

**พลิกโฉมระบบการชำระเงินไทย :
มุมมองมองประสบการณ์ของประเทศยุโรป (ตอนที่ 2)**

ดร. รัชสรณ์ หทัยเสรี

ผู้อำนวยการพิเศษ (ด้านระบบการชำระเงิน)
ฝ่ายระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย

ประสบการณ์ของประเทศยุโรปอีกเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจไม่แพ้กันก็คือ การผลักดันให้มีการกำหนดค่าธรรมเนียม (Pricing) การให้บริการด้านการชำระเงินที่สอดคล้องมากยิ่งขึ้นกับต้นทุนที่แท้จริง (Real cost of payment services) ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มสัดส่วนการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่า เมื่อเทียบกับสื่อการชำระเงินที่เป็นกระดาษ และเพื่อลดต้นทุนและภาระค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อการชำระเงินของประเทศ

ประสบการณ์ของยุโรปพบว่า ต้นทุนและภาระค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อการชำระเงินของประเทศ (Payment costs) ทั้งในรูปสื่อเงินสด เช็ค และบัตรเอทีเอ็ม รวมทั้งสื่อการชำระเงินบัตรพลาสติกประเภทต่างๆ (อาทิ Debit Cards และ Credit Cards) มีระดับค่อนข้างสูง เฉลี่ยราวกว่า 1% ของ GDP แต่พบว่าสามารถปรับลดลงได้ หากมีการเลือกใช้สื่อการชำระเงินที่เหมาะสมและมีต้นทุนต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ

ธนาคารกลางยุโรปเห็นว่า การใช้กลไกด้านราคา (โดยการผลักดันให้มีการกำหนดค่าธรรมเนียมทั้งระบบให้สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง และสถานการณ์แข่งขันในตลาด) เป็นปัจจัยสำคัญในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชน ผู้บริโภค และธุรกิจเอกชนให้หันไปใช้สื่อการชำระเงินที่มีต้นทุนต่ำกว่า โดยเฉพาะสื่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพบว่ามีต้นทุนผันแปรต่ำกว่าในระยะยาว เมื่อเทียบกับสื่อการชำระเงินที่เป็นกระดาษ อาทิ เช็คและเงินสด

ที่สำคัญ ธนาคารกลางยุโรป (โดยเฉพาะธนาคารกลางของนอร์เวย์ สวีเดน และฟินแลนด์) ต่างให้การสนับสนุนการใช้ Pricing ตามแนวทางข้างต้นอย่างแข็งขัน เนื่องจากเห็นว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในสัดส่วนที่สูงขึ้น และยังส่งผลทำให้สามารถประหยัดทรัพยากรทางการเงินของประเทศได้ โดยประมาณว่า cost savings มีขนาดเฉลี่ยราว 0.2-0.3 % ของ GDP

ในกรณีของไทย ในช่วงที่ผ่านมาความพยายามในการผลักดันให้ธนาคารพาณิชย์และผู้ให้บริการการเงินที่เป็น Non-banks อิงกลไกการกำหนดค่าธรรมเนียมที่สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง เพื่อโน้มน้าวให้มีการใช้สื่อการชำระเงินอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีต้นทุนต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ

การผลักดันให้มีการปรับโครงสร้างค่าธรรมเนียมการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้เพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่ต่ำกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าธรรมเนียมการใช้สื่อกระดาษ (เช่น เช็ค) เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2549 นั้น นับเป็นความพยายามก้าวสำคัญของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในการผลักดันให้มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรทางการเงินของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาของทีดีอาร์ไอที่เปิดเผยเมื่อเร็วๆ นี้ที่พบว่า “...ผู้ประกอบการยังมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ไว้แบบตายตัว ณ อัตราสูงสุดตามเกณฑ์ที่ ธปท. กำหนดไว้...” สะท้อนว่า ความพยายามในการพลิกโฉมหน้าระบบการชำระเงินของไทย โดยอาศัยกลไกการกำหนดค่าธรรมเนียมให้แตกต่างกันนั้น ยังเป็นความท้าทายที่สำคัญสำหรับ ธปท. ในระยะต่อไป ทั้งในส่วนของ การส่งเสริมให้มีการแข่งขันด้านราคาที่เข้มข้นขึ้นระหว่างผู้ประกอบการ การผลักดันให้มีโครงสร้างค่าธรรมเนียมทั้งระบบที่สะท้อนโครงสร้างต้นทุนและกลยุทธ์เชิงธุรกิจของธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง และการดูแลให้มีโครงสร้างค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมทั้งกับผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

มองไปข้างหน้า การเปลี่ยนโฉมหน้าของระบบการชำระเงินไทย โดยการปรับโครงสร้างค่าธรรมเนียมทั้งระบบให้สอดคล้องกับต้นทุนที่แท้จริง และการเปิดเผยโครงสร้างค่าธรรมเนียมในการใช้สื่อการชำระเงินแต่ละประเภทให้สาธารณชนได้รับทราบอย่างทั่วถึงนั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมืออย่างจริงจังจากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้บริการทางการเงินรายใหญ่

...ทั้งหมดนี้ก็เพื่อ เอื้ออำนวยให้ผู้ให้บริการมีทางเลือกเพิ่มขึ้นและมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้สื่อการชำระเงินที่มีต้นทุนต่ำกว่า (โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งจะส่งผลทำให้มีการใช้ทรัพยากรทางการเงินของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำให้สามารถประหยัดทรัพยากรทางการเงินของประเทศ (cost savings) ได้อย่างชัดเจนในระยะยาว ดังสะท้อนได้จากประสบการณ์ของยุโรปตามที่ได้กล่าวแล้ว

บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย
เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันอังคารที่ 9 มีนาคม 2553