

บทความ “สภาพปัญหาการหลอกลวงยุคดิจิทัล และแนวทางแก้ไข”

การหลอกลวงผ่านการสื่อสารสมัยใหม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และมีรูปแบบที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้นด้วย โดยพบว่า พฤติกรรม ทักษะการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และบุคลิกภาพส่วนบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและการตกเป็นเหยื่อ จึงจำเป็นต้องมีการสร้างภูมิคุ้มกันในการใช้ชีวิตยุคดิจิทัลให้กับประชาชน ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถของหน่วยงานภาครัฐในการรับมือกับปัญหาการหลอกลวงให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในยุคที่ดิจิทัลมีความก้าวหน้า การหลอกลวงกลายเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ทุกคนสามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการหลอกลวงผ่านเครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และสร้างความเสียหายเป็นมูลค่าที่สูง รายงานของ Whoscall แอปพลิเคชันป้องกันการฉ้อโกงเปิดเผยว่าในปี 2564 พบสถิติการใช้โทรศัพท์หลอกลวงและข้อความหลอกลวงทั่วโลกมีจำนวนรวมกว่า 460 ล้านครั้ง เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 58 และคาดว่าจะยังมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในสหรัฐอเมริกา สำนักงานสอบสวนกลาง (Federal Bureau of Investigation: FBI) รายงานการร้องเรียนเกี่ยวกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์มีจำนวนถึง 7.9 แสนครั้ง ในปี 2563 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 69 จากปี 2562 และมีมูลค่าความเสียหายรวมกว่า 4.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ ในสหภาพยุโรป ผลสำรวจการหลอกลวงทั้งจากออนไลน์และออฟไลน์ (scams and fraud) โดย Ipsos (2020) ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างรวม 28,239 คน พบว่า ร้อยละ 56 เคยมีประสบการณ์ถูกหลอกลวงอย่างน้อย 1 รูปแบบในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา และจากขอบเขตการสำรวจที่แบ่งรูปแบบการหลอกลวงเป็น 3 รูปแบบหลัก 9 รูปแบบย่อย พบว่า การหลอกลวงที่เกี่ยวข้องกับการเงิน/การให้ผลประโยชน์ (Monetary fraud) เป็นรูปแบบที่พบมากที่สุด รองลงมาคือการโจรกรรมข้อมูลส่วนตัว (identity theft) และการหลอกลวงจากการซื้อขาย (buying scams) โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39 33 และ 23 ตามลำดับ

นอกจากนี้ รายงานของ Whoscall เปิดเผยว่า สำหรับประเทศไทยมีการใช้โทรศัพท์เพื่อหลอกลวงมากกว่า 6.4 ล้านครั้ง เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 270 และมีข้อความสั้น SMS หลอกลวงเพิ่มขึ้นร้อยละ 57 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า รวมถึงมีการหลอกลวงออนไลน์เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การประเมินสถานการณ์การหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตหรือการสื่อสารสมัยใหม่ยังคงมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก เนื่องจากลักษณะของข้อมูลมีความกระจัดกระจาย โดยกองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) รายงานว่า ปี 2564 มีผู้เสียหายจากแก๊ง Call Center เข้าแจ้งความกว่า 1,600 ราย มูลค่าความเสียหายรวมกว่า 1,000 ล้านบาท ขณะที่ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ปัญหาออนไลน์ 1212 โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รายงานว่า ในช่วงเดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน 2564 มีการร้องเรียน 48,513 ครั้ง เพิ่มขึ้นเท่าตัวจากปี 2563 อย่างไรก็ตาม ข้อมูลยังจำกัดเฉพาะกลุ่มที่มีการร้องเรียน ทำให้ยากที่จะประเมินว่าสถานการณ์ที่แท้จริงมีผู้ถูกหลอกลวงมากน้อยเพียงใด

การตระหนักถึงภัยจากการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารสมัยใหม่

สศช. ร่วมกับบริษัทศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด จึงได้ศึกษาและสำรวจเกี่ยวกับการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารสมัยใหม่ ระหว่างเดือนมกราคม ถึง มีนาคม 2565 ในประชากรอายุระหว่าง 17-77 ปี จำนวน 5,798 ตัวอย่าง 20 จังหวัด ทั่วประเทศ และสัมภาษณ์เชิงลึก 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ถูกหลอกลวง 31 คน กลุ่มภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2 คน และกลุ่มภาควิชาการ 4 คน รวมจำนวน 37 คน แบ่งประเภทการหลอกลวงเป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ หลอกลวงผ่านการซื้อขาย หลอกลวงข้อมูลส่วนตัว หลอกลวงโดยอ้างว่าจะให้ผลประโยชน์ และหลอกลวงโดยอาศัยความสัมพันธ์/ความสงสาร โดยพบประเด็นน่าสนใจ ดังนี้

1. **คนไทยเกือบครึ่งมีประสบการณ์ถูกหลอกลวงในช่วง 1 ปี และประมาณ 2 ใน 5 ตกเป็นเหยื่อ**¹⁴ ผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 97.8 ใช้โทรศัพท์มือถือ และร้อยละ 81.5 ใช้งานอินเทอร์เน็ต สะท้อนว่าคนไทยเกือบทั้งประเทศสามารถเข้าถึงโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวาง ขณะเดียวกันในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.1 มีประสบการณ์โดนหลอกลวง ในจำนวนนี้ร้อยละ 42.6 หรือประมาณ 2 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่าง ตกเป็นเหยื่อที่ได้รับความเสียหายจากการหลอกลวง โดยร้อยละ 4.8 ถูกขโมยข้อมูลส่วนตัว และร้อยละ 39.9 สูญเสียเงิน/ทรัพย์สิน มูลค่าความเสียหายโดยเฉลี่ยประมาณ 2,400 บาทต่อคน แม้ว่ามูลค่าเฉลี่ยของความเสียหายต่อคนอาจไม่มากนัก แต่ในภาพรวมมีความเสียหายค่อนข้างสูงเนื่องจากปริมาณของผู้ถูกหลอกลวงและได้รับความเสียหายค่อนข้างมาก

2. **Gen Y และ Gen Z ถูกหลอกลวงสูงกว่า Gen X และ Baby Boomer** โดย Gen Y และ Gen Z มีสัดส่วนการถูกหลอกลวง ร้อยละ 57.6 และ 57.5 ในขณะที่ Gen X และ Baby Boomer มีสัดส่วนการถูกหลอกลวงเพียงร้อยละ 46.9 และ 26.1 ตามลำดับ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ Gen Y และ Gen Z มีการใช้เวลาและกิจกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตที่มากกว่า ขณะที่อัตราการตกเป็นเหยื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการมีประสบการณ์ถูกหลอกลวง คือ Gen Y Gen Z Gen X และ Baby Boomer มีอัตราการตกเป็นเหยื่อร้อยละ 55.1 47.6 32.7 และ 29.7 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณามูลค่าความเสียหายพบว่ากลุ่ม Baby Boomer มีมูลค่าความเสียหายเฉลี่ยต่อครั้งสูงกว่าอีก 3 กลุ่ม ทั้งนี้ Facebook และมือถือเป็น 2 ช่องทางสำคัญของการหลอกลวง โดย Facebook เป็นช่องทางการก่อเหตุหลอกลวงมากที่สุด โดยอยู่ใน 4 กลุ่มใหญ่ ทั้งการหลอกลวงผ่านการซื้อขาย อาทิ หลอกลวงสินค้าออนไลน์ แต่ไม่ได้รับของ/ไม่ตรงคุณสมบัติ การหลอกลวงข้อมูลส่วนตัว อาทิ หลอกลวงบัญชีโซเชียลมีเดีย การหลอกลวงโดยอ้างว่าจะให้ผลประโยชน์ อาทิ หลอกลวงให้ลงทุน/ให้เล่นพนัน และการหลอกลวงโดยอาศัยความสัมพันธ์ ความสงสาร อาทิ คนรู้จักกำลังเดือดร้อนให้บริจาคเงิน สำหรับการพูดคุยสื่อสารผ่านมือถือ พบการหลอกลวงโดยอ้างว่าให้ผลประโยชน์มากที่สุด อาทิ หลอกว่าได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐและหลอกว่ามีปัญหา/ทำผิดกฎหมาย

¹⁴ การหลอกลวง หมายถึงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้ทำการหลอกลวง ขณะที่ การตกเป็นเหยื่อ หมายถึง กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ถูกหลอกลวงไม่สามารถเอาตัวรอดจากการถูกหลอกลวง และตกเป็นผู้เสียหายทั้งเงิน/ทรัพย์สินและข้อมูล

3. การหลอกลวงโดยอ้างจะให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ พบมากที่สุด คือ ร้อยละ 22.6 รองลงมา หลอกลวงผ่านการซื้อขายร้อยละ 20.8 และหลอกลวงข้อมูลส่วนตัวร้อยละ 19.2 ส่วนการหลอกลวงโดยอาศัย ความสัมพันธ์/ความสงสาร พบต่ำกว่า 3 กลุ่มแรกคือร้อยละ 3.7 นอกจากนี้ หากพิจารณาโดยจำแนกเป็น 21 ประเภทย่อย การหลอกลวงที่พบมากที่สุดคือ 1) อีเมล/SMS หลอกลวง (Phishing) รองลงมาคือ 2) หลอกขาย สินค้าออนไลน์ได้ของไม่ตรงคุณสมบัติ และ 3) หลอกลวงว่าได้รับรางวัล /ถูกรางวัล คิดเป็นร้อยละ 17.0 14.2 และ 13.8 ตามลำดับ ขณะที่ประเภทที่พบว่ามียอธการตกเป็นเหยื่อสูงสุดคือ 1) หลอกขายสินค้าออนไลน์ ซื้อแล้วไม่ได้รับของ และ 2) หลอกขายสินค้าออนไลน์ ได้ของไม่ตรงคุณสมบัติ ซึ่งพบว่ามียอธการตกเป็นเหยื่อ สูงถึงร้อยละ 82.6 และ 77.9 แม้ว่าการหลอกลวงผ่านการซื้อขายจะมียอธการตกเป็นเหยื่อสูงแต่มูลค่าความเสียหายไม่ค่อยสูงคือเฉลี่ยประมาณ 600 - 700 บาทต่อคน ขณะที่การหลอกลวงที่มีอธการตกเป็นเหยื่อ ไม่สูง แต่มีมูลค่าความเสียหายค่อนข้างสูง ได้แก่ ข้อมูลส่วนตัวทางอีเมล/SMS หลอกลวง (Phishing) การถูกแฮก ข้อมูลหรือหลอกขอข้อมูลบัตรเครดิต และการหลอกลวงให้ลงทุน มีมูลค่าความเสียหายเฉลี่ยต่อคน 25,968.75 บาท 11,850 บาท และ 11,686.05 บาท ตามลำดับ

ตาราง 12 ร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์ถูกหลอกลวง ตกเป็นเหยื่อ และมูลค่าความเสียหายในรอบ 1 ปี

รูปแบบการหลอกลวง	ร้อยละผู้ถูกหลอกลวง รวม (n=5,669)	ร้อยละผู้ตกเป็นเหยื่อ	ช่องทาง (มากที่สุด)	มูลค่าความเสียหาย เฉลี่ย (บาท/คน)
1. หลอกลวงผ่านการซื้อขาย	20.8			
• หลอกขายสินค้าออนไลน์ แต่ไม่ได้รับของ	6.8	82.6	Facebook (76.1%)	688.78
• หลอกขายสินค้าออนไลน์ แต่ได้ของไม่ตรงคุณสมบัติ	14.2	77.9	Facebook (73.3%)	608.23
• หลอกส่งของแบบเก็บเงินปลายทาง	3.2	26.4	คุยผ่านมือถือ (54.2%)	793.67
• หลอกให้ประมูลสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	0.3	50	Facebook (67.7%)	6,272.22
• หลอกว่าเป็นบุคคล/ผู้ประกอบการ/นายหน้า	0.4	28	คุยผ่านมือถือ (74.6%)	7,214.29
2. หลอกลวงข้อมูลส่วนตัว	19.2			
• หลอกลวงเกี่ยวกับการทำงาน	2.6	28.2	Facebook (53.0%)	5,775.00
• อีเมล/SMS หลอกลวง (Phishing)	17.0	12.1	ข้อความ/SMS (87.1%)	25,968.75
• หลอกลวงมัลแวร์ ฝังตัวมากับเว็บไซต์/โปรแกรม/ไฟล์	0.2	42.9	ข้อความ/SMS (36.8%)	5,000.00
• ถูกแฮกบัญชี/หลอกขอบัญชีโซเชียลมีเดีย	0.5	29.6	Facebook (95.7%)	11,333.00
• หลอกขอเลขที่บัญชีเงินฝากเพื่อเป็นที่พักเงิน	0.2	0	คุยผ่านมือถือ (55.0%)	-
• หลอกขอข้อมูลบัตรเครดิต เดบิต นำไปซื้อสินค้า	0.2	28.6	Facebook / Line (33.3%)	11,850.00
3. หลอกลวงโดยอ้างจะให้ผลประโยชน์	22.6			
• แอบอ้างบุคคลหรือหน่วยงาน/มีเส้นสาย	0.6	14.3	คุยผ่านมือถือ (75.5%)	7,980.00
• หลอกลวงว่าได้รับรางวัล /ถูกรางวัล	13.8	5.6	คุยผ่านมือถือ (71.4%)	2,764.77
• หลอกปล่อยเงินกู้แบบระบบ	5.4	15	ข้อความ/SMS (51.7%)	2,241.30
• หลอกว่าได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ	0.3	27.8	คุยผ่านมือถือ (72.4%)	2,300.00
• หลอกลวงว่ามีปัญหา/ทำผิดกฎหมาย	1.6	16.3	คุยผ่านมือถือ (90.3%)	10,480.00
• หลอกลวงให้ลงทุนในลักษณะต่าง ๆ	1.9	40.2	Facebook (67.9%)	11,686.05
• หลอกลวงให้เล่นพนันโดยมีสูตรโกง	4.6	14.1	Facebook (72.6%)	1,410.81
4. หลอกลวงโดยอาศัยความสัมพันธ์/ความสงสาร	3.7			
• ทักหาอาสาสมัคร	0.7	52.5	Facebook (83.6%)	4,180.95
• หลอกลวงว่าญาติพี่น้อง/คนรู้จักกำลังเดือดร้อน	1.1	35.4	Facebook (58.9%)	7,586.96
• หลอกลวงให้บริจาคเงิน	2.0	59.5	Facebook (58.2%)	451.79

ที่มา: การสำรวจคนไทยกับการถูกหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต/เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดย สสช. ร่วมกับบริษัท ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด (SAB)

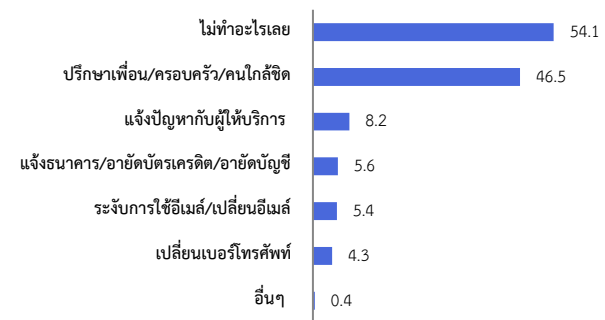
ตาราง 13 ร้อยละของผู้มีประสบการณ์โดยหลอก และความเสียหาย จำแนกตามกลุ่มประชากร

Generation	ประสบการณ์โดนหลอกหลวง	ความเสียหาย		
		ไม่เสียหาย	ถูกขโมยข้อมูลส่วนตัว	เสียเงิน/ทรัพย์สิน
Gen Z (n = 824)	57.5	44.9	5.1	52.1 (1,278.70 บาท)
Gen Y (n = 2,007)	57.6	52.4	5.1	44.9 (2,331.35 บาท)
Gen X (n = 1,703)	46.9	67.3	4.4	30.5 (2,975.14 บาท)
Baby Boom (n = 1,135)	26.1	70.3	4.7	26.4 (4,622.91 บาท)
รวม (n = 5,699)	48.1	57.4	4.8%	39.9 (2,400.51 บาท)

ที่มา: การสำรวจคนไทยกับการถูกหลอกหลวงผ่านอินเทอร์เน็ต/เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดย สศช. ร่วมกับบริษัท ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด (SAB)

4. ผู้ตกเป็นเหยื่อการหลอกหลวงมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่การดำเนินการใด ๆ และเห็นว่าการป้องกัน/จัดการปัญหาการหลอกหลวงของภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยผลการสำรวจแนวทางการรับมือภายหลังเกิดเหตุการณ์หลอกหลวง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 54.1 ไม่มีการดำเนินการ รองลงมา ปรีกษาเพื่อน/ครอบครัว/คนใกล้ชิด มีกลุ่มคนเพียงบางส่วนที่มีการดำเนินการอื่น ๆ สอดคล้องกับผลการสำรวจในเรื่องการแจ้งความกับเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 93.9 หลังเกิดเหตุไม่ได้แจ้งความ ด้วยเหตุผลหลัก คือ ยังไม่เกิดความเสียหาย รองลงมาคือ ความยุ่งยาก/ไม่มีเวลา และคิดว่าแจ้งความแล้วก็ไม่ช่วยอะไร ประกอบกับมูลค่าการสูญเสียเฉลี่ยต่อรายไม่มากนักทำให้รู้สึกไม่คุ้มค่าในการดำเนินการ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่รู้ช่องทางการแจ้งเหตุที่เหมาะสม โดยผู้ตกเป็นเหยื่อ ร้อยละ 89.7 แจ้งเบาะแส/ส่งเรื่องร้องเรียน ที่สถานีตำรวจในท้องที่ที่เกิดเหตุ รองลงมา คือ Call Center ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยมีการแจ้งเบาะแสไปยังหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องการหลอกหลวงทางการสื่อสารสมัยใหม่โดยตรงไม่มาก สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของผู้เสียหายที่เห็นว่าการป้องกันและจัดการปัญหาการหลอกหลวงของหน่วยงานภาครัฐ ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร การขาดความรู้ในการรับมือและการตระหนักในการรักษาสิทธิของผู้บริโภค

แผนภาพ 25 การรับมือภายหลังเกิดเหตุการณ์หลอกหลวงผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ (ร้อยละ)



ที่มา: การสำรวจคนไทยกับการถูกหลอกหลวงผ่านอินเทอร์เน็ต/เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดย สศช. ร่วมกับบริษัท ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด (SAB)

ตาราง 14 ช่องทางการแจ้งเบาะแสและร้องเรียนกรณีการถูกหลอกหลวงผ่านทางการสื่อสารสมัยใหม่

ช่องทางการแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน	ร้อยละ
สถานีตำรวจในท้องที่ที่เกิดเหตุ	89.7
Call center สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 191	62.1
กสทช. โทร. 1200	22.5
ศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ศปอส.ตร.) 1599	19.7
กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.)	14.6
ศูนย์รับร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	12.9
กรมสอบสวนคดีพิเศษ 1202	11.5
กองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) สายด่วน 1441	11.1
ไม่ทราบเลยว่ามีช่องทางใดบ้าง	5.7

ที่มา: การสำรวจคนไทยกับการถูกหลอกหลวงผ่านอินเทอร์เน็ต/เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดย สศช. ร่วมกับ บริษัทศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด (SAB)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการถูกหลอกและการเอาตัวรอด

1. พฤติกรรมเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่และบุคลิกภาพส่วนบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญที่เปิดโอกาสให้ตกเป็นเหยื่อการหลอกหลวง แม้ประชาชนจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารการหลอกหลวงที่มีอยู่ใน

สังคมอย่างต่อเนื่องผ่านโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต แต่ยังคงพบว่า อัตราการตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก จากผลการสำรวจพบว่า พฤติกรรมเสี่ยงในการใช้สื่อสมัยใหม่และบุคลิกภาพส่วนบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่เปิดโอกาสให้ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงได้ จะเห็นได้จากผลการสำรวจความสัมพันธ์ของอัตราการตกเป็นเหยื่อกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการหลอกลวง ที่ชี้ให้เห็นว่าการหลอกลวงขายสินค้าออนไลน์ ทั้งที่ไม่ได้รับของ และของไม่ตรงคุณสมบัติ แม้จะรับรู้ข่าวสาร แต่ก็ยังมีผู้ตกเป็นเหยื่อมากถึงร้อยละ 76.8 และ 70.0 ตามลำดับนั้น แสดงว่า ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลกับการตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงอีก โดยกรณีนี้ พบว่าในเรื่องพฤติกรรมเสี่ยงในการใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ การพูดคุยผ่านสื่อสมัยใหม่กับคนที่เราไม่รู้จัก การไม่ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขายและช่องทางการจ่ายเงินที่ปลอดภัยเพียงพอ ตลอดจนในเรื่องบุคลิกภาพส่วนบุคคล ได้แก่ การตัดสินใจเร็ว และการเชื่อกันง่าย/ไวใจคนง่าย เป็นปัจจัยที่ทำให้มีโอกาสตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้า

ตาราง 15 ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่เปิดโอกาสให้ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง รายละเอียดการหลอกลวง

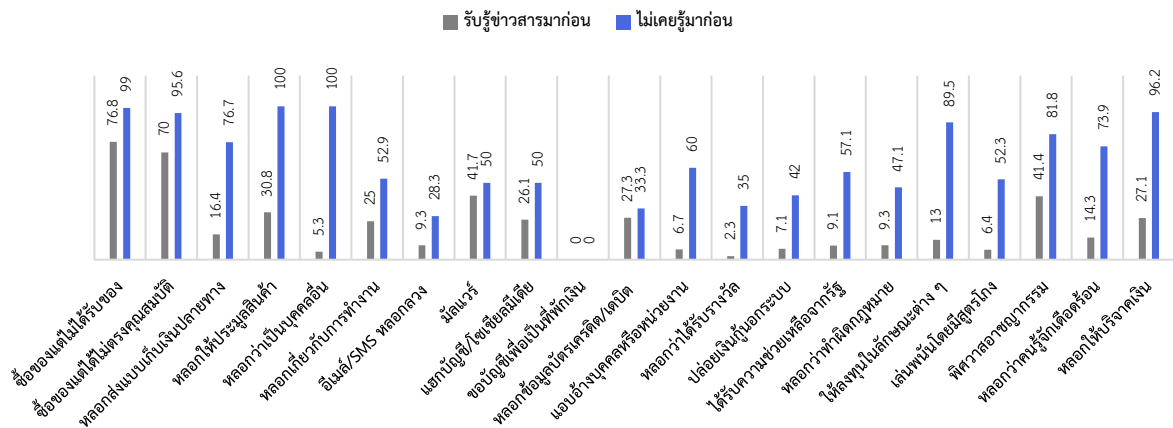
ประเภทการหลอกลวง	ปัจจัยที่เปิดโอกาสให้ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง	
	พฤติกรรมเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่	บุคลิกภาพส่วนบุคคล
หลอกลวงผ่านการซื้อขาย	• สนทนาทางโทรศัพท์กับคนแปลกหน้า /เบอร์แปลกที่โทรเข้ามา • ไม่ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของช่องทางการขาย-ผู้ให้บริการ ก่อนการซื้อของออนไลน์/ทำธุรกรรมออนไลน์ • ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านช่องทางออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ	• ตัดสินใจเร็ว • เชื่อกันง่าย ไวใจคนง่าย
หลอกลวงข้อมูลส่วนตัว	• กดลิงค์ที่แนบมาในอีเมล/ข้อความ/เว็บไซต์ ที่ไม่ทราบที่มา/ไม่น่าเชื่อถือ • บันทึกยูสเซอร์เนมและพาสเวิร์ดในคอมพิวเตอร์ /อุปกรณ์สื่อสารที่ไม่ใช่ของตนเอง • เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนอินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดีย • ไม่มีการตรวจสอบข้อมูล/ข้อความที่ส่งมามีพิรุธหรือน่าสงสัยหรือไม่ • ไม่อ่านข้อตกลงและเงื่อนไข (terms and conditions) ก่อนการใช้งาน/สมัครสมาชิกเว็บไซต์/แอปพลิเคชัน • ไม่เปลี่ยนรหัสผ่าน (password) เข้าใช้บัญชีอีเมล/โซเชียลมีเดีย เมื่อใช้งานไประยะเวลาหนึ่ง	• ทำตามเพื่อน/กลุ่ม/คนอื่น • ไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งาน และผลจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่ติดต่อ • มีความรู้สึกรวดเร็ว อยากรวยเร็ว • ไม่รอบคอบ ไม่ตรวจสอบข้อมูล
หลอกลวงโดยอ้างว่าจะให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ	• ตอบกลับข้อความ / SMS จากคนแปลกหน้า • ไม่ใช้ซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสบนคอมพิวเตอร์/มือถือ และอัปเดตโปรแกรมอย่างสม่ำเสมอ	• ตัดสินใจเร็ว • ไม่รอบคอบ ไม่ตรวจสอบข้อมูล • มีความรู้สึกอยากได้ อยากรวยเร็ว • มีความมั่นใจในความคิดตนเองสูง • ใช้ชีวิตประจำวันคนเดียวเป็นส่วนใหญ่
หลอกลวงโดยอาศัยความสัมพันธ์/ ความสับสน	• สนทนาทางโทรศัพท์กับคนแปลกหน้า /เบอร์แปลกที่โทรเข้ามา	• ใช้ชีวิตประจำวันคนเดียวเป็นส่วนใหญ่ • เป็นคนอ่อนไหวง่าย • ไม่รอบคอบ ไม่ตรวจสอบข้อมูล

ที่มา: การสำรวจคนไทยกับการถูกหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต/เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดย สศช. ร่วมกับบริษัท ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด (SAB)

2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการหลอกลวง ทำให้โอกาสการตกเป็นเหยื่อลดลงได้ จากการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของการรับรู้ข่าวสารกับความสามารถในการป้องกันการตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงพบว่า หากมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการหลอกลวงมาก่อน จะทำให้ลดการตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงได้ในทุกรูปแบบของการหลอกลวงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม การรับรู้ข่าวสารอาจไม่มีผลในกรณีการหลอกลวงมัลแวร์ที่ฝังตัวมากับเว็บไซต์/โปรแกรม/ไฟล์ การถูกแฮกบัญชีธนาคาร/บัญชีโซเชียลมีเดีย เนื่องจากการดำเนินการที่เหยื่อถูกหลอกลวงโดยไม่รู้ตัว ไม่มีปฏิสัมพันธ์ใด ๆ กับมิจฉาชีพ จำเป็นต้องสร้างพฤติกรรมการใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อลดโอกาสการถูกหลอกลวงได้ อาทิ การตรวจดูข้อมูล/ข้อความที่น่าสงสัย เปลี่ยนรหัสผ่าน (password) เข้าใช้บัญชีอีเมล/โซเชียลมีเดีย เมื่อใช้งานไประยะเวลาหนึ่ง เป็นต้น

3. เทคโนโลยีและทักษะ/กลยุทธ์ของมิจฉาชีพเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและการตกเป็นเหยื่อ เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่เปิดโอกาสให้มิจฉาชีพใช้เป็นช่องทางทั้งการสืบค้นข้อมูลเหยื่อ การนำไปใช้สร้างเครื่องมือในการหลอกลวง เช่น แอปพลิเคชันกู้เงิน สมัครงาน หรือเป็นตัวเชื่อมไปสู่การขโมยข้อมูล นอกจากนี้ ทักษะ/กลยุทธ์หลอกลวง เช่น การสื่อสารและโน้มน้าว การสร้างความน่าเชื่อถือ การคัดเลือกเหยื่อ การสร้างช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึงเหยื่อเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตกเป็นเหยื่อมากขึ้น

แผนภาพ 26 เปรียบเทียบอัตราการตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการหลอกลวง (ร้อยละ)



ที่มา: การสำรวจคนไทยกับการถูกหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต/เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ โดย สศช. ร่วมกับบริษัท ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ จำกัด (SAB)

ข้อจำกัดในการรับมือกับปัญหา

1. การหลอกลวงมีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ตลอดเวลา มีความซับซ้อนและความแนบเนียนมากขึ้น จึงยากต่อการรู้เท่าทัน ปัจจุบันมิจฉาชีพอาศัยประโยชน์จากช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่มีอยู่มากมายเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้คนทั่วไป และที่มีการพัฒนากลโกงต่าง ๆ ที่มีความสมจริงมากขึ้น โดยอาศัยความเชื่อใจและความเชื่อถือในตัวสินค้า หรือตัวบุคคลที่เข้ามาให้ข้อมูลและชักจูง ในขณะที่อีกมุมหนึ่งก็เป็นปัญหาจากตัวผู้บริโภคเองที่ยังขาดความเข้าใจก่อนการตัดสินใจซื้อหรือลงทุน ตลอดจนความโลภ ทำให้สถานการณ์การหลอกลวงผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ยังมีอยู่และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการหลอกลวงผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่มีความกระจัดกระจาย การรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นระบบ ส่งผลให้การประเมินสถานการณ์การหลอกลวงผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่มีข้อจำกัดค่อนข้างมาก เนื่องจากข้อมูลยังมีลักษณะกระจัดกระจาย การรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นระบบ ทำให้ไม่เห็นภาพรวมของปัญหา ซึ่งจะส่งผลต่อการจัดการปัญหาให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ยังไม่มีหน่วยงานกลางที่รวบรวมและจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการหลอกลวงผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่ชัดเจน โดยในปัจจุบันมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาการหลอกลวง อย่างน้อย 7 หน่วยงาน ได้แก่ กองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)

ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค อาทิ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และกระทรวงพาณิชย์

3. **การจัดการปัญหาการหลอกลวงผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร** โดยพบว่าการทำงานในปัจจุบันขาดการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเน้นการทำงานเชิงรับ ทั้งในแง่การป้องกันและสร้างการเรียนรู้ให้สังคมรู้เท่าทันเล่ห์กลการหลอกลวงสมัยใหม่ ๆ รวมทั้งการพัฒนาการสืบสวนให้ทันต่อสถานการณ์ที่รูปแบบการหลอกลวงมีการพัฒนาให้ทันสมัยขึ้นตลอดเวลา ตลอดจนการรับมือกับรูปแบบการหลอกลวงของกลุ่มอาชญากรข้ามชาติ

4. **การหลอกลวงผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งในหลายกรณีมีลักษณะเป็นองค์กรอาชญากรรมและอาชญากรรมข้ามชาติ** โดยมีรูปแบบและการดำเนินการที่มีความแยบยล ผู้กระทำความผิดระดับปฏิบัติการจะรับรู้ข้อมูลที่ตนเองมีส่วนเกี่ยวข้องเท่านั้น เพื่อเป็นการตัดตอนข้อมูล ดังนั้น การปราบปรามจะจับกุมได้เพียงผู้กระทำความผิดระดับปฏิบัติการ ไม่สามารถขยายผลไปถึงผู้บงการได้ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้กระทำความผิดมักอาศัยอยู่ในต่างประเทศส่งผลให้การจับกุมจึงเป็นไปด้วยความลำบาก

ข้อเสนอต่อการแก้ไขปัญหา

1. **การสร้างภูมิคุ้มกันในการใช้ชีวิตยุคดิจิทัลโดยรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชน** เกี่ยวกับรูปแบบการหลอกลวงต่าง ๆ เพื่อให้รู้เท่าทัน และไม่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง การส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อลดความเสี่ยงของการถูกหลอกลวงและตกเป็นเหยื่อ อาทิ ไม่กดลิงก์ที่ถูกส่งมาจากคนไม่รู้จักหรือน่าเชื่อถือ ใช้จ่ายเงินผ่านช่องทางออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนอินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดีย ฯลฯ รวมทั้งรณรงค์ให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล แจ้งเบาะแส ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายหรือไม่ก็ตาม เพื่อเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการป้องกันอาชญากรรมในรูปแบบดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. **สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนที่เป็นตัวกลางเชื่อมต่อการสื่อสารในการช่วยหยุดหรือควบคุมปัญหาการหลอกลวงก่อนที่จะกระจายสู่สังคมในวงกว้าง** เพื่อให้สามารถหยุดการกระจายตัวของปัญหาและความเสียหายได้อย่างทันท่วงที เช่น การกำหนดให้กลุ่มธุรกิจแพลตฟอร์มการค้าต่าง ๆ สร้างเงื่อนไขการสมัครสมาชิกที่รัดกุมและเข้มงวด การให้อำนาจผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ในการระงับสัญญาณเลขหมายที่ต้องสงสัยว่าเป็นมิจฉาชีพได้

3. **พิจารณาดังหน่วยงานเฉพาะที่มีหน้าที่กำกับดูแล ป้องกันและป้องปรามการหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตและการสื่อสารสมัยใหม่** โดยให้เป็นศูนย์ข้อมูลกลาง ข่าวสาร การประสานงาน การพัฒนาเครื่องมือในการป้องกัน และการตรวจการกระทำผิดในเรื่องดังกล่าวร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

4. **สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเกี่ยวกับการปราบปรามอาชญากรรมข้ามชาติทางไซเบอร์** โดยการประสานข้อมูล ข่าวสาร และการอำนวยความสะดวกในการสืบสวนสอบสวนของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง