

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 5 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาการจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 4. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น และ 5. เพื่อศึกษาดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 แบบ คือ 1. ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และ 2. ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เพื่อศึกษาปรากฏการณ์จริง (Phenomenon Study) และนำข้อมูลมาใช้ในการอธิบายและยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยบัตรเครดิตใน 4 ภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ 1. ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ 2. ภาคใต้ จังหวัดสงขลา 3. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น 4. ภาคกลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนไม่จำกัด (Infinite Population)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยบัตรเครดิต ใน 4 ภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ 1. ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ 2. ภาคใต้ จังหวัดสงขลา 3. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น 4. ภาคกลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง จังหวัดละ 100 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ขั้นตอน (Two-stage Sampling) คือ 1. กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน (Quota Sampling) กระจายตาม 4 ภูมิภาคในประเทศไทย ภูมิภาคละ 1 จังหวัด เนื่องจากไม่สามารถกำหนดขอบเขตของประชากรได้แน่นอน และไม่ทราบมีสัดส่วนของผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ 2. ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรแฝง 5 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ 24 ตัวแปร ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝงภายใน มี 4 ตัวแปร ได้แก่ 1. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 9 ตัวแปร ได้แก่ การยอมรับ การปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล การแปลงค่าเงินค่าใช้จ่ายต่ำ การบูรณาการ ความปลอดภัย ความเที่ยงตรง ง่ายต่อการใช้ และรองรับลูกค้าใหม่ 2. ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ก่อนซื้อ

สินค้า ขณะใช้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และซื้อสินค้า 3. ตัวกลางการชำระเงิน ซึ่งวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และสิทธิประโยชน์ 4. การการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเสี่ยงทางกายภาพ ความเสี่ยงทางการดำเนินงาน ความเสี่ยงทางจิตวิทยา ความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงสูญเสียเวลา ส่วนตัวแปรแฝงภายนอก มี 1 ตัวแปร ได้แก่ การจัดการการเงินส่วนบุคคล ซึ่งวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ การจัดการเงินสด การจัดการหนี้ และการจัดการต้นทุน

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่ศึกษา ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษา ทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 6 ตอน 6 ตอน คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 9 ข้อ 3. ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 15 ข้อ 4. ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 21 ข้อ 5. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 21 ข้อ 6. ตัวกลางการชำระเงิน (ผ่านการใช้บัตรเครดิต) จำนวน 7 ข้อ และ 7. การจัดการการเงินส่วนบุคคล จำนวน 12 ข้อ และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาปรากฏการณ์จริงและนำข้อมูลมาใช้ในการอธิบายและยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย และตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า 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 .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 กลุ่มตัวอย่างทำงานในอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชนมากที่สุด 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

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตประกอบด้วย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนบัตรเครดิต 1 ใบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 29.75 และมีจำนวนบัตรเครดิต 3 ใบ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.50 เมื่อพิจารณาตามสถานที่สั่งซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต 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 และชำระเงินด้วยเช็คน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.50 โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บัตรเครดิตและบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ไม่สะดวก ต้องเติมเงินก่อนใช้ คิดเป็นร้อยละ 33.78 รองลงมาคือ มีร้านค้าที่รับบัตรเครดิต บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อย ขึ้นตอนยุ่งยาก และใช้บัตรเครดิตสะดวกกว่าและครอบคลุมทุกบัตรแล้ว คิดเป็นร้อยละ 9.46 6.76 และ 6.76 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามประเภทสินค้า/บริการที่สั่งซื้อและใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 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 เมื่อพิจารณาตามอุปกรณ์ที่ใช้บ่อยที่สุดสำหรับการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถตอบได้หลายคำตอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้โทรศัพท์มือถือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.75 รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ต่อเน็ตบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 41.50 และใช้แท็บเล็ตน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 เมื่อพิจารณาตามความถี่ของการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บัตรเครดิต 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) โดยจ่าย

เต็มทุกงวด คิดเป็นร้อยละ 56.00 และผ่อนชำระเป็นงวด (ผ่อนชำระโดยจ่ายยอดขั้นต่ำ) คิดเป็นร้อยละ 44.00 เมื่อพิจารณาตามจำนวนเงินมากที่สุด ที่เคยชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.25 และเคยชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.1 ผลการวิเคราะห์การจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์การจัดการการเงินส่วนบุคคล พบว่า การจัดการการเงินส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยด้านการจัดการต้นทุนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการจัดการเงินสด และด้านการจัดการหนี้ ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงิน พบว่า การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยด้านสิทธิประโยชน์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านค่าธรรมเนียม และด้านอัตราดอกเบี้ย ตามลำดับ

2.3 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยง พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยด้านความเสี่ยงสูญเสียเวลามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเสี่ยงทางกายภาพ และด้านความเสี่ยงการดำเนินงาน ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น พบว่า ความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยความเชื่อมั่นด้านทำการซื้อสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นด้านนำเสนอข้อมูล และความเชื่อมั่นด้านขณะใช้บริการ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยด้านการยอมรับมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการรองรับลูกค้าใหม่ และด้านการแปลงค่าเงิน ตามลำดับ

2.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุ การจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 21 ตัวแปร โดยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวนทั้งสิ้น 276 คู่ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 276 คู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกคู่เป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก) และมีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.116 ถึง 0.886 โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ตัวแปรค่าธรรมเนียมกับอัตราดอกเบี้ย ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ตัวแปรความเสี่ยงทางจิตวิทยากับการซื้อสินค้า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลลิสรลต่อไป

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุการจัดการการเงินส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมา คือ ความเชื่อมั่นและตัวกลางการชำระหนี้ ตามลำดับ และตัวแปรการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับอิทธิพลทางอ้อม จากตัวแปรการจัดการการเงินส่วนบุคคล โดยส่งผ่านตัวแปรความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระหนี้ และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

3.1 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

เพื่อให้สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ตามสมมติฐานการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 2 และ 3 การจัดการการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่น การเลือกใช้บริการตัวกลาง และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ และ**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7** การจัดการการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางอ้อมต่อการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง และความเชื่อมั่น

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การจัดการการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า ผู้บริโภคปัจจุบันมีความต้องการชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่นเดียวกับจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากมีความสะดวก ใช้ง่าย รวมถึงช่วยในเรื่องของการจัดการการเงินส่วนบุคคล ทั้งในแง่ของ

การชะลอการจ่ายเงินสด สามารถเก็บเงินสดไว้กับตนได้นานมากขึ้น สามารถนำเงินเก็บไว้ใช้อย่างอื่นได้ เช่น ใช้ในยามฉุกเฉิน ใช้เพื่อลงทุน และยังสามารถควบคุมการใช้จ่ายเงินได้มากกว่าการใช้เช็คหรือเงินสด ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินมากขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการจัดการเงินสดวิธีหนึ่งในแง่ของการจัดการหนี้สิน การใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถวางแผนการผ่อนชำระเงินธนาคารเจ้าของบัตรเครดิตได้ เมื่อซื้อสินค้าและบริการ สร้างวินัยการจ่ายเงินหรือจ่ายหนี้ นอกจากนี้ประโยชน์ในแง่ของการจัดการต้นทุนนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า ผู้บริโภคมักจะคำนึงถึงความคุ้มค่าของต้นทุนที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเปรียบเทียบกับการใช้จ่ายเงินสด และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต เช่น คะแนนสะสมจากบัตรเครดิตเพื่อแลกซื้อสินค้าหรือได้รับส่วนลดจากการซื้อสินค้าอื่น รวมถึงการชำระค่าสินค้าและบริการแบบผ่อนชำระเทียบกับการชำระในครั้งเดียว

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงส่งผลให้ภาครัฐและภาคเอกชนกระตุ้นการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น โดย 1) **ในด้านความเชื่อมั่น** ส่งผลทำให้ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจึงมีการดำเนินงานที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการพัฒนาข้อมูลหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้คนซื้อเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น เช่น มีข้อมูลที่อยู่อีเมล Line เบอร์โทรเพื่อติดต่อได้สะดวก รายชื่อกรรมการบริหาร มีการเชื่อมโยงไปสู่ลิงค์ที่เกี่ยวข้อง ข้อบังคับ นโยบาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค และออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้บริโภคใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัย SSL ส่วนขั้นตอนการชำระเงินนั้น มีการอธิบายขั้นตอนการชำระเงินอย่างละเอียด ข้อห้ามขอเงินคืน (Non Refund) และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็น Real-time ประกอบกับมีช่องทางการชำระเงินอย่างหลากหลาย เมื่อผู้บริโภคทำการซื้อสำเร็จจะมีระบบแจ้งผลโดยทันทีและมีการแจ้งยืนยันเมื่อได้รับเงินแล้วและยืนยันวันที่ส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เองที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวางระบบตรวจสอบความถูกต้องก่อนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐานสากล ได้แก่ การให้ผู้บริโภคใส่หมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุของบัตร และ CVV (Card Verification Value) ซึ่งเป็นตัวเลข 3 หลักสุดท้ายที่พิมพ์ไว้ด้านหลังบัตรเครดิตในหน้า Website ของการชำระเงิน เพื่อให้เกิดการปลอมแปลงยากขึ้น เพราะตัวเลข CVV จะไม่ถูกพิมพ์เป็นตัวนูนไว้ด้านหลังบัตร อันหมายถึงร้านค้าทั่วไปที่รับบัตรเครดิตที่หน้าร้านจะไม่มีหมายเลขนี้เก็บไว้บน slip ฉบับของร้านค้า นอกจากนี้ยังมีระบบการตรวจสอบตัวบุคคล (Authentication) โดยการให้ลูกค้าของธนาคารผู้ออกบัตรสมัครขอรหัสส่วนตัวสำหรับใช้ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แต่ละครั้ง โดยเรียกระบบดังกล่าวว่า “Verified by VISA” หรือ “Master Card Secure Code” แล้วแต่ที่ว่าผู้สมัครจะใช้บัตรเครดิตชนิดใด ซึ่งตอบสนองมาตรฐานการวิจัยข้อที่ 1 การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 2) **ด้านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์** ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจะมีการเลือกธนาคารโดยพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ให้ระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการเงินของผู้บริโภค รวมถึงความน่าเชื่อถือของ

ธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย ดำเนินงานโดยการกำหนดนโยบายเพื่อควบคุมการก่อหนี้ ความสามารถในการก่อหนี้ ควบคุมอัตราดอกเบี้ย ไม่ให้สูงจนเกินไป และควบคุมค่าธรรมเนียม ไม่เก็บค่าธรรมเนียมรายปี ซึ่งบัตรเครดิตมีค่าธรรมเนียมสูงกว่าบัตรเดบิตและบัตร e-money การชำระเงินเกินกำหนด ค่าทวงหนี้ต้องเหมาะสม เนื่องจากแต่ละธนาคารมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการปกป้องผู้บริโภค ซึ่งตอบสนองมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 3) ด้านการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการ มีการดำเนินงานโดยมีระบบรักษาความปลอดภัยระบบ SSL Verified E-payment ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินงานได้รวดเร็ว Real Time ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย มีการดำเนินงานโดยการดูแลความเสี่ยงเสถียรภาพของระบบการเงิน ออกนโยบายกำหนดให้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิต ต้องมีระบบ Chip ภายในบัตรเครดิต เพราะป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการขโมยข้อมูลผู้บริโภค นอกจากนี้ยังดูแลความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน ซึ่งเป็นการดูแลให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงการคุ้มครองและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง สามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงิน ซึ่งตอบสนองมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

3.1.2 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ด้านความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่า ปัจจุบันการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับเพิ่มมากขึ้น เพราะหลายๆ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมุ่งส่งเสริมและสนับสนุน รวมถึงกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้บริโภค เพราะเป็นสิ่งที่จำเป็นมากในการกระตุ้นยอดขายสำหรับภาคเอกชนและกระตุ้นการใช้งานที่มากขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะในเรื่องของข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลบัตรเครดิต รวมถึงข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่อาจเกิดการขโมยหรือสูญหาย หากผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นจะส่งผลให้การใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภครู้สึกไม่เชื่อมั่นจะส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ลดลงด้วยเช่นเดียวกัน สำหรับภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการ เช่น agoda, booking.com มีการดำเนินงานร่วมกับธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต โดยในขั้นตอนของการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น จะมีการสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับบัตร ชื่อ ชื่อ-นามสกุล เลขที่บัญชี วันที่บัตรหมดอายุ VC รหัส OTP ที่ส่งเป็นข้อความเข้า

เบอร์โทรศัพท์ของผู้บริโภคโดยตรง และมีการยืนยันหลังจากการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเสร็จสิ้นแบบ Real-time เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแบบนี้ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น แต่เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ภาคเอกชน จะมีการพัฒนาข้อมูลหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้คนซื้อเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น เช่น มีข้อมูลที่อยู่ที่ E-mail Line เบอร์โทรเพื่อติดต่อได้สะดวก รายชื่อกรรมการบริหาร มีการเชื่อมโยงไปสู่ลิงค์ที่เกี่ยวข้อง ข้อบังคับ นโยบาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าไว้วางใจให้กับผู้บริโภค และออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้บริโภคใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัย SSL ส่วนขั้นตอนการชำระเงินนั้น มีการอธิบายขั้นตอนการชำระเงินอย่างละเอียด ข้อห้ามขอเงินคืน (Non refund) และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็น Real-time ประกอบกับมีช่องทางการชำระเงินอย่างหลากหลาย เมื่อผู้บริโภคทำการซื้อสำเร็จจะมีระบบแจ้งผลทันที และมีการแจ้งยืนยันเมื่อได้รับเงินแล้วจะยืนยันวันที่ส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เองที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวางระบบตรวจสอบความถูกต้องก่อนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐานสากล ได้แก่ การให้ผู้บริโภคใส่หมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุของบัตร และ CVV (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

3.1.3 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่า นอกจากเงินสดที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของการซื้อขายแลกเปลี่ยนได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว บัตรเครดิตก็มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับเงินสดอย่างมาก โดยบัตรเครดิตไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้ทดแทนเงินสดเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากการเป็นผู้ถือบัตรเครดิตก่อให้เกิดความนิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งแต่เดิมการให้บริการจะจำกัดเฉพาะกลุ่มธนาคารพาณิชย์เท่านั้น แต่ในปัจจุบันสถาบันการเงินและธนาคารของต่างประเทศก็หันมาให้ความสนใจดำเนินธุรกิจด้านบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น ทำให้การแข่งขันในการให้บริการเป็นไปอย่างรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิต การไม่คิดค่าธรรมเนียมการถือบัตรเครดิต แข่งขันกันลดเงื่อนไขความยุ่งยากให้กับลูกค้า การสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อแลกรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น ดังเช่น เมื่อผู้บริโภคได้รับ

ส่วนลดพิเศษจากการใช้บัตรเครดิตจะส่งผลให้มูลค่าการใช้บัตรเครดิตนั้น ๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้าและบริการที่ซื้อผ่านบัตรเครดิตมีราคาลดลง ส่วนในแง่ระดับรายได้ของผู้บริโภค วงเงินของบัตรเครดิตจะขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค เมื่อระดับรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคได้รับวงเงินการใช้บัตรเครดิตสูงขึ้น ดังนั้นมูลค่าการใช้บัตรเครดิตจึงปรับตัวได้เพิ่มขึ้นตามระดับรายได้ของผู้บริโภค หรือเมื่อสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ก. จัดรายการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดแก่ผู้ที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกับร้านค้าที่ร่วมรายการ จะส่งผลให้มูลค่าการใช้ผ่านบัตรเครดิต ข ลดลง เพราะผู้บริโภคหันไปใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ก. มากขึ้น เป็นต้น

สำหรับการดำเนินงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นนั้น พบว่า บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจะมีการเลือกธนาคารโดยพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ให้ระยะเวลาการปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการเงินของผู้บริโภค รวมถึงความน่าเชื่อถือของธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ขณะที่ภาครัฐ ส่วนใหญ่จะมุ่งดำเนินงานโดยการกำกับดูแลถึงความเหมาะสมในการป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงเพื่อรักษาความมั่นคงทางการเงินและพาณิชย์ รวมถึงเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับ ในระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หรือป้องกันความเสียหายต่อผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินงานโดยกำกับดูแลดังกล่าวเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

3.1.4 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ยืนยันถึงสมมติฐานในส่วนนี้เป็นอย่างดี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า จากวิธีการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากก่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วต่อผู้ใช้บริการ แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีการพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น แต่ความเสี่ยงของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ย่อมเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวมีผลโดยตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นจากตัวระบบหรือการชำระเงิน เช่น ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นบนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นก่อนทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงที่ลูกค้าไม่สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดสินค้ากับพนักงานขายได้โดยตรง และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นหลังทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงในการรอรับสินค้า เกิดขึ้นได้จากความเสี่ยงทางเทคโนโลยี ได้แก่ ความถูกต้องในการทำธุรกรรม การรักษาความลับลูกค้า และความปลอดภัยทางเทคโนโลยี และความเสี่ยงทางธุรกิจจากการขอข้อมูลส่วนตัวลูกค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า หรือการที่ผู้ขายนำข้อมูลลูกค้าไปใช้ในทางที่ผิด รวมถึงอาจเกิดจากสถานะภาพทางการเงินของบุคคล คู่สัญญาหรือจากกรอบกฎหมายที่ใช้บังคับกับระบบการชำระเงินของแต่ละประเทศ ผลกระทบอาจวัด

มูลค่าเป็นความเสียหายของคู่กรณีหรือกระทบความเชื่อมั่นต่อระบบการชำระเงิน เช่น กรณีชำระผิดพลาดหรือล่าช้า จะมีค่าใช้จ่ายในการโอนเงินกลับหรือเรียกเงินคืน เกิดค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยและอื่น ๆ (Replacement cost) กรณีไม่ได้รับชำระหรือได้รับชำระไม่ครบก็เกิดส่วนที่ขาด (Principal loss) และในบางกรณีที่มูลค่าสูงหรือเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก ก็อาจกระทบถึงความมั่นคงของสถาบันการเงินหนึ่ง ต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ถึงรายอื่น ๆ และเสถียรภาพของระบบการเงิน (Systemic risk) ในที่สุดซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคแต่ละคนไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับค่านิยม มาตรฐานของแต่ละคนหรือแต่ละสังคมว่าจะกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ไว้ที่ระดับใด เปรียบเทียบโดยใช้อะไรเป็นมาตรฐาน แต่ผู้บริโภคมักจะประเมินความเสี่ยงโดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายที่จะต้องสูญเสียไป ยิ่งรับรู้ความเสี่ยงมากขึ้นเท่าไรยิ่งส่งเสริมให้มีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์น้อยลงเท่านั้น

สำหรับการดำเนินงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค พบว่า บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจะมีระบบรักษาความปลอดภัยระบบ SSL Verified e-payment ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินงานได้รวดเร็ว (Real time) ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย มีการดำเนินงานโดยการดูแลความเสี่ยงการชำระดุล (Settlement risk) ออกนโยบายกำหนดให้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิต ต้องมีระบบ Chip ภายในบัตรเครดิต เพราะป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการขโมยข้อมูลผู้บริโภค นอกจากนี้ยังดูแลลดความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน ซึ่งเป็นการดูแลให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงการคุ้มครองและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง สามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงิน

อภิปรายผล

การอภิปรายผลในครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามผนวกกับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายออกเป็น 2 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การจัดการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่น การเลือกใช้บริการตัวกลาง และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการวิจัย พบว่า การจัดการการเงินส่วนบุคคลส่งผลต่อความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้น โดยจัดการการเงินส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความเชื่อมั่น รองลงมาคือ การรับรู้ความเสี่ยง และการเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงิน ตามลำดับ เนื่องจากการใช้บัตรเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวก ใช้ง่าย รวมถึงช่วยในเรื่องของการจัดการการเงินส่วนบุคคล ทั้งในแง่ของการชะลอการจ่ายเงินสด สามารถเก็บเงินสดไว้กับตนได้นานมากขึ้น สามารถนำเงินเก็บไว้ใช้อย่างอื่นได้ เช่น ใช้นิยามฉุกเฉิน ใช้เพื่อลงทุน

และยังสามารถควบคุมการใช้เงินได้มากกว่าการใช้เช็คหรือเงินสด ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินมากขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการจัดการเงินสดวิธีหนึ่ง ในแง่ของการจัดการหนี้สิน การใช้บริการเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถวางแผนการผ่อนชำระเงินธนาคารเจ้าของบัตรเครดิตได้เมื่อซื้อสินค้าและบริการ สร้างวินัยการจ่ายเงินหรือจ่ายหนี้ นอกจากนี้ประโยชน์ในแง่ของการจัดการต้นทุนนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sprenger & Stavins (2008) ที่พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตในประเทศสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่มองว่า สะดวกและสามารถแบ่งการชำระในแต่ละเดือนได้ นอกจากนี้ผู้ใช้บัตรเครดิตกับผู้ใช้เช็คหรือเงินสดจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องการใช้จ่ายต่อการใช้จ่าย ควบคุมการใช้เงินและงบประมาณต่าง ๆ ได้มากกว่าการใช้เช็ค หรือเงินสด การจัดการต้นทุน (Cost Management) ในการทำธุรกรรม (Cash Transaction Costs) ที่จะต้องจ่าย ด้วยเหตุผลดังกล่าว การใช้บริการเครดิตชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดการการเงินหรือควบคุมการใช้เงินได้ดีและมีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดการเงินสด หนี้ และต้นทุน แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงเกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ ความเชื่อมั่นและการรับรู้ความเสี่ยงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคอาจรู้สึกกว่าตนเองตกอยู่ในภาวะที่เสี่ยงและอาจถูกหลอกลวง ซึ่งการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีการกรอกข้อมูลให้กับเว็บไซต์ที่ไม่เคยเข้าใช้งานมาก่อน และการใช้บริการที่ต้องกรอกข้อมูลเลขบัตรเครดิตให้กับเว็บไซต์ขายสินค้าที่ไม่เคยติดต่อมาก่อน ซึ่งต้องอาศัยความเชื่อมั่น และการรับรู้ความเสี่ยง (Risk Perception) ร่วมด้วย เพื่อไม่เกิดการสูญเสียเงินโดยใช่เหตุ (Arango et. al., 2014) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li, Ward & Zhang (2012) ที่พบว่า การจัดการการเงินส่วนบุคคลทั้งด้านเงินสด หนี้ ต้นทุน และความไม่สะดวกมีความสัมพันธ์กับวิธีการชำระเงินโดยการทำธุรกรรมออนไลน์ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงส่งผลอย่างมากต่อการเลือกชำระเงิน และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในด้านการจัดการเงินสด จะช่วยในเรื่องของการชะลอการจ่ายเงินสด สามารถเก็บเงินสดไว้กับตนได้นานมากขึ้น สามารถนำเงินเก็บไว้ใช้จ่ายฉุกเฉิน ใช้เพื่อลงทุน และยังสามารถควบคุมการใช้เงินได้มากกว่าการใช้เช็คหรือเงินสด ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินมากขึ้น ด้านการจัดการหนี้ จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถวางแผนการผ่อนชำระเงินธนาคารเจ้าของบัตรเครดิตได้ สร้างวินัยการจ่ายเงินหรือจ่ายหนี้ ส่วนด้านการจัดการต้นทุนนั้น ผู้บริโภคมักจะคำนึงถึงความคุ้มค่าของต้นทุนที่เกิดจากการใช้บริการเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเปรียบเทียบกับการใช้เงินสด และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต เช่น คະแนนสะสมจากบัตรเครดิตเพื่อแลกซื้อสินค้าหรือได้รับส่วนลดจากการซื้อสินค้าอื่น รวมถึงการชำระค่าสินค้าและบริการแบบผ่อนชำระเทียบกับการชำระในครั้งเดียว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sprenger & Stavins (2008) ที่พบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ถือบัตรเครดิตในประเทศสหรัฐอเมริกาจะเป็นผู้ที่ค้างชำระหนี้บัตรเครดิต โดยผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่มองว่าสะดวกและสามารถแบ่งการชำระในแต่ละเดือนได้ นอกจากนี้ ผู้ที่ใช้บัตรเครดิตกับผู้ใช้เช็คหรือเงินสดจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องการใช้จ่ายต่อการใช้จ่าย ควบคุมการใช้เงินและงบประมาณต่าง ๆ ได้มากกว่าการใช้เช็คหรือเงินสด การจัดการต้นทุน (Cost Management) ในการทำธุรกรรม (Cash Transaction Costs) ที่จะต้องจ่าย และ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Krithivasann & Baskar (2014) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเสี่ยง ความสะดวก ต้นทุน และการเลือกชำระเงินออนไลน์ จากการทำธุรกรรมบน eBay ในรูปแบบ Probit และรูปแบบ Logit พบว่า ต้นทุนและความไม่สะดวกมีความสัมพันธ์กับวิธีการชำระเงินโดยการทำธุรกรรมออนไลน์ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะเรื่องความไม่แน่นอนเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่งผลอย่างมากต่อการเลือกชำระเงิน นอกจากนี้ยังพบว่าชื่อเสียงของผู้ประกอบการไม่ได้ส่งผลต่อการการเลือกชำระเงิน แต่ชื่อเสียงของผู้ประกอบการมีผลต่อการนำเสนอช่องทางชำระเงินออนไลน์ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงส่งผลให้ภาครัฐและภาคเอกชนกระตุ้นการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น โดย 1) ในด้านความเชื่อมั่น ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการได้พัฒนาข้อมูลหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้คนซื้อเกิดความเชื่อมั่น เช่น มีข้อมูลที่อยู่ E-mail Line เบอร์โทรเพื่อติดต่อได้สะดวก รายชื่อกรรมการบริหาร มีการเชื่อมโยงไปสู่ลิ้งค์ที่เกี่ยวข้อง ข้อบังคับ นโยบาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค และออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้บริโภคใช้งานได้ง่าย เข้าใจง่าย รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัย SSL ส่วนขั้นตอนการชำระเงินนั้น มีการอธิบายขั้นตอนการชำระเงินอย่างละเอียด ข้อห้ามขอเงินคืน (Non refund) และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็น Real-time ประกอบกับมีช่องทางชำระเงินอย่างหลากหลาย เมื่อผู้บริโภคทำการซื้อสำเร็จจะมีระบบแจ้งผลโดยทันทีและมีการแจ้งยืนยันเมื่อได้รับเงินแล้วและยืนยันวันที่ส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เองที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวางระบบตรวจสอบความถูกต้องก่อนชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐานสากล 2) ด้านการเลือกใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ภาคเอกชนจะมีการเลือกธนาคารโดยพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ให้ระยะเวลาสั้น การปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการเงินของผู้บริโภค รวมถึงความน่าเชื่อถือของธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ส่วนภาครัฐได้กำหนดนโยบายเพื่อควบคุมการก่อหนี้ ความสามารถในการก่อหนี้ ควบคุมอัตราดอกเบี้ยไม่ให้สูงจนเกินไป และควบคุมค่าธรรมเนียม ไม่เก็บค่าธรรมเนียมรายปี ค่าทวงหนี้ต้องเหมาะสม ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการปกป้องผู้บริโภค และ 3) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ภาคเอกชน มีการดำเนินงานโดยมีระบบรักษาความปลอดภัย เรียกว่า “ระบบ SSL Verified e-payment” ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินงานได้รวดเร็วทันที (Real time) เมื่อชำระด้วยบัตรเครดิต ระบบจะตัดยอดเงินในบัตรเครดิตทันที ส่วนภาครัฐ มีการดูแลความเสี่ยงในการชำระเงิน (Settlement risk) ออกนโยบายกำหนดให้ธนาคารเจ้าของบัตรเครดิต ต้องมีระบบชิป (Chip) ภายในบัตรเครดิต เพราะป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการขโมยข้อมูลผู้บริโภค นอกจากนี้ยังดูแลลดความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน ซึ่งเป็นการดูแลให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงการคุ้มครองและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้เข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตัวเอง สามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้ การเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงินที่ให้ข้อเสนอและสิทธิประโยชน์ที่คุ้มค่าที่สุดที่สุดยังเป็นวิธีการที่จะช่วยให้ผู้บริโภคจะสามารถบริหารการเงินให้มีสภาพคล่องได้ จึงทำให้จัดการการเงินส่วนบุคคลส่งผลต่อการเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Krithivasan & Baskar (2014) ที่พบว่า การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า มักจะเปรียบเทียบจากข้อเสนอและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับแตกต่างกันในแต่ละธนาคาร เพื่อให้สามารถจัดการเงินได้คุ้มค่าที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stewar et al. (2014) และ krithivasan & Baskar (2014) สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยด้านการเลือกใช้ใช้บริการตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัทที่ขายสินค้าและบริการจะมีการเลือกธนาคารสำหรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ต่ำ ให้ระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยในระยะเวลาที่กำหนด และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้บริโภคได้พิจารณาถึงในเรื่องต้นทุน การผ่อนชำระ ที่เกี่ยวข้องกับจัดการทางการเงินของผู้บริโภค รวมถึงความน่าเชื่อถือของธนาคารที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ส่วนภาครัฐ ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยดำเนินงานโดยการกำหนดนโยบายเพื่อควบคุมการก่อหนี้ ความสามารถในการก่อหนี้ ควบคุมอัตราดอกเบี้ย ไม่ให้สูงจนเกินไป และควบคุมค่าธรรมเนียม ไม่เก็บค่าธรรมเนียมรายปี ซึ่งบัตรเครดิตมีค่าธรรมเนียมสูงกว่าบัตรเดบิตและบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินเกินกำหนด ค่าทวงหนี้ต้องเหมาะสม เนื่องจากแต่ละธนาคารมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการปกป้องผู้บริโภค

จากผลการดำเนินงานทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค การกำหนดนโยบายเพื่อควบคุมการเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediators) ที่ส่งผลการจัดการเงินส่วนบุคคลของผู้บริโภคส่งผลทางอ้อมผลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. การความเชื่อมั่น การเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ การรับรู้ความเสี่ยง รองลงมา คือ ความเชื่อมั่น และการเลือกใช้ตัวกลางการชำระเงิน ตามลำดับ เนื่องจากการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจะมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ลดน้อยลง (Tiangsoongnern, 2007) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Martin & Camarero (2008) ที่สรุปว่าหากระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยและรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ขณะที่ข้อมูลการนำเสนอขององค์กรหรือเว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน ย่อมทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ ที่จะส่งผลโดยตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Roselius (1971) ที่พบว่า การรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาดซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่ปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัยและการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงการนำเสนอข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ครบถ้วน อาจนำไปสู่ความผิดหวัง ความ

ไม่พึงพอใจ และทำให้ผู้บริโภคไม่ตัดสินใจที่จะชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่า ความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นและส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เกิดจากปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นจากตัวระบบหรือการชำระเงิน เช่น ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นบนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นก่อนทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงที่ลูกค้าไม่สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดสินค้ากับพนักงานขายได้โดยตรง และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นหลังทำธุรกรรม ได้แก่ ความเสี่ยงในการรอรับสินค้า เกิดขึ้นได้จากความเสี่ยงทางเทคโนโลยี ได้แก่ ความถูกต้องในการทำธุรกรรม การรักษาความปลอดภัยลูกค้า และความปลอดภัยทางเทคโนโลยี และความเสี่ยงทางธุรกิจจากการขอข้อมูลส่วนตัวลูกค้าก่อนสั่งซื้อสินค้า หรือการที่ผู้ขายนำข้อมูลลูกค้าไปใช้ในทางที่ผิด รวมถึงอาจเกิดจากสถานะภาพทางการเงินของบุคคลคู่สัญญาหรือจากระบบกฎหมายที่ใช้บังคับกับระบบการชำระเงินของแต่ละประเทศ ผลกระทบอาจวัดมูลค่าเป็นความเสียหายของคู่กรณีหรือกระทบความเชื่อมั่นต่อระบบการชำระเงิน เช่น กรณีชำระผิดพลาดหรือล่าช้า จะมีค่าใช้จ่ายในการโอนเงินกลับหรือเรียกเงินคืน เกิดค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย และอื่น ๆ (Replacement cost) กรณีไม่ได้รับชำระหรือได้รับชำระไม่ครบก็เกิดส่วนที่ขาด (Principal loss) และในบางกรณีที่มูลค่าสูงหรือเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก ก็อาจกระทบถึงความมั่นคงของสถาบันการเงินหนึ่ง ต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ถึงรายอื่น ๆ และเสถียรภาพของระบบการเงิน (Systematic risk) ในที่สุด

ขณะที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่จะขึ้นอยู่กับตัวบุคคล ซึ่งจะได้รับมาจากทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดการตราสินค้า คุณภาพของการบริการ และการรับประกัน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้น (Srinivasan, 2004) สอดคล้องกับงานวิจัยของ McKnight & Choudhury (2006) ได้ทำการศึกษาความคลางแคลงใจและความเชื่อมั่นต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C (ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า) พบว่า ความเชื่อมั่น และความคลางแคลงใจส่งผลต่อความเต็มใจและความไม่เต็มใจในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tiangsoongnern (2007) สิ่งสำคัญที่เป็นแรงกระตุ้นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า บริษัทมีชื่อเสียงที่ดี ระบบข้อมูลน่าเชื่อมั่น และมีการประกันเรื่องของสินค้าและบริการ (Hamid & Cheng, 2013) รวมทั้งความเชื่อมั่น (Trust) ของเว็บไซต์ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่จะเชื่อมั่น และซื้อสินค้ากับเว็บไซต์ที่ตนเชื่อมั่นเท่านั้น สำหรับผู้ที่ไม่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ เนื่องจากไม่มั่นใจในเว็บไซต์ คุณภาพสินค้า ระบบหักบัญชีชำระค่าสินค้า หรือแม้กระทั่งไม่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าตรงตามกำหนดเวลา ส่วนการขาดการรักษาความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ขัดขวางการพัฒนาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Arango et al. (2014) ที่พบว่า หากผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นมักจะเชื่อมโยงกับความกังวลเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลการชำระเงินบัตรเครดิตและข้อมูลส่วนตัว ความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน กลัวถูกแอบอ้างนำเลขที่บัตรเครดิตไปใช้ และความกังวลเรื่องการสูญเสียข้อมูลส่วนตัว หากผู้บริโภคมีความกังวลสูงขึ้นไปจะมีผลโดยตรงต่อการซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ลดน้อยลง และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่

ใหญ่ มองว่า ปัจจุบันการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับเพิ่มมากขึ้น เพราะหลาย ๆ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมุ่งส่งเสริมและสนับสนุน รวมถึงกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้บริโภค เพราะเป็นสิ่งที่จำเป็นมากในการกระตุ้นยอดขายสำหรับภาคเอกชนและกระตุ้นการใช้งานที่มากขึ้น เพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะในเรื่องของข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลบัตรเครดิต รวมถึงข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่อาจเกิดการขโมยหรือสูญหาย หากผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น จะส่งผลให้การใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภครู้สึกไม่เชื่อมั่นจะส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ลดลงด้วยเช่นเดียวกัน

รวมถึงการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค มักจะเกี่ยวข้องกับตัวกลางการชำระเงิน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเปรียบเทียบจากค่าธรรมเนียม อัตราดอกเบี้ย ข้อเสนอ และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับแตกต่างกันในแต่ละธนาคาร ได้แก่ คะแนนสะสม (Reward options) การผ่อนชำระ เป็นต้น หากตัวกลางการชำระเงินข้อเสนอในเรื่องค่าธรรมเนียม อัตราดอกเบี้ย และสิทธิประโยชน์ที่ดีกว่า จะส่งผลโดยตรงต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้น (Krithivasan & Baskar, 2014) และสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่า บัตรเครดิตก็มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับเงินสดอย่างมาก ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้ทดแทนเงินสดเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทำให้สถาบันการเงินและธนาคารต่าง ๆ หันมาให้ความสนใจดำเนินธุรกิจด้านบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิต การไม่คิดค่าธรรมเนียมการถือบัตรเครดิต แข่งขันกันลดเงื่อนไขความยุ่งยากให้กับลูกค้า การสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อแลกกับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการการเงินส่วนบุคคลส่งผลต่อความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้น และการจัดการการเงินส่วนบุคคลส่งผลทางอ้อมต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ บริษัทบัตรเครดิต และบริษัทที่ขายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต ควรส่งเสริมการทำธุรกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยส่งเสริมการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทดแทนเงินสด เช่น บัตรเครดิต ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถควบคุมการเงินได้ดีขึ้น ทำให้สามารถประมาณการรับและการจ่าย และสภาพคล่องทางการเงินได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นวิธีการบริหารเงินสดที่ช่วยให้บุคคลไม่มีปัญหาเงินสดขาดมือ และมีเงินสดไว้เพื่อเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ไม่คาดหวังจะเกิดขึ้น สามารถผ่อนชำระเป็นงวดได้ รวมถึงยังได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรเครดิต เช่น

คะแนนสะสมจากบัตรเครดิตเพื่อแลกซื้อสินค้าได้อีกด้วย และควรมีมาตรการเพื่อบริหารความเสี่ยง และส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการชำระเงิน สามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง และเข้าใจบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการคุ้มครองดูแลผู้บริโภค และมีการกำกับดูแลที่สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในการใช้บริการ ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ว่าจะเป็นไปได้ไปอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่น ตัวกลางการชำระเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ บริษัทบัตรเครดิต และบริษัทที่ขายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต ควรให้ความสำคัญในการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยเพิ่มการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลการชำระเงินบัตรเครดิตและข้อมูลส่วนตัว โดยมีการกำหนดมาตรฐานบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการสูญเสียนเงิน ข้อมูล เวลาที่อาจเกิดขึ้น ผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าใจ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการชำระเงินให้มีผู้บริโภคมียช่องทางชำระเงินที่สะดวกรวดเร็วขึ้น เพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. โมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นนี้ เป็นเพียงขั้นตอนเริ่มต้นของการพัฒนาแนวคิดเชิงทฤษฎีเท่านั้น ดังนั้นจึงควรได้รับการพัฒนาและทดสอบต่อไป ซึ่งในสภาพความเป็นจริง อาจมีตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาโมเดล เช่น Personal Financial Knowledge, Credit card practices, Purchase Intention เพื่อให้โมเดลสามารถอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ชัดเจนและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. ผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากับผู้ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยบัตรเครดิตเท่านั้น จึงไม่ครอบคลุมไปยังผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยบัตรอื่น ๆ เช่น บัตรเดบิต บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) ดังนั้นจึงควรนำตัวแบบที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัตรเดบิตด้วย เพื่อให้ผลการวิจัยที่ได้มีความถูกต้องชัดเจนและครอบคลุมประชากรในขอบเขตที่กว้างมากขึ้น

3. การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบตัดขวางในช่วงเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจทำให้เกิดความแตกต่างของผลการศึกษาได้ ดังนั้นการศึกษาแบบต่อเนื่อง (Longitudinal study) จึงนับเป็นหนทางที่น่าสนใจ เพื่อให้ได้รับข้อมูลการพัฒนาการของผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างแท้จริง และจะเป็นการศึกษาผู้บริโภคในระยะยาว ซึ่งอาจทำให้เกิดผลที่แตกต่าง