

Buy Now Pay Later (BNPL): Implications for Consumption Behavior and Household Financial Risk

Kobkan Panphong^{1*} Pimonsiri Wattanasomwong² Chonlapin Pakpoom² Thiptaida Raktham²
Suphicha Sapkhot² Phanlasa Channarong² and Peerawong Mumthong²

¹ Department of Applied Economics, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University Sriracha Campus, Thailand

² Bachelor of Economics, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University Sriracha Campus, Thailand

* Corresponding author. E-mail: kobkan.pa@ku.th

ABSTRACT

This academic article aims to present the effects of Buy Now Pay Later (BNPL) services on changes in consumption behavior and household financial risk in the context of the digital economy. It explains the characteristics of BNPL as a financial innovation that increases convenience and flexibility in payment, particularly for consumers with limited access to traditional credit. The article also applies the concepts of intertemporal consumption, the budget line, and indifference curves to explain that BNPL relaxes current liquidity constraints, enabling consumers to increase present consumption in exchange for future repayment obligations and a reduction in future consumption capacity. Although BNPL services can expand opportunities for access to liquidity and support economic activities, they may also create risks related to excessive spending, debt accumulation, liquidity risk arising from installment obligations that exceed cash flow or income in each period, and household financial vulnerability. In addition, this article highlights the problem of information asymmetry among consumers, service providers, and financial institutions, which may lead to adverse selection and moral hazard. Therefore, the development of BNPL services should proceed alongside appropriate regulation, transparent information disclosure, and the promotion of financial literacy, so that such services can generate benefits for both consumers and the economy.

Keywords: Buy Now Pay Later, Consumption Behavior, Household Financial Risk

ชื่อก่อนจ่ายทีหลัง: การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือน

กอบกาญจน์ ปั่นพงษ์^{1*} พิมลสิริ วัฒนสมวงศ์² ชลพิณท์ ภาคภูมิ² ทิพย์ทัยภา รักรธรรม² สุพิชฌาย์ ทรัพย์คต²
พรณลชา ชาญณรงค์² และ ภิรวรงค์ มุมทอง²

¹ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ประเทศไทย

² หลักสูตรเศรษฐศาสตร์บัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: kobkan.po@ku.th

บทคัดย่อ

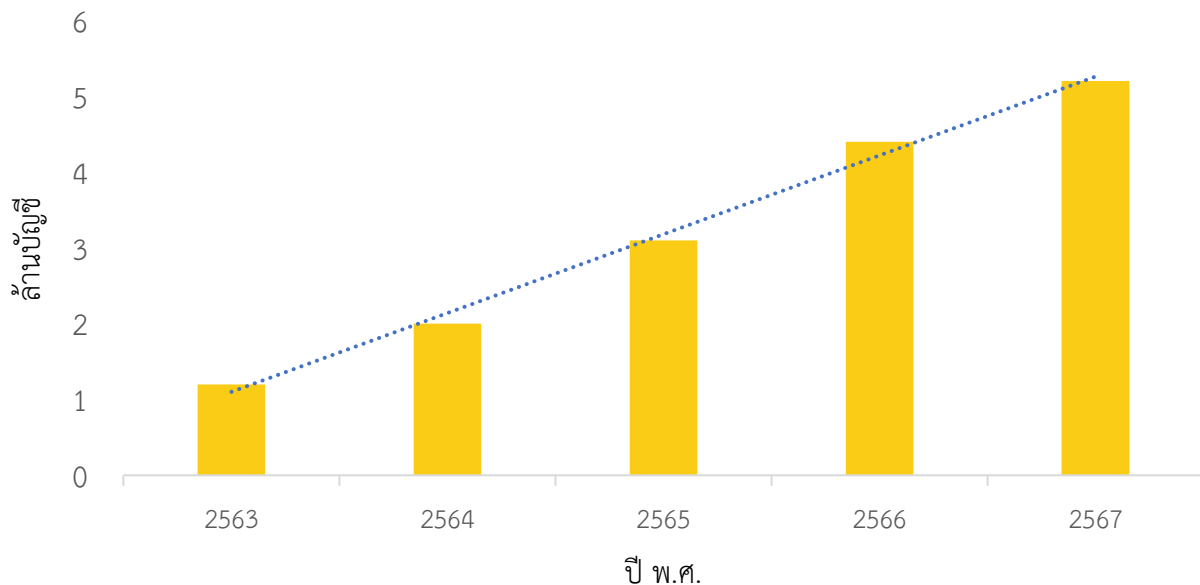
บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลของบริการชื่อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือนในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล โดยอธิบายลักษณะของบริการชื่อก่อนจ่ายทีหลัง ในฐานะนวัตกรรมทางการเงินที่ช่วยเพิ่มความสะดวกและความยืดหยุ่นในการชำระเงิน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าถึงสินเชื่อแบบดั้งเดิมได้จำกัด รวมทั้งประยุกต์ใช้แนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา เส้นงบประมาณ และเส้นอรรถประโยชน์ เพื่ออธิบายว่าการชื่อก่อนจ่ายทีหลังช่วยผ่อนคลายข้อจำกัดด้านสภาพคล่องในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเพิ่มการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันได้ โดยแลกกับภาระการชำระเงินและการลดความสามารถในการบริโภคในอนาคต ทั้งนี้ แม้บริการชื่อก่อนจ่ายทีหลังจะช่วยขยายโอกาสในการเข้าถึงสภาพคล่องและสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่ก็อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงจากการใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระหนี้ ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องจากภาระผ่อนชำระที่สูงเกินกว่ากระแสเงินสดหรือรายได้ในแต่ละช่วงเวลา และความเปราะบางทางการเงินของครัวเรือน นอกจากนี้ บทความยังชี้ให้เห็นปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูลระหว่างผู้บริโภค ผู้ให้บริการ และสถาบันการเงิน ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาการเลือกที่ไม่เป็นธรรมและความเสี่ยงทางศีลธรรม ดังนั้น การพัฒนาบริการชื่อก่อนจ่ายทีหลังจึงควรดำเนินการควบคู่กับการกำกับดูแลที่เหมาะสม การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส และการส่งเสริมความรู้ทางการเงินเพื่อให้บริการดังกล่าวเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจ

คำสำคัญ: ชื่อก่อนจ่ายทีหลัง, พฤติกรรมผู้บริโภค, ความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือน

© 2026 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นปัจจัยสำคัญที่เร่งให้พฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยผู้บริโภคหันมาใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านรายได้ ราคา และความสะดวกในการชำระเงิน ดังนั้น เมื่อระบบการชำระเงินมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เช่น บริการชื่อก่อนจ่ายทีหลัง หรือ Buy Now Pay Later (BNPL) ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทันทีโดยไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวนในขณะซื้อ แต่สามารถแบ่งชำระเป็นงวดในภายหลัง จึงส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังทำให้บริการดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยเฉพาะภายใต้บริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลและการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (บริษัท เอสพีซีเอส จำกัด, 2569) แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นจากจำนวนผู้ใช้บริการ BNPL ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 โดยจำนวนบัญชีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นจาก 1.2 ล้านบัญชีในปี พ.ศ. 2563 เป็น 5.2 ล้านบัญชีในปี พ.ศ. 2567 หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 4 เท่าภายในระยะเวลา 5 ปี ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จำนวนผู้ใช้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

ที่มา: ภาครัฐ บัณฑิต (2568); ธนาคารแห่งประเทศไทย (2568)

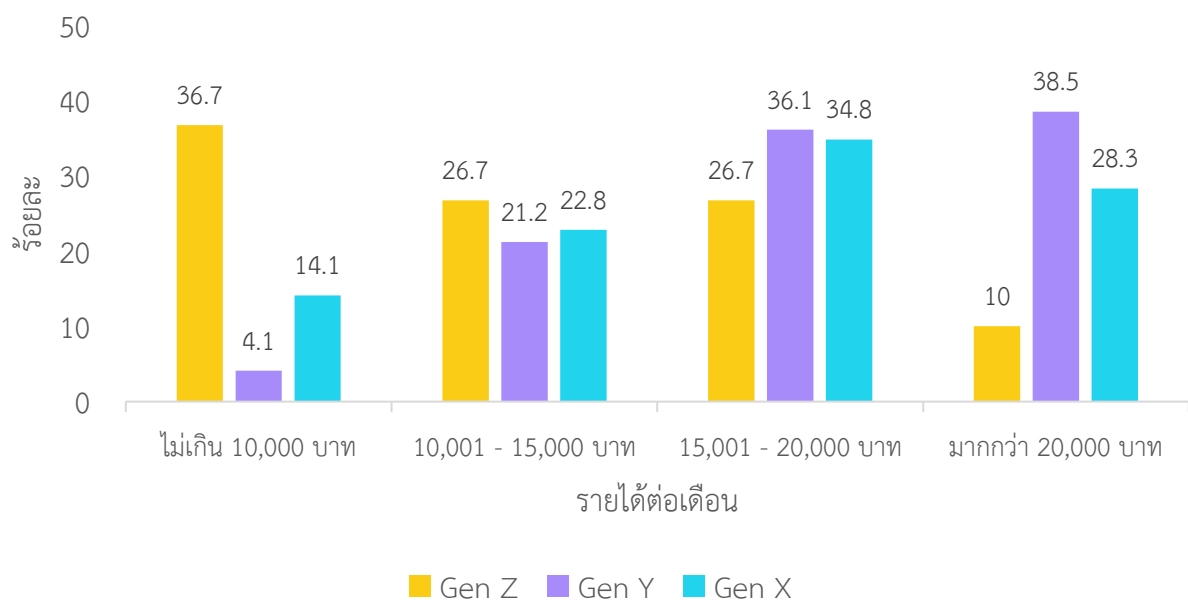
การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้บริการ BNPL สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตอย่างรวดเร็วของบริการทางการเงินดิจิทัลที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวก ความรวดเร็ว และความยืดหยุ่นในการชำระเงิน บริการ BNPL จึงกลายเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจดิจิทัลและการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ซึ่งเอื้อให้การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันมากขึ้น (ภาครัฐ บัณฑิต, 2568) นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการยังบ่งชี้ว่าบริการ BNPL มีแนวโน้มขยายบทบาทในระบบเศรษฐกิจไทยต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการเข้าถึงสินเชื่อระยะสั้น หรือกลุ่มที่อาจยังไม่สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบดั้งเดิมได้อย่างเต็มที่ เช่น บัตรเครดิตหรือสินเชื่อส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม แม้บริการ BNPL จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสภาพคล่องและสนับสนุนการบริโภคในระยะสั้น แต่การใช้งานที่สะดวกและเข้าถึงง่ายอาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนประเมินภาระทางการเงินของตนต่ำกว่าความเป็นจริง ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระผ่อนชำระจากหลายแพลตฟอร์ม และอาจนำไปสู่ปัญหาหนี้สินในระยะยาวได้

งานศึกษาเกี่ยวกับ BNPL ที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการอธิบายการเติบโตของบริการ การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน พฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล หรือบทบาทของบริการ BNPL ในฐานะเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินและขยายโอกาสในการเข้าถึงสินค้าและบริการของผู้บริโภค ขณะที่การวิเคราะห์ในเชิงเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับผลกระทบของบริการ BNPL ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ภาระผูกพันทางการเงิน ข้ามเวลา และความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือนยังมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น การเติบโตของบริการ BNPL จึงควรพิจารณาทั้งในมิติของโอกาสและความเสี่ยง กล่าวคือ ในด้านหนึ่งการขยายตัวของบริการ BNPL ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นทางการเงินและสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระบบดิจิทัล (Kumar et al., 2024) แต่อีกด้านหนึ่ง ยังนำไปสู่ประเด็นที่ควรพิจารณาในเชิงความเสี่ยงทางการเงินด้วย เนื่องจากการซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวนในทันที อาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนรับรู้ภาระค่าใช้จ่ายต่ำกว่าความเป็นจริง และตัดสินใจบริโภคได้ง่ายขึ้นกว่าการชำระเงินสดหรือการชำระเงินเต็มจำนวนในครั้งเดียว (Donou-Adonsou & Leslie-Piper, 2025; Hayashi & Routh, 2025) ในบริบทดังกล่าวบริการ BNPL จึงเป็นเครื่องมือทางการเงินที่มีทั้งด้านที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระบบดิจิทัล และด้านที่อาจเพิ่มความเปราะบางทางการเงินของผู้บริโภค หากขาดความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้บริการ ต้นทุนที่แท้จริง ภาระการผ่อน

ชำระ และผลกระทบจากการผัดผ่อนชำระหนี้ ประเด็นเหล่านี้จึงควรได้รับการพิจารณาอย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของพฤติกรรมผู้บริโภค การเข้าถึงสินเชื่อระยะสั้น ความสามารถในการชำระคืน และความเหมาะสมของกลไกกำกับดูแลบริการทางการเงินดิจิทัล

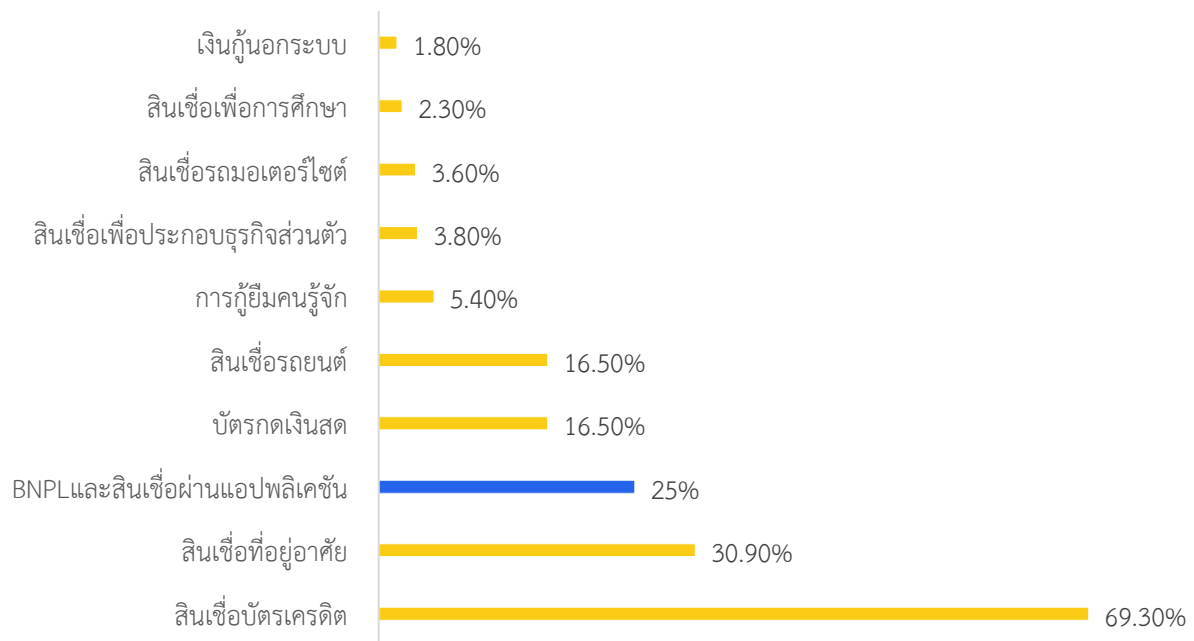
ความแตกต่างของบัตรเครดิตและบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง

บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) และบัตรเครดิตเป็นเครื่องมือทางการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในช่วงหลัง COVID-19 ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสภาพคล่องและความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายมากขึ้น จากรายงาน SCB EIC Consumer Survey (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568) ระบุว่าบริการ BNPL เติบโตอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นหนึ่งในทางเลือกของการชำระเงินที่ได้รับความนิยม โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งบริการ BNPL เป็นสินเชื่อระยะสั้น โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าก่อนและทยอยแบ่งชำระเงินเป็นงวดในภายหลัง จุดเด่นของบริการ BNPL คือ มีขั้นตอนการสมัครที่ง่าย สะดวกรวดเร็ว มีการตรวจสอบประวัติทางการเงินน้อยกว่าบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูล ที่พบว่าผู้ใช้บริการ BNPL ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ยังไม่มีบัตรเครดิต หรือเข้าถึงบัตรเครดิตได้ยาก เช่น กลุ่ม Gen Y ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดแรงงาน และกลุ่ม Gen Z ดังภาพที่ 2 ที่แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนการใช้บริการ BNPL ของแต่ละช่วงวัย จำแนกตามระดับรายได้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)



ภาพที่ 2 สัดส่วนการใช้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) ของแต่ละช่วงวัย จำแนกตามระดับรายได้ ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566)

จากข้อมูลเชิงสถิติพบว่า ผู้บริโภคที่มีภาระหนี้จากการใช้บริการ BNPL และสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชันมีสัดส่วนอยู่ในลำดับที่ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับสินเชื่อประเภทอื่น รองจากสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยมีสัดส่วนภาระหนี้อยู่ที่ร้อยละ 25 ของประเภทสินเชื่อทั้งหมด ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าบริการ BNPL ไม่ได้เป็นเพียงทางเลือกในการชำระเงินเท่านั้น แต่ยังมีความเป็นภาระหนี้ทางการเงินที่มีนัยสำคัญต่อครัวเรือน ประกอบกับผู้ใช้บริการบางส่วนมีพฤติกรรมชำระหนี้ล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งอาจเกิดจากการประเมินความสามารถในการชำระคืนของตนเองต่ำกว่าภาระที่เกิดขึ้นจริง เนื่องจากบริการ BNPL เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ทันทีและเลื่อนการชำระเงินออกไปในอนาคต ทำให้ผู้บริโภคอาจไม่ตระหนักถึงภาระหนี้ในขณะตัดสินใจซื้อ ความเสี่ยงดังกล่าวจึงอาจนำไปสู่การใช้จ่ายเกินตัวและการสะสมภาระหนี้ในอนาคตได้ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568)



ภาพที่ 3 สัดส่วนผู้มีภาระหนี้จากบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL) เทียบกับสินเชื่อประเภทอื่น ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2568)

ลักษณะการตัดสินใจบริโภคภายใต้บริการ BNPL ดังกล่าวสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ผ่านแนวคิดอคติต่อปัจจุบัน (Present Bias) ซึ่งอธิบายว่าผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในปัจจุบันมากกว่าสภาพคล่องทางการเงินหรือภาระผูกพันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (O'donoghue & Rabin, 1999) ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นเมื่อมีทางเลือกในการผ่อนชำระ แม้ในบางกรณีอาจยังไม่มีความพร้อมทางการเงินอย่างแท้จริง นอกจากนี้ การแบ่งชำระเป็นงวดขนาดเล็กยังทำให้ผู้บริโภครับรู้ภาระค่าใช้จ่ายในลักษณะที่กระจายออกไป แทนที่จะรับรู้เป็นภาระเงินก้อนใหญ่ในครั้งเดียว (Hayashi & Routh, 2025) ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าจะสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และมีแนวโน้มใช้จ่ายเพิ่มขึ้นโดยไม่รู้ตัว ทั้งนี้ พฤติกรรมดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในกรณีของบริการ BNPL เท่านั้น แต่ยังอาจพบได้ในกรณีของบัตรเครดิตเช่นกัน เนื่องจากบัตรเครดิตเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถใช้จ่ายในปัจจุบันและเลื่อนการชำระเงินออกไปในรอบบัญชีถัดไปได้ อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างสำคัญอยู่ที่บัตรเครดิตมีลักษณะเป็นสินเชื่อหมุนเวียนที่มีวงเงินชัดเจน มีรอบการชำระหนี้ที่กำหนดไว้ และมักอยู่ภายใต้กระบวนการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงมีการรายงานข้อมูลเข้าสู่ระบบเครดิตอย่างเป็นระบบมากกว่าบริการ BNPL

สำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้มั่นคง บัตรเครดิตยังคงเป็นเครื่องมือทางการเงินที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันทั้งในด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ การบริหารสภาพคล่องระยะสั้น และการสร้างประวัติเครดิต เนื่องจากข้อมูลการใช้จ่ายและการชำระหนี้ของผู้ถือบัตรจะถูกรายงานเข้าสู่ระบบเครดิตโดยตรง หากผู้ใช้มีวินัยทางการเงินและชำระยอดค้างชำระอย่างสม่ำเสมอ ย่อมช่วยเสริมความน่าเชื่อถือทางการเงินในระยะยาวได้ แตกต่างจากบริการ BNPL ซึ่งในหลายกรณียังไม่ได้มีการรายงานข้อมูลเครดิตอย่างครบถ้วน จึงอาจไม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างประวัติเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่ากับบัตรเครดิต (นฤชา สาดแพง, 2568)

จากลักษณะดังกล่าว จะเห็นได้ว่าบัตรเครดิตและบริการ BNPL แม้จะมีบทบาทร่วมกันในฐานะเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการชำระเงิน แต่มีความแตกต่างกันในด้านเงื่อนไขการเข้าถึงสินเชื่อ กลุ่มผู้ใช้บริการ กระบวนการพิจารณาวงเงิน ค่าธรรมเนียม กลไกการกำกับดูแล และรูปแบบการใช้งานทั้งในช่องทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ รายละเอียดการเปรียบเทียบระหว่างเครื่องมือทางการเงินทั้งสองประเภทแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความแตกต่างระหว่างบัตรเครดิต (Credit Card) และบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

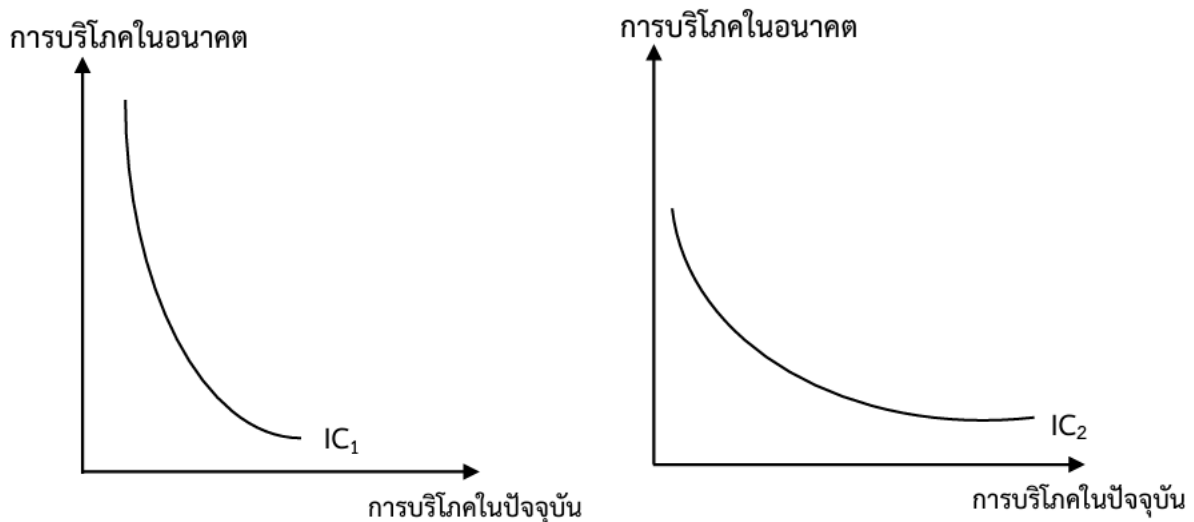
ประเด็น	บัตรเครดิต (Credit Card)	บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ผู้มีรายได้น้อยราย โดยทั่วไปต้องมีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป	ผู้มีรายได้น้อย รายได้ไม่แน่นอน หรือผู้ที่ยังเข้าถึงบัตรเครดิตได้จำกัด
คุณสมบัติผู้สมัคร	มีการกำหนดรายได้ขั้นต่ำ และตรวจสอบประวัติเครดิตบูโร	โดยทั่วไปไม่กำหนดรายได้ขั้นต่ำ หรือมีการตรวจสอบประวัติเครดิตน้อยกว่าบัตรเครดิต
เอกสารประกอบการสมัคร	บัตรประชาชน สลิปเงินเดือน และรายการเดินบัญชีย้อนหลังของธนาคาร	บัตรประชาชน เบอร์โทรศัพท์ บัญชีธนาคาร บัตรเดบิต หรือบัตรเครดิต แล้วแต่เงื่อนไขของผู้ให้บริการ
ค่าธรรมเนียม	อาจมีค่าธรรมเนียมรายปี แต่สามารถขอยกเว้นได้หากเป็นไปตามเงื่อนไขของผู้ออกบัตร	โดยทั่วไปไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี หรืออาจมีค่าธรรมเนียมบางรายการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ
ขั้นตอนการสมัครและระยะเวลาอนุมัติ	มีกระบวนการพิจารณาคุณสมบัติและอนุมัติวงเงิน โดยใช้เวลานานประมาณ 1-15 วัน	สมัครง่าย อนุมัติรวดเร็ว และสามารถใช้จ่ายเงินได้ภายในระยะเวลาอันสั้น โดยทั่วไปน้อยกว่า 1 วัน
วงเงิน	ขึ้นอยู่กับรายได้และประวัติเครดิต โดยโดยทั่วไปวงเงินสูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของรายได้ต่อเดือน	ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ให้บริการ และในบางกรณีหากผูกการชำระเงินกับบัตรเครดิต อาจได้รับวงเงินสูงกว่า
การชำระเงินหน้าร้าน	สามารถใช้ชำระเงินได้ในร้านค้าที่รับบัตรเครดิต	สามารถใช้ได้เฉพาะร้านค้าที่เข้าร่วมกับผู้ให้บริการ BNPL
การชำระเงินออนไลน์	สามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการออนไลน์ได้อย่างแพร่หลาย	สามารถใช้ได้กับแพลตฟอร์มหรือร้านค้าออนไลน์ที่เข้าร่วมกับผู้ให้บริการ BNPL

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2566)

การเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคข้ามช่วงเวลาภายใต้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง

แม้ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันจะมีทางเลือกในการบริโภคที่หลากหลายมากขึ้นจากความก้าวหน้าของระบบการเงินและเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจบริโภคยังคงถูกกำหนดโดยข้อจำกัดด้านงบประมาณและสภาพคล่องทางการเงินเป็นสำคัญ ภายใต้บริบทดังกล่าว บริการ BNPL จึงเข้ามามีบทบาทในฐานะกลไกทางการเงินที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการบริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องชำระเงินเต็มจำนวนในทันที ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล การซื้อสินค้าออนไลน์ และการใช้บริการทางการเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (Statista, 2025; Omni Calculator, 2026) อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับความสะดวก ความรวดเร็ว และความยืดหยุ่นในการชำระเงิน การศึกษานี้จึงประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา (Intertemporal Consumption Theory) ร่วมกับเส้นงบประมาณ (Budget Line) และเส้นอรรถประโยชน์ (Indifference Curve: IC) เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ใช้งานหลักของบริการ BNPL ภายใต้การเข้าถึงเครื่องมือทางการเงินที่ช่วยผ่อนคลายนข้อจำกัดด้านงบประมาณในปัจจุบัน และเลื่อนภาระการชำระเงินไปยังอนาคต

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโศดดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดเส้นอรรถประโยชน์ ซึ่งแสดงชุดของการบริโศดในช่วงเวลาปัจจุบันและช่วงเวลาอนาคต ที่ให้ระดับความพึงพอใจเท่ากันแก่ผู้บริโศด เส้น IC_1 มีความชันเป็นลบและมีลักษณะโค้งนูนเข้าหาจุดกำเนิด สะท้อนการแลกเปลี่ยนการบริโศดระหว่างช่วงเวลา (Nicholson & Snyder, 2012) ในบริบทของบริการ BNPL เส้นอรรถประโยชน์ช่วยอธิบายว่าการเพิ่มการบริโศดในช่วงเวลาปัจจุบันเกิดจากการปรับตำแหน่งการบริโศดภายใต้ข้อจำกัดทางการเงินเดิม มากกว่าการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมตลอดช่วงชีวิต



ภาพที่ 4 ลักษณะเส้นอรรถประโยชน์ภายใต้การเลือกบริโศดระหว่างช่วงเวลา เปรียบเทียบกรณีผู้บริโศดให้ความสำคัญกับการบริโศดในปัจจุบันและอนาคตแตกต่างกัน

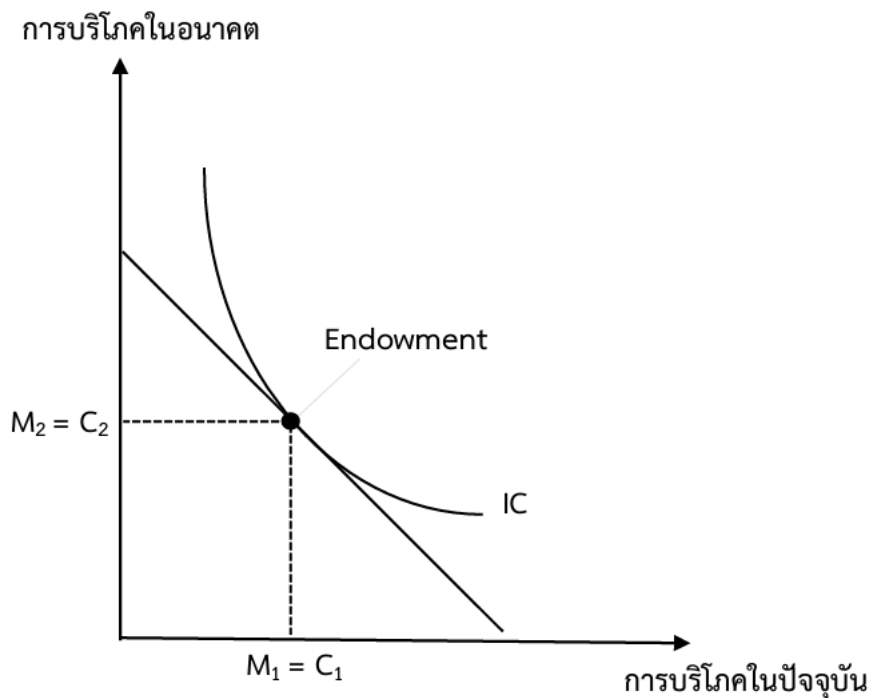
จากภาพที่ 4 เส้นอรรถประโยชน์ IC_1 สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโศดที่ให้ความสำคัญกับการบริโศดในปัจจุบันมากกว่าช่วงเวลาอนาคต โดยเส้นอรรถประโยชน์มีลักษณะค่อนข้างชัน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโศดยอมลดการบริโศดในอนาคตลงในส่วนที่ค่อนข้างมาก เพื่อแลกกับการเพิ่มการบริโศดในปัจจุบันเพียงเล็กน้อย ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงระดับความไม่อดทนต่อการรอคอย และสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าผู้บริโศดที่เผชิญข้อจำกัดด้านสภาพคล่องมักมีแนวโน้มบริโศดตามรายได้ปัจจุบันมากขึ้น (Attanasio, 1995) กล่าวคือ ผู้บริโศดไม่สามารถกระจายการบริโศดระหว่างช่วงเวลาได้อย่างราบรื่น เมื่อรายได้ในปัจจุบันมีจำกัดและผู้บริโศดไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนหรือแหล่งกู้ยืมได้อย่างเพียงพอ ส่งผลให้การตัดสินใจบริโศดต้องพึ่งพารายได้ หรือเงินสดที่มีอยู่ในช่วงเวลาปัจจุบันเป็นหลัก ผู้บริโศดกลุ่มดังกล่าวจึงมักให้ความสำคัญกับความสามารถในการใช้จ่ายในปัจจุบัน และมีแนวโน้มตอบสนองต่อบริการทางการเงินที่ช่วยผ่อนคลายนข้อจำกัดดังกล่าว หรือ บริการ BNPL ซึ่งเอื้อให้ผู้บริโศดสามารถนำรายได้ในอนาคตมาใช้ในการบริโศดในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น

ในทางตรงกันข้าม เส้นอรรถประโยชน์ IC_2 สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโศดที่ให้ความสำคัญกับการบริโศดในอนาคตมากกว่าการบริโศดในปัจจุบัน โดยเส้นอรรถประโยชน์มีลักษณะค่อนข้างลาดแบน แสดงให้เห็นว่าผู้บริโศดยอมลดการบริโศดในปัจจุบันลงในส่วนที่มาก เพื่อแลกกับการเพิ่มการบริโศดในอนาคตเพียงเล็กน้อย ซึ่งสะท้อนถึงระดับความอดทนต่อการรอคอยที่สูงกว่า

เมื่อพิจารณาบริการ BNPL ภายใต้กรอบเส้นอรรถประโยชน์ จะเห็นได้ว่าบริการ BNPL มีความสอดคล้องกับลักษณะของเส้น IC_1 กล่าวคือ การเข้าถึงบริการ BNPL ไม่ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือระดับอรรถประโยชน์ของผู้บริโศด หากแต่เป็นกลไกที่เอื้อให้ผู้บริโศดสามารถเลือกจุดบริโศดที่แตกต่างออกไปบนเส้นอรรถประโยชน์เดิมได้ โดยเพิ่มการบริโศดในช่วงเวลาปัจจุบันและแลกกับการลดการบริโศดในช่วงเวลาอนาคต การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงสะท้อนการปรับการจัดสรรการบริโศดภายใต้ข้อจำกัดด้านสภาพคล่องที่ผ่อนคลายนลง มากกว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของความต้องการบริโศด

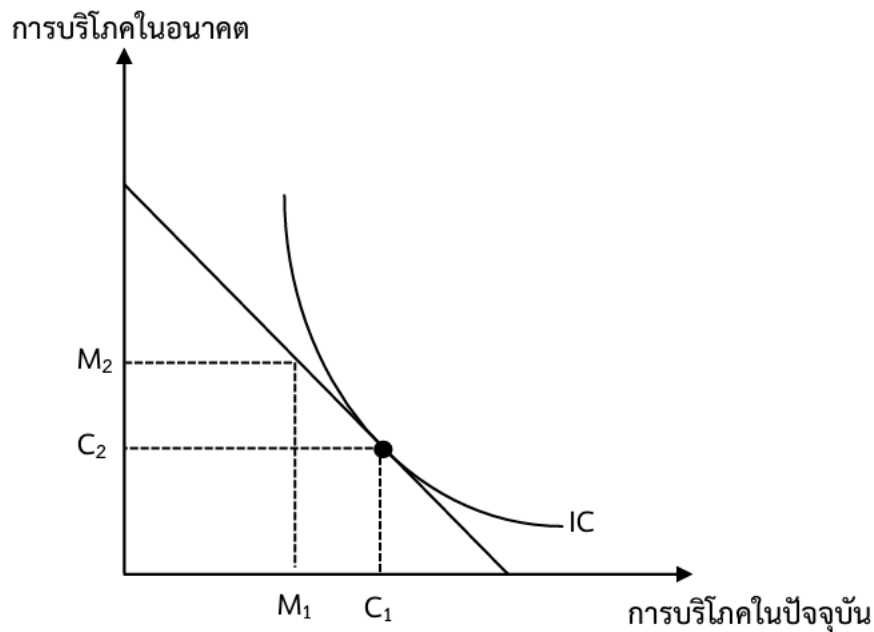
จากกรอบแนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา ผู้บริโภคต้องตัดสินใจจัดสรรการบริโภคระหว่างช่วงเวลาปัจจุบันและช่วงเวลาอนาคต โดยมีรายได้รวมตลอดช่วงชีวิตเป็นข้อจำกัดสำคัญ ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคในปัจจุบันมากกว่ารายได้ที่มีอยู่ผ่านการกู้ยืม และยอมรับภาระการชำระคืนในอนาคต หรือเลือกออมในปัจจุบันเพื่อลดการบริโภคลงและเพิ่มการบริโภคในอนาคต การตัดสินใจดังกล่าวสะท้อนการแลกเปลี่ยนการบริโภคระหว่างช่วงเวลา (อภิัญญา วนเศรษฐ์, 2565) ซึ่งสามารถอธิบายได้ผ่านเส้นงบประมาณที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคในปัจจุบัน (C_1) และการบริโภคในอนาคต (C_2) ภายใต้ระดับรายได้และอัตราดอกเบี้ยที่กำหนด

หากรายได้รวมตลอดช่วงชีวิตไม่เปลี่ยนแปลง เส้นงบประมาณจะไม่เกิดการขยับหรือขยายออก อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติผู้บริโภคยังสามารถปรับตำแหน่งการบริโภคไปตามเส้นงบประมาณดังกล่าวได้ผ่านการกู้ยืมหรือการออม (Varian, 2014) โดยในบริบทของระบบการเงินสมัยใหม่ บริการ BNPL สามารถตีความได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการกู้ยืมระยะสั้นที่ช่วยผ่อนคลايข้อจำกัดด้านสภาพคล่องในช่วงเวลาปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคสามารถนำรายได้ในอนาคตมาใช้ในการบริโภคในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น แม้รายได้รวมตลอดช่วงชีวิตจะยังคงเดิม



ภาพที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคข้ามช่วงเวลา ณ จุดทรัพยากรเริ่มแรกก่อนการเข้าถึงบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

จากภาพที่ 5 แสดงสถานการณ์เริ่มต้นของผู้บริโภคก่อนการใช้บริการ BNPL โดยจุดทรัพยากรเริ่มแรก (Endowment) (M_1 , M_2) แทนระดับรายได้ที่ผู้บริโภคได้รับในช่วงเวลาปัจจุบันและช่วงเวลาอนาคต หากไม่มีการกู้ยืมหรือการออม ผู้บริโภคจะบริโภคอยู่ ณ จุดดังกล่าว ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดทางการเงินภายใต้โครงสร้างรายได้ตามช่วงเวลา



ภาพที่ 6 การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคภายหลังการเข้าถึงบริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

จากภาพที่ 6 แสดงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคภายหลังสามารถเข้าถึงบริการ BNPL โดยที่เส้นงบประมาณไม่เกิดการขยับหรือขยายออก เนื่องจากรายได้รวมตลอดช่วงชีวิตไม่ได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการผ่อนคลายข้อจำกัดด้านสภาพคล่องในช่วงเวลาปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคสามารถเคลื่อนที่ไปตามเส้นงบประมาณเดิม โดยเลือกเพิ่มการบริโภคในปัจจุบันจากระดับ M_1 เป็น C_1 ผ่านการดึงรายได้ในอนาคตมาใช้ ส่งผลให้การบริโภคในอนาคตลดลงจากระดับ M_2 เป็น C_2 การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงสะท้อนการจัดสรรการบริโภคข้ามช่วงเวลาใหม่ของผู้บริโภค ซึ่งไม่ได้เกิดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้หรือการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หากแต่เป็นผลจากกลไกการชำระเงินที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้นภายใต้บริการ BNPL

โดยภาพรวม บริการ BNPL จึงช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริโภคของผู้บริโภคในช่วงเวลาปัจจุบันผ่านการเลื่อนภาระการชำระไปยังอนาคต แม้ว่ารายได้รวมตลอดช่วงชีวิตจะไม่ได้เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคขาดการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสม การใช้บริการดังกล่าวอาจนำไปสู่ภาระหนี้สะสมและความเปราะบางทางการเงินในระยะยาว ทั้งนี้ การวิเคราะห์ในบทความนี้ยังอยู่ภายใต้สมมติฐานว่าผู้บริโภคมีเหตุผลสมบูรณ์ และตัดสินใจบนพื้นฐานของการเพิ่มอรรถประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติการตัดสินใจบริโภคอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเชิงพฤติกรรมอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น พฤติกรรมการซื้อแบบฉับพลัน การประเมินภาระหนี้ต่ำกว่าความเป็นจริง การขาดวินัยทางการเงิน อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ หรือการบริโภคตามกระแสนิยม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ อาจส่งผลให้ผู้บริโภคใช้บริการ BNPL มากเกินความสามารถในการชำระคืน

บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังภายใต้กรอบปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูล

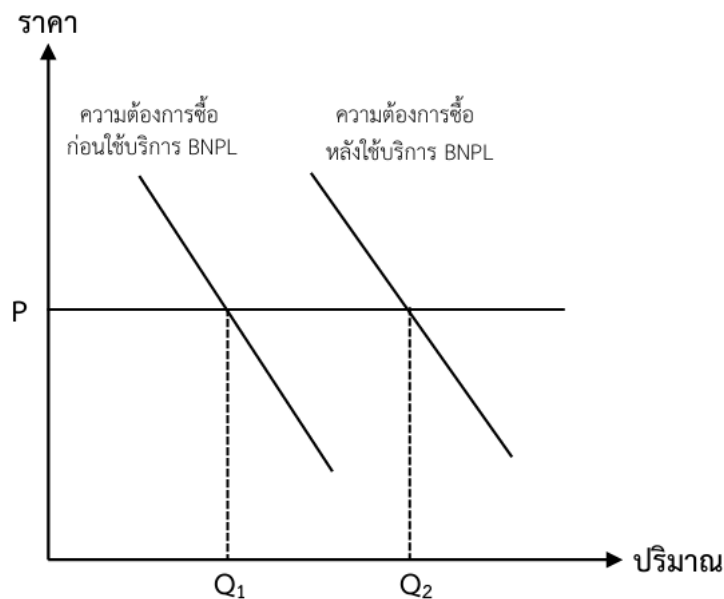
บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังเป็นทางเลือกทางการเงินที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่คุ้นเคยกับการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากมีความสะดวก สมัครใช้งานง่าย ใช้เอกสารประกอบการสมัครไม่มาก และในหลายแพลตฟอร์มสามารถสมัครได้เพียงใช้บัตรประชาชนโดยไม่จำเป็นต้องยื่นเอกสารแสดงรายได้ ลักษณะดังกล่าวทำให้บริการ BNPL เข้าถึงได้ง่ายกว่าการสมัครบัตรเครดิต ซึ่งโดยทั่วไปต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณสมบัติ รายได้ และประวัติเครดิตอย่างเป็นระบบ อีกทั้งบริการ BNPL ยังมีขั้นตอนการอนุมัติที่รวดเร็ว จึงตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายในระยะสั้นได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ความสะดวกและความรวดเร็วในการอนุมัติดังกล่าวอาจก่อให้เกิดข้อจำกัดในเชิงการประเมินความเสี่ยง เนื่องจากผู้ให้บริการบางรายอาจไม่สามารถตรวจสอบความสามารถในการชำระหนี้ของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะในกรณีที่ไม่มี การตรวจสอบข้อมูลเครดิตบูโรหรือไม่มีข้อมูลรายได้ที่ชัดเจน ประกอบกับผู้ให้บริการ BNPL อาจมีแรงจูงใจในการเร่งขยายฐานผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงใช้กลยุทธ์การอนุมัติที่ง่าย รวดเร็ว และมีเงื่อนไขไม่ซับซ้อนเป็นจุดขายหลัก ส่งผลให้กระบวนการคัดกรองลูกหนี้ อาจมีความเข้มงวดน้อยกว่าสินเชื่อในระบบการเงินแบบดั้งเดิม

นอกจากนี้ การใช้บริการ BNPL ในหลายกรณียังอาจไม่ได้ถูกรายงานเข้าสู่ระบบข้อมูลเครดิตอย่างครบถ้วน ทำให้ภาระหนี้ของผู้บริโภคบางส่วนไม่ปรากฏในฐานข้อมูลของสถาบันการเงิน ส่งผลให้เกิดการประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตต่ำกว่าความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคที่มีภาระผ่อนชำระจากบริการ BNPL หลายบัญชี แต่ไม่มีข้อมูลดังกล่าวปรากฏในระบบเครดิตบูโร อาจยังคงได้รับการอนุมัติสินเชื่อเพิ่มเติมจากธนาคารพาณิชย์ ทั้งที่ภาระหนี้รวมอาจเกินกว่าความสามารถในการชำระคืนที่แท้จริง ภาวะดังกล่าวอาจเพิ่มความเสี่ยงต่อการผิดนัดชำระ โดยเฉพาะในกลุ่มสินเชื่อไม่มีหลักประกัน และในกลุ่มผู้ใช้อายุน้อย เช่น ผู้บริโภคอายุ 18–29 ปี ซึ่งบางส่วนอาจมีรายได้ไม่แน่นอน และยังขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการภาระผ่อนชำระจากหลายช่องทางพร้อมกัน (มยุร บุญยรัตน์ และ อารีรัตน์ สวัสดิ์เป้า, 2568) ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดปัญหาการเลือกที่ไม่เป็นธรรม (Adverse Selection) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งมีข้อมูลมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง ส่งผลให้การตัดสินใจในธุรกรรมทางการเงินอาจไม่สะท้อนความเสี่ยงที่แท้จริง ในกรณีของบริการ BNPL ผู้ให้บริการอาจไม่สามารถแยกแยะได้อย่างชัดเจนระหว่างผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงต่ำกับผู้บริโภคที่มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากข้อมูลด้านรายได้ ภาระหนี้ และประวัติการชำระหนี้มีอยู่อย่างจำกัด การอนุมัติที่ง่ายและการไม่ตรวจสอบเครดิตบูโรอย่างเป็นระบบจึงอาจดึงดูดผู้บริโภคที่มีข้อจำกัดทางการเงินหรือมีความเสี่ยงในการผิดนัดชำระให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น ส่งผลให้ฐานผู้ใช้บริการ BNPL มีแนวโน้มประกอบด้วยลูกหนี้ที่มีความเสี่ยงสูงกว่าที่ผู้ให้บริการประเมินไว้ (Tutor2u, 2023)

ขณะเดียวกัน การใช้บริการ BNPL ยังอาจก่อให้เกิดปัญหาความเสี่ยงทางศีลธรรม (Moral Hazard) กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวน ณ ขณะซื้อสินค้า และสามารถเลื่อนภาระการชำระเงินออกไปในอนาคตได้ ผู้บริโภคบางส่วนอาจมีแรงจูงใจในการใช้จ่ายมากขึ้นหรือรับความเสี่ยงทางการเงินมากกว่าที่ควร เนื่องจากยังไม่ต้องรับรู้ภาระทางการเงินทั้งหมดในทันที พฤติกรรมดังกล่าวอาจนำไปสู่การบริโภคเกินศักยภาพทางการเงิน โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคใช้บริการ BNPL จากหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน ทำให้เกิดภาระผ่อนชำระสะสมจากหลายช่องทาง และเพิ่มโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ในอนาคต (สฤณี อาชวานันทกุล, 2568)

การขยายตัวของบริการ BNPL จึงก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อผู้บริโภคหลายมิติ โดยเฉพาะกลุ่มที่ยังขาดความเข้าใจอย่างรอบด้านเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้บริการ ต้นทุนที่แท้จริง ค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ยผิดนัด และผลกระทบจากการผิดนัดชำระหนี้ ความเสี่ยงดังกล่าวสะท้อนผ่านการก่อหนี้โดยไม่รู้ตัวจากกระบวนการสมัครและใช้งานที่ง่าย รวมถึงการสะสมภาระผ่อนชำระหลายรายการพร้อมกัน ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk) เมื่อภาระชำระหนี้ในแต่ละงวดสูงเกินกว่ากระแสเงินสดหรือรายได้ที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้น (Consumer Financial Protection Bureau, 2022) หากผู้บริโภคไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด อาจต้องเผชิญกับดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมการทวงถามหนี้ หรือค่าปรับในอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นต้นทุนทางการเงินที่ผู้ใช้บริการจำนวนไม่น้อยอาจไม่ได้ตระหนักหรือไม่ได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอก่อนตัดสินใจใช้บริการ



ภาพที่ 7 การบริโภคที่เพิ่มขึ้นจากการรับรู้ต้นทุนต่ำกว่าความเป็นจริงภายใต้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)

จากภาพที่ 7 สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าและบริการโดยไม่ต้องชำระเงินเต็มจำนวนในทันที พฤติกรรมการใช้จ่ายมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในกรณีของบริการ BNPL ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการก่อน แล้วจึงทยอยชำระเงินในภายหลัง ลักษณะดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริโภครับรู้ต้นทุนของการซื้อสินค้าในขณะตัดสินใจต่ำกว่าความเป็นจริง เนื่องจากภาระการชำระเงินไม่ได้เกิดขึ้นทันทีในช่วงเวลาที่ตัดสินใจซื้อ เมื่อพิจารณาในระดับราคาสินค้าเดียวกัน ผู้บริโภคที่ต้องชำระเงินสดหรือชำระเต็มจำนวนทันทีอาจเลือกบริโภคในปริมาณ Q_1 เนื่องจากรับรู้ต้นทุนและข้อจำกัดด้านงบประมาณอย่างชัดเจน ขณะที่ผู้บริโภคที่ใช้บริการ BNPL อาจตัดสินใจบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 แม้ว่ารายได้หรือความสามารถในการชำระคืนที่แท้จริงจะไม่ได้เพิ่มขึ้นก็ตาม การเพิ่มขึ้นของปริมาณการบริโภคจึงไม่ได้เกิดจากการกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างแท้จริง แต่เกิดจากการเลื่อนภาระการชำระเงินไปยังอนาคต และการรับรู้ภาระทางการเงินที่ไม่ชัดเจนในขณะตัดสินใจซื้อ ภาพดังกล่าวจึงสะท้อนความเสี่ยงในบริบทของการใช้บริการ BNPL กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคไม่ต้องรับผลกระทบทางการเงินจากการใช้จ่ายในทันที อาจมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจบริโภคมากกว่าระดับที่เหมาะสม ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระผ่อนชำระ และความเสี่ยงต่อการก่อหนี้หรือผิดนัดชำระหนี้ในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ หากบริการ BNPL ขยายตัวโดยขาดการกำกับดูแลที่เหมาะสม หรือขาดการส่งเสริมความรู้ทางการเงินแก่ผู้บริโภคอย่างเพียงพอ อาจทำให้ผู้บริโภคบางส่วนก่อหนี้เกินความสามารถในการชำระคืน และนำไปสู่ความเปราะบางทางการเงินในระยะยาว ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนาบริการ BNPL จึงควรคำนึงถึงทั้งการส่งเสริมโอกาสทางการเงิน การคุ้มครองผู้บริโภค ความโปร่งใสของข้อมูล และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อให้บริการดังกล่าวสามารถสนับสนุนการพัฒนาได้อย่างแท้จริง (สภาองค์กรของผู้บริโภค, 2568)

บทสรุป

บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลัง หรือ Buy Now Pay Later (BNPL) เป็นนวัตกรรมทางการเงินที่เติบโตอย่างรวดเร็วในเศรษฐกิจดิจิทัล โดยช่วยเพิ่มความสะดวก ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน และการเข้าถึงสภาพคล่องระยะสั้นให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง และผู้ที่เข้าถึงสินเชื่อแบบดั้งเดิมได้จำกัด อย่างไรก็ตาม บริการ BNPL ไม่ได้ทำให้รายได้รวมของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น หากแต่เป็นการเลื่อนภาระการชำระเงินไปยังอนาคต ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเพิ่มการบริโภคในปัจจุบันได้ แต่ต้องแลกกับความสามารถในการบริโภคในอนาคตที่ลดลง

เมื่อพิจารณาภายใต้แนวคิดการบริโภคข้ามช่วงเวลา บริการ BNPL จึงสะท้อนกลไกการผ่อนคลายเป็นข้อจำกัดด้านสภาพคล่อง มากกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่แท้จริง หากผู้บริโภคขาดวินัยทางการเงิน หรือประเมินความสามารถในการชำระคืนต่ำกว่าความเป็นจริง อาจนำไปสู่การใช้จ่ายเกินตัว การสะสมภาระหนี้ และความประมาททางการเงินของครัวเรือนในระยะยาว นอกจากนี้ ลักษณะการสมัครและอนุมัติที่สะดวกและรวดเร็ว อาจก่อให้เกิดปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูลระหว่างผู้บริโภค ผู้ให้บริการ และสถาบันการเงิน ในด้านการเลือกที่ไม่เป็นธรรม (Adverse Selection) ผู้ให้บริการอาจไม่สามารถประเมินความเสี่ยงของผู้กู้ได้อย่างครบถ้วน ส่งผลให้ผู้ที่มีความเสี่ยงสูงสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้มากกว่าที่ควรจะเป็น ขณะที่ในด้านความเสี่ยงทางศีลธรรม (Moral Hazard) ผู้บริโภคบางส่วนอาจมีแนวโน้มใช้จ่ายเกินความสามารถในการชำระคืน เนื่องจากไม่ต้องรับภาระทางการเงินในทันที นำไปสู่การบริโภคเกินระดับที่เหมาะสม การสะสมภาระหนี้ และความเสี่ยงทางการเงินในอนาคต

เมื่อเปรียบเทียบกับบัตรเครดิต แม้บัตรเครดิตจะเข้าถึงได้ยากกว่าและมีเงื่อนไขการพิจารณาที่เข้มงวดกว่า แต่มีข้อได้เปรียบด้านการกำกับดูแล การสร้างประวัติเครดิต และการคุ้มครองผู้บริโภคที่ชัดเจนกว่า ขณะที่บริการ BNPL มีจุดเด่นด้านการเข้าถึงง่ายและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการรายงานข้อมูลเครดิต เนื่องจากภาระผ่อนชำระและประวัติการชำระหนี้จากบริการ BNPL อาจยังไม่ได้ถูกรายงานเข้าสู่ระบบข้อมูลเครดิตอย่างครบถ้วน ทำให้สถาบันการเงินหรือผู้ให้สินเชื่อรายอื่นไม่สามารถประเมินภาระหนี้รวมของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

ดังนั้น การพัฒนาบริการ BNPL ควรดำเนินการควบคู่กับการกำกับดูแลที่เหมาะสม การเปิดเผยข้อมูลต้นทุนและเงื่อนไขการใช้บริการอย่างชัดเจน โปร่งใส และเข้าใจง่าย รวมถึงการส่งเสริมความรู้ทางการเงินผ่านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนรายรับรายจ่าย การประเมินความสามารถในการชำระหนี้ และการสร้างความตระหนักถึงผลกระทบของการก่อหนี้ในอนาคต ทั้งนี้ วินัยทางการเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้บริการ BNPL อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแม้บริการดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นทางการเงิน แต่หากผู้บริโภคขาดการวางแผนและควบคุมการใช้จ่ายอาจนำไปสู่การสะสมภาระหนี้และความประมาททางการเงินในระยะยาวได้

“ซื้อก่อน จ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later: BNPL)” การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือน



ภาพที่ 8 องค์ความรู้จากการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐชิต บุรันทวิคุณ. (2568). รายงาน *How Southeast Asia Buys and Pays 2025*. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/405929>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2568). *การให้บริการบัตรเครดิตแยกตามประเภทบัตรเครดิต*. สืบค้นจาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?language=TH&reportID=1009&utm_source#.
- นฤชยา สาทแพง. (2568). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2568-2570: ธุรกิจบัตรเครดิต. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/financial-services/credit-card/io/io-credit-card-2025>.
- บริษัท เอสบีซีเอส จำกัด. (2569). เจาะเทรนด์การตลาด “ซื้อก่อนจ่ายทีหลัง” หรือ “Buy Now Pay Later” ที่กำลังเติบโตในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.sbcs.co.th/th/articles/?p=249>.
- มยุร บุญยะรัตน์ และ อาริรัตน์ สวัสดิ์เป้า. (2568). BNPL กับพลวัตของหนี้ครัวเรือน. สืบค้นจาก <https://www.fpojournl.com/bnpl-123/>.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์. (2568). *ผลสำรวจเศรษฐกิจมหภาค ปี 2568 (Macro Survey 2025)*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9994/he7xexj04t/MacroSurvey2025-20251225.pdf>.
- สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2568). เตือนภัย “Buy Now Pay Later” กับดักหนี้ยุคใหม่ เสี่ยงใช้จ่ายเกินตัว. สืบค้นจาก <https://www.tcc.or.th/appeal/buy-now-pay-later-fakepage/>.
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2568). *Moral hazard คืออะไร? เมื่อความเสี่ยงถูกผลักไปให้คนอื่น*. สืบค้นจาก <https://themomentum.co/citizen20-moral-hazard/>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *บทความเศรษฐกิจ ไตรมาสที่ 3 ปี 2566*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/06/2566_article_q3_001.pdf.
- อภิญา วนเศรษฐ. (2565). *ทฤษฎีการบริโภคข้ามช่วงเวลา (Intertemporal Consumption Theory) ภายใต้เส้นงบประมาณและเส้นอรรถประโยชน์*. สืบค้นจาก https://ird01.stou.ac.th/researchlib/uploads/2565_041/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%202.pdf.
- Attanasio, O. P. (1995). The intertemporal allocation of consumption: theory and evidence. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, 42, 39–89.
- Consumer Financial Protection Bureau. (2022). *Buy now, pay later: Market trends and consumer impacts*. Retrieved from https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_buy-now-pay-later-market-trends-consumer-impacts_report_2022-09.pdf.
- Donou-Adonsou, F., & Leslie-Piper, N. (2025). BNPL and financial fragility in US households. *Finance Research Letters*, 86, 108423.
- Hayashi, F., & Routh, A. (2025). Financial Constraints Among Buy Now, Pay Later Users. *Economic Review*, 110(4), 01612387.
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*, 100(4), 602-617.
- Nicholson, W., & Snyder, C. M. (2012). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions*. (11th ed.). Ohio: South-Western Cengage Learning.
- O'donoghue, T., & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. *American economic review*, 89(1), 103-124.

- Omni Calculator. (2026). *Buy now pay later trends*. Retrieved from <https://www.omnicalculator.com/reports/buy-now-pay-later-trends>.
- Statista. (2025). *Share of users of buy now, pay later services in the United States in 2021, by generation*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1262285/share-users-buy-now-pay-later-united-states-by-generation/>.
- Tutor2u. (2023). *Information failure: What is adverse selection?*. Retrieved from <https://www.tutor2u.net/economics/reference/information-failure-what-is-adverse-selection>.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics with calculus: A modern approach*. New York: W. W. Norton & Company.