

IoT กับธุรกิจธนาคารยุค 4.0

เมื่อช่วงเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา ผู้เขียนได้มีโอกาสเข้าร่วมงานสัมมนา Digital Banking 2018 ที่ประเทศอังกฤษ และงาน IoTs Expo Europe 2018 ที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้รับฟังและเห็นถึงเทคโนโลยีด้านต่างๆ ที่ธนาคารและสถาบันการเงินได้ประยุกต์ใช้ในปัจจุบันและบางส่วนอยู่ระหว่างทดลองใช้ก่อนที่จะนำไปใช้จริงเพื่อยกระดับประสิทธิภาพของลูกค้าที่ใช้บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ในบทความนี้ทางผู้เขียนขอผสมผสานข้อมูลที่ได้จากทั้งสองงานที่ได้เข้าชม โดยขอแนะนำเสนอ การประยุกต์ใช้ IoTs กับธุรกิจธนาคารว่ามีในรูปแบบใดและตัวลูกค้าผู้ใช้บริการได้ประโยชน์จากเรื่องดังกล่าวอย่างไรบ้าง

ขอเริ่มต้นที่ความหมายของ IoTs หรือ Internet of Things คือเครือข่ายของ วัตถุหรืออุปกรณ์ ที่มีวงจรีเลคทรอนิกส์ ซอฟต์แวร์ Sensor ผังตัวอยู่ทำให้วัตถุเหล่านั้นซึ่งทำให้สามารถบันทึกและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ และข้อมูลดังกล่าวเราสามารถมาทำการสรุปและแปลผลเพื่อออกมาเป็นคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน รวมถึงข้อแนะนำในการปฏิบัติงานสำหรับภาคธุรกิจ เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้นขอยกตัวอย่าง IoTs ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ ท่านลองนึกถึงตู้เย็นที่บ้าน ที่อาจมีช่องที่แช่ไว้นานไม่ได้ใช้อยู่จำนวนมากในขณะเดียวกันก็จะมีของบางอย่างที่เราใช้ประจำแต่หมด ตรงนี้เองที่ IoTs สามารถเข้ามาตอบโจทย์ในรูปแบบของ Smart Refrigerator หรือตู้เย็นอัจฉริยะ โดยภายในตู้เย็นจะมีอุปกรณ์ที่เป็น Sensor ติดอยู่ภายในเพื่อบันทึกของที่เราเอาเข้าไปใส่ในตู้เย็นและเอาออกมาใช้ ภายนอกตู้เย็นอัจฉริยะจะมีจอแสดงผลที่ประมวลผลจาก Sensor และสรุปให้เราทราบได้ว่าต้องเอาอะไรออกจากตู้และควรเติมของอะไร แต่ยังไม่จบแค่นี้ เรายังสามารถสั่งของ online ผ่านหน้าจอแสดงผลของตู้เย็นได้เลย ทำให้ชีวิตมีความสะดวกสบายและไร้รอยต่อยิ่งขึ้น

หลังจากที่ทราบความหมายและตัวอย่างการใช้ IoTs ในชีวิตประจำวันแล้ว ผู้เขียนขอแนะนำท่านสู่การประยุกต์ใช้ IoTs ในธุรกิจธนาคารบ้าง ซึ่งทางผู้เขียนขอแบ่งลักษณะการประยุกต์ใช้ออกเป็น 3 รูปแบบ 1) อุปกรณ์สวมติดตัว (Wearable) 2) สาขาอัจฉริยะ (Smart Branch) 3) ธนาคารที่บ้าน (Banking at home)

1) รูปแบบแรกคือการใช้อุปกรณ์ Wearable คืออุปกรณ์ที่ติดตัวลูกค้าซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบนาฬิกา สายรัดข้อมือ อุปกรณ์ติดบนนาฬิกา พวงกุญแจ จีพีเอส ที่ลูกค้าสามารถใช้ในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการเพียงแค่อุปกรณ์กับเครื่องอ่านที่ร้านค้า ในปัจจุบันอุปกรณ์ Wearable มีทั้งที่ธนาคารที่ทำอุปกรณ์ออกมาเอง เช่น ธนาคาร Barclays ที่มีอุปกรณ์ bPay และแบบที่ธนาคารไปร่วมกับผลิตภัณฑ์ Wearable ยอดนิยม เช่น Apple watch หรือ Garmin watch ฟังมาถึงตรงนี้หลายท่านอาจมีคำถามเรื่องความปลอดภัย การจ่ายผ่าน Wearable มักจะใช้กับร้านค้าที่มีสินค้าหรือบริการที่มีราคาไม่สูงและการใช้งานเป็นแบบ Prepaid คือโอนเงินเข้าอุปกรณ์ ข้อมูลพฤติกรรมที่ซื้อที่บันทึกได้ ทางธนาคารสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการนำเสนอโปรโมชั่นกับร้านค้าแบบ personalize กับลูกค้า เช่นกลุ่มลูกค้าที่ชอบซื้อสินค้าแนวออกกำลังกายก็จะได้รับแจ้ง Promotion กับร้านเครื่องกีฬาที่ทางธนาคารจับมือเป็นพันธมิตรผ่านทางอุปกรณ์ Wearable

2) รูปแบบถัดมาคือสาขาอัจฉริยะ (Smart Branch) ธนาคาร Clydesdale and Yorkshire Banking Groups (CYBG) ซึ่งเป็นธนาคารขนาดกลางในประเทศอังกฤษ ได้มีการทดลองใช้ อุปกรณ์ที่จับความรู้สึกบนใบหน้าของลูกค้า (Facial detection) โดยสามารถบอกได้ว่าลูกค้ามีความสุข โกรธ เศษๆ หรือกังวล และบันทึกข้อมูลไว้เพื่อการวิเคราะห์และปรับปรุงประสบการณ์ที่สาขา นอกจากนี้ธนาคารหลายแห่งทั้งในอังกฤษและสหรัฐฯ เช่น ธนาคาร Barclay, Chase, Citi มีการใช้ Proximity-Based Marketing โดยการนำ Beacons มาใช้เพื่อให้ข้อมูลและโปรโมชั่นลูกค้า หากมีการเดินผ่านสาขาหรือเข้ามาใช้บริการผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้การสื่อสารการตลาดแบบดั้งเดิม เช่น ผ่านโทรทัศน์หรือวิทยุ อาจมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงความต้องการลูกค้าแต่ปัญหาคือลูกค้ายังไม่อยู่ใกล้จุดบริการทำให้ไม่เกิดการซื้อเกิดขึ้น จุดนี้เอง Beacon จะเข้ามาเติมเต็มเต็มการทำ การตลาดเพื่อให้เกิดการกระตุ้นลูกค้า ณ จุดให้บริการทำให้เกิดการซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น

3) รูปแบบสุดท้ายที่จะกล่าวถึงคือ ธนาคารที่บ้าน (Banking at Home) ธนาคาร Starling ประเทศอังกฤษอยู่ระหว่างการทดลองการให้บริการของธนาคารในด้านการถាយอดบัญชีและการจ่ายโอนเงิน ผ่าน Google Home ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ทำหน้าที่เหมือนเลขา โดยเจ้าของบ้านพูดสั่งการเช่น “ยอดเงินคงเหลือในบัญชี” อุปกรณ์ดังกล่าวก็จะทำการดึงข้อมูลและรายงานยอดดังกล่าวกับเจ้าของบ้าน นอกจากนี้อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกการทำธุรกรรมข้างต้น ผู้เขียนยังได้รับฟังเกี่ยวกับแนวคิดการใช้อุปกรณ์ Smart home ของบริษัท Wattio ที่ได้ร่วมมือกับสถาบันการเงินในสเปนเพื่อนำร่องการติดตั้งอุปกรณ์ Smart Home ในบ้านของลูกค้าโดยเป็น Sensor ที่สามารถรู้ข้อมูลต่างๆในบ้าน เช่น การเวลาการเข้าออกบ้าน การใช้เครื่องไฟฟ้า และอื่นๆ โดยทาง Wattio จะรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์หาแนวทางในการตอบโต้พฤติกรรมลูกค้า เช่น สถาบันการเงินอาจใช้ข้อมูลการเข้าออกบ้านและการเปิดปิดไฟ เพื่อสะท้อนช่วงเวลาที่บ้านมีคนอยู่ในการคำนวณเบี้ยประกันที่เหมาะสมสำหรับความคุ้มครองการโจรกรรมภายในบ้าน เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทยผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่าพัฒนาการจะเริ่มจาก การใช้อุปกรณ์ Wearable ก่อนจากนั้นจะก้าวไปสู่สาขาอัจฉริยะ และในระยะยาวจึงจะให้เห็น Banking และ Financial service at home ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าการทำให้เกิด mass adoption มี 3 ประเด็นหลักด้วยกันคือ 1) ด้าน Privacy ของข้อมูลพฤติกรรมที่ลูกค้าบางส่วนอาจไม่สบายใจที่ข้อมูลของตัวเองถูกบันทึกจาก Sensor และอาจถูกส่งต่อเพื่อใช้ประโยชน์ทางการตลาดอื่นๆที่ตนเองไม่ต้องการ 2) ด้าน Security จาก การถูก Hack ข้อมูลซึ่งเป็นเรื่องที่น่ากังวลและตัวอุปกรณ์ IoTs ต้องมีระบบ Security เพื่อให้ความมั่นใจกับลูกค้า 3) ด้านราคาของอุปกรณ์ IoTs ปัจจุบันยังมีราคาสูงสำหรับคนทั่วไป ในอนาคตหากอุปกรณ์มีราคาถูกลงก็จะช่วยเพิ่ม adoption rate ได้