



**ผลการสำรวจพฤติกรรม
การชำระเงินของภาคธุรกิจ SMEs**
(Survey on SMEs Payment Behavior)

ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงินและเทคโนโลยีทางการเงิน

2566

บทสรุปการสำรวจพฤติกรรมการชำระเงินของภาคธุรกิจ

ในปี 2565 ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้สำรวจพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)¹ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ครอบคลุมทั้งในมิติด้านขนาด พื้นที่ และกิจกรรมการรับจ่ายเงิน จากผลสำรวจพบว่า ธุรกิจ SMEs มีการชำระเงินด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์สูงถึงร้อยละ 68 ของมูลค่าการชำระเงินทั้งหมด และร้อยละ 96 เคยมีประสบการณ์ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มาแล้ว ขณะที่การใช้เงินสดและเช็คของภาคธุรกิจมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง

ภาคธุรกิจเห็นว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ e-Payment คือ ประสิทธิภาพของระบบในการรองรับธุรกรรมจำนวนมาก ความสะดวกและฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ ความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยในการใช้บริการ รวมทั้งการส่งเสริมจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ธปท. ใช้ผลการสำรวจดังกล่าวเป็นข้อมูลสำคัญในการยกระดับการกำกับดูแลระบบชำระเงินทั้งในด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัย รวมทั้งกำหนดทิศทางและวางนโยบายการพัฒนาระบบการชำระเงิน ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและการสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยแก่ภาคธุรกิจ เพื่อปรับพฤติกรรมและสร้างแรงจูงใจการชำระเงินของภาคธุรกิจ สนับสนุนให้เกิดการใช้ e-Payment มากยิ่งขึ้น โดยดำเนินการผ่านความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาคธุรกิจ ผู้ให้บริการชำระเงิน และภาครัฐ ให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างบูรณาการ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม



¹ ในการสำรวจได้แบ่งประเภทของสื่อการชำระเงินไว้ดังนี้ 1) e-Payment ประกอบด้วยธุรกรรมชำระเงินที่ใช้บัตรเครดิต บัตรเดบิต โอน/ชำระเงินผ่านบัญชี e-Money และระบบ BAHTNET 2) non e-Payment ประกอบด้วยธุรกรรมชำระเงินที่ใช้เงินสดหรือเช็ค

ในยุคดิจิทัล เศรษฐกิจและสังคมมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว ภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีเทคโนโลยีและระบบชำระเงินเป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญ การดำเนินนโยบายด้านการชำระเงินจึงต้องปรับให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลและครอบคลุมทั้งภาคประชาชนและภาคธุรกิจ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ธพท. ได้ผลักดันการพัฒนาการชำระเงินดิจิทัลในภาคประชาชนให้เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายต่อเนื่อง ปี 2565 ธพท. จึงได้ริเริ่มโครงการสำรวจพฤติกรรมกรรมการชำระเงินของภาคธุรกิจ เพื่อเข้าใจพฤติกรรม แนวคิด และความคาดหวังของภาคธุรกิจที่มีต่อการใช้บริการชำระเงิน โดยเริ่มสำรวจพฤติกรรมกรรมการชำระเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังมีการใช้บริการที่ผสมผสานระหว่างการชำระเงินดิจิทัล การใช้เงินสดและเช็คอยู่มาก เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการดำเนินนโยบายส่งเสริมการชำระเงินดิจิทัลแก่ภาคธุรกิจ รวมทั้งเพื่อลดและแก้ไขปัญหา อุปสรรค ข้อจำกัดต่างๆ ของบริการที่มีในปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบการชำระเงินดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถตอบโจทย์ความต้องการทางธุรกิจ และทำให้เกิดการเข้าถึงบริการ e-Payment ได้มากขึ้น

ขอบเขตการสำรวจ

ขอบเขตการสำรวจได้กำหนดให้สะท้อนพฤติกรรมกรรมการชำระเงินในมิติที่สำคัญ ทั้งขนาดและประเภทของธุรกิจ พื้นที่การสำรวจ กิจกรรมการรับและจ่ายเงิน ทั้งระหว่างภาคธุรกิจด้วยกัน กับภาคประชาชน และกับภาครัฐ รวมทั้งการชำระค่าใช้จ่ายในองค์กร เช่น การจ่ายเงินเดือนพนักงาน การชำระค่าน้ำ ค่าไฟ

การแบ่งกลุ่มธุรกิจและพื้นที่ในการสำรวจ

การแบ่งกลุ่มธุรกิจมีการแบ่งตามขนาดและประเภทธุรกิจ โดยด้านขนาดแบ่งเป็น ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดย่อม (small enterprise) และผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลาง (medium enterprise) อ้างอิงการแบ่งขนาดตามเกณฑ์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) **โดยกลุ่มขนาดย่อม** ภาคการผลิตต้องมีรายได้เกิน 1.8 ถึง 100 ล้านบาท หรือภาคบริการ/ค้าส่ง/ค้าปลีกจะต้องมีรายได้เกิน 1.8 ถึง 50 ล้านบาท ส่วน**กลุ่มขนาดกลาง** ภาคการผลิตต้องมีรายได้เกิน 100 ถึง 500 ล้านบาท หรือภาคบริการ/ค้าส่ง/ค้าปลีกจะต้องมีรายได้เกิน 50 ถึง 300 ล้านบาท

สำหรับประเภทธุรกิจ ได้แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ ธุรกิจค้าส่ง ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจที่พักโรงแรมและบริการด้านอาหาร ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า และธุรกิจสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ โดยตัวอย่างกลุ่มย่อยสรุปตามตารางดังนี้

ตัวอย่างกลุ่มธุรกิจย่อย 7 กลุ่มอุตสาหกรรม

<u>กลุ่มอุตสาหกรรม</u>	<u>ตัวอย่างกลุ่มธุรกิจย่อย</u>
ค้าส่ง (wholesale)	ชิ้นส่วนยานยนต์ วัสดุก่อสร้าง เกษตร เสื้อผ้ารองเท้า เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์การแพทย์
ค้าปลีก (retailer)	ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชำ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายปลีกอาหาร การขายปลีกออนไลน์
ก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ (real estate)	รับเหมาก่อสร้าง การตกแต่งอาคาร การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจจัดสรรที่ดิน
ที่พักโรงแรมและบริการ ด้านอาหาร (hotel and restaurant)	เกสต์เฮ้าส์ รีสอร์ท บริการจัดเลี้ยง ร้านอาหาร
การผลิต (manufacturing)	การแปรรูปเนื้อสัตว์ อาหาร ผลไม้ โรงงานสีข้าว โรงพิมพ์หนังสือ ผลิตภัณฑ์พลาสติก เฟอร์นิเจอร์
การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า (logistic)	รถประจำทาง ขนส่งสินค้าทางบก ขนส่งสินค้าทางเรือ ขนส่งสินค้าทางอากาศ คลังสินค้า
สุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ (health)	โรงพยาบาล คลินิกรักษาโรค หันตกรรม ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้ติดยาเสพติด

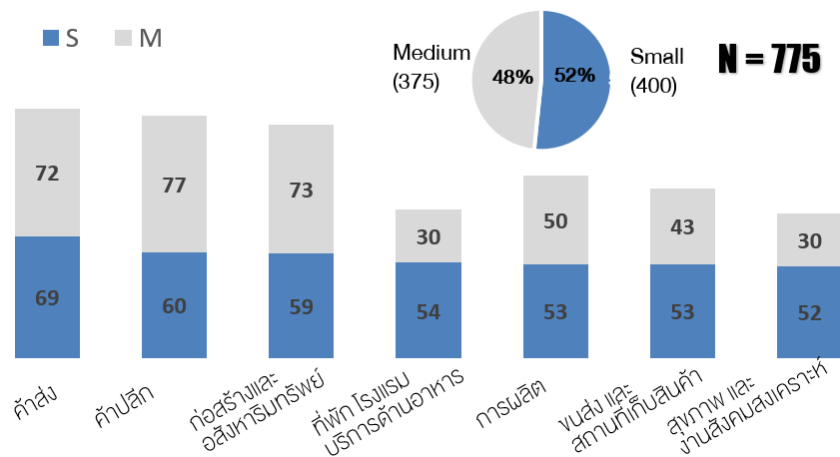
พื้นที่การสำรวจครอบคลุม 6 ภูมิภาคทั่วประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก โดยมีระยะเวลาการสำรวจ 7 เดือน ช่วง เมษายน - ตุลาคม 2565

วิธีการสำรวจ

1) วิธีการสำรวจเชิงปริมาณ (quantitative survey) เป็นการเก็บข้อมูล 775 กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ ทั้งการลงพื้นที่และผ่านทางโทรศัพท์ โดยมีการกระจายตัวทางสถิติตามประเภทและขนาดธุรกิจ และตามภูมิภาค

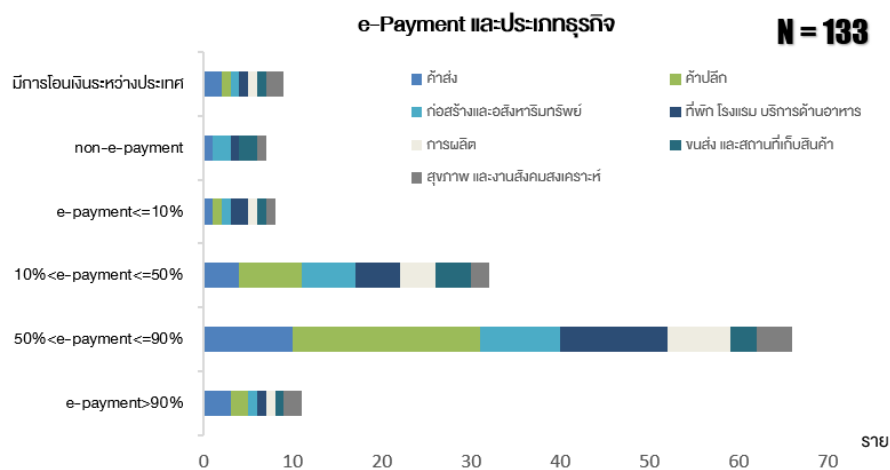
2) วิธีการสำรวจเชิงคุณภาพ (qualitative survey) เป็นการสนทนากลุ่ม (focus group interview) กับ 133 กลุ่มตัวอย่าง มีการกระจายกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนการใช้ e-Payment และประเภทธุรกิจ

จำนวนกลุ่มตัวอย่างการสำรวจเชิงปริมาณ แยกตามขนาดและประเภทธุรกิจ



ภาพที่ 1: การแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจเชิงปริมาณ

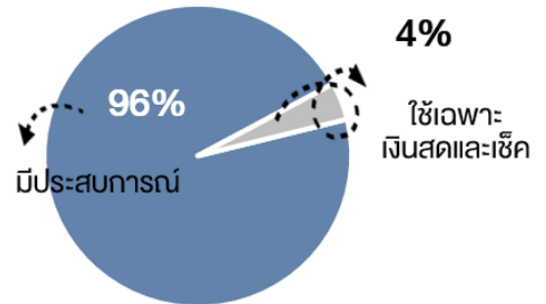
จำนวนกลุ่มตัวอย่างการสำรวจเชิงคุณภาพ แยกตามสัดส่วนการใช้



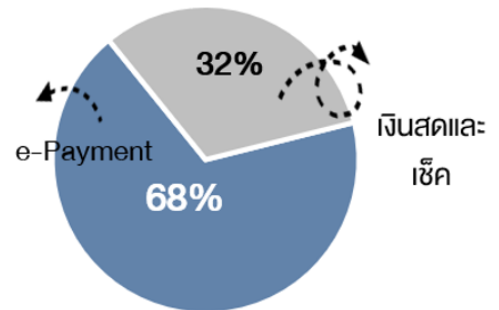
ภาพที่ 2 : การแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจเชิงคุณภาพ

1. SMEs เกือบทั้งหมด มีประสบการณ์ใช้ e-Payment

ธุรกิจเกือบทั้งหมดถึงร้อยละ 96 เคยมีประสบการณ์ใช้ e-Payment และในกลุ่มดังกล่าวใช้ e-Payment ในการชำระเงินเกินกว่า 2 ใน 3 หรือร้อยละ 68 ขณะที่ใช้เงินสดและเช็คน้อยกว่าหรือเพียงร้อยละ 32 ธุรกิจ SMEs มีสัดส่วนการใช้ e-Payment สูงกว่าเงินสดและเช็คกว่าสองเท่า เนื่องจากเห็นว่ามีความสะดวก ทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา รวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวที่สาขา ทั้งยังมีหลักฐานให้ตรวจสอบธุรกรรมได้ง่าย สำหรับกลุ่มร้อยละ 4 ที่ไม่เคยใช้ e-Payment เห็นว่าระบบยังไม่เสถียร ไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัย หรือเกรงว่าเมื่อพบปัญหาพนักงานจะไม่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาได้ ส่วนกลุ่มที่เคยใช้ e-Payment แต่ยังคงใช้เงินสดและเช็คอยู่มีสาเหตุสำคัญมาจากการที่คู่ค้าไม่ใช้ e-Payment เช่น ขอรับเป็นเช็ค เป็นต้น



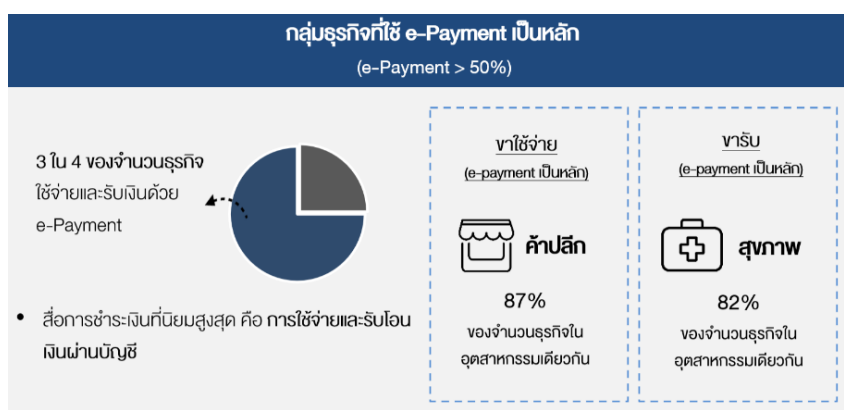
ภาพที่ 3 : สัดส่วนจำนวนธุรกิจที่มีประสบการณ์ใช้ e-Payment



ภาพที่ 4 : สัดส่วนมูลค่าธุรกรรมเฉลี่ยในการชำระเงินของภาคธุรกิจ

2. ธุรกิจ SMEs ที่ใช้ e-Payment เป็นหลัก นิยมใช้การชำระเงินผ่านบัญชี

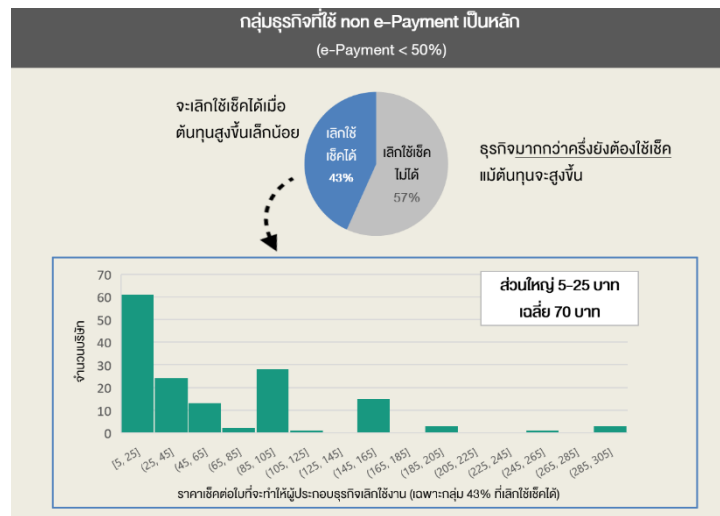
หากแบ่งธุรกิจ SMEs ที่สำรวจเป็นสองกลุ่ม คือกลุ่มที่ใช้ e-Payment เป็นหลักหรือใช้ e-Payment ในสัดส่วนตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไปในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งกลุ่มนี้มีจำนวนกว่า 3 ใน 4 ของธุรกิจ SMEs ทั้งหมด กับกลุ่มที่ใช้ non e-Payment เป็นหลัก หรือธุรกิจ SMEs ที่ใช้เงินสดและเช็คในการชำระเงินมากกว่าร้อยละ 50 ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 4 ของธุรกิจ SMEs ทั้งหมด พบว่ากลุ่มแรกนิยมรับและจ่ายเงินผ่านบัญชีมากที่สุด สะท้อนว่าการทำงานผ่านบัญชีเป็นรูปแบบการชำระเงินพื้นฐานของภาคธุรกิจที่สะดวกที่สุด ง่ายต่อการตรวจสอบ รวมทั้งเชื่อมโยงกับบัญชีธนาคารโดยตรง จึงมีการใช้งานอย่างแพร่หลายมากที่สุด โดยธุรกิจค้าปลีกเป็นกลุ่มที่จ่ายด้วย e-Payment สูงสุด มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 87 ของจำนวนธุรกิจในกลุ่ม ขณะที่กลุ่มธุรกิจสุขภาพและสังคมสงเคราะห์เป็นกลุ่มที่รับชำระเงิน e-Payment สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 82 ของจำนวนธุรกิจในกลุ่ม



ภาพที่ 5 : กลุ่มธุรกิจที่ใช้ e-Payment เป็นหลัก

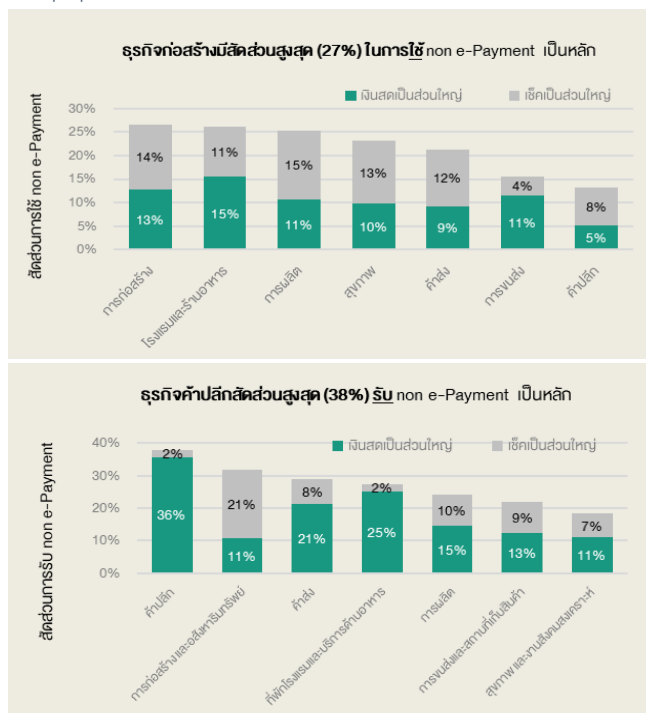
3. กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่ใช้ non e-Payment เป็นหลัก ยังคงใช้เช็คอยู่มาก

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มธุรกิจ SMEs ขนาดกลางที่ใช้ non e-Payment เป็นหลัก จำนวนมากที่ยังคงใช้เช็ค คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73 ของกลุ่มขนาดกลางที่ใช้ non e-Payment เป็นหลัก โดยเกือบร้อยละ 60 ของกลุ่มจะไม่เลิกใช้เช็คแม้จะปรับค่าธรรมเนียมการใช้เช็คสูงขึ้น สาเหตุหลักที่สำคัญ เช่น หน่วยงานภาครัฐหลายแห่งที่ทำธุรกรรมด้วยยังคงมีเกณฑ์ให้ใช้เช็ค การใช้เช็คกำหนดเวลาจ่ายเงินได้ทำให้ช่วยบริหารสภาพคล่อง และการใช้เช็คช่วยเรื่องการควบคุมภายในด้านการใช้จ่ายของบริษัท ในขณะที่อีกกว่าร้อยละ 40 ที่เหลือเห็นว่าค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เช็ค โดยกลุ่มที่เหลือส่วนใหญ่จะเลิกใช้เช็คหากค่าธรรมเนียมการออกเช็คต่อใบเกิน 5-25 บาท



ภาพที่ 6 : การใช้เช็คของธุรกิจที่ใช้ non e-Payment เป็นหลัก

ธุรกิจที่ใช้ non e-Payment ในการจ่ายเงินมากที่สุดคือ กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง มีสัดส่วนร้อยละ 27 ของจำนวนธุรกิจในกลุ่ม มากกว่าครึ่งเป็นการใช้เช็คช่วยบริหารสภาพคล่อง ขณะที่ ธุรกิจค้าปลีกเป็นขารับ non e-Payment มากที่สุด มีจำนวนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของจำนวนธุรกิจในกลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นการรับชำระด้วยเงินสดจากลูกค้า



ภาพที่ 7-8 : สัดส่วนการใช้เงินสดและเช็คของธุรกิจที่ใช้ non e-Payment

4. SMEs เลือกใช้สื่อการชำระเงินตามความต้องการในลักษณะธุรกิจของตน

ภาคธุรกิจเห็นว่าสื่อการชำระเงินแต่ละรูปแบบมีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การเลือกใช้สื่อการชำระเงินในรูปแบบต่างๆ จะเลือกตามความเหมาะสมของลักษณะธุรกิจของตน ดังนี้

ธุรกิจส่วนใหญ่นิยมใช้การโอนเงินผ่านบัญชี แต่ยังมีข้อกังวลเรื่องประสิทธิภาพของระบบ ขั้นตอนการต่อยอดในทางธุรกิจ วงเงิน และความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน ธุรกิจนิยมใช้การโอนเงินผ่านบัญชี เนื่องจากมีความสะดวก ง่ายต่อการตรวจสอบ และสามารถดึงข้อมูลรายการต่าง ๆ มาเชื่อมโยงกับระบบบัญชีได้ง่าย โดยมีการโอนเงินผ่านบริการ internet banking บนคอมพิวเตอร์ และบริการ mobile banking บนโทรศัพท์มือถือ โดยดำเนินการผ่านระบบพร้อมเพย์โดยตรง และการโอนเงินผ่านการใช้ QR payment อย่างไรก็ตาม ธุรกิจส่วนใหญ่คุ้นชินกับการใช้งานผ่าน internet banking มากกว่า mobile banking

ปัญหาและอุปสรรคที่ยังคงพบในการใช้งานที่สำคัญ คือ กรณีมีความผิดพลาดในการโอนหรือถูกหลอกลวง ขั้นตอนการได้รับเงินคืนค่อนข้างซับซ้อน หลายธนาคารยังคงมีปัญหาระบบล่มช่วงต้นเดือน ไม่มีใบเสร็จหรือใบกำกับภาษีหลังการชำระเงินเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจหรือใช้ในการเชื่อมโยงไปยังระบบการคำนวณภาษี นอกจากนี้ วงเงินโอนอาจน้อยเกินไปสำหรับการชำระเงินของธุรกิจบางประเภท และองค์กรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งาน โดยธุรกิจกว่าร้อยละ 50 กังวลการโอนเงินผิดหรือโดนหลอก การเสียภาษีเพิ่มขึ้น ขณะที่เห็นว่าพนักงานสาขาไม่สามารถให้ข้อมูลได้ นอกจากนี้ เห็นว่าการออกแบบการใช้งานไม่ตอบโจทย์ เช่น การใช้งานยาก ขาดมาตรฐานระหว่างธนาคาร และขาดฟังก์ชันที่จำเป็น เช่น ฟังก์ชันตรวจสอบสลิปหรือเตือนเมื่อได้รับชำระเงิน

ธุรกิจใช้เงินสดกับธุรกรรมที่มีมูลค่าไม่สูงและไม่ต้องการหลักฐาน เนื่องจากการใช้เงินสดมีขั้นตอนที่สะดวกและความคล่องตัวทั้งการจ่ายหรือรับ โดยผู้จ่ายหรือรับไม่มีความจำเป็นในการเก็บหลักฐาน และผู้รับเงินสามารถนำไปใช้ได้ทันที ทำให้ยังมีการใช้เงินสดอยู่ค่อนข้างมาก ธุรกิจจึงต้องสำรองเงินสดไว้รองรับการใช้งาน เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบสินค้าและบริการที่มีมูลค่าไม่สูง การใช้จ่ายภายในองค์กร เงินทอนหน้าร้าน เงินสดสำรองเผื่อกรณีจำเป็นเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม การถือครองเงินสดของภาคธุรกิจลดลงต่อเนื่องเพราะมีการใช้สื่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายมากขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบธุรกิจเห็นว่าการเก็บรักษาเงินสดมีต้นทุนและมีความเสี่ยงต่อการทุจริต และภาคธุรกิจเห็นว่าแนวโน้มการใช้เงินสดจะลดลงด้วย

ธุรกิจใช้เช็คเพื่อเป็นหลักประกันการชำระเงินระหว่างองค์กร โดยเห็นว่าเช็คแสดงถึงพันธสัญญาระหว่างผู้จ่ายกับผู้รับ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือได้ ทั้งยังเป็นการบริหารสภาพคล่อง โดยสามารถกำหนดระยะเวลาการชำระไว้ล่วงหน้าได้ (credit term) ทำให้ผู้จ่ายสามารถนำเงินไปหมุนเวียนดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ (working capital) ได้ก่อนถึงกำหนดเวลาชำระเงิน นอกจากนี้ เห็นว่าเป็นแนวทางที่สะดวกและปลอดภัยสำหรับการชำระเงินมูลค่าสูง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และสามารถใช้เป็นหลักฐานทางกฎหมาย และฟ้องร้องคดีอาญาได้กรณีลูกหนี้มีเจตนาทุจริต² และที่สำคัญ ภาครัฐบางแห่ง เช่น ราชการส่วนท้องถิ่น

² ที่ประชุม ครม. เมื่อวันที่ 21 มิ.ย. 2565 เห็นชอบยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ดังนั้นหากลูกหนี้ส่งจ่ายเช็คโดย “ไม่มีเจตนาทุจริต” แต่เช็คไม่สามารถขึ้นเงินได้ เช่น เงินในบัญชีของลูกหนี้ไม่เพียงพอ เป็นต้น เจ้าหนี้สามารถฟ้องผิดสัญญา “ทางแพ่ง” ได้เพื่อบังคับให้ลูกหนี้ใช้เงินตามเช็คนั้น แต่กรณีลูกหนี้ “มีเจตนาทุจริต” เพื่อไม่ให้เจ้าหนี้ได้รับเงิน อาจเข้าข่ายเป็นความผิดอาญาตามกฎหมายอื่นได้ เช่น ความผิดฐานฉ้อโกง ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 มีโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ยังคงกำหนดให้คู่ค้าชำระเงินด้วยเช็ค อย่างไรก็ตามก็ดี เชื่อว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีแนวโน้มใช้เช็คน้อยลง และหากมีการพัฒนา e-Payment ที่ตอบโจทย์ได้เหมือนการใช้เช็ค จะสามารถทดแทนเช็คได้

ธุรกิจใช้บัตรเครดิตกับธุรกรรมชำระเงินในกิจกรรมเฉพาะเจาะจง กิจกรรมชำระเงินที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น กิจกรรมการเลี้ยงรับรองลูกค้า การชำระค่าสินค้าที่สามารถผ่อนจ่ายได้ การใช้บัตรเครดิตจึงเป็นอีกเครื่องมือที่ช่วยบริหารสภาพคล่อง ผู้ประกอบการที่สำรวจมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่ทราบว่าบัตรเครดิตประเภทองค์กร อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ SMEs ขนาดเล็กบางส่วนมีประสบการณ์ว่าการขอทำบัตรเครดิตต้องกรณีกะบวนการที่มีความยุ่งยาก จึงทำให้ไม่เป็นที่นิยม

ธุรกิจไม่นิยมใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ยกเว้นธุรกิจ e-Commerce ภาคธุรกิจ SMEs โดยทั่วไปไม่นิยมใช้ e-Money ในการรับจ่ายเงิน ยกเว้นธุรกิจ e-Commerce ที่รับชำระเงินด้วย e-Money โดยผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นประชาชนกลุ่มอายุน้อย ทั้งนี้ ภาคธุรกิจมองว่าประโยชน์หลักของ e-Money สำหรับธุรกิจ คือ เป็นช่องทางในการส่งเสริมการขายที่เจาะกลุ่มคนที่มีอายุน้อย และเป็นการช่วยให้ลูกค้ามีทางเลือกในการชำระเงินมากขึ้น

บทสรุปและนัยยะต่อนโยบายด้านการชำระเงิน

บทสรุป

การสำรวจพฤติกรรมการชำระเงินของภาคธุรกิจทำให้ได้ข้อมูลสำคัญประกอบการดำเนินนโยบายส่งเสริมพัฒนาระบบการชำระเงินให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากข้อมูลสำรวจพบว่า ธุรกิจเกือบทั้งหมดเคยมีประสบการณ์ใช้ e-Payment และมีธุรกิจจำนวนมากถึง 3 ใน 4 มีการใช้ e-Payment เป็นสื่อชำระเงินหลักในการทำธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันสำหรับกลุ่มธุรกิจที่มีการใช้ non e-Payment เป็นหลักก็ยังคงพบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของการใช้งาน เช่น ติดข้อจำกัดที่คู่ค้ายังคงใช้เช็ค รวมถึงยังใช้เช็คเพื่อการบริหารสภาพคล่องและควบคุมการใช้จ่ายของธุรกิจ

ผลการสำรวจได้สะท้อนให้เห็นปัจจัยด้านการชำระเงินที่สำคัญและมีนัยยะต่อการปรับพฤติกรรมภาคธุรกิจไปสู่การชำระเงิน e-Payment คือ **ความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยและประสิทธิภาพของระบบ ความสะดวกและฟังก์ชันของบริการที่ตอบโจทย์ ความเข้าใจในการใช้งาน และ แรงจูงใจให้เกิดการใช้งาน**

นัยยะต่อนโยบายด้านการชำระเงิน

ธปท. อยู่ระหว่างผลักดันให้ภาคธุรกิจ SMEs ปรับพฤติกรรมการชำระเงินไปสู่การลดการใช้เงินสดและเช็ค โดยให้หันมาใช้ e-Payment เป็นทางเลือกหลักมากขึ้น ตามวิสัยทัศน์ของทิศทางการชำระเงินปี 2565-2567 ที่กำหนดไว้ว่า “การชำระเงินดิจิทัลเป็นทางเลือกหลักที่เข้าถึงผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม ยกกระดับคุณภาพชีวิตส่งเสริมศักยภาพ และการแข่งขันของไทย พร้อมก้าวสู่สังคมที่ใช้เงินสดน้อยลง” ซึ่งแนวทางในการดำเนินการ

ประยุกต์ได้จากผลสำรวจข้างต้น เพื่อใช้ในการปรับพฤติกรรมกรรมการชำระเงินของธุรกิจ SMEs ให้เป็นไปตามที่คาดหวังและสอดคล้องกับทิศทางการชำระเงินไทย ที่ครอบคลุมใน 3 ด้าน คือ Resiliency Openness Inclusivity ได้แก่

Resiliency ยกระดับประสิทธิภาพ ศักยภาพ และความปลอดภัยของระบบการชำระเงินที่สำคัญ โดยการดูแลให้ระบบการโอนเงินสำคัญที่จัดเป็นโครงสร้างพื้นฐานกลางของประเทศ ให้สามารถรองรับธุรกรรมได้จำนวนมาก โดยเฉพาะในวันที่มีปริมาณธุรกรรมสูงมาก เช่น วันสิ้นเดือน รวมถึงกระบวนการแก้ไขปัญหาที่ดำเนินการได้อย่างรวดเร็วกรณีระบบขัดข้องและมีระบบสำรองเป็นทางเลือกในการบรรเทาปัญหา โดยการมี governance ที่ดีทั้งในระดับนโยบาย ระดับบริการ และระดับการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน

Openness ผลักดันให้มีการพัฒนาบริการหรือสร้างนวัตกรรม ให้ตอบโจทย์การใช้งานมากขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกบริการ และสร้างแรงจูงใจการใช้งาน เช่น พัฒนาให้มีนวัตกรรม e-Payment ที่ตอบโจทย์ทุกภาคธุรกิจ เช่น กระบวนการชำระเงินที่ต่อยอดในการออกใบเสร็จและเชื่อมโยงไปยังการชำระภาษีได้ หรือการมี e-Payment ที่สามารถใช้ทดแทนเช็คได้ เป็นต้น รวมถึงการดูแลค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมและเป็นธรรม และการผลักดันการใช้ e-Payment ของภาครัฐ เพื่อให้เกิดการใช้ e-Payment อย่างครบวงจร นอกจากนี้ การสร้างข้อมูลการชำระเงินที่เพิ่มขึ้นในระบบ (digital footprint) จะช่วยให้ SMEs สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปต่อยอดในการเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้นและดีขึ้นด้วย

Inclusivity สร้างความเข้าใจในเชิงรุกอย่างทั่วถึงมากขึ้น โดยให้ความรู้ ความเข้าใจ ในการใช้บริการอย่างถูกวิธีและปลอดภัย โดยดำเนินการอย่างมีบูรณาการและในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การสร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมลูกค้าทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เช่น การสื่อสารผ่านพนักงานสาขา เป็นต้น นอกจากนี้อาจประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการช่วยเหลือ เช่น การเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานที่คอยป้องกัน ช่วยเหลือ ตรวจสอบ หรือเตือนลูกค้า

ผลการสำรวจนี้แสดงให้เห็นว่าธุรกิจ SMEs มีการใช้การชำระเงิน e-Payment ค่อนข้างมากแต่ยังคงมีการใช้เงินสดและเช็คอยู่ ซึ่งการผลักดันให้ภาคธุรกิจไปสู่การใช้ e-Payment มากขึ้นและลดการใช้เงินสดและเช็คลง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ อันจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและลดต้นทุนของระบบ จากผลดังกล่าว ธปท. จะนำไปใช้ในการวางนโยบายและผลักดันในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการใช้ e-Payment ของภาคธุรกิจ SMEs อย่างแพร่หลายและทั่วถึง ควบคู่กับความร่วมมือจากทั้งภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม นำประเทศไทยก้าวสู่ less cash society อย่างยั่งยืนต่อไป