



THAI DIGITAL GENERATION SURVEY
รายงานผลสำรวจ 'คนยุคดิจิทัล' ไทย

การเข้าถึงการเงินใน ยุคดิจิทัล

โดย Sea Insights
พฤษภาคม 2565



เกี่ยวกับเรา

เกี่ยวกับบริษัท

Sea Insights คือหน่วยงานวิจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัลและนโยบายสาธารณะ ภายใต้ Sea (Group) มีพันธกิจหลักในการพัฒนาและสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดย Sea Insights มุ่งมั่นที่จะสนับสนุน และช่วยเหลือผู้นำองค์กรในภาครัฐและเอกชน ด้วยการสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านนโยบายและยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศทางดิจิทัลในภูมิภาค

Sea Limited เป็นบริษัทชั้นนำระดับโลกด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์มสำหรับผู้บริโภค โดยธุรกิจหลักของบริษัทฯ ประกอบด้วย การ์รีนา (Garena) ผู้พัฒนาและให้บริการเกมออนไลน์ชั้นนำระดับโลก ช้อปปี้ (Shopee) แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไต้หวัน และซีมันนี่ (SeaMoney) ผู้ให้บริการดิจิทัลเพย์เมนต์และการเงินดิจิทัลในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ผู้เขียน

ดร. สันติธาร เสถียรไทย

Group Chief Economist and Managing Director
santis@sea.com

กันตภณ อมรรัตน์

kantaphon.a@sea.com

Lam Zhao Yao

lamzy@sea.com

Bradford Loh

lohbrad@sea.com

แหล่งที่มา

ข้อมูลในรายงานฉบับนี้อ้างอิงจากรายงานผลสำรวจคนยุคดิจิทัลอาเซียน ประจำปี 2565 (2022 ASEAN Digital Generation Report) ซึ่งจัดทำร่วมกับ สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) โดยในปี Sea Insights ได้ทำการสำรวจคนรุ่นดิจิทัลกว่า 90,000 คน ผ่าน แพลตฟอร์มของการ์รีนาและช้อปปี้ รวมถึงช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ของบริษัทฯ

กลุ่มตัวอย่างของเราประกอบด้วยกลุ่มแรงงานดิจิทัล หรือผู้ที่มีอายุระหว่าง 16-60 ปี ที่มีความคุ้นเคยกับการใช้ดิจิทัลในระดับหนึ่ง ซึ่งทำให้เราสามารถขยายการสำรวจไปยังกลุ่มคนในช่วงอายุอื่น ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้ามามีส่วนร่วมในโลกออนไลน์มากขึ้น

ข้อมูลเพิ่มเติม

<https://www.sea.com>

<https://medium.com/seainsights>

Executive summary: ‘4 คำถามหลัก’ สู่ ‘10 ข้อค้นพบสำคัญ’

การเงินในอุดมคติหน้าตาเป็นอย่างไร?

1. การเข้าถึงบริการด้านการเงินมีความสำคัญต่อชีวิตของคนไทยยุคดิจิทัลมาก เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มองบริการทางการเงินเป็น “ตาข่ายรองรับทางสังคม” เป็นที่พึ่งพิงยามยาก โดยในประเทศไทย มีสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เล็งเห็นความสำคัญของการเข้าถึงบริการทางการเงินในด้านนี้ มากที่สุดในภูมิภาค ซึ่งแตกต่างจากประเทศอื่นที่ให้ความสำคัญต่อประเด็นการบริหารสภาพคล่อง หรือการออมเงินเพื่ออนาคต

2. เวลาเลือกผู้ให้บริการคนไทยยุคดิจิทัลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือความสามารถในการตอบโต้ภัยบริการทางการเงินของตน ซึ่งแตกต่างจากประเทศอื่นๆ ที่ผู้คนให้ความสำคัญว่าผู้ให้บริการนั้นอยู่ใต้การกำกับของรัฐหรือไม่ นอกจากนี้การศึกษายังพบว่าความคุ้นเคยกับผู้ให้บริการที่เคยใช้ กลับไม่ค่อยมีความสำคัญเท่าไรสำหรับกลุ่มตัวอย่างในไทย (เพียง 11% ระบุว่ามีความสำคัญ)

เทรนด์การเงินดิจิทัลของไทยเป็นอย่างไรหลังโควิด?

3. ประเทศไทยมีสัดส่วนคนใช้แอปพลิเคชัน การเงินดิจิทัล (อีแบงก์กิ้งและอีวอลเลท) มากที่สุดในภูมิภาค และมีสัดส่วนคนใช้แอปพลิเคชันประเภทนี้สูงยิ่งกว่าโซเชี่ยลมีเดีย ยิ่งไปกว่านั้น เราพบว่า 94% ของคนไทยยุคดิจิทัลต้องการที่จะใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัลเพิ่มขึ้นไปอีกในอนาคต แม้แต่ในกลุ่มคนที่เข้าถึงบริการการเงินอยู่แล้ว 98% ยังระบุว่าอยากใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น

4. เทคโนโลยีทางการเงินเป็นเสมือนบันไดเชื่อมคนที่ปกติอาจถูกทิ้งไว้ข้างหลังให้เข้าสู่ระบบการเงินได้ หนึ่ง ช่องทางออนไลน์เปิดโอกาสให้ผู้ที่ยากลำบากอยู่ในพื้นที่ห่างไกลสามารถรับบริการทางการเงินได้ในต้นทุนต่ำ สอง ข้อมูลดิจิทัลและเทคโนโลยีของบริษัทเทคโนโลยีการเงิน (Fintech) มีส่วนช่วยให้กลุ่มลูกค้าบางกลุ่มที่ปกติเข้าไม่ถึงสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ เช่น กลุ่มธุรกิจรายย่อย (Micro) กลุ่มคนรุ่นใหม่ เข้าถึงแหล่งเงินได้มากขึ้น

Executive summary: ‘4 คำถามหลัก’ สู่ ‘10 ข้อค้นพบสำคัญ’

การเข้าถึงบริการทางการเงินยังมีช่องว่างตรงไหนบ้าง? เพราะอะไร?

5. การเข้าถึงบริการการเงินของคนไทยยุคดิจิทัลยังมีช่องว่างอยู่ในหลายด้าน แม้ 90% ของคนยุคดิจิทัลในประเทศไทยจากการศึกษาของเราจะมีบัญชีเงินฝากธนาคาร แต่ผู้ที่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินที่สำคัญ (สินเชื่อ การลงทุน ประกัน) ได้อย่างครบถ้วน มีไม่ถึง 30% ของผู้ถูกสำรวจ โดยกลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัด ผู้หญิง และผู้ที่ไม่ค่อยได้ใช้อุปกรณ์ดิจิทัล เป็นกลุ่มหลักที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างครบถ้วน

6. ในกลุ่มผู้ที่ต้องการสินเชื่อ พบว่าธนาคารพาณิชย์ให้บริการสินเชื่อได้ไม่ถึง 50% ของผู้ต้องการสินเชื่อทั้งหมด โดยผู้กู้จำเป็นต้องไปพึ่งพาแหล่งสินเชื่ออื่นๆ ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน การสำรวจยังพบว่าธุรกิจขนาดย่อย (Micro enterprise) สามารถเข้าถึงสินเชื่อได้น้อยกว่าธุรกิจขนาดเล็กและกลาง (SMEs) อย่างชัดเจน ซึ่งอุปสรรคสำคัญอันดับหนึ่งในการเข้าถึงสินเชื่อของไทยไม่ใช่เรื่องอัตราดอกเบี้ยแต่คือกระบวนการขอสินเชื่อที่ต้องใช้หลักประกันที่ยุ่งยากและซับซ้อน

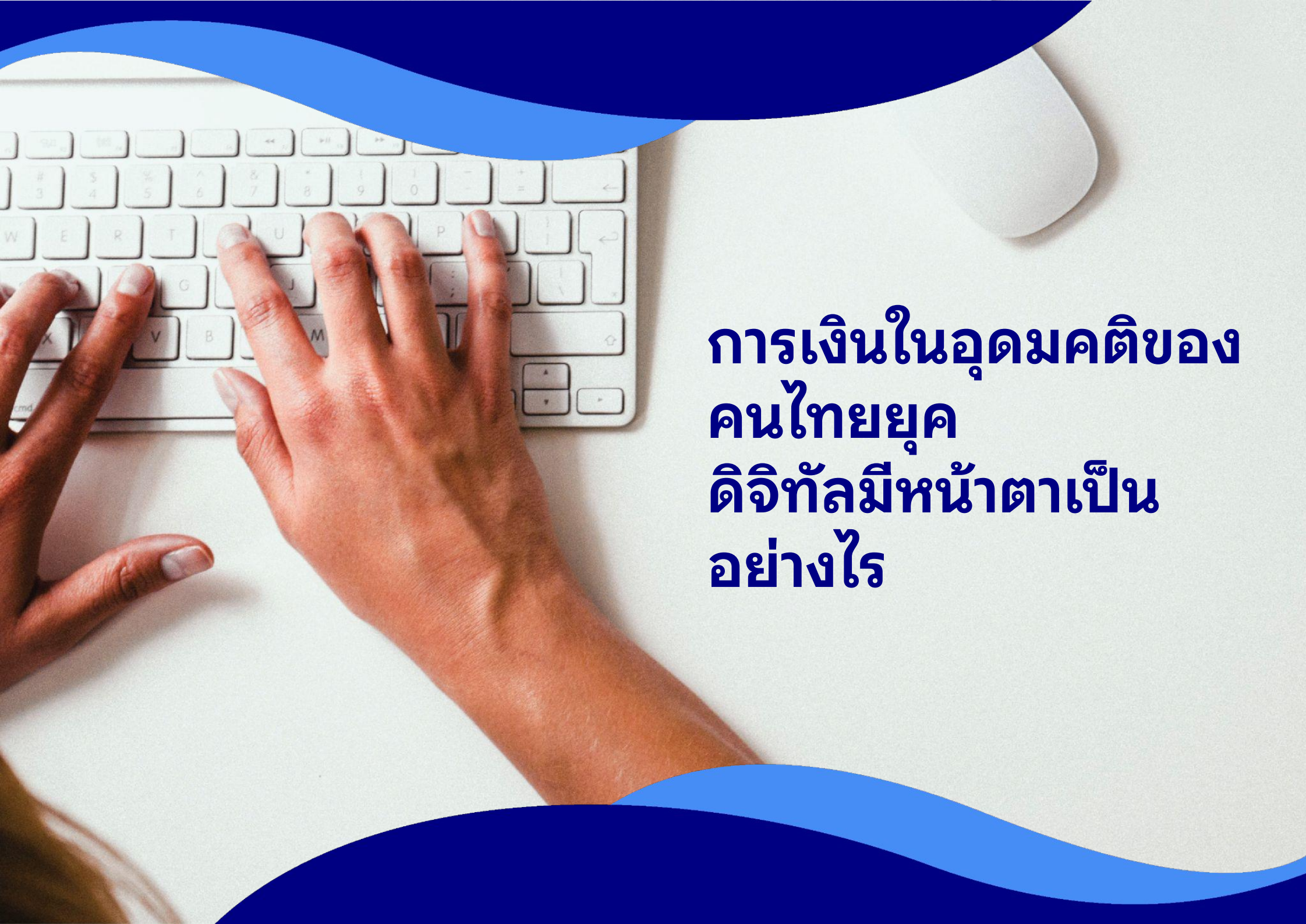
7. ในขณะเดียวกันด้านการลงทุน พบว่าไม่ถึง 30% ของคนไทยดิจิทัลลงทุนในตลาดการเงิน (หุ้น พันธบัตร กองทุนรวม) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กว่า 60% เลือกที่จะเก็บออมเงินไว้ในบัญชีเงินฝากเป็นหลัก นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบในระดับภูมิภาค พบว่าคนไทยครองแชมป์ในการลงทุนในทองคำ และซื้อผลิตภัณฑ์สูงที่สุดในภูมิภาค ที่น่าสนใจคือประเทศไทยมีส่วนร่วมการลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลเป็นอันดับ 2 รองจากฟิลิปปินส์

ความรู้ด้านการเงินคนยุคดิจิทัลมีแค่ไหน? เรียนจากที่ใด?

8. แม้เทคโนโลยีจะเป็นส่วนหนึ่งของคำตอบการเข้าถึงการเงิน แต่อาจไม่ใช่ทั้งหมด การให้ความรู้ด้านการเงินมีส่วนสำคัญด้วยเช่นกัน เนื่องจากการเพิ่มความเข้าใจในบริการทางการเงินด้านต่าง ๆ จะนำไปสู่การใช้บริการทางการเงินที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการลงทุนและบริหารการเงินส่วนตัว งานสำรวจยังพบว่าผลิตภัณฑ์การเงินที่คนขาดความรู้ความเข้าใจมากที่สุด คือ สินเชื่อและบัตรเครดิต

9. นอกเหนือจากการให้ความรู้ด้านการเงินแล้ว การให้ความรู้ด้านดิจิทัลก็อาจสำคัญไม่แพ้กัน อันเป็นสิ่งที่ควรทำควบคู่กัน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของเงินและข้อมูล ซึ่งเป็นความกังวลอันดับต้น ๆ ของคนยุคดิจิทัล

10. คนยุคดิจิทัลมองว่าการเรียนรู้ด้านการเงินที่ได้ผลที่สุดคือ การเรียนรู้จากการลงมือทำเอง ตามมาด้วยจากครอบครัวและเพื่อน พนักงานที่ขายผลิตภัณฑ์ทางการเงิน สื่อออนไลน์ และผู้เชี่ยวชาญทางการเงิน แต่ในความเป็นจริง ยังมีช่องว่างในการเรียนรู้ โดยคนที่ได้เรียนรู้ด้านการเงินกับพนักงานของสถาบันการเงินและผู้เชี่ยวชาญมีส่วนร่วมที่น้อยมาก เกิดเป็นช่องว่างที่ต้องรีบอุดอย่างชัดเจน



การเงินในอุดมคติของ
คนไทยยุค
ดิจิทัลมีหน้าตาเป็น
อย่างไร

บริการทางการเงินเป็น “ตาข่ายรองรับทางสังคม” ที่สำคัญสำหรับคนไทยยุคดิจิทัล

ในขณะที่ บทบาทสำคัญของบริการทางการเงินของประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน คือ การการออมเพื่ออนาคต

การเข้าถึงบริการทางการเงินสำคัญสำหรับคุณอย่างไร?

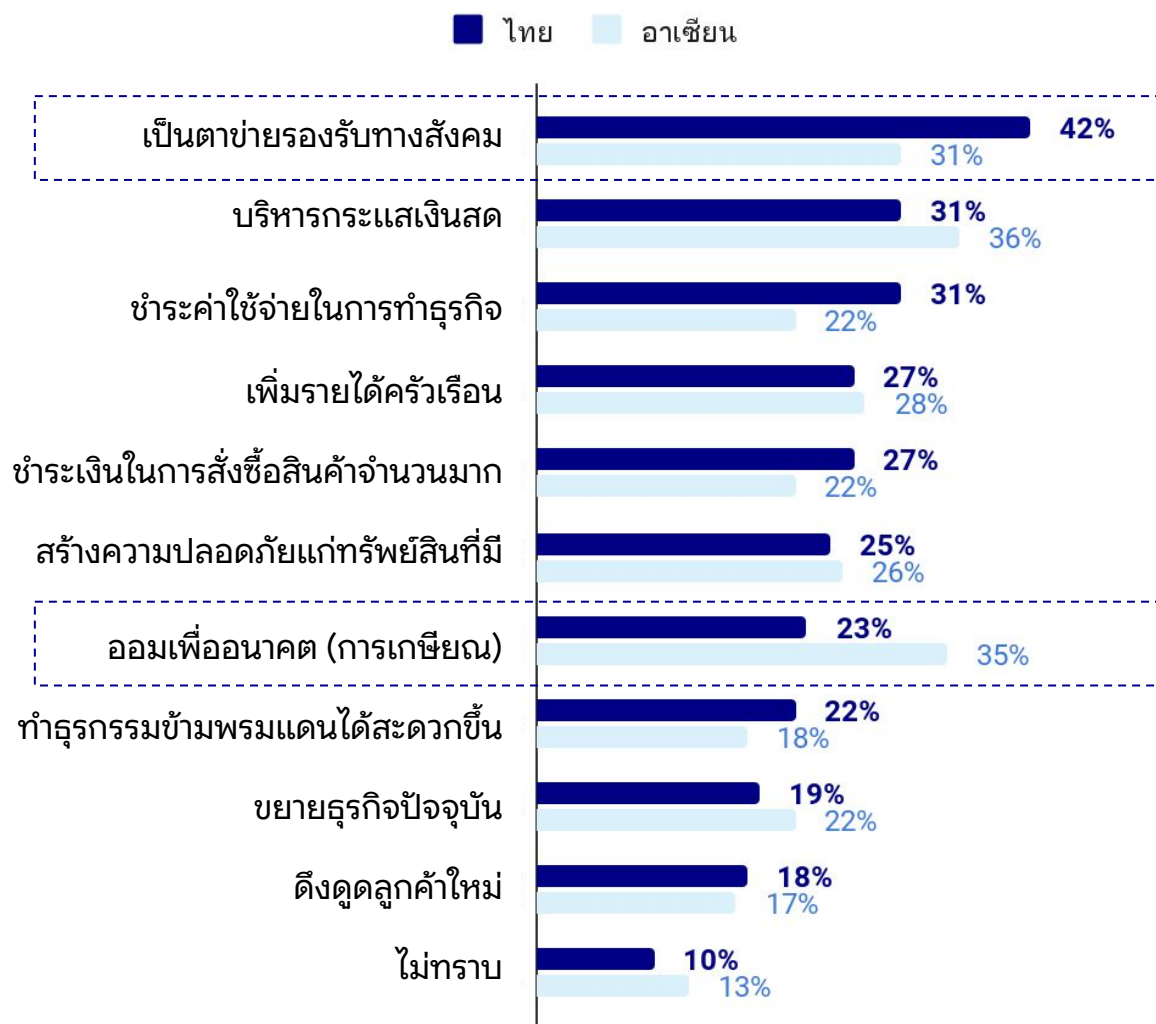
42% ของผู้ตอบแบบสอบถาม เชื่อว่าการเข้าถึงบริการทางการเงินมีบทบาทสำคัญในการเป็น ตาข่ายรองรับทางสังคม ช่วยคนรับความเสี่ยงต่างๆที่คาดไม่ถึง (เช่น รายได้หด รายจ่ายพุ่ง ตกงาน ธุรกิจล้มเหลว ฯลฯ)

โดยคนจากทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และพื้นที่ แม้แต่พนักงานประจำที่มีรายได้ที่มั่นคงอยู่แล้ว ต่างก็ให้ความสำคัญในประเด็นการเป็นตาข่ายรองรับทางสังคมสูงที่สุด

ผลลัพธ์ของประเทศไทยแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอย่างชัดเจน

ในทางกลับกัน คนยุคดิจิทัลส่วนใหญ่ในอาเซียน จะใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อบริหารกระแสเงินสดและออมเงินเพื่ออนาคตเป็นหลัก

เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาค มีคนไทยยุคดิจิทัลในสัดส่วนน้อยกว่ามาก ที่มองว่าหน้าที่หลักของระบบการเงิน คือ การออมเพื่ออนาคตและชีวิตหลังเกษียณ



เวลาเลือกผู้ให้บริการทางการเงินคนไทยยุคดิจิทัลให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการการเงินของตนเป็นสำคัญ

ความคุ้นเคยและคำแนะนำจากคนใกล้ชิด
กลับไม่สำคัญเท่าใดนัก

เมื่อต้องเลือกผู้ให้บริการทางการเงิน คุณลักษณะที่สำคัญ
ที่สุดที่คนยุคดิจิทัลในประเทศไทยมองหา คือ ความปลอดภัย
และความเป็นส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจระดับภูมิภาค
อาเซียน

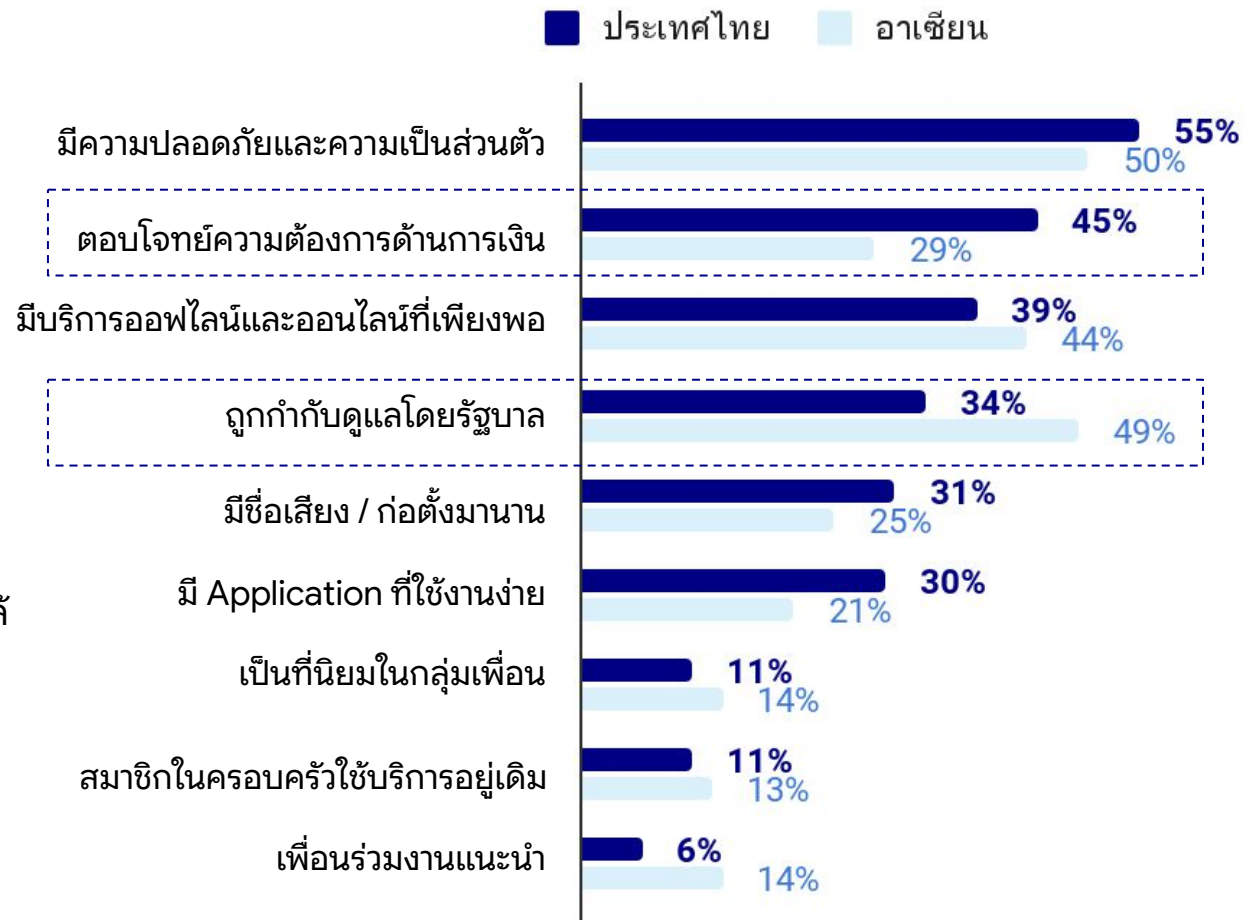
แต่แค่การให้ความสำคัญและความเป็นส่วนตัว อาจไม่
เพียงพอ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับ
ความสามารถของผู้ให้บริการทางการเงิน ในการตอบโจทย์
ความต้องการทางการเงินส่วนบุคคล ซึ่งแตกต่างจากคนใน
ประเทศอื่น ๆ ในอาเซียนที่ให้น้ำหนักกับปัจจัยเช่นว่าผู้ให้
บริการนั้นอยู่ใต้การกำกับดูแลของรัฐหรือไม่

นอกจากนี้ แบบสำรวจยังพบว่าการรีวิวหรือบอกต่อของคนใกล้
ชิดอาจไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนไทยยุคดิจิทัลเลือก
ตัดสินใจใช้บริการ

นั่นอาจแปลว่า คนยุคดิจิทัลชาวไทยไม่ได้ยึดติดกับผู้ให้บริการ
เดิมๆที่ครอบงำคุ้นเคย และเปิดกว้างต่อการหาผู้ให้บริการ
ทางการเงินใดก็ได้ก็ตาม ที่ตอบโจทย์ความต้องการพวกเขาได้

คนไทยยุคดิจิทัลมองหาคุณสมบัติใดในผู้ให้บริการทางการเงิน
ก่อนตัดสินใจใช้บริการ?





โลกการเงินไทย หมุนเข้าสู่ยุคดิจิทัล อย่างเต็มตัว

คนไทยยุคดิจิทัล ใช้แอปพลิเคชันทางการเงินมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสองประเทศในภูมิภาคอาเซียนที่มีสัดส่วนคนใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงิน (เช่น อีแบงก์กิ้งและอีวอลเล็ต) สูงกว่าโซเชี่ยลมีเดีย

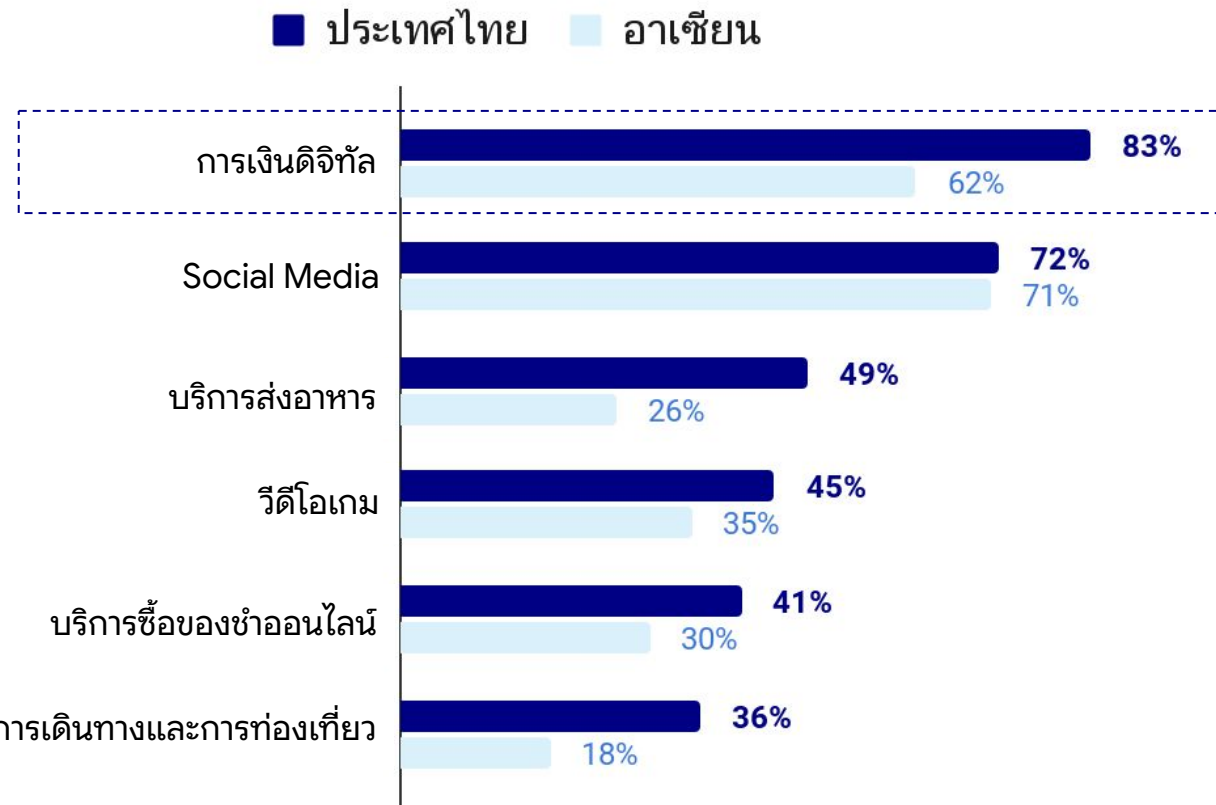
ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคในช่วงโควิด-19 บวกกับการที่โครงสร้างพื้นฐานด้านการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยที่มีความพร้อมค่อนข้างสูง

83% ของคนยุคดิจิทัลชาวไทย
ใช้แอปฯ การเงิน
เป็นอันดับ 1 ในอาเซียน

นอกจากนี้ การเติบโตของการใช้บริการดิจิทัลต่างๆ เช่น อีคอมเมิร์ซ บริการส่งอาหาร ฯลฯ อาจมีส่วนทำให้มีการชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัลในวงกว้างมากขึ้น

โดยคนไทยโดยเฉลี่ยใช้แอปพลิเคชันต่างๆ มากถึงคนละ 6 แอปพลิเคชัน มากกว่าค่าเฉลี่ยในภูมิภาคที่ใช้คนละ 4 แอปพลิเคชัน

คุณมีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันใดบ้าง?



แม้แต่คนที่เข้าถึงบริการทางการเงินได้อยู่แล้ว ก็ต้องการใช้บริการในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ สามารถช่วยยกระดับคุณภาพของบริการทางการเงินและเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นให้กับผู้ใช้บริการเดิม

ในภูมิภาคอาเซียน ประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรที่ ‘ต้องการใช้บริการทางการเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต’ สูงที่สุด

94%

ของคนไทยยุคดิจิทัล ต้องการ**ใช้บริการทางการเงินดิจิทัลมากขึ้น** เพื่อรองรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน

คนที่มี “ความสามารถในการเข้าถึงบริการทางการเงินที่สำคัญ”¹ ยังมีความต้องการใช้บริการทางการเงินดิจิทัลที่สูงขึ้น

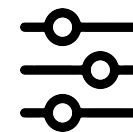
98%

ของคนไทยที่เข้าถึงบริการทางการเงินอยู่แล้ว ต้องการที่จะ**ใช้บริการทางการเงินดิจิทัลเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต**

การให้บริการทางการเงินในรูปแบบดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงการเปลี่ยนช่องทางการให้บริการจากออฟไลน์เป็นออนไลน์และลดต้นทุนค่าบริการให้ถูกลงได้เท่านั้น

แต่ยังเป็นขับเคลื่อนบริการการเงินด้วยข้อมูล (Data) ซึ่งช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ปรับให้เหมาะกับความต้องการเฉพาะบุคคล ตลอดจนนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีการให้บริการแบบออฟไลน์ (เช่น ประกันภัยดิจิทัลขนาดเล็ก หรือ microinsurance, การลงทุนในต่างประเทศ, การเปลี่ยนสินทรัพย์ในโลกจริงให้เป็นสินทรัพย์ดิจิทัล/โทเคน หรือ Asset Tokenisation เป็นต้น)

Digitalization เป็นการใช้ข้อมูลเพื่อนำมาซึ่งคุณภาพการให้บริการทางการเงินที่ดีขึ้น



มอบบริการที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล
(Customised services)



ลดต้นทุนให้ต่ำลง
(Lowering costs)



นำเสนอนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ
(Offering new products)

1. บุคคลที่มี “ความสามารถในการเข้าถึงบริการทางการเงินที่สำคัญ” คือผู้ที่สามารถเข้าถึงสินเชื่อ การลงทุน และการประกันภัย

เทคโนโลยีทางการเงิน ขยายโอกาสให้กลุ่มคนที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างครบถ้วน (Underserved) (1)

ช่องทางออนไลน์ ช่วยให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลหรือไม่สามารถเดินทางมาที่จุดให้บริการ สามารถใช้บริการได้

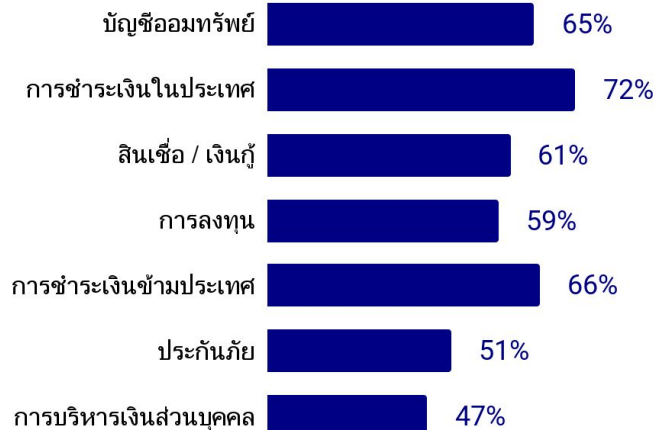
ช่องทางออนไลน์อำนวยความสะดวกให้ผู้คนเข้าถึงบริการทางการเงินได้จากทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ทางการเงินรูปแบบออนไลน์มักถูกปรับให้เข้าใจง่ายขึ้น โปร่งใสและใช้งานง่ายกว่า ทั้งยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับบริการทางการเงินรูปแบบดั้งเดิม คุณสมบัติเหล่านี้ช่วยให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลและผู้ประกอบการ MSMEs สามารถเข้าถึงและใช้บริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์การเงินขั้นพื้นฐาน เช่น บัญชีออมทรัพย์และการชำระเงินออนไลน์

ผู้ประกอบการ MSMEs และผู้ที่อาศัยในพื้นที่ชนบทเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก



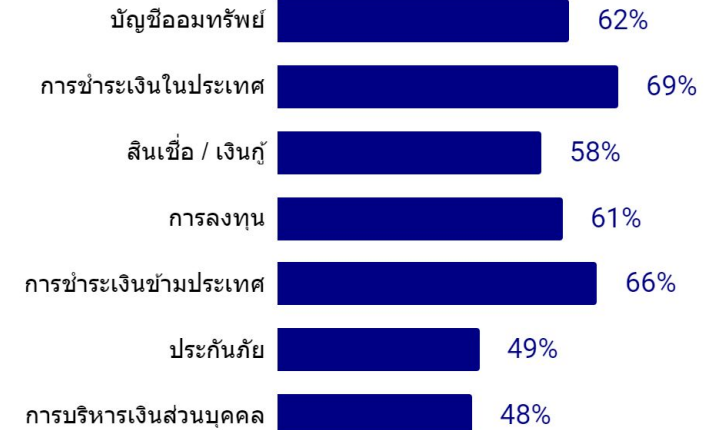
ผู้ประกอบการ MSMEs

% ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินส่วนใหญ่ผ่านช่องทางออนไลน์



ผู้บริโภคในพื้นที่ชนบท

% ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินส่วนใหญ่ผ่านช่องทางออนไลน์



เทคโนโลยีทางการเงิน ขยายโอกาสให้กลุ่มคนที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างครบถ้วน (Underserved) (2)

เทคโนโลยีและข้อมูลทางเลือก (Alternative data) ช่วยเติมเต็มช่องว่างทางการเงินให้กับผู้ที่พบข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อ

เทคโนโลยีและข้อมูล สามารถเพิ่มโอกาสการเข้าถึงสินเชื่อได้ ด้วยการใช้อัลternative data จากประวัติทางพฤติกรรมบนโลกอินเทอร์เน็ต (Digital footprints) เพื่อพิจารณาอนุมัติสินเชื่อแก่ผู้ที่อาจขาดหลักประกัน เอกสารรับรองเงินเดือน (เช่น กลุ่มธุรกิจรายย่อย หรือ Micro Enterprise) หรือประวัติเครดิต (เช่น คนที่เพิ่งเข้าทำงาน)

18% ของคนยุคดิจิทัลเท่านั้นที่ได้สินเชื่อจากทั้งธนาคารพาณิชย์ และ Fintech

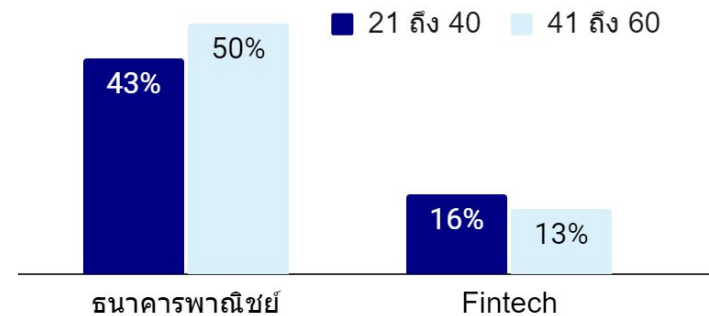
การสำรวจพบว่า กลุ่มลูกค้าสินเชื่อของธนาคารและ Fintech นั้นทับซ้อนกันไม่มาก แสดงให้เห็นว่าทั้งสองกลุ่มผู้ให้บริการอาจมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต่างกัน

- ผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มักจะกู้ยืมจาก Fintech มากกว่า และกู้ยืมจากธนาคารน้อยกว่าเมื่อเทียบกับคนที่มีอายุมากกว่า 40 ปี
- กลุ่มธุรกิจรายย่อยสามารถเข้าถึงสินเชื่อจากธนาคารได้น้อยกว่า และต้องพึ่งพาสินเชื่อจาก Fintech มากกว่าเมื่อเทียบกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่า

ดังนั้น ผลการสำรวจจึงบ่งชี้ว่า Fintech มีบทบาทเป็นส่วนเติมเต็มช่องว่างทางการเงิน ให้แก่ผู้ที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการสินเชื่อจากธนาคารได้

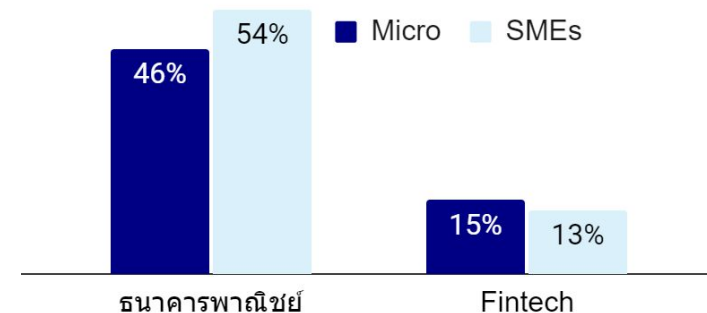
คนรุ่นใหม่กู้ยืมจาก Fintech มากกว่า

% ของการใช้บริการสินเชื่อจากแต่ละแหล่งเงินทุน



กลุ่มธุรกิจรายย่อยพึ่งพา Fintech มากกว่า

% ของการใช้บริการสินเชื่อจากแต่ละแหล่งเงินทุน





คนไทยยุคดิจิทัลจำนวนมากยัง
เข้าไม่ถึงบริการทางการเงิน
ที่สำคัญ

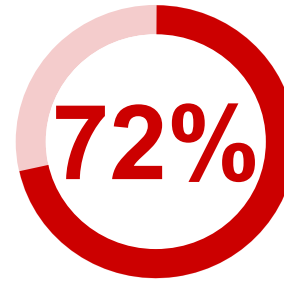
คนไทยยุคดิจิทัลจำนวนมาก ยังเข้าถึงเพียงแค่บริการทางการเงินขั้นพื้นฐาน

แม้ว่าคนส่วนใหญ่จะเข้าถึงบริการออมทรัพย์และการชำระเงินออนไลน์ซึ่งเป็นบริการขั้นพื้นฐานได้ แต่ส่วนใหญ่ยังเข้าไม่ถึงบริการอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น สินเชื่อ การลงทุน และการทำประกัน



กลุ่มคนที่ "เข้าไม่ถึงบริการทางการเงิน" มักจะเป็น ผู้หญิง ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ผู้ที่อาศัยอยู่ชนบท ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ที่ไม่ค่อยใช้บริการดิจิทัล (Non-active digital users)

สำหรับผู้ประกอบธุรกิจนั้น กลุ่มธุรกิจรายย่อยมักจะเข้าถึงบริการทางการเงินได้น้อยกว่า กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs



ของคนไทยยุคดิจิทัล
เข้าไม่ถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินขั้นที่
สำคัญ เช่น สินเชื่อ การลงทุน และการ
ทำประกัน

บุคคลที่มักเข้าไม่ถึงบริการทางการเงิน



ผู้หญิง



อาศัยอยู่ชนบท



อายุต่ำกว่า 30 ปี



มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่า
ระดับปริญญาตรี



ใช้บริการดิจิทัลน้อย



กลุ่มธุรกิจรายย่อย
(Micro Enterprise)

3 อุปสรรคสำคัญต่อการเข้าถึงบริการด้านการเงิน

คนไทยยุคดิจิทัลต้องเผชิญความท้าทายหลักๆ 3 ด้าน
ในการชำระเงิน การลงทุน และขอสินเชื่อ

1

กังวลด้านความปลอดภัยของ
เงินและข้อมูล



ผู้ตอบแบบสอบถามกังวลเกี่ยวกับการฉ้อโกง (Fraud) และการหลอกลวง (Scam) โดยพวกเขามีความกังวลเรื่องการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวด้านข้อมูลส่วนบุคคลของพวกเขา

ความกังวลด้านความปลอดภัยเป็นความท้าทายอันดับหนึ่ง สำหรับการใช้บริการชำระเงินและการลงทุนในประเทศไทย

2

ความยุ่งยากและซับซ้อนของ
ผลิตภัณฑ์/ สัญญา/ ขั้นตอน
การสมัคร



กว่าครึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามในประเทศไทย ระบุว่ากระบวนการสมัครที่ยากและซับซ้อนเป็นปัญหาที่ใหญ่ที่สุดสำหรับการขอสินเชื่อ

สำหรับการชำระเงิน การขาดความรู้ความเข้าใจทำให้ผู้คนกลัวว่าจะทำผิดพลาด เช่น โอนผิด หรือ ชำระเงินได้ไม่ถูกต้องตามข้อกำหนด

ในทำนองเดียวกัน ปัญหาหลักสำหรับการลงทุน คือ การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสัญญาและเงื่อนไขการลงทุน

3

ค่าธรรมเนียมสูง/ผลตอบแทนต่ำ



ค่าธรรมเนียม-ดอกเบี้ยแพงและผลตอบแทนต่ำ เป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญเมื่อใช้บริการสินเชื่อและบริการด้านการลงทุน ของผู้ที่เข้าถึงบริการทางการเงินต่างๆ ได้อยู่แล้ว

แต่ปัญหาด้านค่าบริการ-ดอกเบี้ยกลับไม่ใช่อุปสรรคหลักสำหรับกลุ่มผู้ที่ยังเข้าไม่ถึงบริการการเงิน ที่อาจจะไม่ได้รับบริการเลยตั้งแต่ต้น

การลงทุน: คนไทยยุคดิจิทัลส่วนใหญ่ไม่ได้มีการลงทุนในผลิตภัณฑ์ตลาดการเงิน แต่ลงทุนใน บัญชีเงินฝากธนาคาร ทองคำ และลอตเตอรี่

~1/5

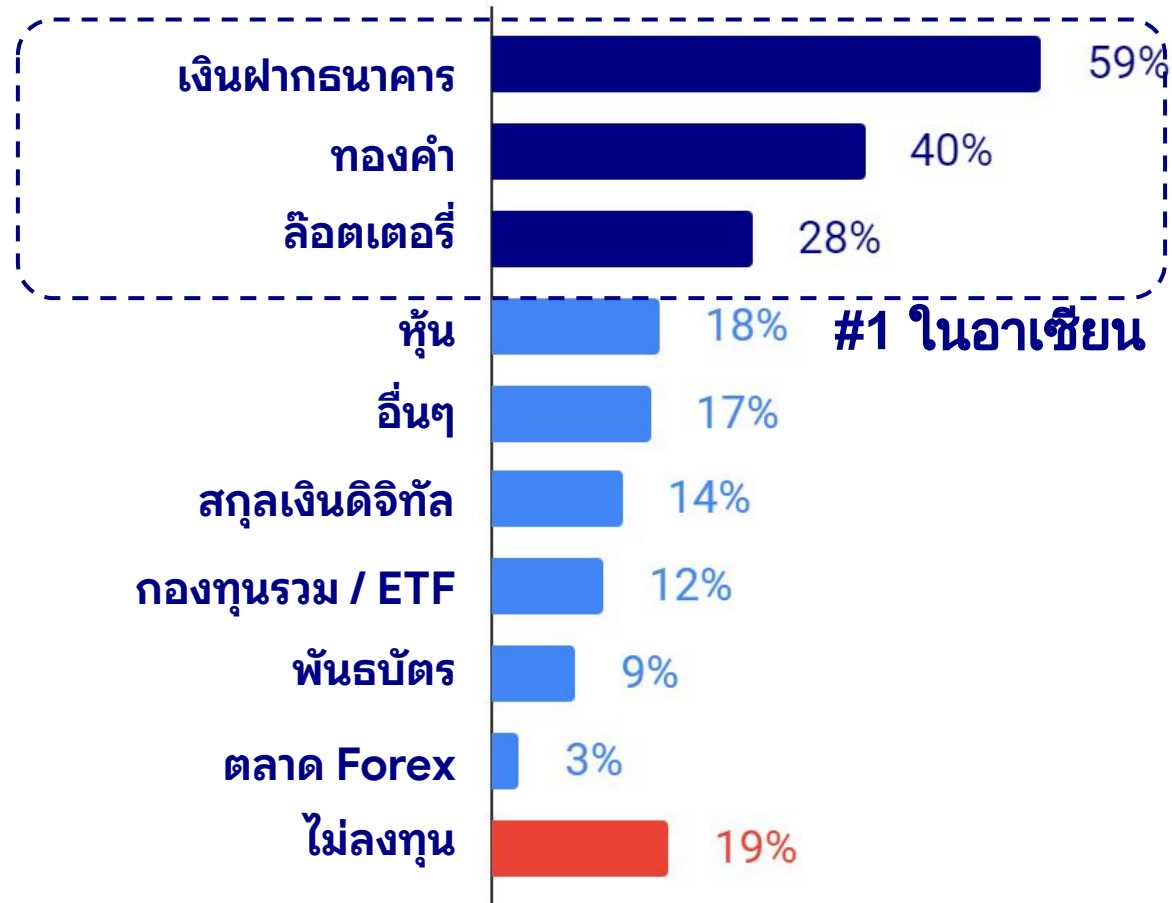
ของคนยุคดิจิทัลในประเทศไทย
ไม่ได้ลงทุนกับอะไรเลย

โดยหากมีการลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามมักลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงต่ำ เช่น เงินฝากธนาคาร

นอกจากนี้ ทองคำและลอตเตอรียังเป็นที่นิยมอย่างมาก ประเทศไทยมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนในลอตเตอรีมากถึง 28% และสูงสุดในภูมิภาคอาเซียน โดยนับเป็น 3 เท่าของค่าเฉลี่ยในภูมิภาค

นอกจากการลงทุน 3 อันดับแรกนี้ คนยุคดิจิทัลชาวไทยยังลงทุนในหุ้น สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) สินทรัพย์ดิจิทัล (NFTs) กองทุนรวม และ Exchange Traded Fund (ETF)

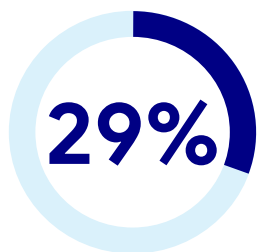
คนไทยยุคดิจิทัล นำเงินเก็บไปลงทุนที่ใดบ้าง?
(ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้สูงสุด 4 ข้อ)



การลงทุน: ใครบ้างที่ลงทุนในตลาดการเงินและสินทรัพย์ดิจิทัล?

ลงทุนในตลาดการเงิน

มีเพียงประมาณ 30% ของคนไทยยุคดิจิทัล ที่เคยลงทุนในตลาดการเงินมาก่อน และน้อยกว่า 15% ที่มีพอร์ตการลงทุนที่กระจายความเสี่ยงด้วยการลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย¹



ของคนไทยยุคดิจิทัล
มีการลงทุนในตลาดการเงิน
(หุ้น พันธบัตร กองทุนรวม)

คนที่ลงทุนในตลาดการเงินมักเป็น
ผู้ที่มีอายุ 41-60 ปี ผู้ชาย พนักงานประจำ ผู้ที่อาศัยในเมือง
และเคยเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารการเงินส่วนบุคคล



อายุ 41-60 ปี



พนักงาน
ประจำ



ผู้ชาย



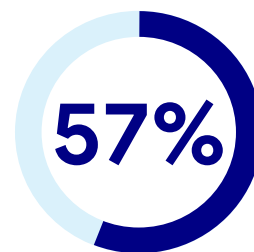
ผู้ที่อาศัย
ในเมือง



ผู้ที่เคยศึกษา
เรื่องการจัดการ
ด้านการเงิน

ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล

กลุ่มบุคคลที่ลงทุนในตลาดการเงินและกลุ่มบุคคลลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล มีความทับซ้อนกันมากพอสมควร



ของคนไทยยุคดิจิทัลที่ลงทุนในสกุล
เงินดิจิทัล (Crypto) เป็นผู้ที่ลงทุนใน
ตลาดการเงินด้วยเช่นกัน

ผู้ที่ลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล มีแนวโน้มเป็นคนรุ่น 21-40 ปี, ผู้ชาย
ผู้ประกอบการ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเมือง และเคยเรียนรู้เกี่ยวกับการ
บริหารการเงินส่วนบุคคล



อายุ 21-40 ปี



ผู้ประกอบการ



เพศชาย



ผู้ที่อาศัย
ในเมือง



ผู้ที่เคยศึกษาเรื่อง
การจัดการด้าน
การเงิน

¹ ผู้ที่มีพอร์ตการลงทุนที่กระจายความเสี่ยงด้วยการลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ลงทุนใน ETF หรือ ลงทุนในหุ้น และพันธบัตร

สินเชื่อ: ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทสำคัญด้านบริการสินเชื่อ แต่คนไทยยุคดิจิทัลส่วนหนึ่งยังเข้าไม่ถึงบริการ

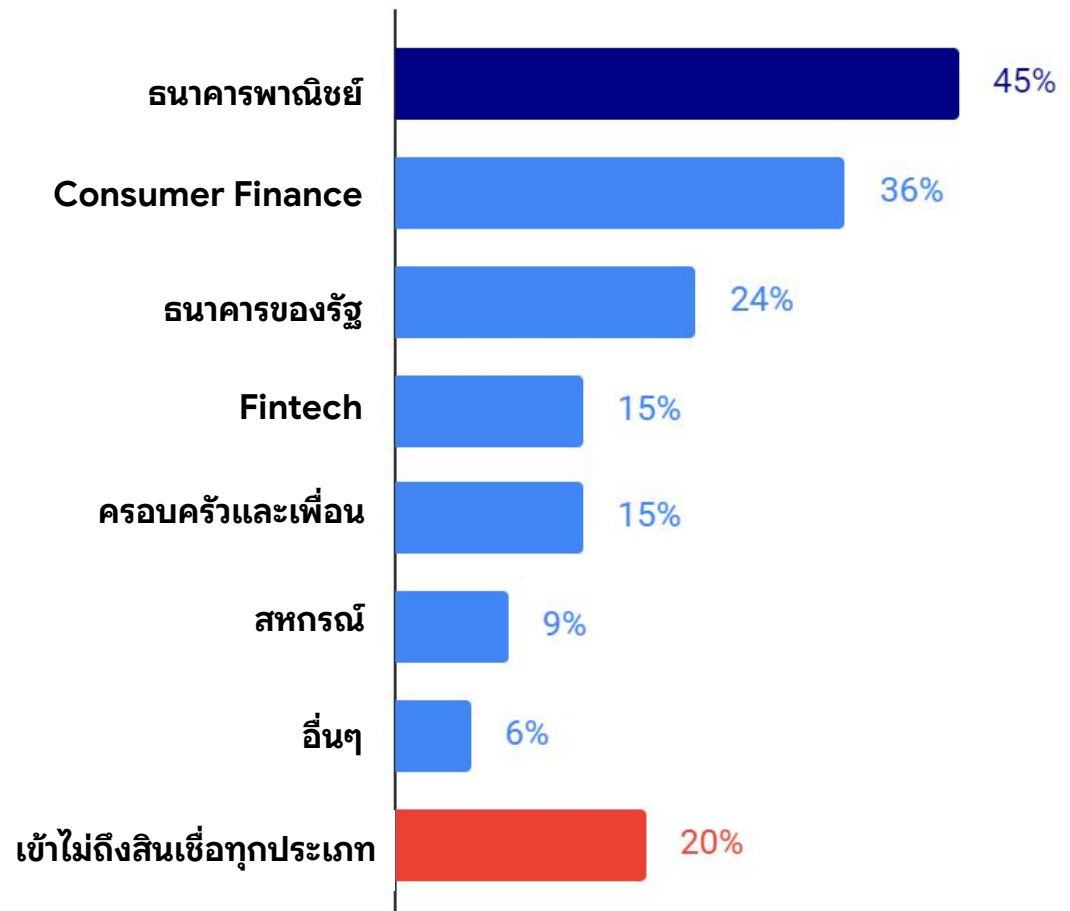
แบบสำรวจพบว่ากว่าครึ่งของผู้ที่ต้องการเงินกู้ยังเข้าไม่ถึงสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์

โดยธนาคารของรัฐและสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร (Non-bank) มีส่วนเข้ามาช่วยเติมเต็มให้ผู้คนเข้าถึงบริการสินเชื่อได้มากขึ้น แต่ก็ยังคงมีคนไทยยุคดิจิทัลจำนวนไม่น้อยที่เข้าไม่ถึงบริการสินเชื่อจนต้องไปพึ่งสินเชื่อนอกระบบ

20% เข้าไม่ถึงสินเชื่อเงินกู้ในทุกช่องทาง

31% ต้องกู้ยืมเงินจากแหล่งสินเชื่อนอกระบบการเงิน (เช่น ยืมจากครอบครัวและเพื่อน รวมทั้งผู้ให้กู้นอกระบบ)

คนรุ่นดิจิทัลในประเทศไทยกู้เงินจากที่ไหน?¹



¹ ข้อมูลจากผู้ที่ระบุว่าต้องการเงินกู้

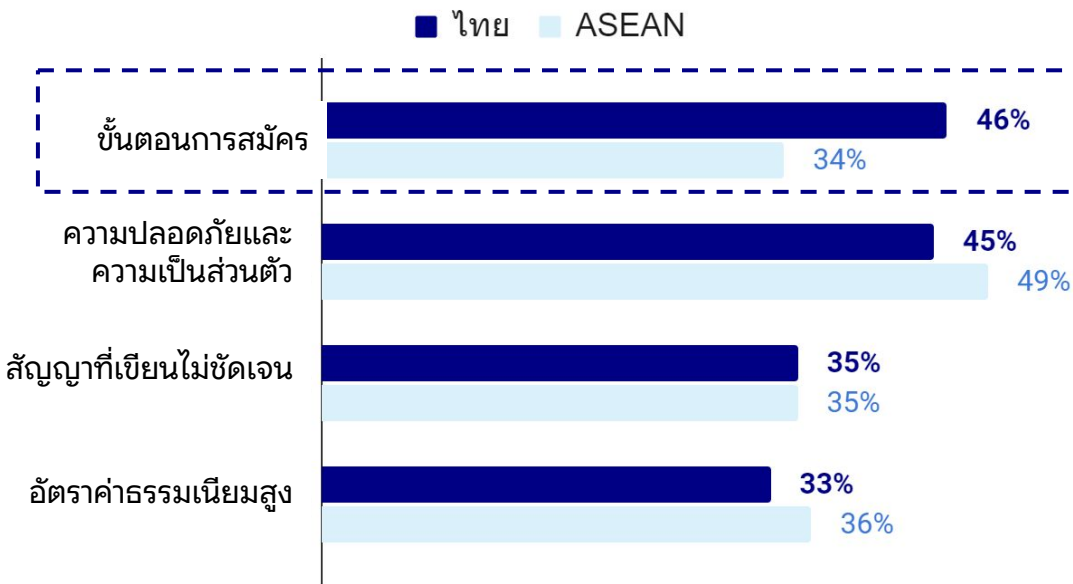
อุปสรรคในการขอสินเชื่อในประเทศไทยแตกต่างจากประเทศอื่นในอาเซียน : คนไทยพบปัญหาเกี่ยวกับขั้นตอนการสมัครมากกว่าปัญหาด้านอัตราดอกเบี้ย

อุปสรรคในการขอสินเชื่อที่พบมากที่สุดคือ กระบวนการสมัครที่ต้องใช้หลักประกัน ยุ่งยากและซับซ้อน แตกต่างจากประเทศอื่นๆ ในอาเซียนที่ระบุว่าปัญหาที่ใหญ่ที่สุดในการขอสินเชื่อคือความกังวลด้านปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัว

น่าสนใจว่าอัตราค่าธรรมเนียมที่สูงกลับไม่ใช่อุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดในการเข้าถึงสินเชื่อ โดยเป็นปัญหาที่ได้รับการระบุว่าอุปสรรคมากที่สุดเป็นอันดับสี่

โดยผู้ที่ระบุว่าอัตราดอกเบี้ยสูงเป็นปัญหาต่อการขอสินเชื่อนั้น เป็นผู้ที่สามารถเข้าถึงเงินกู้ได้อยู่แล้ว ดังนั้นคนเหล่านี้จึงให้ความสำคัญกับอัตราค่าธรรมเนียมมากกว่าการได้รับสิทธิ์ขอสินเชื่อ

อุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงสินเชื่อ



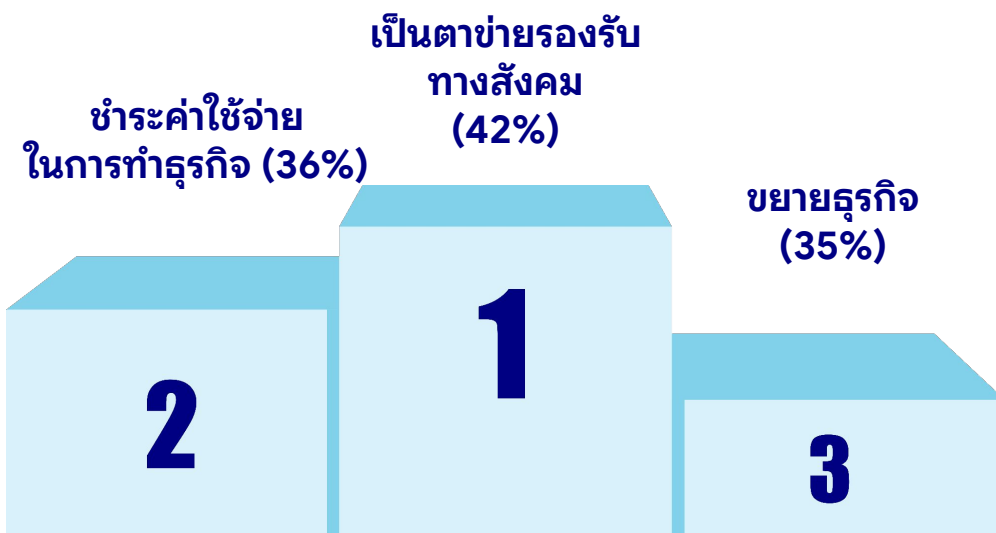
ปัจจัยใดในการสมัครขอสินเชื่อที่ทำให้คุณเข้าไม่ถึงสินเชื่อ?



การเข้าถึงบริการทางการเงิน
ของผู้ประกอบการ MSMEs
เป็นอย่างไร

ผู้ประกอบการ MSMEs ไทยมีใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัลสูง

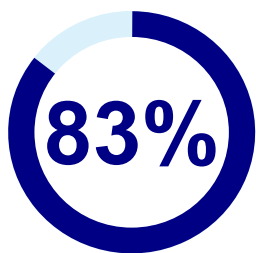
ทำไมการเข้าถึงบริการทางการเงินจึงสำคัญสำหรับ MSMEs



เช่นเดียวกับบุคคลทั่วไป ผู้ประกอบการไทยเชื่อว่าการเข้าถึงบริการทางการเงินมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้พวกเขามี “ตาข่ายรองรับ” ความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจมากระทบธุรกิจโดยไม่คาดคิดได้

นอกจากนี้บริการทางการเงินยังมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถชำระค่าใช้จ่ายทางธุรกิจและขยายธุรกิจได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

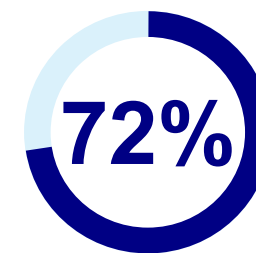
การใช้บริการทางการเงินดิจิทัลของ MSMEs ไทย



ของ MSMEs เคยใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงิน



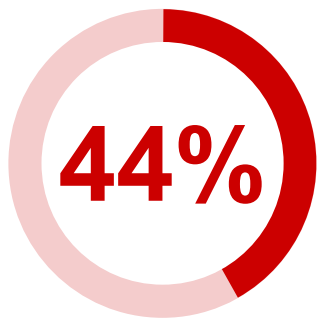
ของ MSMEs อยากใช้บริการทางการเงินรูปแบบดิจิทัลมากขึ้นอีก



ของ MSMEs ชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ตาม MSMEs ยังคงเผชิญปัญหาในการเข้าถึงบริการทางการเงินที่จำเป็น โดยเฉพาะด้านการชำระเงินระหว่างประเทศและการขอสินเชื่อ

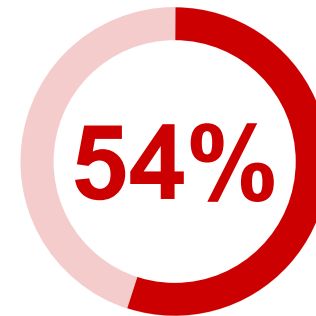
การชำระเงินระหว่างประเทศ



ของ MSMEs ประสบปัญหา
การชำระเงินระหว่างประเทศ
ซึ่งจำกัดโอกาสในการซื้อขายสินค้าใน
ตลาดต่างประเทศ

ผู้ประกอบการ MSMEs ไทย ประสบปัญหาเมื่อต้องชำระเงินระหว่างประเทศ โดยพวกเขาไม่สามารถขายสินค้าหรือบริการได้ เนื่องจากขาดช่องทางการชำระเงินที่เหมาะสม นอกจากนี้ธุรกิจที่ยังคงใช้เงินสดในการทำธุรกรรมเป็นหลัก อาจทำธุรกรรมข้ามประเทศได้ยากเมื่อต้องซื้อสินค้าจากต่างประเทศ

การขอสินเชื่อ



ของ MSMEs ที่ต้องการสินเชื่อ
ไม่สามารถกู้เงินได้ หรือ
จำเป็นต้องกู้จากแหล่งสินเชื่ออื่นๆ
นอกเหนือจากธนาคาร¹

การเข้าถึงสินเชื่อยังคงเป็นความท้าทายหลักสำหรับผู้ประกอบการ MSMEs ไทย โดยน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ที่ระบุว่าต้องการสินเชื่อ ได้รับเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ ในขณะที่บริษัท Consumer finance ธนาคารของรัฐ และบริษัท Fintech มีบทบาทสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างตรงนี้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ (ดูหน้าถัดไป)

1) แหล่งเงินทุนนอกระบบการเงิน ได้แก่ ผู้ให้บริการที่เป็น Fintech เพื่อนและครอบครัว และแหล่งเงินทุนนอกระบบ

กลุ่มธุรกิจรายย่อย (Micro enterprises) ต้องดิ้นรนยิ่งกว่า SMEs ในการเข้าถึงสินเชื่อ

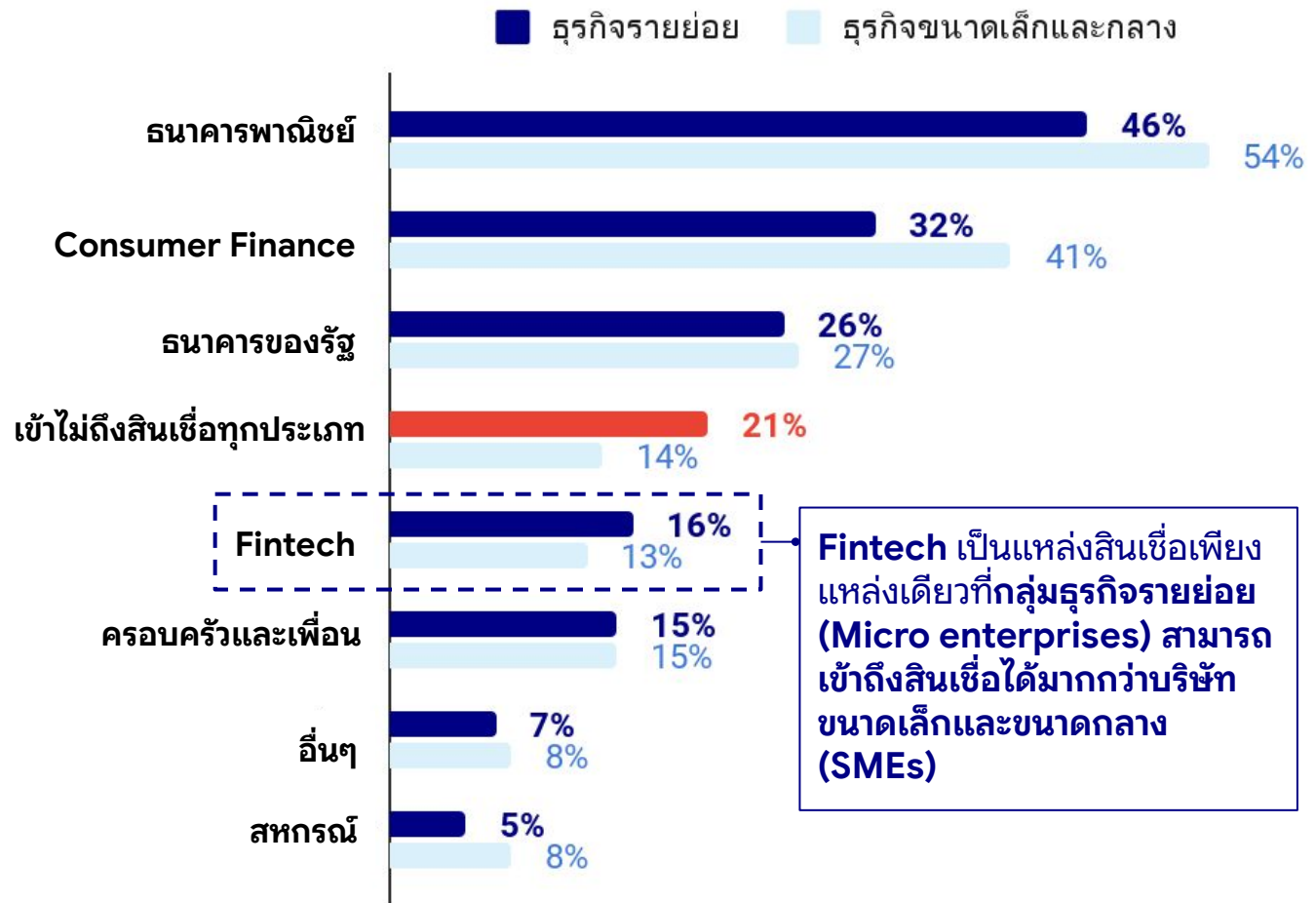
ข้อมูลนี้อาจสามารถสะท้อนให้เห็นปัญหาของกลุ่มธุรกิจรายย่อย (Micro enterprises)¹ ที่มักทำธุรกิจค้าปลีกที่มีปัญหาหลักในการเข้าถึงสินเชื่อ คือ การขาดหลักประกันในการค้ำประกันเงินทุน

<50% ของกลุ่มธุรกิจรายย่อยได้รับสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์

27% ของกลุ่มธุรกิจรายย่อยกู้ยืมเงินนอกระบบการเงิน

21% ของกลุ่มธุรกิจรายย่อยเข้าไม่ถึงสินเชื่อเลยไม่ว่าช่องทางใด

ผู้ประกอบการ MSMEs ในประเทศไทย ได้รับเงินกู้จากที่ไหน?²



1 กลุ่มธุรกิจรายย่อย (Micro Enterprise) คือธุรกิจที่มีพนักงาน 1 ถึง 10 คน
2 จากผู้ที่ต้องการเงินกู้ทั้งหมด



ความรู้ด้านการเงิน
เป็นอีกหนึ่งกุญแจ
ในการขยายการเข้าถึง
บริการทางการเงิน

ความรู้ด้านการเงินและทักษะดิจิทัล มีส่วนสำคัญในการช่วยให้คนเข้าถึงบริการทางการเงิน

Financial X Digital Literacy

บทสำรวจนี้ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีนั้นสำคัญแต่อาจยังไม่เพียงพอในการสร้างการเข้าถึงบริการทางการเงินที่ทั่วถึง

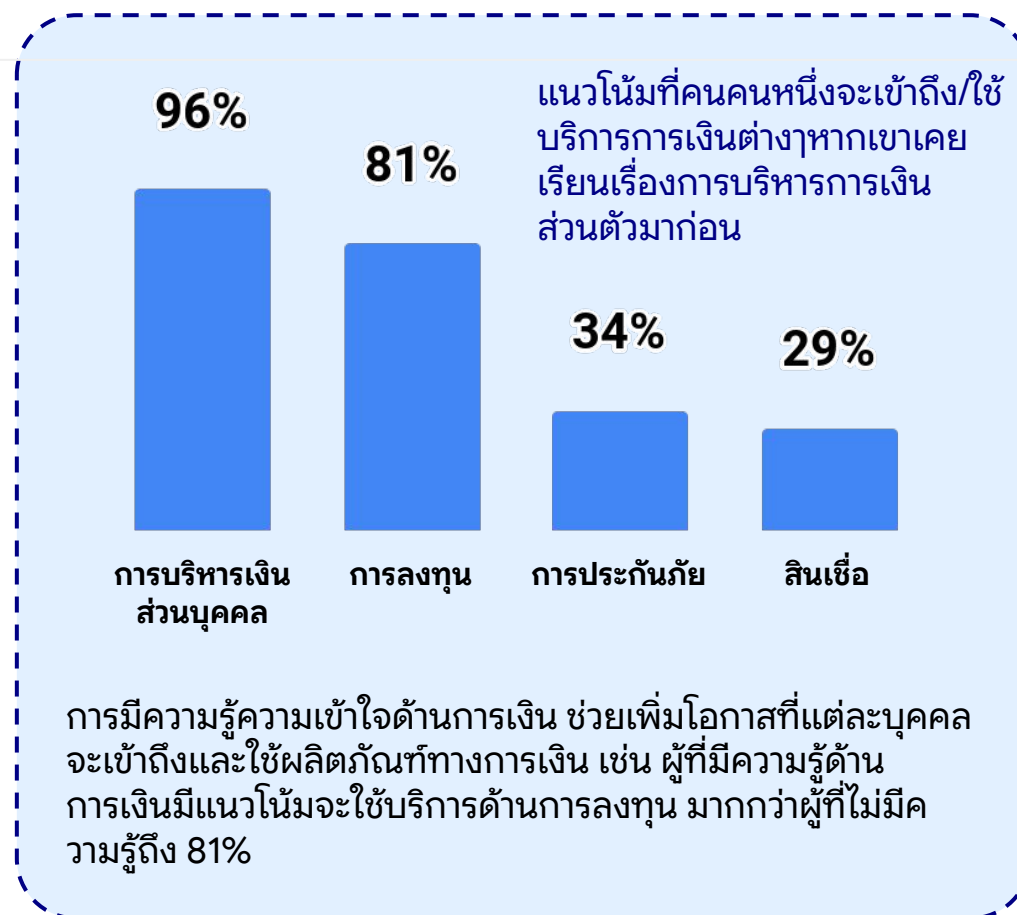
การสร้างเสริมความรู้ทางการเงินและทักษะดิจิทัล (Financial and digital literacy) ยังเป็นกุญแจสำคัญในขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินให้ครอบคลุมได้สำหรับทุกคน

ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า การมีความรู้ด้านการบริหารจัดการการเงินนั้น สามารถช่วยเพิ่มระดับความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินประเภทต่างๆ และนำไปสู่การเข้าถึงบริการทางการเงินที่ดีขึ้น โดยเฉพาะบริการด้านการเงินที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการเงินส่วนบุคคลและการลงทุน¹

ในขณะเดียวกัน ทักษะเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ผู้คนใช้บริการทางการเงินในปัจจุบันได้อย่างปลอดภัยและมั่นคง เนื่องจากบริการต่าง ๆ มีความเป็นดิจิทัลมากขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้น การสร้างเสริมความรู้และทักษะดิจิทัลให้แก่คนไทยจึงสามารถช่วยลดความเสี่ยงต่าง ๆ จากการใช้บริการทางการเงินในยุคปัจจุบันได้ เช่น การถูกหลอกลวง (Scam) และปัญหาความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity)

¹ อ่านเพิ่มเติมจากภาคผนวก

การให้ความรู้ด้านการเงิน ช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงและใช้บริการทางการเงิน



สินเชื่อเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ผู้คนขาดความรู้ความเข้าใจมากที่สุด

ระดับความเข้าใจผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีความแตกต่างกันไปตามพื้นที่อยู่อาศัยในเมืองและพื้นที่ชนบท

คนไทยยุคดิจิทัลส่วนใหญ่ระบุว่าพวกเขามีความรู้เพียงพอที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินขั้นพื้นฐาน โดยมากกว่า 90% ระบุว่าพวกเขารู้วิธีใช้บัญชีออมทรัพย์และการชำระเงิน

แต่ในขณะเดียวกันก็มี ผู้ตอบแบบสำรวจจำนวนไม่น้อยที่เชื่อว่าพวกเขายังขาดความรู้ที่จำเป็นในการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินบางประเภทโดยเฉพาะในด้านสินเชื่อและการลงทุน

32%

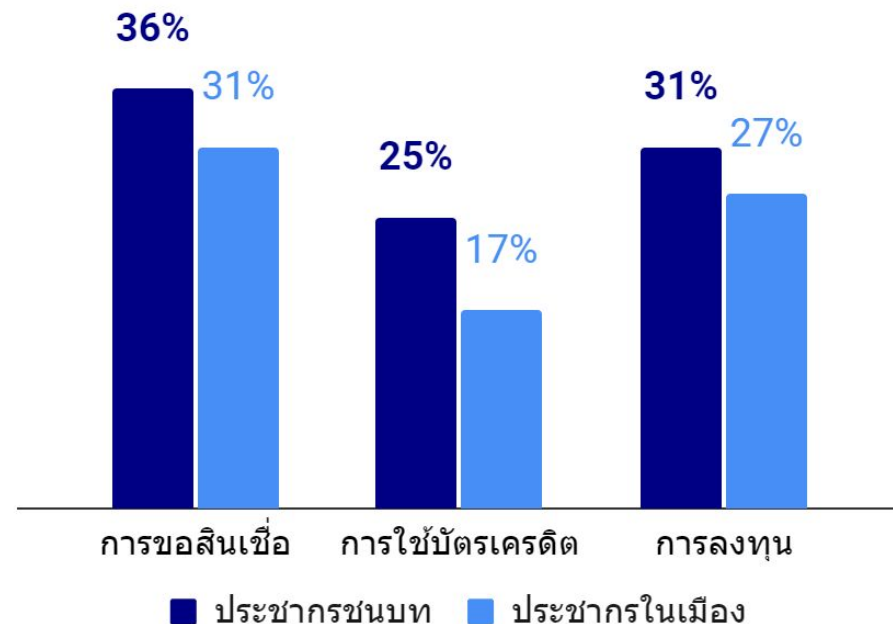
ของคนยุคดิจิทัลในไทย
ระบุว่า มีความรู้ไม่เพียงพอ
เกี่ยวกับการขอสินเชื่อ

27%

ของคนยุคดิจิทัลในไทย
ระบุว่า มีความรู้ไม่เพียงพอ
เกี่ยวกับการลงทุน

ผู้ที่อาศัยในพื้นที่ชนบทขาดความรู้ความเข้าใจ ในการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินขั้นสูง มากกว่าคนเมือง

% สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าขาดความรู้ในแต่ละด้าน



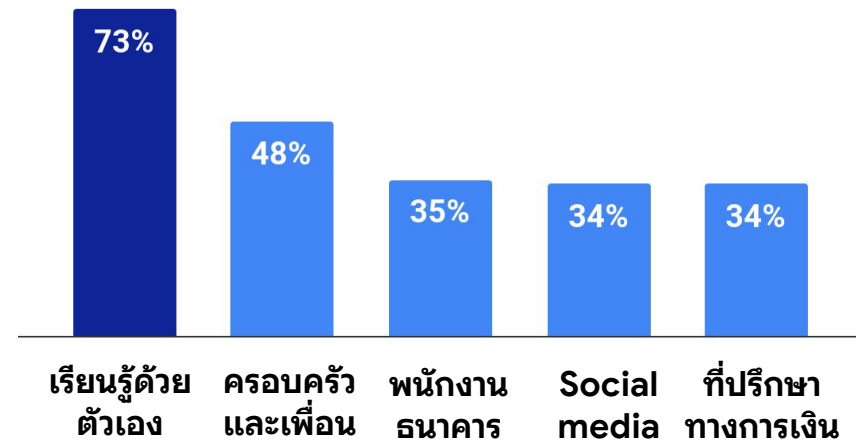
คนไทยยุคดิจิทัลต้องการเรียนรู้การบริหารจัดการการเงินจากไหน?

แต่ละกลุ่มมีความชอบที่แตกต่างกัน แต่ทุกคนมองว่าการลงมือปฏิบัติจริงสำคัญ

เมื่อสอบถามถึงวิธีที่ดีที่สุดในการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการเงิน ผู้ตอบแบบสำรวจระบุว่าประสบการณ์จากการลงมือทำจริงสำคัญที่สุด ตามมาด้วยการเรียนรู้จากคนใกล้ตัวเช่น ครอบครัวและเพื่อนฝูง ส่วนการเรียนรู้จากการศึกษาในโรงเรียนนั้น ไม่ติดแม้แต่ 5 อันดับแรก

นอกจากนี้เมื่อเจาะลึกไปแต่ละกลุ่มพบว่า แต่ละกลุ่มต่างมีความชอบที่แตกต่างกันในแง่ของวิธีการเรียนรู้ตามที่ยกตัวอย่างด้านล่าง

5 วิธีที่ดีที่สุดในการเรียนรู้การเงิน จากผู้ตอบแบบสอบถามของเรา



คนรุ่นใหม่ชอบเรียนรู้ผ่านโซเชียลมีเดีย

คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ผ่านวิดีโอและโซเชียลมีเดียมากกว่าการเรียนรู้พนักงานของผู้ให้บริการการเงิน



คนในชนบทชอบเรียนรู้จากครอบครัวและเพื่อนฝูง

คนที่อยู่ในพื้นที่ชนบท เชื่อว่าการเรียนรู้ทางการเงินจากเพื่อนและครอบครัวเป็นหนึ่งในวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ยังคงมีช่องว่างระหว่างการเรียนรู้ด้านการเงินใน “อุดมคติ” และ “ความเป็นจริง”

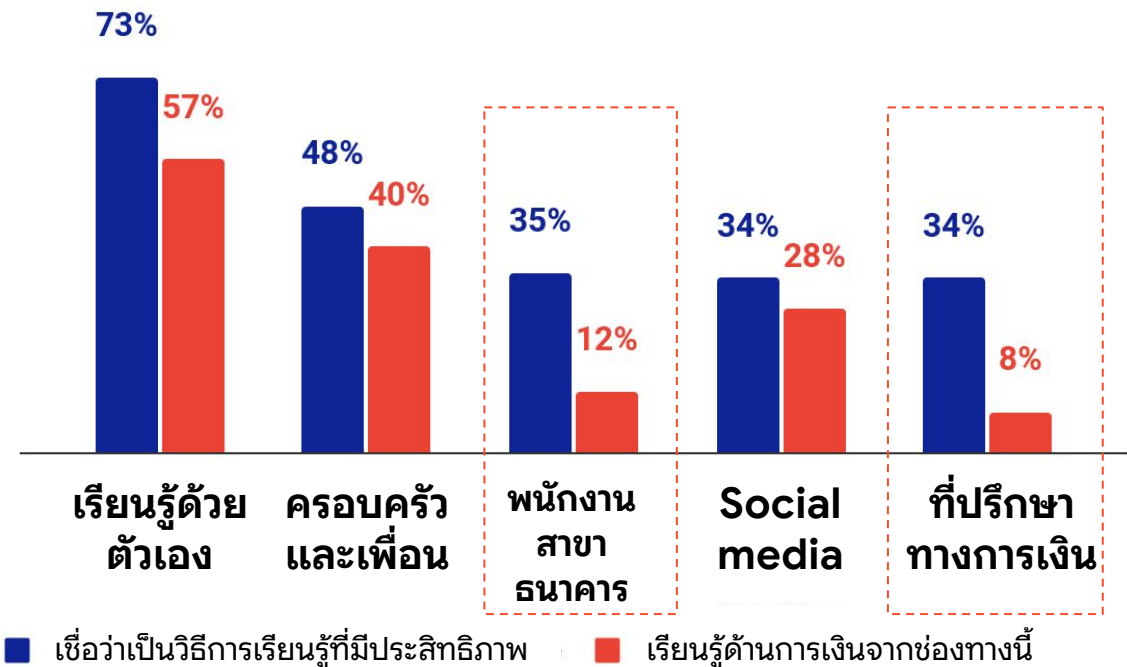
ในปัจจุบัน ยังคงมีช่องว่างในการศึกษาด้านการเงิน โดยมี ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 16% ที่ไม่เคยเรียนรู้วิธีการจัดการด้านการเงินใดๆเลย

นอกจากนี้ ในกลุ่มคนที่เคยเรียนก็ยังมีช่องว่างระหว่าง การเรียนรู้แบบที่พวกเขาเชื่อว่ามีประสิทธิภาพกับประสบการณ์จริง ตัวอย่างเช่น 73% เชื่อว่าการเรียนรู้โดยการลงมือทำเป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่มีเพียง 57% เท่านั้นที่เคยเรียนรู้จากวิธีนั้น

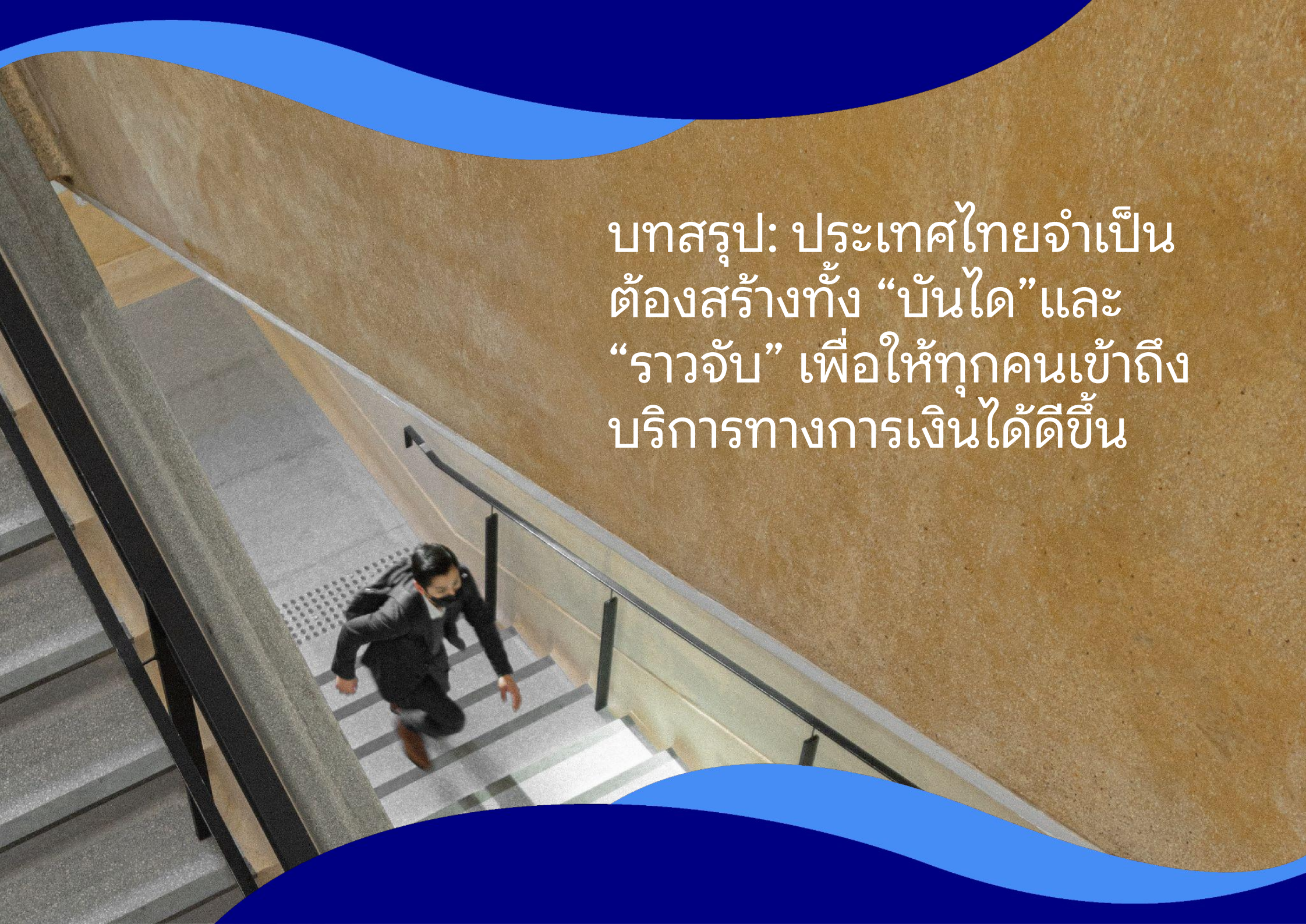
โดยช่องว่างที่ชัดเจนที่สุด คือ การเรียนรู้จากพนักงานของผู้ให้บริการทางการเงิน และการเรียนรู้จากที่ปรึกษาทางการเงิน ที่คนมองว่าดีแต่เกิดขึ้นจริงน้อยมาก



‘วิธีในอุดมคติ’ กับ ‘วิธีที่ใช้จริง’ ในการเรียนรู้ด้านการเงิน



คนไทยยุคดิจิทัลจำนวนมากต้องการเรียนรู้จากพนักงานของผู้ให้บริการทางการเงิน (35%) และที่ปรึกษาทางการเงิน (34%) ขณะที่ในความเป็นจริงแล้ว น้อยกว่า 12% ได้เรียนรู้ผ่านช่องทางเหล่านี้จริงๆ

A high-angle, top-down view of a man in a dark suit and brown shoes running down a modern staircase. The staircase has grey steps and a black metal railing. The walls are a light brown, textured material. The image is framed by a blue wavy border at the top and bottom.

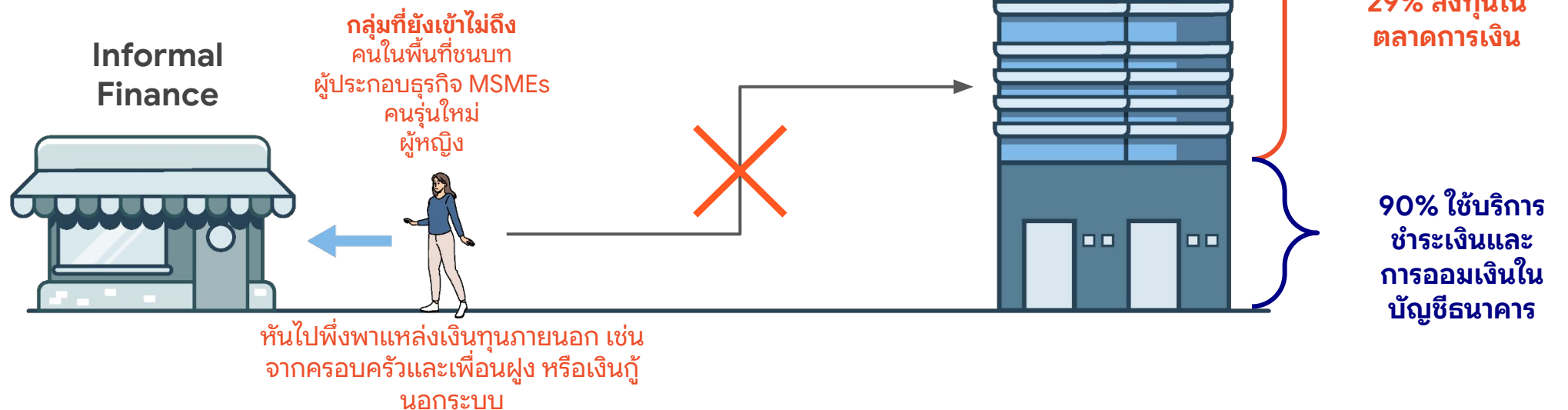
บทสรุป: ประเทศไทยจำเป็นต้องสร้างทั้ง “บันได” และ “ราวจับ” เพื่อให้ทุกคนเข้าถึงบริการทางการเงินได้ดีขึ้น

ระบบการเงินปัจจุบัน = อาคารสูงที่ไร้ทางขึ้นสู่ชั้นบน

ระบบการเงินในปัจจุบันของประเทศไทยเปรียบเสมือนกับอาคารสูง ที่ชั้นล่างมีผลิตภัณฑ์การเงินขั้นพื้นฐาน เช่น บัญชีออมทรัพย์ และบริการชำระเงิน ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ชั้นแอคควานซ์ เช่น สินเชื่อ การลงทุน ประกันภัย อยู่บนชั้นที่สูงขึ้นไป

ความท้าทายในปัจจุบัน คือ ไม่มีลิฟต์หรือบันไดเชื่อมระหว่างชั้นล่างกับชั้นบน ดังนั้น ในขณะที่ 90% ของคนไทยยุคดิจิทัลมีบัญชีออมทรัพย์และเข้าถึงการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ คนอีกหลายกลุ่มยังคงเข้าไม่ถึงบริการทางการเงินชั้นแอคควานซ์ที่มีความสำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะ ผู้ประกอบการ MSMEs ผู้หญิง คนรุ่นใหม่ และคนที่อาศัยในพื้นที่ชนบท

พวกเขาจึงต้องหันไปพึ่งพาบริการทางการเงินนอกระบบเพื่อตอบสนองความต้องการทางการเงินของตน หลายคนระบุว่าต้องกู้ยืมจากครอบครัวและเพื่อนฝูง และ/หรือ ลงเอยด้วยการพึ่งพาบริการทางการเงินนอกระบบ (Informal finance) ซึ่งเต็มไปด้วยการฉ้อโกงและความไม่เป็นธรรม



การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล = บันไดสู่บริการทางการเงินที่ครอบคลุมมากขึ้น

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเงินสามารถช่วยนำไปสู่การเข้าถึงบริการทางการเงินที่ครอบคลุม (financial inclusion) มากขึ้นผ่านสองช่องทาง

1. การเงินดิจิทัลเปรียบเสมือนเป็น“บันได”ที่ช่วยให้ผู้ขาดโอกาสสามารถเข้าถึง “ขั้นที่สูงขึ้น” ได้

การที่มีคนเข้าถึงบริการการเงินมากขึ้นเป็น win-win สำหรับทุกฝ่าย เพราะเมื่อคนจำนวนมากขึ้น สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินบน “ขั้นที่สูงขึ้น” ผู้ให้บริการทางการเงินแบบดั้งเดิม เช่น ธนาคาร ก็จะมีฐานลูกค้าที่ใหญ่ขึ้นด้วย โดยดึงกลุ่มลูกค้าใหม่มาจากผู้ให้บริการทางการเงินนอกระบบ

2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยังช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีอยู่แล้วบนชั้นสูง ให้ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคลของแต่ละคนได้แม่นยำขึ้นด้วยการใช้ดาต้า เช่น Insurtech และ Wealthtech ที่สามารถคัดเลือกและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการและระดับความเสี่ยงของแต่ละบุคคลได้

83% ใช้แอปฯ การเงินดิจิทัล

สร้าง “บันได” ด้วย
เทคโนโลยีดิจิทัล

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
ยกระดับบริการที่มีอยู่

98% ของผู้ใช้บริการ
ทางการเงินแบบดิจิทัลอยู่
แล้ว ต้องการใช้บริการแบบ
ดิจิทัลมากขึ้นอีก

มีผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์
ความต้องการเฉพาะบุคคล
มากขึ้น และมาจาก
ผู้ให้บริการทางการเงิน
หลากหลายราย:
สินเชื่อดิจิทัล
Insurtech
Wealthtech
สินทรัพย์ดิจิทัล
การชำระเงินแบบดิจิทัล

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดการเข้าถึงบริการทางการเงินที่ครอบคลุมได้อย่างไร

- เข้าถึงได้จากทุกที่
- ผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่เข้าใจและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น
- Alternative data ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงสินเชื่อได้ครอบคลุมขึ้น

ความรู้ด้านการเงินและทักษะดิจิทัล เป็น “ราวจับ” ที่สำคัญควบคู่ไปกับบันได

แต่การใช้เทคโนโลยีอย่างเดียวยังไม่สามารถตอบโจทย์การเข้าถึงบริการทางการเงินได้ทั้งหมด

ในยุคที่บริการทางการเงินถูกปรับเป็นรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น นอกจากการรักษาความปลอดภัยข้อมูลอย่างรัดกุมแล้ว ยังต้องส่งเสริมให้ผู้คนมีทั้งความรู้ทางการเงิน (Financial literacy) และทักษะดิจิทัล (Digital literacy) ควบคู่กันเพื่อทำหน้าที่เป็น “ราวจับ” ที่ป้องกันคนไทยจากความเสี่ยงและภัยต่างๆ ในยุคดิจิทัล

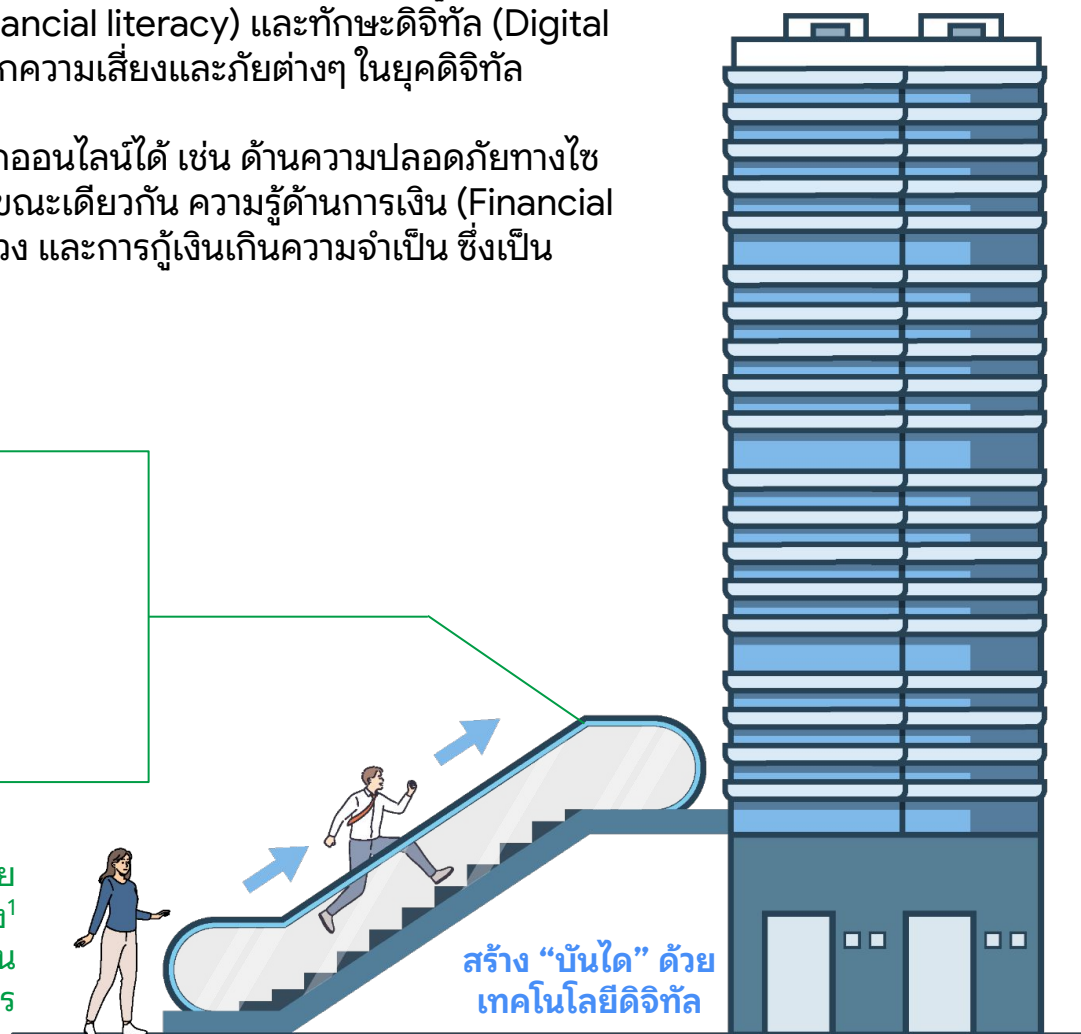
ทักษะดิจิทัล (Digital literacy) จะเป็นภูมิคุ้มกันภัยคุกคามในโลกออนไลน์ได้ เช่น ด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล ในขณะเดียวกัน ความรู้ด้านการเงิน (Financial literacy) จะเป็นเกราะป้องกันการฉ้อโกงทางการเงิน การหลอกลวง และการกู้เงินเกินความจำเป็น ซึ่งเป็นปัญหาที่พบได้ในช่วงที่ผ่านมา

การเข้าถึง
บริการทางการเงิน

ความรู้ด้านการเงินและทักษะดิจิทัล เปรียบเสมือน“ราวจับ”

- ทักษะด้านการเงินและดิจิทัล ช่วยสร้าง “ภูมิคุ้มกัน”
- ลดปัญหาการฉ้อโกงและการหลอกลวง
- การรักษาความปลอดภัยข้อมูลอย่างรัดกุม

คนรุ่นดิจิทัลชาวไทยมีความกังวลด้านความปลอดภัย
โดย 49% ไม่เข้าใจผลิตภัณฑ์ทางการเงินขั้นสูง¹
มีเพียง 27% ที่ได้รับการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการด้านการเงินอย่างเป็นทางการ



¹ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีความรู้มากเพียงพอจะเข้าถึงบริการสินเชื่อ การลงทุน หรือประกัน

3 สิ่งที่เราควรต้องเร่งทำเพื่อเพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงินในยุคดิจิทัล



นำเทคโนโลยีดิจิทัล
เข้ามาช่วยมากขึ้น



ส่งเสริมความรู้
ด้านการเงินและดิจิทัล



เพิ่มมาตรการรักษา
ความปลอดภัย

ตัวอย่าง

นโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยด้าน
Open competition, Open
Infrastructure และ Open Data ([ดู
Financial Landscape paper](#))

ซึ่งจะช่วยเร่ง Digitalisation ทางการเงิน
จากทั้งการเข้ามาของผู้เล่นใหม่ ๆ และการ
ปรับตัวของผู้ให้บริการในปัจจุบัน

การสร้างเครือข่าย "อาสาสมัครการเงิน
ดิจิทัลในพื้นที่"

อาสาสมัครเหล่านี้ต้องผ่านการฝึกอบรมเพื่อให้
สามารถถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัลและการเงิน
ให้คนในชุมชนได้อย่างถูกต้อง ทั้งในด้านการ
ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น วิธีใช้แอปฯ อย่าง
ปลอดภัย ตลอดจนด้านการเงิน เช่น วิธีจัดการ
ด้านการเงินส่วนบุคคลและการจับสังเกตการ
ฉ้อโกง

หน่วยงานรัฐและสถาบันการเงินทำงาน
ร่วมกันและการแบ่งปันข้อมูล เพื่อร่วม
กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยและขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อจัดการความเสี่ยง
ด้านไซเบอร์และข้อมูล



ภาคผนวก

ภาคผนวก: ระเบียบวิธีวิจัย

รายงานผลสำรวจคนยุคดิจิทัลในอาเซียนประจำปี 2565 (ASEAN Digital Generation Survey – 2022):

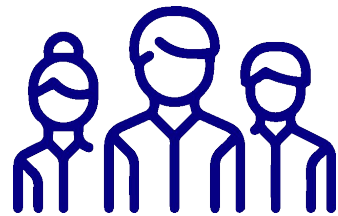
- ผลสำรวจที่น่าสนใจในรายงานนี้อ้างอิงรายงานผลสำรวจคนยุคดิจิทัลในอาเซียนประจำปี 2565 (Annual ASEAN Digital Generation Survey) ซึ่งจัดทำร่วมกับสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum)
- ในปีนี้ เราได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากกว่า 90,000 คน จาก 6 ประเทศในอาเซียน ผ่านแพลตฟอร์มการรีนาและข้อปี่ รวมถึงโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเยาวชน (70%) ที่มีอายุในช่วง 16-35 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 52% เป็นเพศหญิง และ 27,000 คน เป็นผู้ประกอบการ MSMEs
- ผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศไทยมีจำนวนสิ้น 8,441 คน โดยในจำนวนนี้ 1,400 คน เป็นผู้ประกอบการ MSMEs

รายงานผลการสำรวจเยาวชนอาเซียนประจำปี 2564 (ASEAN Youth Survey – 2021):

- ในปี 2564 เราได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างประมาณ 86,000 คน ผ่านแพลตฟอร์มการรีนาและข้อปี่ รวมถึงโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเยาวชน (ประมาณ 76%) ที่มีอายุในช่วง 16-35 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนที่เหลือมีอายุ 36-60 ปี
- การสำรวจดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 และแนวโน้มของโลกหลังโรคระบาด รวมถึงการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ภาคผนวก – รายงานผลสำรวจคนไทยยุคดิจิทัล 2565

มีผู้ตอบแบบสอบถาม
ทั้งหมด (อายุ 16-60 ปี)
กว่า **8,400** คน



51%

มีอายุในช่วง 16 - 35 ปี



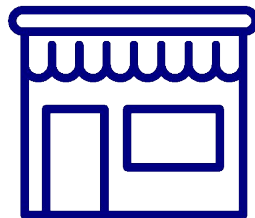
53%

เพศหญิง



51%

มีวุฒิระดับ
ปริญญาตรีขึ้นไป



เป็นผู้ประกอบการ MSMEs

ประมาณ **1,400** คน

ประมาณ **1,300** คน

มาจากกลุ่มธุรกิจรายย่อย
(Micro Enterprise)

ประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการ MSMEs



ภาคผนวก: หมายเหตุ

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logit regression) : ความรู้ทางการเงินและการเข้าถึงทางการเงิน

- เราใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logit regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ด้านการเงินและการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โมเดลทางสถิตินี้ควบคุมอายุ เพศ สถานที่ ระดับการศึกษา งานปัจจุบัน และระดับเงินออมในปัจจุบัน ตัวแปรตาม คือ ตัวแปรจำลอง ซึ่งเท่ากับ 1 หากบุคคลนั้นสามารถเข้าถึงบริการทางการเงิน และ 0 หากไม่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงิน ตัวแปรอิสระเท่ากับ 1 หากบุคคลนั้นมีความรู้ด้านการเงิน และ 0 หากยังไม่มีความรู้ด้านการเงิน
- การศึกษาพบว่าค่าสัมประสิทธิ์มีนัยสำคัญในทุกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ซึ่งบ่งชี้ว่าความรู้ทางการเงินช่วยเพิ่มแนวโน้มที่บุคคลหนึ่งจะเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้

