

สรุปผลการศึกษา ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการยอมรับการใช้วิธีการชำระเงินออนไลน์ 2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและสาเหตุที่ผู้บริโภคตัดสินใจไม่ใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปทำเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุง และพัฒนารูทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ในประเทศไทย ให้รองรับระบบการชำระเงินออนไลน์ เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยนั้นไม่ได้เป็นระบบออนไลน์อย่างครบวงจร เนื่องจากวิธีการชำระเงินที่นิยมนั้นเป็นการโอนเงินผ่านทางธนาคาร หรือ ATM ไม่ได้ใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ เช่น การใช้บัตรเครดิต, ผู้ให้บริการทางการเงิน เช่น PayPal, Paysbuy, ThaiePay หรือ Mobile Payment ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check-List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความต้องการใช้และความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด(Open-Ended)

5.1 สรุปผลการวิจัย

เนื่องจากแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นช่องทางการค้าที่สำคัญในอนาคต สิ่งที่จะสามารถผลักดันให้ e-Commerce ในประเทศไทยเติบโตไปได้นั้น คือ ระบบการชำระเงินออนไลน์ซึ่งจะช่วยให้การค้าทางอินเทอร์เน็ตนั้นสมบูรณ์ และสะดวกมากยิ่งขึ้น แต่สิ่งที่ตามมากับระบบชำระเงินออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น คือผู้ใช้นั้นไม่มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัย ทั้งจากตัว web site เอง หรือกระทั่งจากคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้เอง เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้ ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ หรือเจ้าของ web site จะต้องพัฒนาปัจจัยด้านอื่นๆประกอบ เพื่อให้ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตมั่นใจ และยอมรับการชำระเงินออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 56.5 เพศหญิงร้อยละ 43.5 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีร้อยละ 1.5 มีอายุ 20-29 ปีร้อยละ 79.5 มีอายุ 30-39 ปีร้อยละ 18.5 มีอายุ 40-49 ปีร้อยละ 0.5 มีการศึกษาระดับมัธยมหรือต่ำกว่าร้อยละ 1.0 ระดับอนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่าร้อยละ 0.5 ระดับปริญญาตรีร้อยละ 53.0 ระดับปริญญาโทร้อยละ 45.2 ระดับปริญญาเอกร้อยละ 0.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทร้อยละ 9.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทร้อยละ 27.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทร้อยละ 25.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทร้อยละ 37.5 ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้วิธีการชำระเงินออนไลน์โดยการใช้ credit card ร้อยละ 80.69 โดยการใช้บริการของ Paypal ร้อยละ 26.4 โดยการใช้ Mobile Payment ร้อยละ 25.25 โดยการใช้บริการของ Paysbuy ร้อยละ 4.46 โดยการใช้ Internet Banking ร้อยละ 3.89 โดยการใช้บริการของ ThaiePay ร้อยละ 0.50 ธนาคารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ร้อยละ 42.38 ธนาคารกรุงศรีร้อยละ 30.48 ธนาคารกรุงเทพร้อยละ 27.14 ธนาคารกรุงไทยร้อยละ 16.19 ธนาคารซีทีบีซีร้อยละ 14.76 ธนาคารกรุงศรีอยุธยาร้อยละ 6.19 ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้โปรแกรม Internet Explorer เป็น web browser ร้อยละ 86.35 โปรแกรม FireFox ร้อยละ 40.16 โปรแกรม Safari ร้อยละ 17.67 โปรแกรม Chrome ร้อยละ 5.22 โปรแกรม Opera ร้อยละ 3.61 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์อยู่ในระดับที่สูง

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1-6 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) กับตัวแปรอิสระคือปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ 6 ปัจจัย คือ การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risks), การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefits), คุณสมบัตินี้ การบริการของ web site (Vendor's Service Features), คุณสมบัตินี้ของ web site (Vendor's Web Site Features), เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ใช้ (Client-Side Technology) และ ประสบการณ์ การใช้อินเทอร์เน็ต (Internet Experience) กับตัวแปรตามคือ การยอมรับการใช้การชำระเงินออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlations : R) เท่ากับ 0.483 และชุดของปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ได้ร้อยละ 22.9 พบว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ปัจจัย ที่มีผลต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ คือ การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risks) และการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefits) ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยพหุคูณของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้ $\hat{Y} = -0.253 + 0.247(\text{การรับรู้ความเสี่ยง}) + 0.341(\text{การรับรู้ประโยชน์})$ กล่าวคือ เมื่อควบคุมการรับรู้ความเสี่ยงไว้ที่ 0 ถ้าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการรับรู้ประโยชน์เพิ่มขึ้น 1 หน่วยแล้ว การยอมรับการชำระเงินออนไลน์ก็จะเพิ่มขึ้น 0.341 หน่วย ในทำนองเดียวกันถ้าควบคุมการรับรู้ประโยชน์ไว้ที่ 0 เมื่อผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตมีการรับรู้ความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย การยอมรับการชำระเงินออนไลน์ก็จะเพิ่มขึ้น 0.247 หน่วย โดยมีการลบค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ 0.253 เนื่องจากปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยในด้านลบ

1. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risks) ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล, กฎหมาย, นโยบายของรัฐอยู่ในระดับที่ต่ำ แสดงให้เห็นว่าแม้ผู้ตอบแบบสอบถามจะรับรู้ถึงความเสี่ยงในด้านต่างๆ มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิต หรือการทำธุรกรรมออนไลน์ แต่ก็ยังมีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ สอดคล้องกับ (Kyoung-NAN Kwon and Jinkook Lee, 2003) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการรับรู้ถึงความเสี่ยง ความปลอดภัยในด้านต่างๆ ในการชำระเงินออนไลน์ แต่ก็มีที่ยอมรับการชำระเงินออนไลน์ แต่การให้บริการชำระแบบออฟไลน์ ไม่ได้ช่วยสร้างความมั่นใจในการชำระเงินให้มากขึ้นในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefits) ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้บริการชำระเงินออนไลน์ ซึ่งประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ได้ชัดเจนที่สุดคือ การชำระเงินออนไลน์นั้นทำให้สามารถชำระเงินได้รวดเร็วขึ้นมาก, วิธีการชำระเงินนั้นก็สามารถเรียนรู้ได้อย่างง่ายดาย และการได้รับสิทธิพิเศษจาก web site มีผลต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ สอดคล้องกับ (Naiyi Ye, Yinchen Ye, 2007) ที่ว่าถ้าผู้บริโภคสามารถทุกที่ ทุกเวลาได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่าย รวมไปถึงถ้าผู้บริโภคได้รับสิทธิพิเศษจาก web site หรือ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าได้ ก็น่าจะทำให้พวกเขายอมรับการชำระเงินออนไลน์ได้

แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ของ Fang He และ Peter P. Mykytyn (2007) ที่กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาและผู้ที่อยู่ในมหาวิทยาลัยใน Midwestern ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งบอกว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า การรับรู้ความเสี่ยงนั้นอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยที่ส่งผลกระทบมากที่สุดคือ การที่ web site มีระบบการชำระเงินออนไลน์ที่ช่วยให้จ่ายได้ทันกำหนด และหลีกเลี่ยงค่าปรับล่าช้า และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างในความต้องการใช้การชำระเงินออนไลน์ คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง, การรับรู้ประโยชน์, คุณสมบัติของ web site และการออกแบบ web site ส่วนผลทางด้านประชากรศาสตร์นั้นใกล้เคียงกันคือ เพศชาย ช่วงอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาสูง และมีประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานาน มีผลทำให้เกิดการยอมรับการชำระเงินออนไลน์มากกว่ากลุ่มอื่น

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่ายังมีปัจจัยอื่นอีกที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจยอมรับการชำระ

เงินออนไลน์พบว่า ความปลอดภัยด้านต่างๆ ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือของบริษัท ของ web site ความน่าเชื่อถือของเจ้าของบัตรเครดิต เช่น ธนาคาร ความน่าเชื่อถือของระบบการขนส่งสินค้า ความสะดวกสบายของผู้ซื้อสินค้า เช่น ความรวดเร็ว, การไม่ต้องเดินทางออกจากบ้าน ราคาสินค้าหาซื้อได้ยาก และ สิทธิพิเศษ ปัจจัยเหล่านี้มีส่วนที่จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินออนไลน์กับ web site นั้นๆ รวมไปถึงการที่จำเป็นจะต้องชำระเงินออนไลน์เนื่องจากซื้อสินค้าจากต่างประเทศ หรือ web site นั้นไม่มีวิธีชำระเงินทางอื่นให้เลือก

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ของ Fred D. Davis ที่มีปัจจัยหลักอยู่ 2 ส่วน คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ซึ่งทฤษฎีได้กล่าวไว้ว่าถ้าผู้บริโภคมีการรับรู้ในสองปัจจัยนี้ ก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีนั้น (BI) ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefits) ในการวัดความสัมพันธ์ระหว่าง ประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระเงินออนไลน์ กับ พฤติกรรมการตั้งใจใช้ หรือ พฤติกรรมในการยอมรับการใช้การชำระเงินออนไลน์ จากผลวิจัยพบว่าการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefits) มีผลต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงขั้นตอน และ ความง่ายในการใช้งานระบบชำระเงินออนไลน์ (PEOU) และ ประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระเงินออนไลน์ (PU) คือความรวดเร็ว และ ความสะดวกสบาย แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีนี้สามารถนำมาอธิบายกับกลุ่มตัวอย่างนี้ได้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 7-10 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์ คือ เพศ, อายุ, การศึกษา และรายได้ กับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินออนไลน์ และความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินออนไลน์ พบว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์, คุณสมบัติของ web site , ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต และการยอมรับการใช้การชำระเงินออนไลน์ เพศชายมีการยอมรับมากกว่าเพศหญิง กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์สูงสุด รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี การที่อายุ, การศึกษา และรายได้ เพิ่มขึ้นนั้นจะทำให้มีประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตขึ้น และส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะมีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์มากขึ้นตามไปด้วย ด้านรายได้พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีการยอมรับมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท

5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร” จากผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ที่สำคัญที่สุด คือ ความปลอดภัยในด้านต่างๆ เช่น ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน, ความปลอดภัยของเครือข่าย, ความปลอดภัยของธนาคารที่ใช้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับการที่จะต้องให้ข้อมูลส่วนบุคคลแก่ web site และนโยบายของรัฐบาล และกฎหมายในปัจจุบันก็ยังไม่มีความชัดเจน จึงทำให้ไม่สามารถคุ้มครองให้การชำระเงินออนไลน์ให้มีความปลอดภัยได้ รวมไปถึงความน่าเชื่อถือของ web site, ความน่าเชื่อถือของผู้ที่ดำเนินธุรกิจ และ ความน่าเชื่อถือของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์จากใช้วิธีชำระเงินออนไลน์ในระดับที่สูง โดยความรวดเร็วที่ได้จากการใช้วิธีชำระเงินออนไลน์เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ประโยชน์ได้มากที่สุด, การเรียนรู้วิธีชำระเงินออนไลน์นั้นก็สามารถเรียนรู้ได้ง่ายและราคาที่ถูกกว่าการซื้อตามร้านค้าทั่วไป ส่วนลดสิทธิพิเศษต่างๆที่ได้จากการเลือกวิธีการชำระเงินออนไลน์ ประโยชน์ที่ได้รับ 3 ข้อนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้ซื้อหันมาเลือกใช้วิธีชำระเงินออนไลน์แทนวิธีการโอนเงินแบบเก่า จากผลของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับปัจจัยต่างๆที่ใช้ในการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินออนไลน์นั้น พบว่าสิ่งที่สำคัญและเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ การที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ, การศึกษา และรายได้เพิ่มขึ้นนั้นจะส่งผลให้มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตขึ้น และทำให้มีแนวโน้มที่จะยอมรับการชำระเงินออนไลน์มากขึ้นด้วย¹ ด้านการยอมรับการใช้วิธีชำระเงินออนไลน์ พบว่าเพศชายมีการยอมรับมากกว่าเพศหญิง และช่วงอายุที่มีการยอมรับมากที่สุดคือช่วง 20-29 ปี ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน แสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานาน มีการศึกษาสูงระดับชั้นปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง ก็จะส่งผลให้มีการยอมรับการชำระเงินออนไลน์สูงขึ้นด้วย

ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์พบว่า การได้ติดตั้งโปรแกรมป้องกันไวรัส และโปรแกรมเพื่อการรักษาความปลอดภัยอื่นๆภายในคอมพิวเตอร์ และได้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะส่งผลให้มีการยอมรับการใช้การชำระเงินออนไลน์เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในบ้านเราเนื่องจากการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทุกปี ในปัจจุบันโปรแกรม web browser มีให้ผู้ใช้เลือกได้มากมายหลายโปรแกรม เช่น Internet Explorer, FireFox, Safari, Opera, Chrome ฯลฯ ซึ่งโปรแกรมอื่นๆ เช่น FireFox นั้นเริ่มมีฐานผู้ใช้งานจำนวนมากขึ้น จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้โปรแกรม FireFox ในการชำระเงินออนไลน์สูงถึงร้อยละ 40.16 แตกต่างจากในอดีตที่มีเพียงโปรแกรม Internet Explorer ให้เลือกเท่านั้น และเจ้าตลาดที่มีสัดส่วนผู้ใช้สูงสุดอยู่เพียงโปรแกรมเดียว ทำให้ในปัจจุบันเจ้าของธุรกิจพาณิชย์

¹ Sendy Farag, Tim Schwanen, Martin Dijst and Jan Faber, Shopping online and/or in-store? A structural equation model of the relationships between e-shopping and in-store shopping, *Transportation Research Part A* (2007) p.125-141

อิเล็กทรอนิกส์ หรือนักพัฒนาเว็บไซต์จะต้องพัฒนาเว็บไซต์ของตนให้ได้มาตรฐานกลาง และสามารถรองรับโปรแกรมทั้งหลายเหล่านี้ได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

1. เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี ซึ่งถือว่าไม่ได้มีอายุมากนัก และเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตมาเป็นเวลานานจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในประโยชน์ และความเสี่ยงของการชำระเงินออนไลน์ในระดับหนึ่ง งานวิจัยครั้งต่อไปควรจะนำเสนอกลุ่มคนที่มีช่วงอายุ และรายได้ที่หลากหลายกว่านี้ และควรแยกประเภทของสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างได้ทำการซื้อทางอินเทอร์เน็ตด้วย

2. ควรมีการศึกษาแนวโน้มการยอมรับการชำระเงินออนไลน์ว่ามีแนวโน้มการยอมรับเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกนำระบบการชำระเงินออนไลน์ไปใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการชำระเงินสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต