

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1. เพื่อศึกษาการจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 4. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น และ 5. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.1 ผลการวิเคราะห์การจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2 ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความสะดวกยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปรต่าง ๆ ในการนำเสนอ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SE	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
b	หมายถึง	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากคะแนนดิบ
B	หมายถึง	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Solution)
FS	หมายถึง	สัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient)
χ^2	หมายถึง	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์
df	หมายถึง	องศาอิสระ (degree of freedom)
TE	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลรวม (Total Effect)
ID	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
DE	หมายถึง	ขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effect)
R	หมายถึง	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	หมายถึง	ค่าความเที่ยง (Coefficient of Determination)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMR	หมายถึง	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Squared Residual)
p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้นำประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการ โดยการนำเสนอค่าสถิติการแจกแจงความถี่และร้อยละ

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนตัว จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้มีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 64.50 และเพศชายร้อยละ 35.50 เมื่อพิจารณาตามช่วงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 และมีช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.75 เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.50 และมีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00 เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ สมรส (มีบุตร) คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.75 เมื่อพิจารณาตามอาชีพปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทำงานในอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.00 และทำงานในอาชีพรับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน และว่างงาน/เกษียณน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.00 เมื่อพิจารณาตามรายได้ส่วนตัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 15,001-22,500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ 22,501-33,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.75 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 85,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.75 และเมื่อพิจารณาตามจังหวัดที่พักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างพักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ กรุงเทพฯ สงขลา และขอนแก่น คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนตัว จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ข้อมูลเบื้องต้น		ความถี่	ร้อยละ
1) เพศ	ชาย	142	35.50
	หญิง	258	64.50
	รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนตัว จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

ข้อมูลเบื้องต้น		ความถี่	ร้อยละ
2) อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	3	0.75
	21-30 ปี	143	35.75
	31-40 ปี	122	30.50
	41-50 ปี	102	25.50
	51-60 ปี	30	7.50
	รวม	400	100.00
3) ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	6.00
	ปริญญาตรี	282	70.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	94	23.50
	รวม	400	100.00
4) สถานภาพสมรส	โสด	212	53.00
	หม้าย/หย่าร้าง	15	3.75
	สมรส (มีบุตร)	144	36.00
	สมรส (ไม่มีบุตร)	29	7.25
	รวม	400	100.00
5) อาชีพ	นักเรียน /นักศึกษา	28	7.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	151	37.75
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	148	37.00
	ธุรกิจส่วนตัว	38	9.50
	ค้าขาย	15	3.75
	อาชีพอิสระ	12	3.00
	รับจ้างทั่วไป /ผู้ใช้แรงงาน	4	1.00
	ว่างงาน/เกษียณ	4	1.00
	รวม	400	100.00
6) รายได้ส่วนตัว	15,001 – 22,500 บาท	164	41.00
	22,501 – 33,000 บาท	119	29.75
	33,001 – 55,000 บาท	73	18.25
	55,001 – 85,000 บาท	33	8.25
	มากกว่า 85,000 บาทขึ้นไป	11	2.75
	รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนตัว จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน (ต่อ)

ข้อมูลเบื้องต้น		ความถี่	ร้อยละ
7) จังหวัดที่พักอาศัยในปัจจุบัน	เชียงใหม่	100	25.00
	กรุงเทพ	100	25.00
	สงขลา	100	25.00
	ขอนแก่น	100	25.00
	รวม	400	100.00

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนบัตรเครดิต 1 ใบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 29.75 และมีจำนวนบัตรเครดิต 3 ใบ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.50 เมื่อพิจารณาตามสถานที่สั่งซื้อสินค้า/บริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งตอบได้หลายคำตอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสั่งซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.25 รองลงมาคือ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และสั่งซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ร้านอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.75 เมื่อพิจารณาตามช่องทางชำระเงิน เพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งตอบได้หลายคำตอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างชำระเงินด้วยบัตรเครดิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมาคือ ชำระเงินแบบหักบัญชีเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 34.25 และชำระเงินด้วยเช็คคนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.50 โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บัตรเครดิต และบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือ ไม่สะดวก ต้องเติมเงินก่อนใช้ คิดเป็นร้อยละ 33.78 รองลงมาคือ มีร้านค้าที่รับบัตรเครดิต/บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อย ขึ้นตอนยุ่งยาก และใช้บัตรเครดิตสะดวกกว่า ครอบคลุมทุกบัตรแล้ว คิดเป็นร้อยละ 9.46 6.76 และ 6.76 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามประเภทสินค้าและบริการที่สั่งซื้อและใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสั่งซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตประเภทการท่องเที่ยว เช่น จองโรงแรม ทัวร์ ตัวเครื่องบินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือ ประเภทแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า หมวก รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 30.25 และสั่งซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตประเภทการเงิน การลงทุน เช่น ชำระค่าหุ้น ค่ากองทุน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.50 เมื่อพิจารณาตามอุปกรณ์ที่ใช้อย่างน้อยที่สุดสำหรับการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถตอบได้หลายคำตอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้โทรศัพท์มือถือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.75 รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 41.50 และใช้แท็บเล็ตน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 เมื่อพิจารณาตามความถี่ของการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง

ใช้บัตรเครดิต 1-2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.25 รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และใช้บัตรเครดิต 7-8 ครั้งต่อเดือน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการผ่อนชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จ่ายเต็มทุกงวดมากกว่าผ่อนชำระเป็นงวด (ผ่อนชำระโดยจ่ายยอดขั้นต่ำ) โดยจ่ายเต็มทุกงวด คิดเป็นร้อยละ 56.00 และผ่อนชำระเป็นงวด (ผ่อนชำระโดยจ่ายยอดขั้นต่ำ) คิดเป็นร้อยละ 44.00 เมื่อพิจารณาตามจำนวนเงินมากที่สุด ที่เคยชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต ต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.25 และเคยชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50 รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์		ความถี่	ร้อยละ
1) จำนวนบัตรเครดิตที่มี	1 ใบ	144	36.00
	2 ใบ	119	29.75
	3 ใบ	66	16.50
	มากกว่า 3 ใบ	71	17.75
	รวม	400	100.0
2) สถานที่สั่งซื้อสินค้า/บริการทางอินเทอร์เน็ต (หลายคำตอบ)	บ้าน	277	69.25
	ที่ทำงาน	156	39.00
	ร้านอินเทอร์เน็ต	35	8.75
	รวม	400	100.00
3) ช่องทางชำระเงิน เพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต (หลายคำตอบ)	ชำระด้วยบัตรเครดิต	149	37.25
	ชำระด้วยบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์	76	19.00
	ชำระแบบหักบัญชีเงินฝาก	137	34.25
	ชำระด้วยเช็ค	6	1.50
	ชำระด้วยการโอนเงิน	254	63.50
รวม	400	100.00	

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ความถี่	ร้อยละ	
4) เหตุผลที่ไม่ใช้บัตรเครดิตและบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์	ไม่สะดวก ต้องเติมเงินก่อนใช้	25	33.78
	มีร้านค้าที่รับบัตรเครดิต/บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อย	7	9.46
	ขั้นตอนยุ่งยาก	5	6.76
	ใช้บัตรเครดิตสะดวกกว่า/ครอบคลุมทุกบัตรแล้ว	5	6.76
	ไม่คุ้นเคย	5	6.76
	เพราะไม่มีเงินสดเติม	3	4.05
	ค่าธรรมเนียมแพง	2	2.70
	ใช้บัตร 7-11	2	2.70
	ใช้ไม่ได้กับทุกร้านค้า	2	2.70
	ใช้ไม่เป็น	2	2.70
	ไม่ได้สมัคร	2	2.70
	ไม่ทราบว่ามียบัตรนี้	2	2.70
	มีคะแนนสะสมหรือโปรโมชั่นที่น้อยกว่าบัตรเครดิต	2	2.70
	อาจมีปัญหาเรื่องวงเงินไม่เพียงพอ	2	2.70
	ช่องทางการชำระเงินน้อย	1	1.35
	ใช้ได้เฉพาะบางสถานที่	1	1.35
	มีหลายบัตรพกพาไม่สะดวก	1	1.35
	ไม่เคยนึกถึง/ไม่นิยม	1	1.35
	ไม่ปลอดภัย	1	1.35
	ไม่มีช่องทางให้ชำระในเว็บไซต์	1	1.35
	ไม่มีวงเงินบัตรเครดิต	1	1.35
	สิทธิประโยชน์จากบัตรเครดิตมากกว่าบัตรเครดิต	1	1.35
	รวม	74	100.00
5) ประเภทสินค้า/บริการที่สั่งซื้อและใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ประเภทการท่องเที่ยว เช่น จองโรงแรม/ ทัวร์ /ตั๋วเครื่องบิน	190	47.50

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ความถี่	ร้อยละ	
ประเภทบันเทิง เช่น บัตรคอนเสิร์ต, CD / DVD ภาพยนตร์ เพลง software	31	7.75	
ประเภทแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า หมวก รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ	121	30.25	
ประเภทสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น	52	13.00	
ประเภทการเงิน การลงทุน เช่น ชำระค่าหุ้น ค่ากองทุน เป็นต้น	6	1.50	
รวม	400	100.00	
6) อุปกรณ์ที่ใช้บ่อยที่สุดสำหรับการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (หลายคำตอบ)	โทรศัพท์มือถือ	311	77.75
	แท็บเล็ต (Tablet)	48	12.00
	คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก	166	41.50
รวม	400	100.00	
7) ความถี่ของการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	1-2 ครั้ง/เดือน	257	64.25
	3-4 ครั้ง/เดือน	89	22.25
	5-6 ครั้งต่อเดือน	29	7.25
	7-8 ครั้งต่อเดือน	25	6.25
รวม	400	100.00	
8) ลักษณะการผ่อนชำระ	จ่ายเต็มทุกงวด	224	56.00
	ผ่อนชำระเป็นงวด (ผ่อนชำระโดยจ่ายยอดขั้นต่ำ)	176	44.00
รวม	400	100.00	

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ความถี่	ร้อยละ	
9) จำนวนเงินมากที่สุด ที่เคยชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต	ต่ำกว่า 1,000 บาท	26	6.50
	1,001-2,000 บาท	77	19.25
	2,001-3,000 บาท	68	17.00
	3,001-4,000 บาท	63	15.75
	4,001-5,000 บาท	36	9.00
	รวม	400	100.00

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

2.1 ผลการวิเคราะห์การจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.

2.2 ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2.

2.3 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3.

2.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่น เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์การจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลจากการวิเคราะห์การจัดการการเงินส่วนบุคคล พบว่า การจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{x}=3.77$, S.D.=0.51) โดยด้านการจัดการต้นทุนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}= 3.83$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ ด้านการจัดการเงินสด ($\bar{x}=3.77$, S.D.= 0.54) และด้านการจัดการหนี้ ($\bar{x}= 3.71$, S.D. = 0.62) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดการการเงินส่วนบุคคล (n=400)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
การจัดการเงินสด	3.77	0.54	ค่อนข้างสูง
การจัดการหนี้	3.71	0.62	ค่อนข้างสูง
การจัดการต้นทุน	3.83	0.63	ค่อนข้างสูง
รวม	3.77	0.51	ค่อนข้างสูง

2.2 ผลจากการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลจากการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงิน พบว่า การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X} = 3.93$, S.D.= 0.60) โดยด้านสิทธิประโยชน์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.00$, S.D.=0.57) รองลงมาคือ ด้านค่าธรรมเนียม ($\bar{X}=3.93$, S.D.=0.72) และด้านอัตราดอกเบี้ย ($\bar{X}=3.85$, S.D.=0.79) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงิน (n=400)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
สิทธิประโยชน์	4.00	0.57	ค่อนข้างสูง
ค่าธรรมเนียม	3.93	0.72	ค่อนข้างสูง
อัตราดอกเบี้ย	3.85	0.79	ค่อนข้างสูง
รวม	3.93	0.60	ค่อนข้างสูง

2.3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยง พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X}=3.54$, S.D.=0.49) โดยด้านความเสี่ยงสูญเสียเวลามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.89$, S.D.=0.68) รองลงมาคือ ด้านความเสี่ยงทางกายภาพ ($\bar{X}=3.70$, S.D.=0.62) และด้านความเสี่ยงทางการดำเนินงาน ($\bar{X}=3.38$, S.D.=0.66) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
(n=400)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ความเสี่ยงทางกายภาพ	3.70	0.62	ค่อนข้างสูง
ความเสี่ยงทางการดำเนินงาน	3.38	0.66	ปานกลาง
ความเสี่ยงทางจิตวิทยา	3.37	0.89	ปานกลาง
ความเสี่ยงทางการเงิน	3.36	0.68	ปานกลาง
ความเสี่ยงสูญเสียเวลา	3.89	0.68	ค่อนข้างสูง
รวม	3.54	0.49	ค่อนข้างสูง

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น พบว่า ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X}=3.88$, S.D.=0.54) โดยความเชื่อมั่นด้านการซื้อสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=3.97$, S.D.=0.56) รองลงมาคือ ความเชื่อมั่น ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X}=3.90$, S.D.=0.61) และความเชื่อมั่นด้านขณะใช้บริการ ($\bar{X}=3.88$, S.D.=0.67) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
(n=400)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ก่อนซื้อสินค้า	3.78	0.71	ค่อนข้างสูง
ขณะใช้บริการ	3.88	0.67	ค่อนข้างสูง
การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.90	0.61	ค่อนข้างสูง
ซื้อสินค้า	3.97	0.56	ค่อนข้างสูง
รวม	3.88	0.54	ค่อนข้างสูง

ผลการวิเคราะห์การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($\bar{X}=3.81$, S.D.=0.43) โดยด้านการยอมรับมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.62) รองลงมาคือ ด้านการรองรับลูกค้าใหม่ ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.64) และด้านการแปลงค่าเงิน ($\bar{X}=3.92$, S.D.=0.61) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (n=400)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
การยอมรับ	4.07	0.62	ค่อนข้างสูง
การปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล	3.38	0.83	ปานกลาง
การแปลงค่าเงิน	3.92	0.61	ค่อนข้างสูง
ค่าใช้จ่ายต่ำ	3.90	0.55	ค่อนข้างสูง
การบูรณาการ	3.90	0.64	ค่อนข้างสูง
ความปลอดภัย	3.59	0.66	ค่อนข้างสูง
ความเที่ยงตรง	3.73	0.69	ค่อนข้างสูง
ง่ายต่อการใช้	3.81	0.57	ค่อนข้างสูง
รองรับลูกค้าใหม่	3.98	0.64	ค่อนข้างสูง
รวม	3.81	0.43	ค่อนข้างสูง

2.4 ผลจากการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุ การจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้ใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ต่าง ๆ ว่ามีลักษณะเชิงเส้นตรงหรือไม่ อีกทั้งยังตรวจสอบขนาดความสัมพันธ์ รวมถึงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีค่าอยู่ในระดับใด และส่วนที่สอง ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.4.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคล ความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน การรับรู้ความเสี่ยง และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 21 ตัวแปร โดยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวนทั้งสิ้น 276 คู่ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 276 คู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่เป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) และมีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.116 ถึง 0.886 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ในกลุ่มตัวแปรแฝงเดียวกัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ตัวแปรสังเกตได้ของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 36 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.158 ถึง 0.723

โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 18 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 18 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรค่าใช้จ่ายต่อการแปลงค่าเงิน ($r=0.723$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรง่ายต่อการใช้กับการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล ($r=0.158$)

2) ตัวแปรสังเกตได้ของการรับรู้ความเสี่ยง พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.208 ถึง 0.597 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 8 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 2 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรความเสี่ยงทางการเงินกับความเสี่ยงทางการดำเนินงาน ($r=0.597$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรความเสี่ยงทางจิตวิทยากับความเสี่ยงทางกายภาพ ($r=0.208$)

3) ตัวแปรสังเกตได้ของตัวกลางการชำระเงิน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 3 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.363 ถึง 0.886 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 1 คู่ อยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 1 คู่ และอยู่ในระดับสูง ($r > 0.800$) จำนวน 1 คู่ โดยที่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรค่าธรรมเนียมกับอัตราดอกเบี้ย ($r=0.886$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรสิทธิประโยชน์กับอัตราดอกเบี้ย ($r=0.363$)

4) ตัวแปรสังเกตได้ของความเชื่อมั่น พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 6 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.494 ถึง 0.701 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 1 คู่ และอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r > 0.800$) จำนวน 5 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับการซื้อสินค้า ($r = 0.701$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรก่อนซื้อสินค้ากับการซื้อสินค้า ($r = 0.363$)

5) ตัวแปรสังเกตได้ของการจัดการการเงินส่วนบุคคล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 3 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.545 ถึง 0.706 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 3 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรการจัดการหนี้กับการจัดการเงินสด ($r = 0.706$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปร การจัดการต้นทุนกับการจัดการหนี้ ($r=0.545$)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่คนละกลุ่มตัวแปรแฝง มีรายละเอียดดังนี้

1) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับตัวแปรสังเกตได้ของการรับรู้ความเสี่ยง พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 45 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.129 ถึง 0.538 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับ

ค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 35 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 10 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรค่าใช้จ่ายต่ำกับความสูญเสียเวลา ($r = 0.538$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลกับความสูญเสียเวลา ($r = 0.129$)

2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับตัวแปรสังเกตได้ของตัวกลางการชำระเงิน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 27 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ ตั้งแต่ 0.157 ถึง 0.423 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 25 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 2 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรการยอมรับกับสิทธิประโยชน์ ($r = 0.423$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปร การปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลกับอัตราดอกเบี้ย ($r = 0.157$)

3) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับตัวแปรสังเกตได้ของความเชื่อมั่น พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ ทั้ง 36 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.528 ถึง 0.145 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 21 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 15 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรการบูรณาการกับขณะใช้บริการ ($r = 0.528$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลกับการซื้อสินค้า ($r = 0.145$)

4) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับตัวแปรสังเกตได้ของการจัดการการเงินส่วนบุคคล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 27 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.141 ถึง 0.559 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 11 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 16 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรง่ายต่อการใช้กับการจัดการเงินสด ($r = 0.559$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลกับการจัดการเงินสด ($r = 0.141$)

5) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการรับรู้ความเสี่ยงกับตัวแปรสังเกตได้ของตัวกลางการชำระเงิน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 15 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.132 ถึง 0.422 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 13 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 2 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรความเสี่ยงทางการเงินกับค่าธรรมเนียม ($r = 0.422$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรความเสี่ยงทางการดำเนินงานกับสิทธิประโยชน์ ($r = 0.132$)

6) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการรับรู้ความเสี่ยงกับตัวแปรสังเกตได้ของความเชื่อมั่น พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 20 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพัทธ์ตั้งแต่ 0.116 ถึง 0.575 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 9 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 11 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรความเสี่ยงสูญเสียเวลากับขณะใช้บริการ ($r=0.575$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรความเสี่ยงทางจิตวิทยากับการซื้อสินค้า ($r=0.116$)

7) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการรับรู้ความเสี่ยงกับตัวแปรสังเกตได้ของการจัดการการเงินส่วนบุคคล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 15 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพัทธ์ตั้งแต่ 0.173 ถึง 0.421 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 14 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 1 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปร ความเสี่ยงสูญเสียเวลากับการจัดการหนี้ ($r=0.421$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปร ความเสี่ยงทางกายภาพกับการจัดการต้นทุน ($r=0.173$)

8) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวกลางการชำระเงินกับตัวแปรสังเกตได้ของความเชื่อมั่น พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพัทธ์ตั้งแต่ 0.321 ถึง 0.561 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 3 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 9 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรค่าธรรมเนียมกับขณะใช้บริการ ($r=0.561$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรอัตราดอกเบี้ยกับการซื้อสินค้า ($r=0.321$)

9) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของตัวกลางการชำระเงินกับตัวแปรสังเกตได้ของการจัดการการเงินส่วนบุคคล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 9 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 .01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพัทธ์ตั้งแต่ 0.175 ถึง 0.401 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 8 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 1 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปร สิทธิประโยชน์กับการจัดการเงินสด ($r=0.401$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรอัตราดอกเบี้ย บกการจัดการหนี้ ($r=0.175$)

10) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของความเชื่อมั่นกับตัวแปรสังเกตได้ของการจัดการการเงินส่วนบุคคล พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) มีขนาดของความสัมพัทธ์ตั้งแต่ 0.177 ถึง 0.414 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($0.200 < r < 0.400$) จำนวน 9 คู่ และอยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$) จำนวน 3 คู่ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรขณะใช้บริการกับการจัดการเงินสด ($r=0.401$) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรก่อนซื้อสินค้ากับการจัดการต้นทุน ($r=0.177$)

สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ในตัวแปรแฝงเดียวกัน และตัวแปรแฝงต่างกันมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งหมด โดยเป็นความสัมพันธ์ใน

ทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) และมีระดับความสัมพันธ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ($0.400 < r < 0.600$)

จากผลการทดสอบ ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งเป็นค่าสถิติที่ทดสอบสมมติฐานว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ พบว่า มีค่าสถิติเท่ากับ 5576.215 องศาอิสระ เท่ากับ 276 ค่า p เท่ากับ 0.000 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อได้พิจารณา ค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ ถ้าค่า KMO เข้าใกล้ 1 แสดงว่าข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ ซึ่งพบว่า มีค่า $KMO = 0.902$ จึงสรุปได้ว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลรีเกรสชั่นต่อไป แสดงดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัย (n = 400)

	Acceptability	Anonymity	Convertibility	Efficiency	Integration	Security	Reliability	Usability	Scalability	Physical risk	Performance risk	Psychological risk	Financial risk	Time-loss risk	Rate	Premium	Benefit	Pre-interaction	User Interface	Site Information	Purchase Interaction	Cash	Debt	Cost	
Acceptability	1.000																								
Anonymity	.284	1.000																							
Convertibility	.361	.160	1.000																						
Efficiency	.458	.234	.723	1.000																					
Integration	.435	.216	.461	.592	1.000																				
Security	.311	.434	.273	.448	.388	1.000																			
Reliability	.316	.246	.384	.441	.433	.529	1.000																		
Usability	.414	.158	.504	.566	.569	.378	.424	1.000																	
Scalability	.471	.192	.379	.467	.382	.346	.320	.560	1.000																
Physical risk	.269	.330	.161	.186	.210	.283	.211	.286	.145	1.000															
Performance risk	.279	.357	.323	.386	.369	.478	.428	.364	.227	.410	1.000														
Psychological risk	.257	.403	.134	.214	.230	.269	.263	.148	.139	.208	.358	1.000													
Financial risk	.334	.417	.230	.348	.384	.451	.465	.277	.172	.334	.597	.387	1.000												
Time-loss risk	.508	.129	.464	.538	.473	.247	.289	.382	.298	.334	.362	.221	.396	1.000											
Rate	.290	.157	.204	.317	.316	.270	.207	.272	.180	.171	.280	.381	.363	.291	1.000										
Premium	.306	.168	.231	.354	.334	.292	.237	.334	.234	.259	.302	.359	.422	.370	.886	1.000									
Benefit	.423	.178	.216	.324	.336	.285	.175	.412	.399	.179	.132	.164	.178	.416	.363	.452	1.000								
Pre-interaction	.437	.275	.349	.439	.440	.289	.365	.343	.225	.470	.477	.378	.439	.530	.458	.516	.336	1.000							
User Interface	.436	.278	.378	.453	.528	.364	.295	.438	.375	.412	.414	.305	.436	.575	.507	.561	.485	.673	1.000						
Site Information	.417	.301	.365	.431	.485	.362	.232	.393	.293	.313	.345	.200	.430	.496	.383	.443	.407	.587	.691	1.000					
Purchase Interaction	.402	.145	.459	.520	.483	.361	.306	.418	.320	.289	.312	.116	.377	.546	.321	.406	.402	.494	.615	.701	1.000				
Cash	.444	.141	.471	.481	.412	.404	.446	.559	.465	.225	.313	.183	.242	.363	.249	.281	.401	.306	.414	.333	.409	1.000			
Debt	.405	.190	.486	.554	.437	.395	.444	.460	.399	.233	.299	.226	.281	.421	.175	.225	.265	.340	.357	.301	.411	.706	1.000		
Cost	.346	.272	.321	.459	.337	.427	.335	.340	.369	.173	.237	.328	.211	.300	.220	.225	.367	.177	.261	.209	.242	.555	.545	1.000	
\bar{X}	4.07	3.38	3.92	3.90	3.90	3.59	3.73	3.81	3.98	3.70	3.38	3.37	3.36	3.89	3.85	3.93	4.00	3.78	3.88	3.90	3.97	3.77	3.71	3.83	
SD	0.62	0.83	0.61	0.55	0.64	0.66	0.69	0.57	0.64	0.62	0.66	0.89	0.68	0.68	0.79	0.72	0.57	0.71	0.67	0.61	0.56	0.54	0.62	0.63	

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.902 , Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square = 5576.215 , df = 276 , p = .000

หมายเหตุ : ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 276 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกคู่

2.4.2 ผลจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลจากการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า โมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัยที่พัฒนาขึ้นนั้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน ไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 214.22 ค่าองศาอิสระ เท่ากับ 196 ที่ระดับความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.155 นั่นคือ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) แตกต่างจากศูนย์ อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.93 และค่าดัชนีกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.009

1) อิทธิพลทางตรง (Direct Effect : DE)

เมื่อได้พิจารณาอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อตัวแปรความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ได้รับอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคล โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.93 0.64 และ 0.88 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 2 และ 3

เมื่อได้พิจารณาอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อตัวแปรการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ตัวแปรการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จากตัวแปรความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.41 0.32 และ 0.48 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 4 5 และ 6

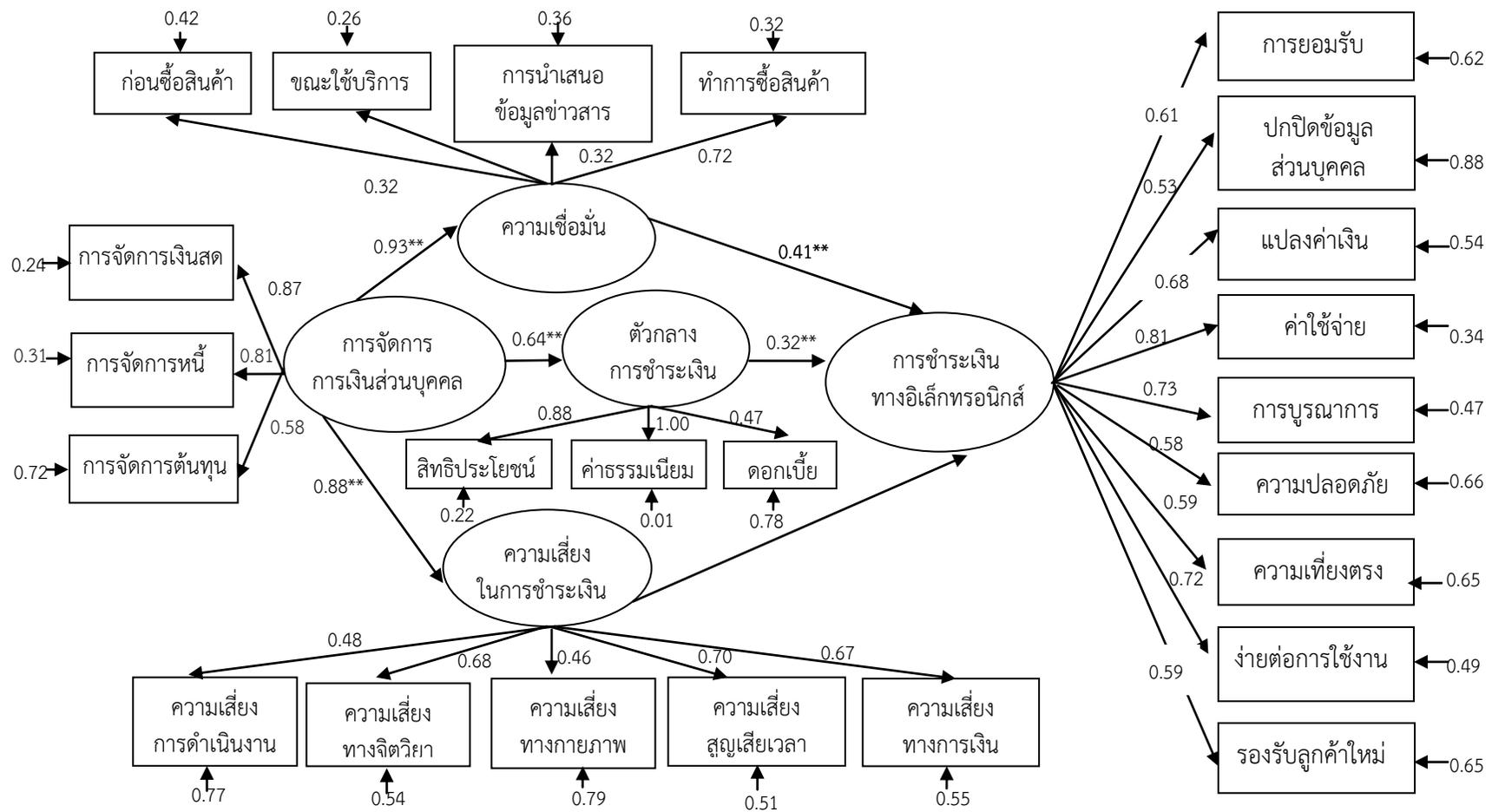
2) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect : IE)

เมื่อได้พิจารณาอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ได้รับอิทธิพลทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 จากตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคล โดยส่งผ่านตัวแปรความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีขนาดอิทธิพล เท่ากับ 0.76 เท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 แสดงดังตารางที่ 4.9 และภาพที่ 4.1

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรผล	ความเชื่อมั่น			ตัวกลางการชำระเงิน			การรับรู้ความเสี่ยง			การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
ตัวแปรเหตุ												
การจัดการการเงินส่วนบุคคล	0.93** (0.06)	-	0.93** (0.06)	0.64** (0.05)	-	0.64** (0.05)	0.88** (0.10)	-	0.88** (0.10)	0.76** (0.07)	0.76** (0.07)	-
ความเชื่อมั่น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.41** (0.13)	-	0.41** (0.13)
ตัวกลางการชำระเงิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.32** (0.15)	-	0.32** (0.15)
การรับรู้ความเสี่ยง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.48** (0.13)	-	0.48** (0.13)

**p < 0.01



Chi-Square = 214.22, df = 190, p-value = 0.155, RMR = 0.009

ภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เมื่อได้พิจารณาเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง มีค่าอยู่ระหว่าง 0.449 ถึง 0.929 โดยตัวแปรทุกคู่เป็นความสัมพันธ์แบบมีลักษณะทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ ตัวแปรความเชื่อมั่นและการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.929 แสดงว่า การพัฒนาด้านเว็บไซต์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ตั้งแต่ก่อนการซื้อ ervice ใช้บริการ การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และขั้นตอนทำการซื้อ ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สูงขึ้น ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ รองลงมา ได้แก่ ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงและการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.880 แสดงว่า หากสามารถควบคุมความเสี่ยงส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สูงขึ้น และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ ตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคลและตัวกลางการชำระเงิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.449 โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ แสดงดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 เมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

	การจัดการการเงินส่วนบุคคล	การรับรู้ความเสี่ยง	ตัวกลางการชำระเงิน	ความเชื่อมั่น	การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
การจัดการการเงินส่วนบุคคล	1.000				
การรับรู้ความเสี่ยง	0.777**	1.000			
ตัวกลางการชำระเงิน	0.449**	0.563**	1.000		
ความเชื่อมั่น	0.762**	0.817**	0.594**	1.000	
การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	0.760**	0.880**	0.640**	0.929**	1.000

**p < .01

เมื่อได้พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R-Square) ของตัวแปรความเชื่อมั่น พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.86 แสดงว่า ตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ร้อยละ 86 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรตัวกลางการชำระเงิน พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.41 แสดงว่า ตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคลสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ ร้อยละ 41 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.78 แสดงว่า ตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ ร้อยละ 78 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.65 แสดงว่า ตัวแปรความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถอธิบายความแปรปรวนของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ ร้อยละ 65 ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ค่าค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

ตัวแปร	R ²
ความเชื่อมั่น	0.86
ตัวกลางการชำระเงิน	0.41
การรับรู้ความเสี่ยง	0.78
การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	0.65

สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ดังตารางที่ 4.12 ซึ่งจากผลการวิเคราะห์พบว่า สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ทั้ง 7 สมมติฐาน

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการวิเคราะห์
H1 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
H2 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
H3 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
H4 : ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
H5 : การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
H6 : การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
H7 : การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางอ้อมต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น	สนับสนุน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เพื่อใช้ในการสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยในผลการวิจัยเชิงปริมาณ

เพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งของการอธิบายผลการวิจัยเชิงปริมาณตามวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 4 และเพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผลในเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อันจะนำซึ่งความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

เพื่อให้สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ตามสมมุติฐานการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 2 และ 3 การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่น การเลือกใช้บริการตัวกลาง และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ และสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 7 การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางอ้อมต่อการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลาง การชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่น การเลือกใช้บริการตัวกลาง และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมุติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมุติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า ผู้บริโภคปัจจุบันมีความต้องการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่นเดียวกับจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากมีความสะดวก ใช้งานง่าย รวมถึงช่วยในเรื่องของการจัดการเงินส่วนบุคคล ทั้งในแง่ของการชะลอการจ่ายเงินสด สามารถเก็บเงินสดไว้กับตนได้นานมากขึ้น สามารถนำเงินเก็บไว้ใช้อย่างอื่นได้ เช่น ใช้นายมฉุกเฉิน ใช้เพื่อลงทุน และยังสามารถควบคุมการใช้เงินได้มากกว่าการใช้เช็คหรือเงินสด ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินมากขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการจัดการเงินสดวิธีหนึ่ง ในแง่ของการจัดการหนี้ การใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถวางแผนการผ่อนชำระหนี้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิตได้ เมื่อซื้อสินค้าและบริการ สร้างวินัยการจ่ายเงินหรือจ่ายหนี้ นอกจากนี้ประโยชน์ในแง่ของการจัดการต้นทุนนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า ผู้บริโภคมักจะคำนึงถึงความคุ้มค่าของต้นทุนที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเปรียบเทียบกับการใช้เงินสด และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต เช่น คะแนนสะสมจากบัตรเครดิตเพื่อแลกซื้อสินค้าหรือได้รับส่วนลดจากการซื้อสินค้าอื่น รวมถึงการชำระค่าสินค้าและบริการแบบผ่อนชำระเทียบกับการชำระในครั้งเดียว

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนกระตุ้นการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น

1) ในด้านความเชื่อมั่น ส่งผลทำให้ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการ จึงมีการดำเนินงานที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการพัฒนาข้อมูลหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้คนซื้อเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น เช่น มีข้อมูลที่อยู่ E-mail Line เบอร์โทรเพื่อติดต่อได้สะดวก รายชื่อกรรมการบริหารธุรกิจ มีการเชื่อมโยงไปสู่ลิงค์

ที่เกี่ยวข้อง ข้อบังคับ นโยบาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้บริโภคใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัย SSL ส่วนขั้นตอนการชำระเงินนั้น มีการอธิบายขั้นตอนการชำระเงินอย่างละเอียด ข้อห้ามขอเงินคืน (Non Refund) และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทันที (Real-time) ซึ่งประกอบกับมีช่องทางการชำระเงินอย่างหลากหลาย เมื่อผู้บริโภคทำการซื้อสำเร็จจะมีระบบแจ้งผลโดยทันทีและมีการยืนยันยืนยันเมื่อได้รับเงินแล้วและยืนยันวันที่ส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค สิ่งต่างๆ เหล่านี้เองที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ส่วนหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวางระบบตรวจสอบความถูกต้องก่อนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐานสากล ได้แก่ การให้ผู้บริโภคใส่หมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุของบัตร และ CV (Card Verification Value) ซึ่งเป็นตัวเลข 3 หลักสุดท้ายที่พิมพ์ไว้ด้านหลังบัตรเครดิตในหน้าเว็บไซต์ของการชำระเงิน เพื่อให้เกิดการปลอมแปลงยากขึ้น เพราะตัวเลข CV จะไม่ถูกพิมพ์เป็นตัวนูนไว้ด้านหลังบัตร อันหมายถึงร้านค้าทั่วไปที่รับบัตรเครดิตที่หน้าร้านจะไม่มีหมายเลขนี้เก็บไว้บน slip ฉบับของร้านค้า นอกจากนี้ยังมีระบบการตรวจสอบตัวบุคคล (Authentication) โดยการให้ลูกค้าของธนาคารผู้ออกบัตรสมัครขอรหัสส่วนตัว สำหรับใช้ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แต่ละครั้ง โดยเรียกระบบดังกล่าวว่า “Verified by VISA” หรือ “Master Card Secure Code” แล้วแต่ว่าผู้สมัครจะใช้บัตรเครดิตชนิดใด ซึ่งตอบสนองมาตรฐานการวิจัยข้อที่ 1 การจัดการเงินส่วนบุคคล ส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนด้านการสร้างความเชื่อมั่น

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
ภาคเอกชน	<p>สร้างความเชื่อมั่น ด้านระบบของเว็บไซต์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีข้อมูลที่อยู่ E-mail Line เบอร์โทรศัพท์ - มีรายชื่อกรรมการบริหาร - มีการเชื่อมโยงไปสู่ลิงค์ของเว็บไซต์ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง - มีข้อบังคับและนโยบายต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ - ออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย - มีระบบรักษาความปลอดภัย SSL - ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้และเป็นที่รู้จัก 	<p>“ลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะเปรียบเทียบระหว่างการใช้บัตรเครดิตกับใช้เงินสด ว่าวิธีไหนคุ้มค่าที่สุด ได้รับประโยชน์มากที่สุด เช่น ถ้าชำระด้วยบัตรเครดิต เขาก็จะได้คะแนนสะสม ได้รับส่วนลด หรือผ่อนชำระได้ใหม่ ผมว่าใช้บัตรเครดิตลูกค้าก็จะสะดวก เร็ว เก็บเงินสดไว้ทำอย่างอื่นได้ ไปลงทุน ออมไว้ใช้ฉุกเฉิน บริษัทเราเลยต้องมีทางเลือกให้ลูกค้าได้ชำระด้วยบัตรเครดิตด้วย แต่สิ่งสำคัญก็ต้องทำให้ลูกค้าไว้วางใจในระบบด้วย มีที่อยู่ E-mail Line เบอร์ติดต่อ เว็บไซต์ต้องใช้ง่าย มีระบบรักษาความปลอดภัย มีขั้นตอนการชำระเงิน ชำระเงินแล้วก็ต้องแจ้งผลทันทีเพื่อยืนยัน” (ภาคเอกชน)</p>

ตารางที่ 4.13 การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนด้านการสร้างความเชื่อมั่น (ต่อ)

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
	<p>สร้างความเชื่อมั่น ด้านขั้นตอนชำระ เงินทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจดทะเบียน DBD กับกรมพัฒนาธุรกิจ/หน่วยงานของ ETDA - ช่องทางการชำระเงินอย่างหลากหลาย - มีการอธิบายขั้นตอนการชำระเงินอย่างละเอียดและข้อห้ามขอเงินคืน - ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็น Real-time - ระบบแจ้งผลโดยทันที เช่น แจ้งยืนยันเมื่อได้รับเงินแล้วและยืนยันวันที่ส่งสินค้า 	<p>“เรามีการ <i>communicate</i> ออกไปว่า เคที่ซีเป็นร้านค้า E-Commerce ที่รวบรวมสินค้ามาขาย กับอีกอันหนึ่งเป็น <i>payment gateway</i>” (ภาคเอกชน)</p> <p>“เราไปจดทะเบียน DBD กรมพัฒนาธุรกิจ และหน่วยงานของ ETDA หลังจดทะเบียนแล้วจะได้โลโก้อันหนึ่ง แล้วไปแปะในเว็บไซต์เหมือนกับเราแล้วเชื่อถือได้” (ภาคเอกชน)</p>
	<p>สร้างความเชื่อมั่นในระบบการชำระ เงินทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบตรวจสอบความถูกต้องก่อนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานสากล ได้แก่ การใส่หมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุของบัตร และ CV (Card Verification Value) - ระบบการตรวจสอบตัวบุคคล (Authentication) - ระบบ “Verified by VISA” หรือ “Master Card Secure Code” 	<p>“เราจะดูแลเรื่องการวางระบบตรวจสอบความถูกต้องให้ได้มาตรฐานสากล เช่น การใส่หมายเลข วันหมดอายุ และ CV 3 ตัวที่พิมพ์อยู่หลังบัตรก่อนจ่ายเงิน จะได้ปลอมแปลงยากขึ้น” (ภาครัฐบาล)</p>
ภาครัฐ	<p>รับเรื่องร้องเรียนและให้ความรู้แก่ ผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือภัยทางการเงินอื่น ๆ - ให้ความรู้ เช่น การวางแผนทางการเงิน ภัยทางการเงิน สิทธิหน้าที่ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในเว็บไซต์ และ Social Media เช่น Facebook 	<p>“งานของ ศคช. เกี่ยวกับผู้บริโภคสองด้าน รับเรื่องร้องเรียนกับการให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน ภัยทางการเงิน หรือสิทธิหน้าที่มันต้องเป็นสิ่งที่เราต้องไปเรียนรู้กลไก เขามีกันอย่างไรบ้างในฐานะผู้ใช้บัตรเครดิตต้องพึงระวัง” (ภาครัฐ)</p>

2) ด้านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจะมีการเลือกธนาคารที่เป็นตัวกลางการชำระเงินโดยพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ให้ระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการเงินของผู้บริโภค รวมถึงความน่าเชื่อถือของธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินการกำหนดนโยบายเพื่อควบคุมการก่อหนี้ ความสามารถในการก่อหนี้ ควบคุมอัตราดอกเบี้ย ไม่ให้สูงจนเกินไป และควบคุมค่าธรรมเนียม ไม่เก็บค่าธรรมเนียมรายปี ซึ่งบัตรเครดิตมีค่าธรรมเนียมสูงกว่าบัตรเครดิตและบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินเกินกำหนด ค่าทวงหนี้ต้องเหมาะสม เนื่องจากแต่ละธนาคารมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการปกป้องผู้บริโภค ซึ่งตอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ด้านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
ภาคเอกชน	<p>เลือกธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก - มีการเรียกเก็บอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ - การปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด - พิจารณาสหสิทธิประโยชน์ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภค โดยพิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระ 	<p>“บริษัทจะเลือกกว่า ธนาคารไหนมีดอกเบี้ยต่ำ ค่าธรรมเนียมไม่สูง มีสิทธิประโยชน์จูงใจ เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีให้กับลูกค้า เพราะลูกค้าจะมองถึงต้นทุน การผ่อนชำระ และก็ดูว่าธนาคารไหนที่น่าเชื่อถือ” (ภาคเอกชน)</p>
ภาครัฐ	<p>กำหนดนโยบายสำหรับสถาบันการเงินต่างๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตไม่ให้สูงเกินไป - ควบคุมค่าธรรมเนียมของบัตรเครดิตรายปี - ควบคุมค่าธรรมเนียมทวงหนี้ให้เหมาะสม 	<p>“ออกนโยบายควบคุมการก่อหนี้ อัตราดอกเบี้ย ไม่ให้สูงจนเกินไป และควบคุมค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียมรายปี เพราะพวกบัตรเครดิตจะมีค่าธรรมเนียมสูงกว่าบัตรเครดิต บัตร e-money การชำระเงินเกินกำหนด ค่าทวงหนี้ก็ต้องเหมาะสม”(ภาครัฐ)</p>

ตารางที่ 4.14 การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ด้านการเลือกใช้บริการตัวกลาง การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
	ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคด้านการใช้บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ	“เราให้ความรู้ไปสอนการตัดสินใจใช้เงินหรือเป็นหนี้ต้องดูที่อะไรบ้าง บริษัทเหล่านี้อัตราดอกเบี้ยมันเท่ากัน แต่เพียงเราจะพูดว่าจะตัดสินใจใช้บริการจากที่ไหนต้องดูหลายอย่าง เช่น เป็นหนี้บัตรเครดิตเวลาใช้ควรจ่ายเต็ม ถ้าไม่จ่ายเต็มมีผลอะไรบ้าง เช่น คิดค่าดอกเบี้ยค่าปรับได้ 20% ถ้าจ่ายแค่ 10% มันจะมีดอกเบี้ยตามมา หรือเอาบัตรไปกดเงินสดออกมามันมีค่าธรรมเนียมเพิ่มอีก 3%” (ภาครัฐ)

3) ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการ มีการดำเนินงานโดยมีระบบรักษาความปลอดภัย ระบบ SSL Verified e-payment ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินงานได้รวดเร็ว Real time เมื่อชำระด้วยบัตรเครดิต ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย มีการดำเนินงานโดยการดูแลความเสี่ยงด้านการชำระดุล (Settlement Risk) ออกนโยบายกำหนดให้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิต ต้องมีระบบ chip ภายในบัตรเครดิต เพราะป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการขโมยข้อมูลผู้บริโภค นอกจากนี้ยังดูแลลดความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน ซึ่งเป็นการดูแลให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงการคุ้มครองและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเองสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงิน ซึ่งตอบสนองมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
ภาคเอกชน	<p>เลือกธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก - มีอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ 	<p>“ปกติบริษัทที่มีช่องทางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จะมีระบบรักษาความปลอดภัยอยู่แล้ว เป็นระบบที่เรียกว่า SSL Verified e-payment ทันสมัย น่าเชื่อถือ รวดเร็ว แบบ real time” (ภาคเอกชน)</p>
	<p>สร้างความเชื่อมั่นด้านขั้นตอนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบรักษาความปลอดภัย เรียกว่า SSL Verified e-payment 	
ภาครัฐ	<p>กำหนดนโยบายสำหรับสถาบันการเงินต่างๆ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตไม่ให้สูงเกินไป - ควบคุมค่าธรรมเนียมของบัตรเครดิตรายปี - ควบคุมค่าธรรมเนียมทวงหนี้ให้เหมาะสม 	<p>“จะดู Settlement risk และนโยบายให้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิต ต้องมีระบบ chip ภายในบัตรเครดิต ป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดจากการขโมยข้อมูล และต้องดูแลโดยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากระบบการชำระเงิน ให้ความปลอดภัย น่าเชื่อถือ เป็นมาตรฐานสากล และการให้ความรู้และสร้างความเชื่อมั่น” (ภาครัฐ)</p>
	<p>ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บัตรเครดิตหรือการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	

จากผลการดำเนินงานทั้งของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวกับการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค การกำหนดนโยบายเพื่อควบคุมการเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediators) ที่ส่งผลทางอ้อมต่อผลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตอบสนองมติฐานการวิจัยข้อที่ 7

3.1.2 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่า ปัจจุบันการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับเพิ่มมากขึ้น เพราะหลาย ๆ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมุ่งส่งเสริมและสนับสนุน รวมถึงกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้บริโภค เพราะเป็นสิ่งที่จำเป็นมากในการกระตุ้นยอดขายสำหรับภาคเอกชน และกระตุ้นการใช้งานที่มากขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะในเรื่องของข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลบัตรเครดิต รวมถึงข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่อาจเกิดการขโมยหรือสูญหาย หากผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นจะส่งผลให้การใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภครู้สึกไม่เชื่อมั่นจะส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ลดลงด้วยเช่นเดียวกัน สำหรับภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการ เช่น agoda, booking.com มีการดำเนินงานร่วมกับธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต โดยในขั้นตอนของการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น จะมีการสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับบัตร ชื่อ-นามสกุล เลขที่บัญชี วันที่บัตรหมดอายุ VC รหัส OTP ที่ส่งเป็นข้อความเข้าเบอร์โทรศัพท์ของผู้บริโภคโดยตรง และมีการยืนยันหลังจากการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเสร็จสิ้นแบบ Real-time ซึ่งในขั้นตอนการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแบบนี้ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น แต่เพื่อเพิ่มความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ภาคเอกชน จะมีการพัฒนาข้อมูลหน้าเว็บไซต์เพื่อให้คนซื้อเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น เช่น มีข้อมูลที่อยู่ E-mail Line เบอร์โทรเพื่อติดต่อได้สะดวก รายชื่อกรรมการบริหาร มีการเชื่อมโยงไปสู่ลิงค์ที่เกี่ยวข้อง ข้อบังคับ นโยบาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค และออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้บริโภคใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัย SSL ส่วนขั้นตอนการชำระเงินนั้น มีการอธิบายขั้นตอนการชำระเงินอย่างละเอียด ข้อห้ามขอเงินคืน (Non Refund) และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็น Real-time ประกอบกับมีช่องทางการชำระเงินอย่างหลากหลาย เมื่อผู้บริโภคทำการซื้อสำเร็จจะมีระบบแจ้งผลโดยทันที และการแจ้งยืนยันเมื่อได้รับเงินแล้วและยืนยันวันที่ส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เองที่สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวางระบบตรวจสอบความถูกต้องก่อนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐานสากล ได้แก่ การให้ผู้บริโภคใส่หมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุของบัตร และ CV (Card Verification Value) ซึ่งเป็นตัวเลข 3 หลักสุดท้ายที่พิมพ์ไว้ด้านหลังบัตรเครดิตในหน้าเว็บไซต์ของการชำระเงิน เพื่อให้เกิดการปลอมแปลงยากขึ้น เพราะตัวเลข CVV จะไม่ถูกพิมพ์เป็นตัวเลขไว้ด้านหลังบัตร อันหมายถึงร้านค้าทั่วไปที่รับบัตรเครดิตที่หน้าร้านจะไม่มีหมายเลขนี้เก็บไว้บน slip ฉบับของร้านค้า นอกจากนี้ยังมีระบบการตรวจสอบตัวบุคคล (Authentication) โดยการให้ลูกค้าของธนาคารผู้ออกบัตรสมัครขอรหัสส่วนตัวสำหรับใช้ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แต่ละครั้ง โดยเรียกระบบดังกล่าวว่า “Verified by

VISA” หรือ “Master Card Secure Code” แล้วแต่ว่าผู้สมัครจะใช้บัตรเครดิตชนิดใด ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนด้านการสร้างความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
ภาคเอกชน	<p>สร้างความเชื่อมั่นด้านระบบของเว็บไซต์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีข้อมูลที่อยู่ E-mail Line เบอร์โทรศัพท์ - มีรายชื่อกรรมการบริหารของธุรกิจ - มีการเชื่อมโยงไปสู่ลิงค์ของเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง - มีข้อบังคับและนโยบายต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าไว้วางใจ - ออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย - มีระบบรักษาความปลอดภัย SSL - ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้และเป็นที่รู้จัก - สื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้เกี่ยวกับเว็บไซต์ปลอม/ไม่ปลอดภัย 	<p>“ทุกวันนี้ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์นิยมมาก ภาครัฐเองก็สนับสนุน ให้ผู้บริโภคไว้วางใจ บริษัทเองก็ต้องตอบสนองนโยบายของภาครัฐสร้างความเชื่อมั่น เพราะถ้าลูกค้าไว้วางใจก็จะทำให้ใช้บัตรเครดิตเพิ่มขึ้น, ภาคเอกชนสร้างความเชื่อมั่น เช่น พัฒนาเว็บไซต์ให้น่าเชื่อถือ มีที่อยู่ E-mail Line เบอร์ติดต่อ เว็บไซต์ต้องใช้ง่าย มีระบบรักษาความปลอดภัย มีขั้นตอนการชำระเงินชำระเงินแล้วก็ต้องแจ้งผลทันที เพื่อยืนยัน” (ภาคเอกชน)</p> <p>“ใส่ข้อมูลบัตรเครดิตแล้วเราจะมั่นใจได้ยังไงว่า คนที่มาใส่เป็นตัวคนที่ถูกต้องพอใส่ข้อมูล บัตรเครดิต ผมก็จะยิงบาร์โค้ด OTP 3 ตัว ลินคัมมันจะมีตัวเลข 16 ตัว ให้จำ 3 ตัวสุดท้าย แล้วก็มาใส่เข้าไป” (ภาคเอกชน)</p>
	<p>สร้างความเชื่อมั่นด้านขั้นตอนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการชำระเงินอย่างหลากหลาย - มีการอธิบายขั้นตอนการชำระเงินอย่างละเอียดและข้อห้ามขอเงินคืน - ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็น real-time - ระบบแจ้งผลโดยทันที เช่น แจ้งยืนยันเมื่อได้รับเงินแล้วและยืนยันวันที่ส่งสินค้า - มีศูนย์รับเรื่องร้องเรียน (complain center) และการทำสำรวจความคิดเห็น (Survey) 	<p>“มีคำแนะนำให้ เวลาที่ไปเว็บไซต์ จะดูอย่างไรว่าเว็บไซต์นั้นปลอดภัยหรือไม่ปลอมไม่ปลอม เราก็จะมีข้อมูลที่เผยแพร่เกี่ยวกับเรื่อง การทำเว็บปลอม การหลอกให้ทำข้อมูล บางทีโจรทำหน้าเว็บปลอมหลอกให้ลูกค้าเข้าไปกรอก user name password, ภาคเอกชน”</p> <p>“มี complain center ถ้าเกิดว่ามีปัญหา เราจะรับเข้ามาแล้วก็ไปดูแลให้คำแนะนำหรือว่าต้องการจะดำเนินการคดี เราก็มีทีมผู้พิสูจน์ตรวจในหลักฐานช่วย</p>

ตารางที่ 4.16 การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนด้านการสร้างความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
	<p>- มีการพัฒนาระบบรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพ</p> <p>ภาคเอกชนดำเนินงานร่วมกับธนาคารผู้ออกบัตรเครดิตสร้างความเชื่อมั่น</p> <p>- ในขั้นตอนของการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จะสอบถามประเภทบัตร ธนาคารเจ้าของบัตร รายละเอียดของผู้ถือบัตร เช่น ชื่อ-นามสกุล เลขที่บัญชี วันที่บัตรหมดอายุ</p> <p>- รหัส OTP ที่ส่งเป็นข้อความเข้าเบอร์โทรศัพท์ของผู้บริโภคโดยตรง</p>	<p>ตำรวจดำเนินตามความคิด และเราก็มีการทำ Survey ทุกปีว่ามีลูกค้าซื้อออนไลน์เพิ่มขึ้นหรือไม่ เพราะอะไร” (ภาคเอกชน)</p>
ภาครัฐ	<p>สร้างความเชื่อมั่นด้านระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>- ระบบตรวจสอบความถูกต้องก่อนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานสากล ได้แก่ การใส่หมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุของบัตร และ CVV (Card Verification Value)</p> <p>- ระบบการตรวจสอบตัวบุคคล (Authentication)</p> <p>- ระบบ “Verified by VISA” หรือ “Master Card Secure Code”</p>	<p>“เราจะดูแลเรื่องการวางระบบตรวจสอบความถูกต้องให้ได้มาตรฐานสากล เช่น การใส่หมายเลข วันหมดอายุ และ CVV 3 ตัวที่อยู่หลังบัตรก่อนจ่ายเงิน จะได้ปลอมยากขึ้น และร้านค้าทั่วไปที่รับบัตรเครดิตที่หน้าร้านก็จะมีหมายเลขนี้เก็บไว้บน slip มีระบบ Authentication ให้ลูกค้าของธนาคารที่ออกบัตรสมัครขอรหัสส่วนตัวทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ระบบ Verified by VISA หรือ Master Card Secure Code” (ภาครัฐ)</p>

3.1.3 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยและสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่า นอกจากเงินสดที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของการ

ซื้อขายแลกเปลี่ยนได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว บัตรเครดิตก็มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับเงินสดอย่างมาก โดยบัตรเครดิตไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้ทดแทนเงินสดเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากการเป็นผู้ถือบัตรเครดิต ก่อให้เกิดความนิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งแต่เดิมการให้บริการจะจำกัดเฉพาะกลุ่มธนาคารพาณิชย์เท่านั้น แต่ในปัจจุบันสถาบันการเงินและธนาคารของต่างประเทศก็หันมาให้ความสนใจดำเนินธุรกิจด้านบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น ทำให้การแข่งขันในการให้บริการเป็นไปอย่างรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิต การไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้าเป็นสมาชิก ค่าธรรมเนียมการถือบัตรเครดิต มีการแข่งขันกันลดเงื่อนไขความยุ่งยากให้กับลูกค้า การสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อแลกกับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น ดังเช่น เมื่อผู้บริโภคได้รับส่วนลดพิเศษจากการใช้บัตรเครดิต จะส่งผลมูลค่าการใช้บัตรเครดิตนั้น ๆ เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสินค้าและบริการที่ซื้อผ่านบัตรเครดิตมีราคาลดลง ส่วนในแง่ระดับรายได้ของผู้บริโภค วงเงินของบัตรเครดิตจะขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค เมื่อระดับรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคได้รับวงเงินการใช้บัตรเครดิตสูงขึ้น ดังนั้น มูลค่าการใช้บัตรเครดิตจึงปรับตัวได้เพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ของผู้บริโภค หรือเมื่อสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ก. จัดรายการส่งเสริมการขาย โดยการให้ส่วนลดแก่ผู้ใช้ที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกับร้านค้าที่ร่วมรายการ จะส่งผลให้มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ข. ลดลง เพราะผู้บริโภคหันไปใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ก. มากขึ้น เป็นต้น

สำหรับการดำเนินงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นนั้น พบว่า บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจะมีการเลือกธนาคารโดยพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ให้ระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการเงินของผู้บริโภค รวมถึงความน่าเชื่อถือของธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ขณะที่หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่จะมุ่งดำเนินงานโดยการกำกับดูแลถึงความเหมาะสมในการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงเพื่อรักษาความมั่นคงทางการเงิน รวมถึงเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับในระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หรือป้องกันความเสียหายต่อผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินงานโดยกำกับดูแลดังกล่าวเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนด้านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
ภาคเอกชน	<p>เลือกธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก - มีอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ - การปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด - พิจารณาสีทธิประโยชน์ ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระ - มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย 	<p>“บริษัทจะเลือกว่า ธนาคารไหนมี ดอกเบี้ยต่ำ ค่าธรรมเนียมไม่สูง มีสิทธิประโยชน์จูงใจ เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีให้กับลูกค้า เพราะลูกค้าจะมองถึงต้นทุนการผ่อนชำระ และก็ดูว่าธนาคารไหนที่น่าเชื่อถือ, ภาคเอกชน”</p> <p>“ช่องทางเยอะ ๆ เพราะทำให้เพิ่มโอกาสให้กับลูกค้าได้เลือกเองว่าจะเลือกช่องทางไหน ซึ่งก็จะเป็นตัวหนึ่งที่จะทำให้เค้ารู้สึกว่าจะสะดวก” (ภาคเอกชน)</p>
ภาครัฐ	<p>กำหนดนโยบายสำหรับสถาบันการเงินต่าง ๆ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตไม่ให้สูงเกินไป - ควบคุมค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตรายปี - ควบคุมค่าธรรมเนียมทวงหนี้ให้เหมาะสม - กำกับดูแลถึงความเหมาะสมในการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บัตรเครดิต - รักษาความมั่นคงทางการเงินและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - เสริมสร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับในระบบรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 	<p>“ปัจจัยตัวกลางก็มีเยอะ แข่งขันกันสูง ทั้งค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ย สิทธิประโยชน์ ผู้บริโภคก็จะได้ประโยชน์ตรงนี้ ทำมูลค่าการใช้บัตรเครดิตนั้น ๆ สูงขึ้น เนื่องจากซื้อสินค้าถูกลง ส่วนระดับรายได้ของผู้บริโภค วงเงินของบัตรเครดิตก็จะขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค ถ้ารายได้สูงขึ้น วงเงินการใช้บัตรก็สูงขึ้นตาม ดังนั้นการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ก็จะสูงขึ้นตาม”(ภาครัฐ)</p>

3.1.4 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า จากวิธีการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ที่ได้รับค่านิยมมากขึ้น เนื่องจากก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วต่อผู้ใช้บริการ แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีการพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น แต่ความเสี่ยงของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ย่อมเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวมีผลโดยตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นจากตัวระบบหรือการชำระเงิน เช่น ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นบนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นก่อนทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงที่ลูกค้าไม่สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดสินค้ากับพนักงานขายได้โดยตรง และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นหลังทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงในการรอรับสินค้า เกิดขึ้นได้จากความเสี่ยงทางเทคโนโลยี ได้แก่ ความถูกต้องในการทำธุรกรรม การรักษาความลับลูกค้า และความปลอดภัยทางเทคโนโลยี และความเสี่ยงทางธุรกิจจากการขอข้อมูลส่วนตัวลูกค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า หรือการที่ผู้ขายนำข้อมูลลูกค้าไปใช้ในทางที่ผิด รวมถึงอาจเกิดจากสถานะภาพทางการเงินของบุคคล คู่สัญญาหรือจากระบบกฎหมายที่ใช้บังคับกับระบบการชำระเงินของแต่ละประเทศ ผลกระทบอาจวัดมูลค่าเป็นความเสียหายของคู่กรณีหรือกระทบความเชื่อมั่นต่อระบบการชำระเงิน เช่น กรณีชำระผิดพลาดหรือล่าช้า จะมีค่าใช้จ่ายในการโอนเงินกลับหรือเรียกเงินคืน เกิดค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยและอื่น ๆ (Replacement Cost) กรณีไม่ได้รับชำระหรือได้รับชำระไม่ครบก็เกิดส่วนที่ขาด (Principal Loss) และในบางกรณีที่มีมูลค่าสูงหรือเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก ก็อาจกระทบถึงความมั่นคงของสถาบันการเงินหนึ่ง ต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ถึงรายอื่น ๆ และเสถียรภาพของระบบการเงิน (Systemic Risk) ในที่สุด ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคแต่ละคนไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับค่านิยม มาตรฐานของแต่ละคน หรือแต่ละสังคมว่าจะกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ไว้ที่ระดับใด เปรียบเทียบโดยใช้อะไรเป็นมาตรฐาน แต่ผู้บริโภคมักจะประเมินความเสี่ยง โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายที่จะต้องสูญเสียไป ยิ่งรับรู้ความเสี่ยงมากขึ้นเท่าไรยิ่งส่งผลให้มีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์น้อยลงเท่านั้น

สำหรับการดำเนินงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค พบว่า บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจะมีระบบรักษาความปลอดภัยระบบ SSL Verified e-payment ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินงานได้รวดเร็วและทันที (Real Time) เมื่อชำระด้วยบัตรเครดิต ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย มีการดำเนินงานโดยการดูแลความเสี่ยง (Settlement Risk) ออกนโยบายกำหนดให้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิต ต้องมีระบบ chip ภายในบัตรเครดิต เพราะป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการขโมยข้อมูลผู้บริโภค นอกจากนี้ยังดูแลลดความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน ซึ่งเป็นการดูแลให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงการคุ้มครองและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง สามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงิน ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
ภาคเอกชน	<p>เลือกธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก - อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่ำ - การปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด - พิจารณาสีทธิประโยชน์ เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้ <p>พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระ</p>	<p>“การรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้าแต่ละคนไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับมาตรฐานของแต่ละคนว่าจะกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ไว้ที่ระดับใด เปรียบเทียบโดยใช้อะไรเป็นมาตรฐาน แต่ลูกค้ามักจะประเมินความเสี่ยงค่าใช้จ่ายที่ต้องสูญเสีย ยิ่งรับรู้ความเสี่ยงมากขึ้น ยิ่งมีส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์น้อยลงเท่านั้น”(ภาคเอกชน)</p> <p>“ปกติบริษัทที่มีช่องทางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จะมีระบบรักษาความปลอดภัยอยู่แล้ว เป็นระบบที่เรียกว่า SSL Verified e-payment ทันสมัย น่าเชื่อถือรวดเร็ว แบบ real time” (ภาคเอกชน)</p> <p>“เวลาที่จะทำ Payment ต้อง one time pin เข้าไปที่โทรศัพท์มือถือเพื่อเป็นการ verified ว่าคุณเป็นเจ้าของบัตรใบนี้จริง ๆ” (ภาคเอกชน)</p>
	<p>สร้างความเชื่อมั่นด้านขั้นตอนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีระบบรักษาความปลอดภัยเรียกว่า SSL Verified e-payment - ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย น่าเชื่อถือรวดเร็วแบบ Real-time เมื่อชำระด้วยบัตรเครดิต 	<p>“เราก็จะบอกว่าภัยมีอะไรบ้าง ป้องกันอย่างไร เช่น เอาบัตรไปซื้อบิงอออนไลน์หรือทำผ่าน E-commerce เวลาใช้ออนไลน์แล้วไปคลิกมายแวร์ก็จะฝังในคอมพิวเตอร์ พอเราเริ่มทำธุรกรรมทางการเงินมันก็จะเห็น User Name, Password” (ภาคเอกชน)</p>
	<p>ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บัตรเครดิตหรือการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>“เราก็จะบอกว่าภัยมีอะไรบ้าง ป้องกันอย่างไร เช่น เอาบัตรไปซื้อบิงอออนไลน์หรือทำผ่าน E-commerce เวลาใช้ออนไลน์แล้วไปคลิกมายแวร์ก็จะฝังในคอมพิวเตอร์ พอเราเริ่มทำธุรกรรมทางการเงินมันก็จะเห็น User Name, Password” (ภาคเอกชน)</p>
ภาครัฐ	<p>กำหนดนโยบาย ดูแลความเสี่ยง ให้ความคุ้มครอง และความรู้แก่ผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดูแลความเสี่ยงดูแลการชำระบัญชี (settlement risk) - ออกนโยบายกำหนดให้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิต ต้องมีระบบ chip ภายในบัตรเครดิต 	<p>“ระบบการใช้บัตรเครดิตมันก็มีความเสี่ยงอยู่ เกิดได้ทั้งที่ตัวระบบ และขั้นตอนการชำระเงิน เช่น ก่อนทำธุรกรรม ลูกค้าติดต่อสอบถามรายละเอียดสินค้ากับพนักงานขายโดยตรงไม่ได้ หลังทำธุรกรรม ก็เสี่ยงที่รอรับสินค้า ด้านเทคโนโลยี ก็เสี่ยงตรงความถูกต้องตอนทำธุรกรรม การรักษาความลับทางธุรกิจ คนขายสินค้าเองก็เสี่ยง เสี่ยงจากการขอข้อมูลส่วนตัวลูกค้าก่อนซื้อแล้วนำข้อมูล</p>

ตารางที่ 4.18 การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

หน่วยงาน	การดำเนินงาน	ตัวอย่างคำพูด (Verbatim)
	<ul style="list-style-type: none"> - ดูแลลดความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน ซึ่งเป็นการดูแลให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล - ให้การคุ้มครองและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง สามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม - สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงิน 	<p>ลูกค้าไปใช้ในทางที่ผิด ตรงนี้ส่งผลกระทบต่อ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค” (ภาครัฐ)</p> <p>“เราพยายามทำตัวโครงสร้างพื้นฐาน ก็มี การคุยกันผู้ให้บริการ อีเพย์เมนท์ ว่า เรา อาจจะทำเป็นระบบ ระบบตรงนี้ก็ทำให้ ร้านค้าต่าง ๆ มาเชื่อมต่อตัว payment gateway ได้ง่ายขึ้น” (ภาครัฐ)</p> <p>“ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับ สถานะภาพทางการเงินของบุคคลคู่สัญญาหรือจากระบบ กฎหมายที่ใช้บังคับกับระบบการชำระเงิน ของแต่ละประเทศ เช่น กรณีชำระ ผิดพลาดหรือล่าช้า จะมีค่าใช้จ่ายในการ โอนเงินกลับหรือเรียกเงินคืน เกิดค่าใช้จ่าย ดอกเบี้ย และอื่น ๆ ส่วนกรณีที่ไม่ได้รับ ชำระหรือชำระไม่ครบ ก็เกิดส่วนที่ขาด (Principal Loss) ถ้ามีมูลค่าสูงมากก็จะ กระทบถึงความมั่นคงของสถาบันการเงิน เป็นลูกโซ่และทำให้ขาดเสถียรภาพของ ระบบการเงิน” (ภาครัฐ)</p> <p>“มีกิจกรรมการทำมาตรฐานร่วมกับ แบงก์ชาติ เป็นมาตรฐานในการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์” (ภาครัฐ)</p>