

ชื้อก่อน จ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later) : เทรนด์ในการเข้าถึงสินเชื่อยุคใหม่

บริการ “ชื้อก่อน จ่ายทีหลัง” หรือ Buy Now Pay Later (BNPL) เป็นบริการให้สินเชื่อหรือการผ่อนชำระสินค้าที่เข้าถึงง่าย และปราศจากดอกเบี้ยหากชำระเงินตามเงื่อนไข แม้จะเพิ่มโอกาสการเข้าถึงสินเชื่อในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย แต่อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากพฤติกรรมใช้จ่ายเกินตัวของผู้บริโภคและก่อให้เกิดหนี้เสียตามมา

ปัจจุบันการขยายตัวของการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ รวมกับการมีเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงกับฐานข้อมูลและพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและสถาบันการเงินสามารถให้สินเชื่อหรือให้บริการผ่อนชำระผ่านกับผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่งล่าสุดเกิดบริการผ่อนชำระเรียกว่า “ชื้อก่อน จ่ายทีหลัง” หรือ Buy Now Pay Later (BNPL) ที่ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยม โดย BNPL มีความแตกต่างจากการผ่อนชำระเดิมที่ส่วนใหญ่ทำผ่านบัตรเครดิต ทำสัญญาเช่าซื้อกับธนาคาร หรือทำสัญญากับร้านค้าโดยตรง ซึ่ง BNPL อาจอยู่บนแพลตฟอร์มการซื้อขายสินค้าออนไลน์ หรืออาจเป็นบริการหนึ่งบนแอปพลิเคชันอื่นที่ไม่ได้ให้บริการทางการเงินโดยตรง ดังนั้น BNPL จึงถือเป็นบริการผ่อนชำระที่เข้ามาเพิ่มโอกาสการเข้าถึงสินเชื่อในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยหรือมีรายได้อ่อน เนื่องจากเป็นสินเชื่อที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องมีบัตรเครดิต และสามารถใช้จ่ายเพียงบัตรประชาชนสำหรับการยืนยันตัวตนเพื่อขอสินเชื่อเท่านั้น จากการเข้าถึงบริการได้ง่าย ทำให้ปัจจุบันทั่วโลกมีการใช้บริการ BNPL เป็นจำนวนมาก โดยจากข้อมูลของ Juniper Research ระบุว่า ในปี 2565 จำนวนผู้ใช้ BNPL ทั่วโลกมีจำนวนกว่า 360 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 900 ล้านคน ในปี 2570 ขณะที่ในสหรัฐอเมริกา สำนักข่าว Financial Times ระบุว่า ในปี 2564 BNPL สามารถสร้างมูลค่าตลาดได้ถึง 1.2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเกือบ 4 เท่า เมื่อเทียบกับปี 2562 สำหรับ BNPL ในประเทศไทย จากรายงาน “Thailand Buy Now Pay Later Market Report 2022” คาดว่า มูลค่าตลาด BNPL ในปี 2565 อยู่ที่ประมาณ 5.5 – 6.5 หมื่นล้านบาท และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นมากในอนาคต โดยศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยประเมินว่า ปี 2571 BNPL จะมีมูลค่าสูงถึง 15,818 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้น 17 เท่าจากปี 2564 อย่างไรก็ตาม แนวโน้มข้างต้นแม้จะเป็นโอกาสทางธุรกิจ แต่จากความสะดวกในการเข้าถึงและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ BNPL ที่มีทั้งรูปแบบออฟไลน์หรือออนไลน์ อาจส่งผลให้คนไทยมีหนี้สินเพิ่มขึ้น และสร้างพฤติกรรมเสพติดการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย จนนำไปสู่ปัญหาอื่น ๆ ตามมา

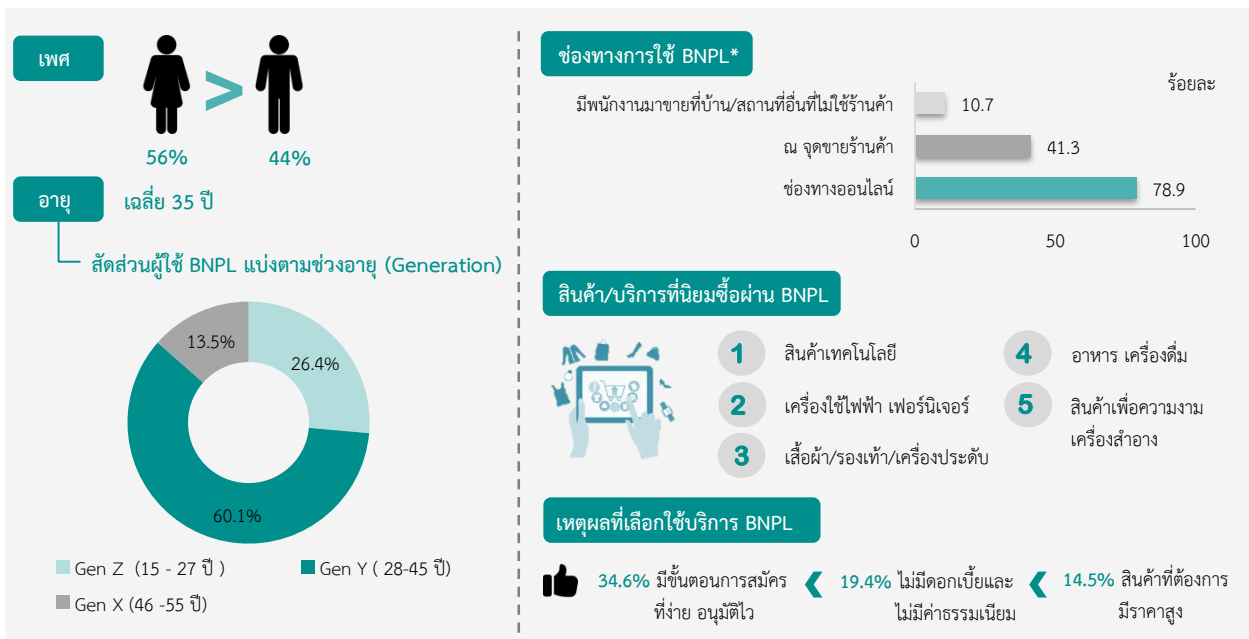
ตาราง 15 รูปแบบบริการธุรกิจ BNPL

ช่องทางการขาย	ผู้ให้บริการสินเชื่อ (BNPL provider)	
	ร้านค้าให้บริการเอง (Merchant)	บริษัทอื่นที่มีเชร้านค้า (Non-merchant third party)
บริการสินเชื่อ ณ จุดขายในร้าน (Offline BNPL)	แบบที่ 1 Offline-merchant ร้านค้าปล่อยสินเชื่อให้ผู้ซื้อสินค้าภายในร้านของตนเอง	แบบที่ 2 Offline 3 rd party ผู้ให้บริการ BNPL ตกลงกับร้านค้าว่าจะปล่อยสินเชื่อให้ผู้ซื้อสินค้าในร้านนั้น
บริการสินเชื่อผ่านการขายแบบออนไลน์ (Online BNPL)	แบบที่ 3 Online-merchant ร้านค้าปล่อยสินเชื่อให้ผู้ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ของร้านค้าเอง	แบบที่ 4 Online 3 rd party ผู้ให้บริการ BNPL ตกลงกับร้านค้าว่าจะนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของตนเองหรือของร้านค้า และจะปล่อยสินเชื่อให้ผู้ซื้อสินค้าจากร้านค้านั้น

ที่มา : จากบทความ “ชื้อก่อนจ่ายทีหลัง” คลื่นลูกใหม่แห่งวงการสินเชื่อของวิจัยกรุงศรี, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับบริษัท ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด (SAB) ได้ดำเนินการสำรวจแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เงินแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลังในกลุ่มประชาชนที่มีอายุระหว่าง 15 – 55 ปี ครอบคลุม 11 จังหวัด โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,945 คน เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการ BNPL โดยผลการสำรวจ พบว่า มีผู้ที่เคยใช้บริการ BNPL ประมาณร้อยละ 23.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (อายุ 28 – 45 ปี) ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 60.1 รองลงมาเป็นกลุ่ม Gen Z (อายุ 15 – 27 ปี) ร้อยละ 26.4 และกลุ่ม Gen X (อายุ 46 – 55 ปี) ที่มีสัดส่วนร้อยละ 13.5 ช่องทางในการใช้บริการ BNPL พบว่า ร้อยละ 78.9 ใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยสินค้าหลักที่นิยมซื้อ คือ สินค้าเทคโนโลยี และเครื่องใช้ไฟฟ้า/เฟอร์นิเจอร์ สำหรับราคาสินค้าที่ผู้ใช้บริการ BNPL ผ่อนชำระอยู่ที่ประมาณ 7,500 บาท ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสถานะทางการเงินของกลุ่มผู้ใช้บริการทางการเงิน พบว่า ร้อยละ 37.0 เป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งเหตุผลที่เลือกใช้บริการ BNPL ร้อยละ 34.6 ระบุว่า มีขั้นตอนการสมัครที่ง่ายและอนุมัติไว รองลงมาคือการไม่มีดอกเบี้ยและไม่มีค่าธรรมเนียมที่ร้อยละ 19.4 ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการ BNPL เกือบทั้งหมดไม่เคยผิณฑ์ชำระในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.2 มีเพียงร้อยละ 3.1 เคยผิณฑ์ชำระแต่ชำระแล้ว ส่วนผู้ที่ยังผิณฑ์ชำระอยู่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.7 เท่านั้น

แผนภาพ 17 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ BNPL ที่มีอายุ 15 – 55 ปี (จำนวน 682 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 2,945 คน)

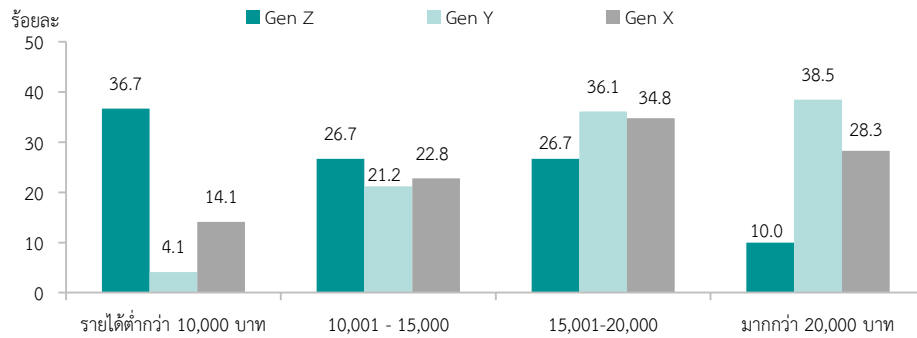


ที่มา : โครงการสำรวจ และศึกษา เรื่องแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เงินแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง โดย สศช. และ SAB

ผลการสำรวจข้างต้นแม้จะชี้ให้เห็นว่าการใช้บริการ BNPL ในปัจจุบันยังอาจไม่พบปัญหามากนัก เพราะยังมีสัดส่วนผู้ใช้บริการไม่มาก และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่สามารถจ่ายชำระหนี้คืนได้ อย่างไรก็ตาม ผลสำรวจยังสะท้อนถึงความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาได้ คือ

1. **เด็ก Gen Z ที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ใช้บริการ BNPL มากกว่าครึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่ใช้จ่ายไปกับเสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องประดับ** โดยกลุ่ม Gen Z ที่ใช้บริการ BNPL ร้อยละ 63.3 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท แบ่งเป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 36.7 และรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 26.7 สูงกว่าสัดส่วนของผู้ใช้ Gen Y และ Gen X ซึ่งกลุ่ม Gen Z กว่าร้อยละ 38.0 ใช้บริการ BNPL ในการซื้อสินค้าจำพวกเสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องประดับ สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมเสี่ยงของเด็กรุ่นใหม่ที่อาจก่อหนี้เกินตัวในอนาคต

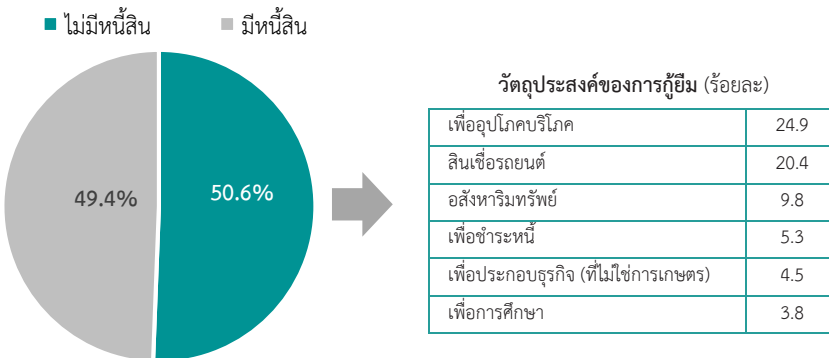
แผนภาพ 18 สัดส่วนรายได้เฉลี่ยผู้ใช้บริการ BNPL จำแนกตามกลุ่มอายุ



ที่มา : โครงการสำรวจ และศึกษา เรื่องแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้จ่ายเงินแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง โดย สศช. และ SAB

2. BNPL กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ขณะที่ผู้ใช้ BNPL ยังเป็นกลุ่มที่มีหนี้หลายประเภท โดยผู้ใช้บริการ BNPL กว่าร้อยละ 62.3 ระบุว่าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น หากมีบริการผ่อนชำระ BNPL อีกทั้ง BNPL ยังเป็นปัจจัยกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายมากขึ้น โดยผู้ใช้ร้อยละ 45.2 มีการใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการให้ข้อมูลของบริษัท Atome ประจำประเทศไทย ที่ระบุว่า BNPL ช่วยเพิ่มมูลค่าการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งถึงร้อยละ 35 รวมถึงผลสำรวจ Lending tree ของสหรัฐอเมริกา ที่ชี้ให้เห็นว่า BNPL ทำให้ 2 ใน 3 ของผู้ที่เคยใช้บริการมีการใช้เงินมากกว่าเดิม ซึ่งการกระตุ้นการใช้จ่ายที่มากขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการมีโอกาสในการก่อหนี้มากขึ้น สะท้อนได้จาก ผลการสำรวจที่พบว่า ผู้ใช้บริการ BNPL ถึงร้อยละ 49.4 มีภาระหนี้ที่ต้องชำระอยู่แล้ว (ไม่รวมหนี้ BNPL) โดยคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นหนี้เพื่อการอุปโภคบริโภค ซึ่งเป็นหนี้ที่ไม่สร้างรายได้ มีระยะเวลาการผ่อนชำระสั้น และมีอัตราดอกเบี้ยสูง ทำให้มีภาระในการชำระหนี้ต่อเดือนสูง ดังนั้น แม้ว่าวงเงินสินเชื่อ BNPL จะไม่ได้มีมูลค่าสูงนัก¹⁶ แต่การกระตุ้นการใช้จ่ายที่ทำให้ก่อหนี้หลายประเภทพร้อมกันอาจนำไปสู่ความเสี่ยงในการผิดนัดชำระหนี้และเกิดหนี้เสียในระยะถัดไป โดยเฉพาะหากได้รับการปรับเพิ่มวงเงิน

แผนภาพ 19 ภาระหนี้สินของผู้ใช้บริการ BNPL

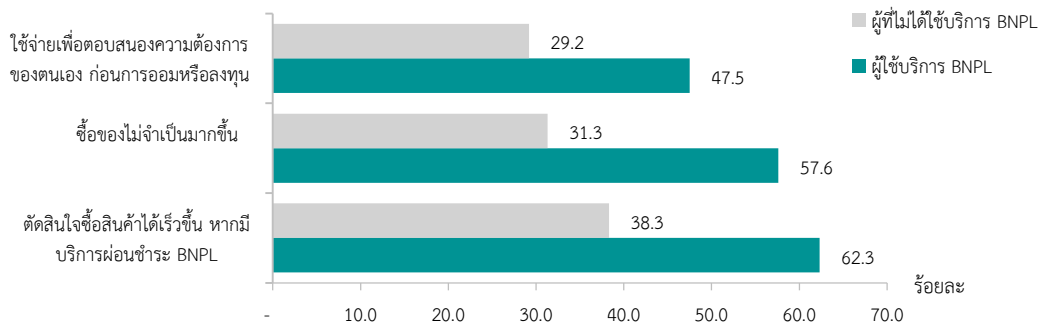


ที่มา : โครงการสำรวจ และศึกษา เรื่องแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้จ่ายเงินแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง โดย สศช. และ SAB

3. ผู้ใช้บริการ BNPL ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการจะซื้อของไม่จำเป็นมากขึ้นหากมีการผ่อนชำระ รวมทั้งเห็นด้วยกับการใช้จ่ายเพื่อให้รางวัลกับตนเองก่อนการตัดสินใจออมหรือลงทุน โดยร้อยละ 57.6 ของผู้ใช้ BNPL เห็นด้วยกับการจะซื้อสินค้าที่ไม่มีความจำเป็นหากสามารถผ่อนชำระได้ ขณะที่ผู้ที่ไม่เคยใช้ BNPL กลับเห็นด้วยกับทัศนคติดังกล่าวเพียงร้อยละ 31.3 ขณะเดียวกันผู้ใช้ BNPL ร้อยละ 47.5 ยังเห็นด้วยกับการจ่ายเพื่อให้รางวัลหรือตอบสนองความสุขของตนเองก่อนคิดถึงการออมและการลงทุน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้บริการ Gen Z มีทัศนคติดังกล่าว มากถึงร้อยละ 51.7 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ใช้ BNPL อาจขาดวินัยทางการเงินโดยเฉพาะในการสร้างนิสัยการออมและการลงทุน

¹⁶ วงเงินไม่เกิน 20,000 -100,000 บาท ซึ่งวงเงินอาจเพิ่มหรือลดลง ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของผู้ให้บริการ อาทิ Lazada ให้วงเงินสูงสุดที่ 100,000 บาท

แผนภาพ 20 ทิศนคติระหว่างผู้ใช้บริการ BNPL และผู้ไม่ใช้บริการ BNPL



ที่มา : โครงการสำรวจ และศึกษา เรื่องแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง โดย สศช. และ SAB

4. ผู้ใช้บริการ BNPL ได้รับข้อมูลจากผู้ให้กู้ยืมยังไม่ครบถ้วน และต้องการการกำกับดูแลจากภาครัฐ โดยเมื่อสอบถามผู้ที่เคยใช้บริการ BNPL ถึงการแจ้งข้อมูลของผู้ให้บริการ พบว่า ร้อยละ 15.3 ไม่เคยได้รับแจ้งหรือได้รับแจ้งบางครั้งเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย และร้อยละ 15.6 ไม่เคยได้รับแจ้งหรือได้รับแจ้งบางครั้งเกี่ยวกับข้อกำหนดเมื่อค้างชำระหรือผิดนัดชำระ ขณะเดียวกัน ผู้ใช้บริการ BNPL ร้อยละ 34.0 ที่ให้ข้อเสนอแนะถึงความต้องการให้ภาครัฐกำกับดูแลบริการ BNPL ผ่านการออกกฎหมายควบคุมและกำกับดูแลร้านค้าผู้ให้บริการ และร้อยละ 29.9 ต้องการให้ควบคุมอัตราดอกเบี้ยไม่ให้สูงเกินไป ทั้งนี้ การไม่ได้รับ/ได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน อาจทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจผิดพลาดและไม่ทราบถึงข้อควรระวังในการใช้ BNPL

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า BNPL ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีส่วนช่วยให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้ แต่อาจเป็นความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ไม่เหมาะสมและการติดกับดักหนี้ รวมทั้งยังขาดการกำกับดูแลที่ชัดเจน โดยปัจจุบันมีเพียงประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภครองรับเท่านั้น ซึ่งยังไม่ครอบคลุมทั้งในส่วนของผู้ให้บริการและผู้ใช้งาน อาทิ กรณีการเกิดความเสียหายขึ้น ขณะที่ในต่างประเทศมีกฎหมายการกำกับที่ชัดเจน อาทิ สหภาพยุโรป มีการใช้กฎระเบียบสินเชื่อเพื่อบริโภคในการควบคุม สิงคโปร์ มีการออกวิธีการปฏิบัติสำหรับผู้ให้บริการ BNPL และอินเดีย มีการกำหนดหลักเกณฑ์ให้ถือว่าผู้ให้บริการ BNPL เป็นผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน (NBFC)¹⁷ จำเป็นต้องลงทะเบียนอยู่ภายใต้การกำกับของธนาคารกลางอินเดีย ดังนั้น เพื่อคุ้มครองผู้กู้ยืม และป้องกันความเสี่ยงจากการใช้บริการ ไทยจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลที่ครอบคลุมผู้ให้บริการ BNPL ทุกประเภทตั้งแต่การขออนุญาตประกอบธุรกิจ การกำหนดอัตราค่าปรับ อัตราดอกเบี้ย และเพดานวงเงินสินเชื่อ รวมทั้งผู้ให้บริการต้องแจ้งรายละเอียดหรือเงื่อนไขการขอสินเชื่อ BNPL แก่ผู้ใช้ให้ครบถ้วน และต้องเข้าร่วมเป็นสมาชิกและส่งข้อมูลให้แก่บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด เพื่อลดปัญหาการก่อหนี้เกินตัว รวมถึงผู้ให้บริการ BNPL พร้อมทั้งเจ้าหนี้อื่นๆ ได้มีข้อมูลที่ประเมินความเสี่ยงได้อย่างรอบด้าน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องมีความรู้และวินัยทางการเงินเพื่อให้ตระหนักถึงความเสี่ยงในการเป็นหนี้และการใช้จ่ายเกินตัว

¹⁷ Non-Banking Financial Companies (NBFC) คือ ผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ให้สินเชื่อแบบไม่มีหลักประกัน 2) ผู้ให้บริการ e-Payment และ 3) ผู้รับแลกเปลี่ยนเงินหรือโอนระหว่างประเทศ