

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีคนไทยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านออนไลน์ ในปี 2558 ประเทศไทยมีมูลค่า E-commerce เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,107,692.88 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 1.69 ของมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการทั้งหมด โดยเพิ่มจาก ปี 2557 ร้อยละ 3.65 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2558) ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตไม่เพียงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การใช้ชีวิต การทำงาน การทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิง และการบริโภคสินค้า (Warden, Lai, & Wu, 2002) ในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการ ปัจจุบันมีหลายช่องทางผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต ระบบสื่อสารโทรคมนาคม โทรสาร โทรศัพท์มือถือ จากผลการศึกษาของบริษัท วิซ่าอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตซื้อสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย เพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับปี 2557 ซึ่งการเติบโตในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ประเทศไทยมีการเติบโตสูงเป็นอันดับสองรองจากประเทศสิงคโปร์ (ฐานเศรษฐกิจ, 2558) โดยที่ประเทศไทยมีธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของธนาคาร (Internet Banking) มีจำนวนบัญชีลูกค้าในปี 2557 มีจำนวนบัญชีลูกค้าสูงถึง 9,960,419 บัญชี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557) ส่วนการให้บริการช่องทางการชำระเงินของผู้ประกอบการธุรกิจ E-Commerce รายอุตสาหกรรม ซึ่งสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2558) ได้สำรวจการให้บริการช่องทางการชำระเงินของผู้ประกอบการ E-Commerce ใน ปี 2557 ผู้ประกอบการทุกกลุ่มอุตสาหกรรมได้เปิดให้บริการช่องทางการชำระเงินออนไลน์มากกว่าช่องทางออฟไลน์ โดยแต่ละผู้ประกอบการได้เปิดให้บริการชำระเงินออนไลน์มากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ผู้ประกอบการค้าปลีกและค้าส่งเปิดให้บริการชำระเงินออนไลน์มากที่สุด ร้อยละ 93.3 ซึ่งรองลงมา ได้แก่ กิจการการบริการด้านอื่น ๆ ร้อยละ 83.0 ส่วนผู้ประกอบการการขนส่งได้เปิดให้บริการชำระเงินทางออนไลน์น้อยที่สุด 55.8% โดยการให้บริการช่องทางการชำระเงินของผู้ประกอบการ E-Commerce จำแนกตามการให้บริการช่องทางการชำระเงินออนไลน์ ส่วนการให้บริการช่องทางในการชำระเงินของผู้ประกอบการ E-Commerce ใน ปี 2557 การให้บริการชำระเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) เป็นการชำระผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคาร (Internet Banking) และผ่านตู้เอทีเอ็มสูงที่สุด ร้อยละ 54.25 รองลงมาเป็นการชำระผ่านบัตรเครดิต และบัตรเดบิต ร้อยละ 22.39 และชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) ร้อยละ 14.53

ส่วนการรักษาความปลอดภัยการชำระเงิน และการสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต หากผู้บริโภคมีความกังวลสูงขึ้นจะมีผลโดยตรงต่อการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลดน้อยลง (Tiangsoongnern, 2007) จึงต้องเพิ่มการรักษาความปลอดภัยในการชำระเงิน และสร้างความเชื่อมั่น (Trust) ของผู้บริโภคในการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต ถ้าผู้บริโภค

ขาดความเชื่อมั่นก็มักจะเชื่อมโยงกับความกังวล เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและข้อมูลส่วนตัว ดังจะเห็นได้จากข่าวที่แฮกเกอร์เจาะระบบบริษัทใน สหรัฐอเมริกาจนเสียหายมากกว่า 300 ล้านดอลลาร์ (ผู้จัดการ, 2558) ส่วนความเสี่ยงที่เกิดขึ้นบน ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นก่อนทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงที่ลูกค้าไม่สามารถติดต่อ สอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้ากับพนักงานขายได้โดยตรง ส่วนความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความเสี่ยง ทางเทคโนโลยี ได้แก่ ความถูกต้องในการทำธุรกรรม ในการรักษาความลับลูกค้า และการรักษาความปลอดภัยทางเทคโนโลยี และความเสี่ยงทางธุรกิจจากการขอข้อมูลส่วนตัวลูกค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า และ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นหลังทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงในการรอรับสินค้า สำหรับประเทศไทย ในปี 2559 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินระยะที่ 3 (2559-2563) เพื่อให้ สอดคล้องกับยุคเศรษฐกิจยุคดิจิทัล (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559) ได้มีการส่งเสริมการใช้บริการ ทางการเงิน และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และในการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ (Digitalization and Efficiency) ได้มีการส่งเสริมให้มีพัฒนาการระบบโครงสร้างพื้นฐานของระบบ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) ของภาครัฐ และสนับสนุนให้ผู้ ให้บริการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ให้บริการการชำระเงินจะมีการคิดค่าใช้จ่าย และให้สิทธิ ประโยชน์ รวมทั้งมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการการชำระเงิน

ในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ และการเลือกช่องทางและสื่อการชำระเงินของ ผู้ซื้อสินค้าและบริการนั้น การจัดการการเงินส่วนบุคคล (Personal Financial Management) ได้มี ความสำคัญ จะเห็นได้จากการศึกษา การชำระเงินของผู้บริโภคประเทศแคนาดา ฝรั่งเศส เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการเงินสดและทางเลือกการชำระเงินด้วยเงินสด ส่วนผู้บริโภคประเทศเนเธอร์แลนด์มีการชำระเงินด้วยเงินสดมีค่าต่ำกว่าการทำธุรกรรมผ่านบัตรเครดิต (Arango et al., 2014) และจากผลงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมชำระเงินของผู้ที่ใช้บัตรเครดิตกับ ผู้ที่ใช้เช็คหรือเงินสดจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Sprenger & Stavins, 2008) ซึ่งในการใช้บัตรเครดิต ชำระเงินจะง่ายต่อการใช้ สามารถจะควบคุมการใช้เงินและงบประมาณต่าง ๆ ได้มากกว่าการใช้เช็ค หรือเงินสด ส่วนกระบวนการชำระหนี้ของผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธนาคารที่ให้ผู้ยืม และ นโยบายในการจ่ายเงินชำระขั้นต่ำ รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลการกู้เงิน ซึ่งผลต่อการตัดสินใจชำระหนี้ ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ในการชำระหนี้ขั้นต่ำของผู้บริโภคจะมีผลต่อการตัดสินใจชำระหนี้ ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ในขณะที่การเปิดเผยข้อมูลการกู้เงิน เช่น ดอกเบี้ยและเวลาที่ต้องชำระเงินกู้ ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจชำระหนี้ของผู้บริโภค (Martinez, et al., 2011) ดังนั้น ในการจัดการหนี้ (Debt management) ทำให้สามารถวางแผนการผ่อนชำระได้อย่างเหมาะสม การมีวินัยการใช้จ่ายเงิน รวมถึงการได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรเครดิต เช่น คะแนนสะสมจากบัตรเครดิตเพื่อแลกซื้อ สินค้า อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิตมักจะมีผลตามมา เช่น กรณีการจัดการหนี้ ที่เกิดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของกลุ่มเยาวชนในประเทศมาเลเซียที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มี แนวโน้มเป็นบุคคลล้มละลาย เนื่องจากหนี้บัตรเครดิต โดยการนำบัตรเครดิตไปใช้จ่ายสำหรับ ความบันเทิงและการช้อปปิ้งออนไลน์เป็นหลัก และมีแนวโน้มว่าส่วนใหญ่จะชำระเงินค่าบัตรเครดิต เป็นยอดชำระขั้นต่ำเท่านั้น จึงมีแนวโน้มเป็นหนี้บัตรเครดิตสะสมค่อนข้างสูงเพิ่มมากขึ้น (Ahmad & Omar, 2010) ส่วนความล้มเหลวในการควบคุมตนเองต่อความเสี่ยงของการใช้บัตรเครดิต

การจัดการหนี้ที่ไม่ดี และมีผลด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความวิตกกังวลทางการเงิน ด้านโครงสร้างทางสังคม ได้แก่ วัตถุนิยม และการประเมินผลกระทบต่อหนี้บัตรเครดิตได้ส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวในการควบคุมตนเองในรูปแบบของหนี้ (Limerick & Peltier, 2014) นอกจากนี้ ในการจัดการต้นทุน (Cost Management) ผู้ซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่จะพิจารณาถึงความคุ้มค่าของต้นทุนของสินค้าและบริการเปรียบเทียบกับคุณภาพของสินค้าและบริการ อายุการใช้งาน รวมถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต เมื่อเปรียบเทียบกับชำระด้วยเงินสด หรือการผ่อนชำระเทียบกับการชำระเงินในครั้งเดียว นอกจากนี้ การแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิตที่เพิ่มสูงขึ้นโดยมีประเภทของบัตรเครดิตที่เกิดขึ้นใหม่มากมาย รวมทั้งมีการส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพื่อรักษายอดการใช้และส่วนแบ่งการตลาด โดยมีการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสิทธิประโยชน์และบริการที่ได้รับ ตลอดจนมีการแข่งขันในการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง (Krithivasan & Baskar, 2014) สำหรับประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดหลักเกณฑ์การปฏิบัติ ในเรื่องดอกเบี้ย ค่าบริการต่าง ๆ และเบี้ยปรับของบัตรเครดิต นอกจากนี้ อาจมีค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามข้อกำหนดของผู้ออกบัตรแต่ละแห่ง

จากการที่ผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีทางเลือกช่องทางทางการเงินและการใช้สื่อในการชำระเงิน ซึ่งการชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตผ่านช่องทางออนไลน์มีจำนวนมากขึ้นนั้น ทำให้ต้องมีการจัดการเงินสด การจัดการหนี้ และต้นทุนในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ซึ่งไม่ได้ชำระเงินในการซื้อสินค้าโดยทันที และถ้าไม่ชำระตามกำหนดก็จะเกิดปัญหาหนี้และการเสียดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการศึกษาการจัดการการเงินส่วนบุคคลในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งในการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นในการชำระเงินผ่านทางออนไลน์ เพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผลในเชิงลึกในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อันจะนำไปซึ่งความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานแต่ละภาคส่วน รวมทั้งการศึกษาดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มาใช้สนับสนุนผลงานวิจัย ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีผลิตภาพ และนำมาใช้ในพัฒนาประสิทธิภาพของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น

5. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งขอบเขตการศึกษาเป็น 4 ด้าน คือ 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา 2. ขอบเขตด้านประชากร 3. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา และ 4. ขอบเขตด้านเวลา มีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากการเป็นการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Structure Equation Model) ซึ่งเป็นรูปแบบที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเส้นตรงระหว่างตัวแปรที่เป็นสาเหตุ หรือเรียกว่า ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variable) และตัวแปรที่เป็นผล หรือเรียกว่า ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variable) ซึ่งการศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และสังเคราะห์จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจัดกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1.1 ตัวแปรแฝงภายใน มี 1 ตัวแปร ได้แก่

1) การจัดการการเงินส่วนบุคคล ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่

1. การจัดการเงินสด 2. การจัดการหนี้ 3. การจัดการต้นทุน

1.2 ตัวแปรแฝงภายนอก มี 4 ตัวแปร ได้แก่

1) การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงิน ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ 1. สิทธิประโยชน์ 2. ค่าธรรมเนียม 3. อัตราดอกเบี้ย

2) การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ 1. ความเสี่ยงทางกายภาพ 2. ความเสี่ยงทางการดำเนินงาน 3. ความเสี่ยงทางจิตวิทยา 4. ความเสี่ยงทางการเงิน 5. ความเสี่ยงสูญเสียเวลา

3) ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ 1. ความเชื่อมั่นก่อนซื้อสินค้า 2. ความเชื่อมั่นขณะใช้บริการ 3. ความเชื่อมั่นด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร 4. ความเชื่อมั่นด้านการซื้อสินค้า

4) การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 9 ตัวแปร ได้แก่
 1. การยอมรับ 2. การปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล 3. การแปลงค่าเงิน 4. ค่าใช้จ่ายต่ำ 5. การบูรณาการ
 6. ความปลอดภัย 7. ความเที่ยงตรง 8. ง่ายต่อการใช้ 9. การรองรับลูกค้าใหม่

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้บัตรเครดิตชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยแบ่งพื้นที่ศึกษาออกเป็น 4 ภูมิภาค และคัดเลือกจังหวัดที่เป็นตัวแทนของแต่ละภูมิภาคจากลักษณะการเป็นเมืองเศรษฐกิจหลักในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยที่มีผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้น (GNP : Gross National Product) สูงสุด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) มีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่
- 3.2 ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- 3.3 ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสงขลา
- 3.4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาดำเนินการวิจัย จำนวน 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2558 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2559

นิยามศัพท์

1. การจัดการการเงินส่วนบุคคล หมายถึง การจัดการการเงินของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยบัตรเครดิตผ่านทางออนไลน์ ได้แก่ ชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของธนาคาร (Internet Banking) หรือชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

- 1) การจัดการเงินสด หมายถึง การวางแผนการจัดการเงินสด การถือครองเงินสด รักษาสภาพคล่องทางการเงิน
- 2) การจัดการหนี้ หมายถึง การวางแผนการผ่อนชำระหนี้บัตรเครดิต
- 3) การจัดการต้นทุน หมายถึง การจัดการต้นทุนจากการซื้อสินค้าและบริการ การจัดการต้นทุนที่เกิดจากดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม

2. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางออนไลน์ ประกอบไปด้วย 9 ด้าน ได้แก่

- 1) การยอมรับ หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินจะต้องมีการยอมรับกันอย่างกว้างขวาง
- 2) การปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลของลูกค้าควรได้รับการป้องกัน
- 3) ความสามารถในการเปลี่ยนแปลง หมายถึง ความสามารถเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเป็นเงินสกุลอื่นได้
- 4) ประสิทธิภาพ หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่อการทำธุรกรรมควรจะถูกที่สุด
- 5) การบูรณาการ หมายถึง ความสามารถเชื่อมโยงกับระบบที่มีอยู่
- 6) การรักษาความปลอดภัย หมายถึง สามารถทำธุรกรรมผ่านเครือข่ายแบบเปิดอย่างปลอดภัย
- 7) ความน่าเชื่อถือ หมายถึง การสร้างความน่าเชื่อถือโดยการหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดความผิดพลาด
- 8) การใช้งาน หมายถึง การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ควรจะง่ายในการใช้
- 9) ปรับขยาย หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานควรจะสามารถรองรับลูกค้าใหม่ และผู้ประกอบการที่เข้าร่วม

3. ตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ผู้ให้บริการบัตรเครดิต หรือผู้ให้บริการช่องทางการชำระเงินโดยผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบไปด้วย ผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ และผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) ได้แก่ บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิต และบริษัทผู้ประกอบการให้บริการรับชำระเงินการซื้อสินค้าและบริการผ่านร้านค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (Payment Gateway) ตัวกลางการชำระเงินจะมีการคิดดอกเบี้ยค่าธรรมเนียม และการให้สิทธิประโยชน์กับผู้ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ดอกเบี้ย หมายถึง ดอกเบี้ยการคิดดอกเบี้ยจากการใช้เงินซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่ผู้ถือบัตรชำระเงินซึ่งเลยกำหนดระยะเวลาการชำระเงิน
- 2) ค่าธรรมเนียม หมายถึง เงินที่เรียกเก็บจากผู้ที่ใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ
- 3) สิทธิประโยชน์ หมายถึง การให้สิทธิประโยชน์กับผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เพื่อให้มีการใช้บัตรเครดิตเพิ่มขึ้น

4. การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ผลจากการรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด ความไม่ปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงการนำเสนอข้อมูลของสินค้าหรือบริการ อาจนำไปสู่ความผิดหวัง ความไม่พึงพอใจ และทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าไม่ตัดสินใจที่จะชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ความเสี่ยงทางกายภาพ หมายถึง ความเสี่ยงของระบบการชำระเงิน การใช้งาน และความปลอดภัย
- 2) ความเสี่ยงจากผลการดำเนินงาน หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากวิธีการชำระเงินที่เฉพาะเจาะจง

3) ความเสี่ยงด้านทางจิตวิทยา หมายถึง ความเสี่ยงจากวิธีการจ่ายเงินที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์จากมุมมองของคนอื่น

4) ความเสี่ยงทางการเงิน หมายถึง ความเสี่ยงที่จากการใช้ทางเลือกการชำระเงินที่ทำให้เกิดการสูญเสียทางการเงินที่ไม่สามารถได้รับเงินคืน หรือไม่สามารถที่จะย้อนกลับไปทำธุรกรรมหลังจากมีการค้นพบความผิดพลาด

5) ความเสี่ยงจากการสูญเสียเวลา หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากวิธีการชำระเงินที่ใช้เวลามากในการทำธุรกรรม ซึ่งมากกว่าการจ่ายเงินโดยวิธีการอื่น

5. ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นที่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความเชื่อมั่นในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตผ่านทางออนไลน์ ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่

1) ความเชื่อมั่นก่อนซื้อ หมายถึง มีการสร้างความเชื่อมั่นด้วยการให้ข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ชื่อเสียงที่รับรู้ กระบวนการทางอินเทอร์เน็ต

2) ขณะใช้บริการ หมายถึง การมีข้อมูลรายละเอียดของบริษัทเจ้าของเว็บไซต์ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นในการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์

3) การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่ขายสินค้าและบริการ และช่องทางการติดต่อ มีระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัว และมีนโยบายในการรักษาความปลอดภัย

4) ขณะทำการซื้อสินค้า หมายถึง การสร้างความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางออนไลน์ โดยผู้ขายสินค้าและบริการมีการระบุเงื่อนไข และสัญญาต่าง ๆ ราคาสินค้าและบริการค่าจัดส่ง และค่าธรรมเนียมไว้อย่างชัดเจน มีความปลอดภัยของการอนุมัติ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

สมมติฐานการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1-3 เป็นการศึกษาลักษณะทั่วไปของตัวแปร บรรยายให้ทราบลักษณะทั่วไปของตัวแปร ซึ่งได้สถิติแบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ไม่เป็นลักษณะการทดสอบสมมติฐาน ส่วนวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น ซึ่งในการตรวจสอบสมมติฐานสมการโครงสร้างเชิงเส้น ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยไว้ ดังต่อไปนี้

H1 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

H2 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

H3 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

H4 : ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

H5 : การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

H6 : การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

H7 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางอ้อมต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยได้มีเป้าหมายของผลผลิต (Output) ของงานวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม สามารถนำไปประยุกต์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้ และเป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) ที่เกิดขึ้นหรือผลต่อเนืองจากผลผลิตที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ มีดังต่อไปนี้

1. ได้ทราบการจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ความเชื่อมั่น และการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

2. ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีแนวทางในการปรับปรุงการทำธุรกิจ และการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย สถาบันการเงิน ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลงานวิจัยนำไปใช้ในพัฒนาการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์