

ฟินเทคกับการขยายการเข้าถึงบริการทางการเงิน FinTech and Improving Financial Access

สฤณี อาชวานันทกุล
บริษัท ป่าสาละ จำกัด
3 พฤษภาคม 2561

ดำเนินการภายใต้ทุนวิจัยจาก



ป่าสาละ

ป่าสาละคือใคร?



ป่าสาละ

“Sustainable Business Accelerator”

ป่าสาละเป็นบริษัท “**ปลูกธุรกิจที่ยั่งยืน**” แห่งแรกในประเทศไทย ก่อตั้งเดือน ก.ค. 2556 เป้าหมายของเราคือจุดประกายและดำเนินวาทกรรมสาธารณะเกี่ยวกับธุรกิจที่ยั่งยืน ผ่านการจัดสัมมนา อบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และออนไลน์ รวมทั้งผลิตงานวิจัยในประเด็นความยั่งยืน และส่งเสริมการวัดผลตอบแทนทางสังคม

เป้าหมายโครงการวิจัย

- เพื่อสร้างองค์ความรู้ผ่านการจัดทำชุดโครงการวิจัยเกี่ยวกับการธนาคารที่ยั่งยืน
 - “การเติบโตของ Fintech กับโอกาสการสร้างเศรษฐกิจที่พัฒนาอย่างทั่วถึง”
 - “นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่รับผิดชอบต่อลูกค้ารายย่อย”
 - “ความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล สังคมและสิ่งแวดล้อมกับระบบการบริหารจัดการความเสี่ยงของธนาคาร”
- เพื่อสร้างเวทีในการเผยแพร่องค์ความรู้และแลกเปลี่ยนความเห็นผ่านการจัดสัมมนาเชิงวิชาการ เพื่อสร้างการตระหนักรู้และการยอมรับจากผู้มีบทบาทในระบบสถาบันการเงินของไทยทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานกำกับดูแล
- ดำเนินการภายใต้ทุนวิจัยจาก มูลนิธิมั่นพัฒนา
- โครงการวิจัยระยะแรก ชื่อ “เหตุผลทางธุรกิจของการธนาคารที่ยั่งยืน” (2558) ดำเนินการภายใต้ทุนวิจัยจากมูลนิธิ Rockefeller

พัฒนาการฉบับย่อของฟินเทค

- ฟินเทค 1.0 (ค.ศ. 1866 - 1967): จากแอนะล็อกสู่ดิจิทัล
- ฟินเทค 2.0 (ค.ศ. 1967 - 2008): พัฒนาการของบริการทางการเงินรูปแบบดิจิทัลดั้งเดิม
 - การเริ่มต้นนำเครื่องคิดเลขและเครื่อง ATM มาใช้ในปี ค.ศ. 1967 เป็นจุดเริ่มต้นของฟินเทค 2.0
- ฟินเทค 3.0 (ค.ศ. 2008 – ปัจจุบัน): ยุคที่ทุกคนจะเข้าถึงบริการทางการเงิน (democratization)

ความหลากหลายของ ‘ฟินเทค’



ศักยภาพของฟินเทคในการขยายการเข้าถึงบริการทางการเงิน

- ฟินเทคทำให้กระบวนการตรวจสอบและยืนยันตัวตนลูกค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ฟินเทคช่วยขยายขอบเขตการให้บริการ โดยการขจัดปัญหา “ไมล์สุดท้าย”
- ฟินเทคทำให้ระบบธุรกรรมชำระและโอนเงินมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ฟินเทคทำให้กลุ่มลูกค้าฐานรากสามารถฝาก-ออมเงินได้โดยมีต้นทุนต่ำและสะดวกสบายยิ่งขึ้น
- ฟินเทคเปลี่ยนแปลงแนวทางในการพิจารณาสินเชื่อให้อัตโนมัติการเข้าถึงกลุ่มคนฐานรากยิ่งขึ้น



M - Pesa
 “Mobile Money”

There's a better way to fund your business

Accessing small business funding shouldn't be complicated or time-consuming, so Kabbage developed a simple way to get up to \$250,000.²

[▶ Watch video](#)

up to a
\$250k
line of credit¹

qualify in
10
minutes²

choose
6 or 12
month terms¹

ข้อมูลจาก : PayPal, Amazon, QuickBooks ฯลฯ

SELECTIVE INVOICE DISCOUNTING

Get funding against specific invoices from a single or handful of debtors

Good for

Businesses with occasional cash flow needs

Terms

Pay-as-you-go or contract option

[GET A QUOTE](#)[HOW IT WORKS](#)

CONFIDENTIAL INVOICE DISCOUNTING

Get funding against all your outstanding invoices

Good for

Businesses with ongoing cash flow needs

Terms

12 month contract

[GET A QUOTE](#)[HOW IT WORKS](#)

CONTRACT FINANCE

Get funding against contracts, licences and retainers

Good for

Businesses looking for recurring revenue upfront

Terms

No minimum term

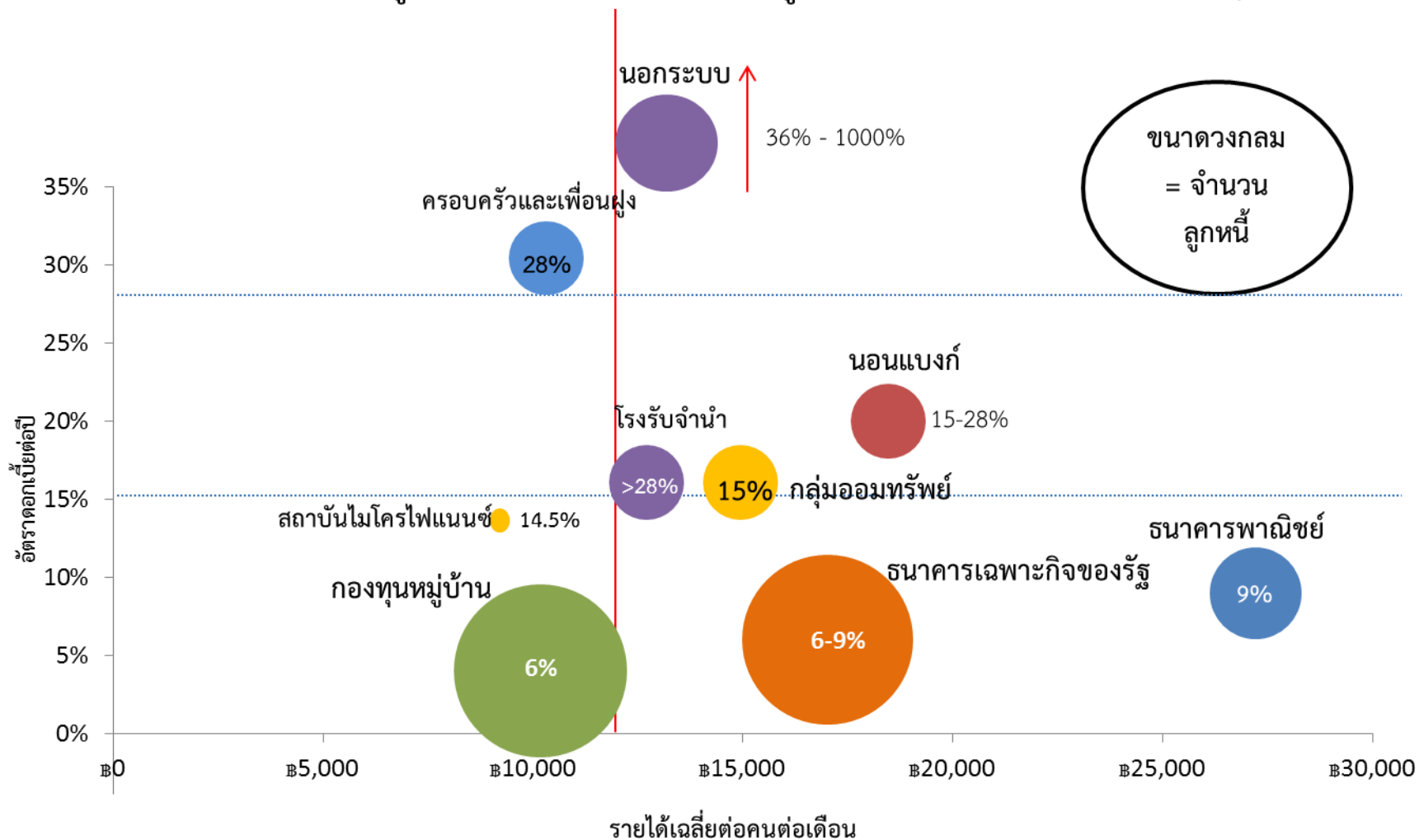
[GET A QUOTE](#)[HOW IT WORKS](#)

SME ? Startup ? Microentrepreneur ?

- ประเมินกันว่ามี SMEs มากกว่า 3 ล้านกิจการในไทย ในจำนวนนี้มากกว่า 2 ล้าน คือ “ผู้ประกอบการเดี่ยว” (solo proprietors / “micro-entrepreneurs” / SMEs ที่จดทะเบียนนิติบุคคลมี 340,000+
- จำนวนนี้ยังไม่นับเกษตรกรรายย่อย แรงงานนอกระบบ ที่มีลักษณะเป็นผู้ประกอบการขนาดจิ๋วมากขึ้น (ทำหลายงาน ทำธุรกิจผ่านมือถือ)
- 30-40% ของ SMEs ทำธุรกิจค้าปลีก
- TMB Analytics บอกว่ามีเพียง 1.75% ของ 340,000+ SMEs ที่จดทะเบียนมีผลกำไรดี การเติบโตของรายได้สม่ำเสมอ และหนี้ต่อทุนต่ำ
- SMEs แตกต่างอย่างมากจาก Start-up (เกิดใหม่ ใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก)

โลกสองใบของระบบธนาคาร – “ชนชั้นกลาง” กับคนที่เหลือ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้านี้ อัตราดอกเบี้ย และจำนวนลูกหนี้ของสถาบันการเงินประเภทต่างๆ ในไทย



โอกาสทางธุรกิจของฟินเทคในการขยายการเข้าถึงการเงินในไทย

- ความพร้อมใช้เทคโนโลยีและความเชื่อมั่นต่อธนาคาร ขณะที่อัตราการใช้ธนาคารผ่านมือถือยังต่ำในกลุ่มฐานราก
 - คนไทยเฉลี่ยมีโทรศัพท์มือถือเฉลี่ยคนละ 1.22 เครื่อง มีหมายเลขโทรศัพท์มือถือเฉลี่ยคนละ 1.76 เบอร์ และใช้อย่างเข้มข้น (active mobile users) กว่า 34 ล้านคนทั่วประเทศ หรือราวร้อยละ 50 ของประชากร ผลการสำรวจประกอบรายงานธนาคารพัฒนาเอเชียในปี ค.ศ. 2013 พบว่าแม้แต่ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่มีรายได้ไม่ถึง 3,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 83 ก็มีมือถือ คนไทยกว่าร้อยละ 75 มีบัญชีเงินฝาก และร้อยละ 79 บอกว่า “ไว้ใจเก็บเงินไว้ที่ธนาคาร” อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันกลุ่มฐานรากมีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้นที่ใช้บริการธนาคารผ่านมือถือ

โอกาสทางธุรกิจของฟินเทคในการขยายการเข้าถึงการเงินในไทย

- พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม (โซเชียลมีเดีย) อย่างเข้มข้น
 - คนไทยใช้สื่อสังคมมากเป็นอันดับต้นๆ ในโลก โดยข้อมูลของ We Are Social บริษัทผู้รวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลดิจิทัลชื่อดังระบุว่า ในปี 2559 คนไทยใช้สื่อสังคมถึงร้อยละ 56 ของประชากรทั้งประเทศ จัดเป็นอันดับที่ 11 ของโลก (เกาหลีใต้ซึ่งได้อันดับ 1 อยู่ที่ร้อยละ 76) โดยใช้สื่อสังคมผ่านมือถือถึงร้อยละ 50 ของประชากรอีกเช่นกัน จัดเป็นอันดับที่ 9 ของโลก หรือคิดเป็นประชากรราว 34 ล้านคน นอกจากนี้คนไทยยังใช้เวลาท่องอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมากถึง 3 ชั่วโมง 53 นาทีโดยเฉลี่ยต่อวัน มากกว่าเวลาที่ใช้ดูโทรทัศน์ซึ่งอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 27 นาที

โอกาสทางธุรกิจของฟินเทคในการขยายการเข้าถึงการเงินในไทย

- ความต้องการบริการทางการเงินพื้นฐานยังไม่ได้รับการเติมเต็ม และขนาดของตลาดที่น่าดึงดูด
 - ผลการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย (2559) พบว่า ครัวเรือนไทยใช้บริการเงินฝากมากที่สุด โดยร้อยละ 73 ของครัวเรือนใช้ ส่วนบริการด้านสินเชื่อ (ไม่รวมบัตรเครดิต) พบว่ามีครัวเรือนใช้บริการเพียงร้อยละ 42
 - ความต้องการบริการทางการเงินระดับพื้นฐาน อันได้แก่ สินเชื่อ เงินโอน และ เงินออมระยะยาว โดยจากตัวเลขครัวเรือนร้อยละ 13.7 ที่ “ไม่ใช้บริการทางการเงินใดๆ” ในผลสำรวจของ ธปท. จะเท่ากับจำนวนบุคคลฐานรากที่อาจเป็นลูกค้าฟินเทค (potential clients) ถึงกว่า 3 ล้านครัวเรือน และถ้านับรวมสัดส่วนของครัวเรือนที่ใช้บริการ “กึ่งในระบบ” (เช่น กองทุนหมู่บ้าน) และ “นอกระบบ” (เช่น กู้ยืมจากนายทุนนอกระบบ) ขนาดของตลาดฐานรากก็จะใหญ่ถึง 4.3 ล้านครัวเรือน หรือเกือบ 10 ล้านคนเลยทีเดียว

โอกาสทางธุรกิจของฟินเทคในการขยายการเข้าถึงการเงินในไทย

- ฟินเทคเอื้อต่อการเสริมสร้างความรู้ทางการเงินสำหรับกลุ่มฐานราก
 - การให้เครื่องมือให้ความรู้ทางการเงินเพียงอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอ แต่จำเป็นต้องมีการฟังคำแนะนำที่สร้างสรรค์ เชื่อเชิญและให้ข้อมูลผู้ใช้ (feedback) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งทุกมิติที่กล่าวไปนั้นฟินเทคสามารถทำได้อย่างยิ่ง ตั้งแต่การเก็บข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้ (โดยเฉพาะผู้ใช้สื่อสังคม ซึ่งมีการเก็บข้อมูลมหาศาลในหลากหลายมิติ) การออกแบบ interface ให้นำมาใช้ และการบูรณาการคำแนะนำและองค์ความรู้เกี่ยวกับการเงินเข้าไปในการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น มือถือ
- โอกาสจากช่องว่างการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์
- โอกาสของฟินเทคในการร่วมมือกับองค์กรการเงินฐานราก

ความท้าทายของฟินเทคในการขยายการเข้าถึงบริการทางการเงิน

- การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและความปลอดภัยของข้อมูล
 - ในกรณีที่เกิดความเสี่ยงว่าข้อมูลของผู้ใช้บริการอาจรั่วไหลได้ ซึ่งผู้ให้บริการโดยทั่วไปไม่สามารถตรวจสอบสาเหตุของความผิดพลาดได้ การประกาศว่าธนาคารจะไม่รับผิดชอบในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัยที่ธนาคารไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งรวมถึงการรบกวนจากไวรัสคอมพิวเตอร์ การกระทำไม่ชอบด้วยกฎหมาย รวมทั้งความบกพร่องที่เกิดจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต สะท้อนให้เห็นว่าผู้ให้บริการไม่สามารถมั่นใจว่าจะมีผู้รับผิดชอบ เมื่อมีการรั่วไหลของข้อมูลตลอดการทำธุรกรรม ขณะที่ความเสี่ยงจากภัยคุกคามระบบอินเทอร์เน็ตทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ
 - ธนาคารเรียกร้องให้ลูกค้าต้องรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของตนเองหลายประการ แต่การให้ข้อมูลแก่ผู้ให้บริการโดยเฉพาะมาตรการคุ้มครองความปลอดภัยและข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ายังไม่ชัดเจนเพียงพอ เช่น หน้าเว็บเกี่ยวกับความปลอดภัยเข้าถึงไม่ได้ ธนาคารไม่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการความปลอดภัยของธนาคารมากพอหรือไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร เช่น การเข้ารหัส ใบบรรองอิเล็กทรอนิกส์ แต่มักใช้ถ้อยคำเพื่อโน้มน้าวใจแบบกว้างๆ เช่น ง่ายปลอดภัย

ความท้าทายของฟินเทคในการขยายการเข้าถึงบริการทางการเงิน

- ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน
 - คนจำนวนมากยังไม่เข้าใจความหมายของ “เงินเฟ้อ” และ “เบี้ยประกัน” และไม่รู้ภาระหนี้สินของตัวเองว่ามีทั้งหมดเท่าไร อัตราดอกเบี้ยเท่าไร (รู้แต่ยอดที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือน) อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจผิดเหล่านี้ก็มักเป็นหนึ่งในโอกาสของฟินเทคที่จะผนวกผสมผสานการให้ความรู้ทางการเงิน เข้าไปในบริการ
- ความกระจัดกระจายไม่เป็นเอกภาพของหน่วยงานกำกับดูแล
- การบิดเบือนกลไกตลาดของรัฐ และการดำเนินนโยบายที่ขัดแย้งกันเอง
- ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการหน้าใหม่
- ความไม่ไว้วางใจรัฐ

ติดตามความคืบหน้าของโครงการได้จาก

www.salforest.com/banking

www.facebook.com/SustainableBankingThailand

info@salforest.com

02 258 7383