอ้างอิงบริการทางการเงินพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ บริการโอนเงิน การชำระเงิน เงินฝาก และเงินกู้ และใช้ข้อมูลจากรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2559 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

3/ ราคาสุทธิของบริการทางการเงิน คำนวณจากส่วนต่างระหว่างค่าใช้จ่ายกับรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการเงินต่อผลรวมของสินทรัพย์และหนี้สิน โดยใช้ข้อมูลจากรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2559 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

Figure 2: Percentage of Households Using FinTech Services, by Province



Note: Weighted average is weighted according to the number of households in each province.
Source: NSO's SES, Krungsri Research

เจาะลึกพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินของผู้บริโภค

วิจัยกรุงศรีได้สำรวจภาคสนามเกี่ยวกับการใช้ FinTech (FinTech adoption survey) เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการใช้ FinTech เช่น การใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ทักษะคิด และความรู้ทางการเงิน การสำรวจทำในช่วงเดือนกรกฎาคม 2561 ถึงกุมภาพันธ์ 2562 ครอบคลุม 6 จังหวัด ประกอบด้วย นนทบุรี สมุทรสาคร ราชบุรี ลพบุรี ชลบุรี และฉะเชิงเทรา โดยได้รับความอนุเคราะห์จากสำนักงานสถิติแห่งชาติในการเลือกสุ่มพื้นที่ที่ใช้ในการสำรวจและมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 583 ราย โดยการศึกษาในครั้งนี้ ครอบคลุมทั้งผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินและผู้ให้บริการที่มีชื่อสถาบันการเงิน ซึ่งประกอบด้วย (1) ธนาคารพาณิชย์ (2) สถาบันการเงินอื่น (3) การใช้ Online/mobile banking (4) การใช้บริการทางการเงินผ่าน Tech company ซึ่งรวมถึงบริษัทเทคโนโลยี บริษัทโทรคมนาคม (Telco) และธุรกิจ e-commerce ที่ให้บริการชำระเงิน หรือ (5) การใช้บริการทางการเงินจาก FinTech startups เช่น AirPay และบุญเติม เป็นต้น และ (6) ผู้ให้บริการทางการเงินนอกระบบ

● การใช้บริการทางการเงินผ่านสาขาธนาคารยังคงเป็นช่องทางหลักที่ผู้บริโภคเลือกใช้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงใช้บริการทางการเงินผ่านสาขาธนาคาร (ร้อยละ 85 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) รองลงมาคือ การใช้บริการจากสถาบันการเงินอื่น ๆ อาทิ โรงรับจำนำ สหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทประกันภัยบริษัทเช่าซื้อ หรือบริษัทสินเชื่อส่วนบุคคล (ร้อยละ 41) (ภาพที่ 3) อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในการใช้ FinTech ผ่านผู้ให้บริการต่าง ๆ โดยมีสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 54 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่เคยใช้บริการ FinTech ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (ภาพที่ 4)

● ผู้บริโภคมักเริ่มทดลองใช้งาน FinTech จากผู้ให้บริการที่ไว้วางใจหรือผ่านช่องทางที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม นิยมใช้บริการหลายรายร่วมกัน หากพิจารณาตามประเภทของผู้ให้บริการจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ FinTech จากผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินผ่าน Online/Mobile banking มากที่สุด (ร้อยละ 65 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ Fintech) เนื่องจากเป็นผู้ให้บริการทางการเงินผ่านธนาคารอยู่แล้ว การใช้ Online/Mobile banking จึงเป็นส่วนเสริมที่ช่วยให้ได้รับบริการทางการเงินที่สะดวกสบาย ต้นทุนต่ำ และรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามยังมีพฤติกรรมการใช้ FinTech จากผู้ให้บริการที่เป็นบริษัทโทรคมนาคมหรือบริษัทค้าปลีก (Tech company) เช่น True money หรือการชำระเงินผ่าน e-Wallet ของ 7-11 อีกด้วย ในขณะที่เริ่มมีการใช้บริการทางการเงินผ่าน FinTech startup ด้วยเช่นกัน อาทิ AirPay หรือ BluePay

Figure 3: The Ratio of Using Financial Services Channels

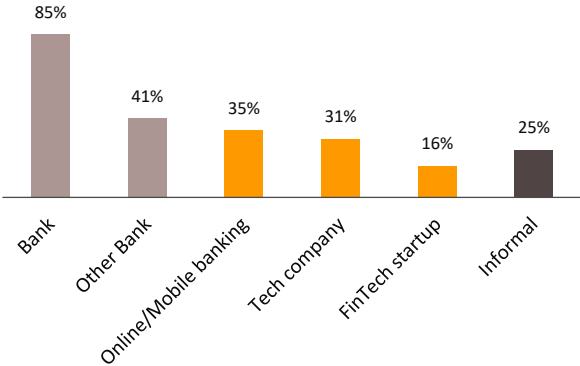
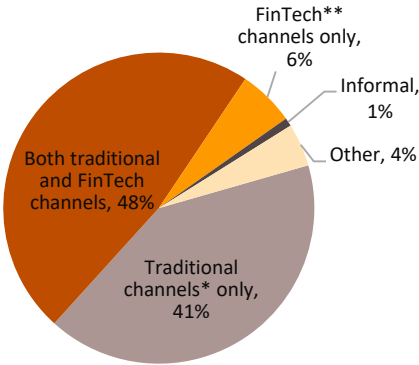


Figure 4: The Ratio of Household Using Traditional and FinTech Channels



* Traditional channels include banks and other financial institutions.
** FinTech channels include online/mobile banking and other financial technology services provided by Tech companies or FinTech startups.

Figure 5: Number of Financial Channels that Respondents Used Divided by Service Providers

		Service providers					
		Bank	Other bank	Online/ Mobile banking	Tech company	FinTech startup	Informal
Number of channels	1						
	2						
	3						
	4						
	5						
	6						
Number of respondents		495	240	204	178	95	145



ผู้บริโภคที่ใช้บริการ FinTech มักเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการที่หลากหลายร่วมกัน นอกเหนือจากผู้ให้บริการหลักที่เป็นสถาบันการเงิน จากการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ FinTech มักนิยมใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ร่วมกัน 3-4 ช่องทาง เช่น ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินอื่น ๆ ผู้ให้บริการโทรคมนาคม ร้านค้าปลีก ผู้ให้บริการ FinTech แบบเฉพาะทาง เป็นต้น ในขณะที่ผู้ใช้บริการทางการเงินที่ไม่ใช้ FinTech ส่วนใหญ่พึ่งพาผู้ให้บริการทางการเงินเพียง 1 ช่องทาง ซึ่งอาจเป็นธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินอื่น ๆ หรือแหล่งบริการทางการเงินนอกระบบ (ภาพที่ 5) จะเห็นได้ว่า การให้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง FinTech ช่วยลดต้นทุนในการใช้บริการทางการเงินจากผู้ให้บริการหลายแห่งในเวลาเดียวกัน การเข้ามาของ FinTech จึงเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคจากที่เคยชินกับใช้บริการทางการเงินจากผู้ให้บริการทางการเงินหลักเพียงรายเดียวไปสู่การเปรียบเทียบตัวเลือกก่อนการตัดสินใจ

- **การใช้บริการทางการเงินผ่าน FinTech ส่วนใหญ่ ยังคงใช้เพื่อการชำระเงินและโอนเงิน ในขณะที่บริการทางการเงินที่ซับซ้อนขึ้นมักทำผ่านสาขาหรือตัวแทน** การใช้บริการทางการเงินผ่าน FinTech ส่วนใหญ่ยังจำกัดอยู่ในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ไม่ซับซ้อน (ภาพที่ 6) โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ FinTech ในการโอนเงินและชำระเงินเป็นสำคัญ และนิยมโอนเงินผ่านช่องทาง Online Banking นอกจากนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่โอนเงินผ่านช่องทาง Online มีการความถี่ในการโอนเงินต่อวันหรือต่อสัปดาห์มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช้ FinTech

Figure 6: Percentage of Respondents Using Financial Products Divided by Service Providers

		Service providers					
		Bank	Other bank	Online/Mobile	Tech company	FinTech startup	Informal
Financial products	Transfer/Payment						
	Deposit/Investment						
	Loan						
	Insurance						
	Personal finance						
Number of respondents		495	240	204	178	95	145

Percentage of respondents:



▶ **หลายเหตุผลภายใต้การเลือกใช้บริการทางการเงิน**

วิจัยกรุงศรีได้สอบถามถึงเหตุผลของการใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ ปัญหาที่พบเจอจากการใช้บริการ รวมทั้งสาเหตุที่ไม่ใช้ FinTech เพื่อทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคและใช้ในการพัฒนาบริการทางการเงินควบคู่กับการหาแนวทางส่งเสริมให้เกิดการใช้บริการทางการเงินผ่าน FinTech ต่อไปซึ่งพบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ (ภาพที่ 7)

- **ความสะดวก ความเคยชิน และความเชื่อมั่นในความปลอดภัย เป็นสาเหตุหลักของการเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านสาขานาคร หรือตู้กดเงิน (ATM)** ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 66 ให้เหตุผลของการเลือกใช้บริการธนาคารผ่านสาขาหรือตู้กดเงิน เนื่องจากความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งอาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาล ทำให้การไปสาขานาครหรือการหาตู้กดเงินทำได้โดยง่าย นอกจากนั้น ความเคยชิน (ร้อยละ 56) และความเชื่อมั่นในความปลอดภัย (ร้อยละ 36) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการผ่านสาขานาครหรือตู้กดเงิน อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การใช้บริการทางการเงินผ่านสาขานาครยังมีปัญหาเรื่องความคับคั่งของผู้ใช้บริการซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้าของการให้บริการ ความไม่สะดวกในการเดินทาง และค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมสูง
- **การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เงื่อนไขในการรับบริการไม่ซับซ้อน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการทางการเงินจากสถาบันการเงินอื่น ๆ และแหล่งเงินทุนนอกระบบ** นอกเหนือจากเรื่องความสะดวกในการใช้บริการที่เป็นความต้องการพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ หรือการรับเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้บริการจากสถาบันการเงินอื่น สอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการจากแหล่งเงินทุนนอกระบบที่ให้เหตุผลของการใช้บริการว่า ต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และมีเงื่อนไขการรับบริการที่ไม่ซับซ้อน แม้ผู้ตอบแบบสอบถามจะเผชิญกับปัญหาเรื่องค่าธรรมเนียมและความเสี่ยงที่สูงก็ตาม
- **ปัจจัยสำคัญที่เลือกใช้ FinTech คือ ความสะดวก รวดเร็ว ประกอบกับการมีค่าธรรมเนียมต่ำ และสิทธิประโยชน์สูง** ความสะดวกและรวดเร็วเป็นสาเหตุหลักของการเลือกใช้ FinTech โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้บริการผ่าน Online/Mobile banking ซึ่งให้ความเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความสะดวกและได้รับบริการที่รวดเร็วกว่า ทั้งยังเชื่อมั่นในความปลอดภัย เนื่องจากให้บริการโดยธนาคารและยังมีความเสี่ยงในการใช้บริการที่ต่ำกว่าอีก ด้วย ผู้ใช้บริการ FinTech จากผู้ให้บริการที่มีธนาคารก็ให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า สาเหตุที่เลือกใช้ FinTech มาจากความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ การมีสิทธิประโยชน์และค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำก็เป็นแรงจูงใจสำคัญให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ FinTech

- **ความรู้สึกว่าไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ FinTech และความกังวลเรื่องความปลอดภัยเป็นเหตุผลหลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ใช้บริการ FinTech** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช้ FinTech ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่ายังไม่มีความจำเป็นต้องใช้ (ร้อยละ 58) รองลงมาคือ ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ FinTech (ร้อยละ 30) คิดว่าการใช้ FinTech มีความยุ่งยาก ซับซ้อน (ร้อยละ 19) และกังวลเรื่องความปลอดภัยส่วนบุคคลกลัวข้อมูลรั่วไหล (ร้อยละ 19) จากผลการสำรวจสังเกตได้ว่า ทักษะคิด ความกลัว และความกังวลในการใช้งานเป็นอุปสรรคสำคัญที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

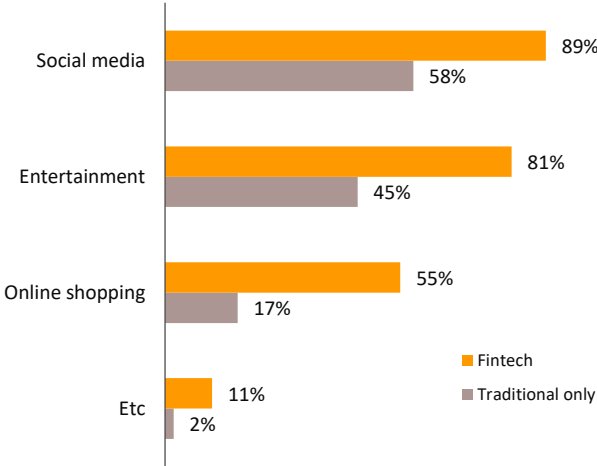
Figure 7: Cause of Using Financial Services in Each Channels

	Bank	Other financial institution	Informal	Fintech
Convenience and fast	66%	34%	68%	86%
Get used to	56%	5%	16%	10%
Trust in security	36%	8%	11%	16%
Low service fees	9%	11%	8%	22%
Simple terms and conditions of services	6%	10%	18%	9%
Access to loan	6%	28%	29%	1%
Promotion and privileges	5%	15%	0%	10%
Product and service are better served and easy to use	4%	11%	8%	4%
High switching cost to other channels	2%	5%	13%	1%
Was not aware it exists	2%	0%	5%	0%
Have no knowledge of other channels	0%	0%	3%	2%
Afraid of rejection from other providers	0%	0%	8%	1%

ปัจจัยแวดล้อมอื่นที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ FinTech

นอกเหนือจากการสอบถามถึงสาเหตุและปัญหาของการใช้บริการทางการเงินในช่องทางต่าง ๆ แล้ว การสำรวจยังสอบถามปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ FinTech ของผู้บริโภค ได้แก่ พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันผ่านช่องทางดิจิทัล ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมีผลต่อการใช้งาน FinTech ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) การชอบความเสี่ยง (2) การเปิดรับต่อสิ่งใหม่ (3) ความไว้วางใจ และ (4) ความอดทนรอได้ รวมทั้งสอบถามความรู้ความเข้าใจทางการเงินของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ใช้ FinTech มีแนวโน้มของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันมากกว่า 2-3 ช่องทาง เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การซื้อขายออนไลน์ การใช้บริการบ่นเทิงออนไลน์ เมื่อเทียบกับผู้ใช้บริการจากสถาบันการเงินที่มักไม่ใช้บริการออนไลน์ (ภาพที่ 8) อย่างไรก็ตาม ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผู้ใช้และผู้ที่ไม่ใช้บริการ FinTech ในด้านทัศนคติและความรู้ความเข้าใจทางการเงิน

Figure 8: Percentages of Respondents Using Digital Channels



▶ การพัฒนาบริการทางการเงินเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค

วิจัยกรุงศรีวิเคราะห์ว่า FinTech จะช่วยเสริมบริการทางการเงินในอนาคตให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยจะมีลักษณะสำคัญดังนี้

- **รูปแบบการใช้งาน FinTech ต้องง่าย รวดเร็ว และมีค่าบริการต่ำเมื่อเทียบกับช่องทางอื่น** จากการให้บริการทางการเงินในรูปแบบเดิมที่ผู้บริโภคเผชิญกับปัญหาความไม่สะดวกในการเดินทาง ความล่าช้าจากการให้บริการ และค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสูง การเสนอรูปแบบการให้บริการทางการเงินผ่าน FinTech จึงต้องแก้ปัญหาเหล่านั้นของผู้บริโภค โดยเสนอบริการที่มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีค่าบริการต่ำโดยเปรียบเทียบ
- **ผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่าน FinTech ต้องมีการพัฒนาทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก ผ่านผู้ให้บริการที่หลากหลาย** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่าน FinTech ช่วยให้ผู้บริโภคมีต้นทุนในการเข้าถึงหรือมีต้นทุนในการปรับเปลี่ยนไปใช้บริการทางการเงินจากช่องทางอื่นลดลง (Switching cost) รวมทั้งยังสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภคอย่างเหมาะสม สะท้อนถึงโอกาสที่สำคัญในการขยายการให้บริการทางการเงินแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ยังเข้าไม่ถึงบริการทางการเงินหรือกลุ่มผู้บริโภคที่ได้รับบริการไม่ครอบคลุมความต้องการ

สถาบันการเงินจะเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการหรือผู้สนับสนุนหลักในการให้บริการ FinTech เนื่องจากจะช่วยให้สามารถให้บริการลูกค้าเดิมได้มีประสิทธิภาพและทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น โดยมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่าในระยะยาว และลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ สถาบันการเงินยังสามารถขยายการให้บริการไปสู่ลูกค้าที่ยังไม่เคยเข้าถึงหรือขยายไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยเสนอให้แก่ลูกค้ามาก่อนได้ ทั้งนี้ รูปแบบของการขยายการให้บริการอาจเป็นไปในนามของสถาบันการเงินหรือไม่ก็ได้ เนื่องจากการให้บริการ FinTech สามารถพัฒนาได้ทั้งการออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงิน หรือการเสนอบริการเบื้องหลังการทำธุรกรรมต่าง ๆ

ในขณะเดียวกัน การให้บริการทางการเงินผ่าน FinTech จะมีความหลากหลายมากขึ้นผ่านการพัฒนาของผู้ให้บริการที่มีใช้สถาบันการเงิน เนื่องจากผู้ให้บริการเหล่านี้สามารถขยายการให้บริการลูกค้าได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่เป็นจุดแข็งของผู้ให้บริการแต่ละรายที่มีฐานลูกค้าอยู่แล้ว เช่น แอปพลิเคชัน ร้านสะดวกซื้อ ศูนย์บริการลูกค้า เป็นต้น ส่วนผู้ให้บริการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาเสนอบริการทางการเงินคาดว่าจะเป็นการให้บริการแก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่มด้วยการเสนอบริการทางการเงินที่ตอบโจทย์เฉพาะเจาะจงของลูกค้าได้

- **การให้บริการทางการเงินผ่าน FinTech ควรจะแทรกอยู่ในช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้อยู่แล้วในชีวิตประจำวัน** ความเคยชิน ความไม่เข้าใจในผลิตภัณฑ์ ความกลัวและความกังวลในการใช้งาน เป็นอุปสรรคหลักที่ทำให้ผู้บริโภคยังยึดติดกับการให้บริการในรูปแบบเดิม การให้บริการ FinTech จึงควรแทรกอยู่ในช่องทางอื่นที่ผู้บริโภคคุ้นชินและใช้งานอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน เช่น ช่องทางซื้อขายออนไลน์ แอปพลิเคชันการส่งข้อความ เพื่อให้ผู้บริโภคยังรู้สึกคุ้นเคยและสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการ โดยอาจเสนอบริการในลักษณะของการเป็นทางเลือกในการใช้บริการ พร้อมให้สิทธิประโยชน์เป็นแรงจูงใจ
- **มีความพร้อมในการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการให้บริการให้แก่ผู้บริโภค** การมีจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการและผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากบริการต่าง ๆ จะมาในลักษณะที่จับต้องไม่ได้ การมีจุดเชื่อมโยงคอยให้บริการในกรณีที่ผู้บริโภคมีคำถามหรือต้องการให้แก้ปัญหาจึงเป็น Trigger point ในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว โดยจุดเชื่อมโยงในการให้บริการอาจจะเป็นในลักษณะสาขา ตัวแทน หรือ Call center ก็ได้ อย่างไรก็ตาม ยังต้องตอบโจทย์ในเรื่องของความรวดเร็ว สะดวก และต้นทุนต่ำ

FinTech จะมีบทบาทสำคัญในการขยายการให้บริการทางการเงินในอนาคต ทั้งในด้านการขยายบริการทางการเงินแก่ผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น และการช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการทางการเงินที่หลากหลายและมีความซับซ้อนด้วยต้นทุนของการรับบริการที่ต่ำลง ทั้งนี้ การพัฒนาบริการทางการเงินในอนาคตจะมุ่งสู่การพัฒนาแบบผสมผสานและร่วมมือ กล่าวคือเป็นการให้บริการเสริมกันระหว่างบริการในรูปแบบดั้งเดิมและการให้บริการผ่าน FinTech ด้วยการร่วมมือกันของผู้ประกอบการทั้งที่เป็นสถาบันการเงินและมีใช้สถาบันการเงินในการเสนอบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น

วิจัยกรุงศรี

ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ
พรพรรณ โภคย์สุพิสตร์

ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ
ผู้บริหารฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

- สุจิต ชัยวิชญชาติ
- จุไรลักษณ์ พลศรี
- สร้อยสนธิ์ หล่อสุวรรณกุล
- สติติย์ แดงสัตย์
- ลูกหิน วราโชติเศรษฐ์
- ธนาพร ศรีคล้าย

ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค
เศรษฐกิจอาวูโส (พยากรณ์ตัวเลขเศรษฐกิจ)
เศรษฐกิจอาวูโส (สปป.ลาว, เวียดนาม, อินโดนีเซีย)
เศรษฐกิจอาวูโส (กัมพูชา, เมียนมา, ฟิลิปปินส์)
เศรษฐกิจ
เศรษฐกิจ

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

- ศรันต์ สุนันท์สถาพร
- ธเนศ มหัทธนาลัย
- ดร.อมาตย์ มากนวล
- พูลสุข นิลกิจศรานนท์
- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี
- นรินทร์ ต้นไพบูลย์
- พุทธชาด ลุนคำ
- วรณา ยงพิศาลภพ
- พัชรา กลิ่นชวนชื่น
- ชัยวัช ไชวเจริญสุข

ผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม
นักวิเคราะห์อาวูโส (Manufacturing, Steel)
นักวิเคราะห์อาวูโส (Construction, S-Curve)
นักวิเคราะห์อาวูโส (Healthcare, Modern Trade, ICT)
นักวิเคราะห์อาวูโส (Transportation & Logistics)
นักวิเคราะห์อาวูโส (Power Generation, Biofuel, Chemical & Plastic Products)
นักวิเคราะห์ (Tourism Sectors, Industrial Estate, Construction Materials)
นักวิเคราะห์ (Automobile, Electronics & Electrical Appliances, Food & Beverages)
นักวิเคราะห์ (Real Estate)
นักวิเคราะห์ (Agricultural Products)

ทีมพัฒนางานวิจัย

- ดร.พิมพ์นารา หิรัญกุลิ
- ตลับลักษณ์ ธนดิษฐ์สุวรรณ
- รชฏ เลียงจันทร์
- อาภากร นพรัตน์ภรณ์
- ชุตติภา คลังจตุรเวทย์

นักวิเคราะห์อาวูโส
นักวิเคราะห์อาวูโส (Financial Sectors)
นักวิเคราะห์ (Oil & Gas, Petrochemicals)
นักวิเคราะห์
นักวิเคราะห์

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

- สุวัชนี สมประสงค์
- ธมณ เสริญสุขสกุล
- เชิดศักดิ์ ศรีชัยตัน
- วงศกร แก้วอุดทั้ง

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย
เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย

สนใจสมัครรับอีเมลได้ที่ krungsri.research@krungsri.com

คำสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณชนที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามวิจัยกรุงศรีมิอาจรับรองความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ขอคิดเห็นที่ปรากฏเป็นความคิดเห็นของวิจัยกรุงศรี ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็น หรือประมาณการต่าง ๆ โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า