

แบงก์กรุงเทพกับอานูภาพไอที



ในที่สุด Mr.Narayana N R Murthy ก็รับคำเชิญ ธ.กรุงเทพ หลังถูกทาบทามนาน 3 ปี

ธนาคารไทยในยุคโลกไร้พรมแดน ต่างต้องวาง “Positioning” ของตัวเองให้ชัดเจน เพื่อฐานที่มั่นและประสิทธิภาพการแข่งขันในตลาดโลก

ค่ายกสิกรไทยขยับไปแล้วกับการเป็นผู้นำด้านการบริการให้กับกลุ่มธุรกิจ SMEs เช่นแคมเปญ “K NOW” ขณะที่ไทยพาณิชย์ใช้หลักการตลาดพลิกโฉมตัวเองสู่ Retail Banking อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับทหารไทยและกรุงศรีอยุธยาที่มองอนาคตสดใสของตนบนเส้นทางนี้เช่นกัน

ก็ถึงคิวของธนาคารกรุงเทพ จัดปาฐกถาพิเศษ ประจำปี 2550 จัดมาเป็นปีที่ 9 ครั้งนี้ได้เชิญ Mr.Narayana N R Murthy ประธานและที่ปรึกษาของ Infosys Technologies บริษัทไอทีอินเดียระดับโลก เรื่อง “อานูภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ โอกาสและความท้าทายใหม่ต่อวงการธุรกิจ”

แม้ไม่ได้เป็นการประกาศยุทธศาสตร์ของแบงก์อย่างเป็นทางการ หากแต่เป็นความเคลื่อนไหวที่สะท้อนถึงทิศทางและภาพลักษณ์ของแบงก์กรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อไอทีสร้างผลกระทบไปทั่วโลกทั้งการจัดระเบียบเศรษฐกิจใหม่ “หากองค์กรธุรกิจปรับตัวไม่เท่าทันความเปลี่ยนแปลงก็จะหลุดหายไปจากเวที” คำกล่าวของ ชาติศิริ โสภณพนิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ธนาคารกรุงเทพ

จากประสบการณ์ของ Mr.Murthy ทุกวันนี้โลกได้เปลี่ยนโฉมหน้าไปสู่ยุค “ใครๆ ก็มีคอมพิวเตอร์ เล่น Internet สร้างคอนเทนต์เอง แบ่งปันไปทั่วโลก” หยิบยื่นอำนาจเท่าเทียมไปสู่องค์กรเล็กๆ และผู้บริโภคอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน จนเรียกได้ว่าเป็น “Democratization of IT”

ไอทีเป็นตัวแปรขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลง “โมเดลธุรกิจ” ทุกมุมโลกต่างเข้าถึงวัตถุประสงค์ แหล่งผลิตและแรงงานฝีมือดี ราคาถูกข้ามพรมแดนได้ง่ายดาย กลุ่มอุตสาหกรรมชั้นนำ 7 ประเทศ (G7) ไม่ได้เป็นผู้ขับเคลื่อนจีดีพีของโลกอีกต่อไป แต่พลิกขั้วอำนาจมาเป็นกลุ่มเศรษฐกิจใหม่ในเอเชีย เช่น จีนและอินเดีย

“ภูมิภาคนี้เป็นตลาดดีที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการการเงิน อุตสาหกรรมยานยนต์และการบิน” Mr.Murthy อ้างอิงข้อมูลจาก McKinsey ว่ากลุ่มธนาคารทั่วโลกต่างตบเท้าเข้าตลาดเอเชีย เพื่อขยายการเติบโต เช่น Standard Chartered Bank ตั้งเป้าภายในปี 2010ไว้ว่า 15% ของ Private Banking มาจากอินเดีย

ไอทีทำให้ “โลกแบน” ปรับปรุงมาตรฐานและเพิ่มการแข่งขันแก่แข่งกันในประเทศ อย่าง ICIC ธนาคารอันดับสองของอินเดีย ลดการบริการภายในจาก 95% เหลือแค่ 15% ย้ายไปสู่ระบบบริการตัวเอง 24 ชั่วโมง เช่น เอทีเอ็ม และ Internet Banking หลังจากที่มีการลงทุนอย่างหนักด้านเทคโนโลยีทำให้ค่าใช้จ่ายด้านธุรกรรมต่างประเทศลดลงเหลือเพียง 10% เท่านั้น อีกข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ

นอกจากนี้ ยังไม่ควรมองข้ามความเป็นประชาธิปไตยของไอที ที่กระจายไปสู่กลุ่มด้อยโอกาส เช่น โครงการ “Bhoomi” (หรือ “แผ่นดิน”) ในอินเดีย รัฐบาลปรับปรุงระบบข้อมูลกว่า 20 ล้านรายการแก่เกษตรกรเป็นดิจิทัล ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพระบบราชการ ขจัดตัวกลางที่สร้างความยุ่งยากซับซ้อน

จึงเป็นเครื่องมือสร้างความเท่าเทียมและโอกาสในการเพิ่มผลผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และน่าเชื่อถือขององค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรธุรกิจน้อยใหญ่ ทุกคนสามารถแข่งขันสร้างมาตรฐานระดับโลกได้ด้วย ไอที

นับว่าสะท้อนวิสัยทัศน์ของแบงก์กรุงเทพใช้ไอทีเป็นกลยุทธ์ เพื่อสร้างมาตรฐานระดับโลกภายใต้ค่าใช้จ่ายที่ลดลง ในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการ ให้กับลูกค้าเดิมที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่และกลุ่มเอสเอ็มอีเกษตรกรรวมอย่างใกล้ชิด รวมทั้งแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในอนาคต

Did you know?

2 สาเหตุสำคัญที่ผู้ใช้บริการไม่ให้การตอบรับ Internet Banking ได้แก่ ไม่มั่นใจความปลอดภัยของระบบ กับขอบบริการทางเคาน์เตอร์มากกว่า

ที่มา : กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมและการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

กรณีศึกษา : การให้บริการ Internet Banking ของธนาคารไทยพาณิชย์



ชาติศิริ โสภณพนิช “แม้ทำงานหนักสำคัญ แต่เราหลีกเลี่ยงเทคโนโลยีในการแข่งขันไม่ได้”

Positioning Magazine มกราคม 2551

www.positioningmag.com/magazine/Details.aspx?id=66902