

ดิจิทัล แบงก์กิ้ง แข่งขันสูง ซิลเวอร์เลค ชูโซลูชันหนุน



เบ็ญจวรรณ รัตนวิจิตร / CONTRIBUTOR
NEWS I FINANCE & INVESTMENT
06 DEC 2022 I 05:59 PM
READ 314

แนวโน้มธุรกิจดิจิทัล แบงก์กิ้งยังคงแข่งขันรุนแรง อุตสาหกรรมฟินเทครุกชิงตลาด ซิลเวอร์เลค แอ็คซิส หนุนบริการ Core Banking เสริมทัพด้วย Retail Banking Solutions พัฒนาบริการใหม่ๆ รับเทคโนโลยีภาคธนาคารที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง

การระบาดของโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ผลักดันให้อุตสาหกรรมฟินเทคเติบโต เคพีเอ็มจีคาดว่าในปี 2564 ที่ผ่านมา มีการลงทุนในอุตสาหกรรมฟินเทคทั่วโลกกว่า 200,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ภาคธุรกิจธนาคารถูกเร่งให้ปรับเปลี่ยนเข้าสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น ซิลเวอร์เลค แอ็คซิส ผู้ให้บริการเทคโนโลยีทางการเงินกว่า 30 ปีมองเห็นโอกาสการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินยังเติบโตต่อเนื่องเพื่อรับมือการแข่งขันที่เกิดขึ้น

อูรชา พงษ์วัฒนา ผู้อำนวยการฝ่ายบริการลูกค้าอาวุโส บริษัทซิลเวอร์เลค แอ็คซิส ประเทศไทย กล่าวว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มธนาคารทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยต้องปรับโฉมบริการเข้าสู่ยุคดิจิทัล แบงก์กิ้ง มาจากรายได้ที่เป็นค่าธรรมเนียมบริการของธนาคารหายไป ส่งผลให้หลายธนาคารต้องปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อหารายได้ใหม่มาชดเชยรายได้เดิมที่หายไป

ประกอบกับธนาคารต้องการลดต้นทุนด้วยการทยอยปิดสาขาบริการมากขึ้น จึงต้องพัฒนาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริการมากขึ้น ขณะที่กลุ่มธุรกิจหน้าใหม่อย่างฟินเทค เดินหน้ารุกตลาดบริการการเงินดิจิทัลรูปแบบใหม่ในอุตสาหกรรมการเงินมากขึ้น

"กลุ่มธนาคารต้องเผชิญความท้าทายครั้งใหญ่ จากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ดังนั้นเทคโนโลยีใหม่ๆ จึงเข้ามาเสริมธุรกิจธนาคาร เพื่อช่วยสร้างนวัตกรรมใหม่เมื่อต้องฝ่าฟันในสมรภูมิการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เทคโนโลยียังช่วยลดต้นทุนการบริหารและบริการ รวมถึงช่วยลดความเสี่ยงในการบริหารองค์กร ทั้งหมดนี้ จึงเป็นพันธกิจหลักของธนาคารไทย ที่จะก้าวต่อไปในอนาคตอันใกล้นี้"

ซิลเวอร์เลค แอ็คซิส จำกัด (SAL) เป็นผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี ซอฟต์แวร์ และบริการสำหรับองค์กรขนาดใหญ่ โดยมุ่งเน้นด้านบริการทางการเงิน ซึ่งลูกค้ากว่าร้อยละ 40 เป็นธนาคารขนาดใหญ่ที่สุด 20 อันดับแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปัจจุบัน มีลูกค้าองค์กรมากกว่า 380 รายในกว่า 80 ประเทศทั่วเอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา และอเมริกา โดย SAL จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สิงคโปร์



ซิลเวอร์เลครุกขยายบริการ

อูรชา ผู้มีประสบการณ์ในการบริหารธนาคารในประเทศไทยและต่างประเทศ อาทิ ยูโอบี และซิตี้แบงก์ มองเห็นพัฒนาการของธุรกิจธนาคารในประเทศไทยยังต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรองรับการบริการใหม่ๆ ที่สะดวก รวดเร็วอย่างต่อเนื่อง แข่งขันกับอุตสาหกรรมฟินเทคที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งเขามองว่าประเทศไทย เป็นตลาดการเงินที่ร้อนแรงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย เพราะว่าผู้บริหารธนาคารในไทยมีวิสัยทัศน์มองการณ์ไกล และมีความต้องการจะพัฒนาระบบไอทีให้สามารถตอบสนองตลาดให้รวดเร็วขึ้น พร้อมจะลงทุนด้านเทคโนโลยีมากขึ้น

อูรชา กล่าวว่า ธุรกิจธนาคารในประเทศไทยยังคงมีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ แม้จะมีการแข่งขันจากบริการใหม่ๆ จากกลุ่มฟินเทค ที่ผ่านมาดิจิทัล แบงก์กิ้ง ในประเทศไทยส่วนใหญ่เน้นที่การให้บริการการเงินจากหลากหลายทุกช่องทางจัดจำหน่าย (omnichannel) เช่น บริการชำระเงินผ่านมือถือ หรือ Mobile Payment

ซึ่งไทยถือว่ามีความก้าวหน้ามากกว่าสหรัฐอเมริกา และยุโรป โดยมีผู้บริโภคเป็นคนขับเคลื่อนตลาดให้เติบโต จะเห็นได้จากแอป พร้อมเพย์ และเป๋าตังค์ ที่ช่วยลดการใช้กระแสเงินสด และยังสะท้อนอีกว่าภูมิภาคเอเชียมีพัฒนาการดิจิทัล แบงก์กิ้ง มากที่สุดในโลก

สำหรับโซลูชันที่ ซิลเวอร์เลค แอ็คซิส ให้บริการอยู่ในตลาดประเทศไทย มีด้วยกัน 3 ส่วน ได้แก่ Silverlake Axis Integrated Banking Solution (SIBS), Silverlake Digital Banking MÖBIUS Open Banking Platform เป็นแพลตฟอร์มสำหรับธนาคารในอนาคต เพราะให้บริการอยู่บนระบบคลาวด์ เนทีฟ และ Silverlake Symmetri Retail Banking Solutions โดยบริการของซิลเวอร์เลค แอ็คซิส สามารถช่วยให้ลูกค้าขยายตลาดได้เร็ว

ช่วยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกแบบบริการมาให้เหมาะสมกับลูกค้าเร็วขึ้น ทำให้ลูกค้ามีทางเลือก ไม่ว่าจะใช้เทคโนโลยีทั้งหมด หรือพัฒนาบางส่วน ด้วยระบบที่มีความยืดหยุ่น รองรับความต้องการลูกค้าที่แตกต่างกัน

ปัจจุบันเทคโนโลยีบริการหลักของธนาคาร หรือ Core Banking ของซิลเวอร์เลค แอ็คซิส ได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มธนาคารไทย อาทิ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส) บริการจัดการสาขา ระบบสินเชื่อ บริการสลาก ธนาคารเกียรตินาคินภัทร บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KTC) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME D Bank) เอสซีบี เป็นต้น

"ช่วงสถานการณ์โควิด เรายังสามารถบริการลูกค้าได้สมบูรณ์แบบ สามารถดูแลความต่อเนื่องให้กับลูกค้าได้แบบไร้รอยต่อ ด้วยนโยบายที่ความสำคัญกับตลาดประเทศไทย และมีเป้าหมายทำให้ไทยเป็นผู้นำในตลาดดิจิทัล แบงก์กิ้ง และจะขยายฐานการตลาดจากกลุ่มธนาคารที่มีอยู่แล้ว ไปสู่กลุ่มประกัน และค้าปลีกมากขึ้น โดยจะจัดกิจกรรมโรดโชว์เทคโนโลยีสำหรับพันธมิตรและลูกค้า เพื่อเสริมสร้างแบรนด์และเทคโนโลยีของซิลเวอร์เลค แอ็คซิสให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น" อูรชากล่าว

อ่านเพิ่มเติม:"กรุงศรี ออโต้" ปักธงผู้นำสินเชื่อยานยนต์ดิจิทัลรายแรกในไทย