



การศึกษาแนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมไซเบอร์ต่อ กรณีการซื้อสินค้าออนไลน์

A Study of Guidelines for Preventing Cybercrime Victimization in the Case of Online Purchases

ธนโชติ นาคะโฆษิตสกุล* และ ธรรมวิทย์ เทอดอุดมธรรม
คณะอาชญาวิทยาและการบริหารงานยุติธรรม มหาวิทยาลัยรังสิต

Thanachote Nakakositsukul* and Thamavit Terdudomtham
Faculty of Criminology and Justice Administration, Rangsit University

Received: May 13, 2025 | Revised: May 26, 2025 | Accepted: June 30, 2025

บทความวิจัย (Research Article)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) รูปแบบของการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ (2) ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ และ (3) แนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 ราย ประกอบด้วยผู้เสียหายจากการหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์ จำนวน 15 ราย และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีหน้าที่ในการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมไซเบอร์ จำนวน 5 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของการตกเป็นเหยื่อสามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า และการได้รับสินค้าที่ไม่ตรงตามที่โฆษณา ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อ ได้แก่ การขาดทักษะในการตรวจสอบข้อมูลและรู้เท่าทันกลโกง การตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยความเร่งรีบ ความคุ้นชินกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ความซับซ้อนของกลวิธีที่ผู้กระทำผิด และภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีกับผู้กระทำผิด แนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันภัยดิจิทัลแก่ประชาชน การพัฒนาระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ปลอดภัย การกำหนดมาตรฐานการยืนยันตัวตนในการซื้อขายออนไลน์ และการปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมให้เข้าถึงง่ายและไม่ก่อภาระเกินสมควร การศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการวิเคราะห์พฤติกรรมของเหยื่อในเชิงอาชญาวิทยา และโครงสร้างของสังคมออนไลน์ที่เอื้อต่อการกระทำความผิด ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบายสาธารณะและมาตรการป้องกันการอาชญากรรมไซเบอร์อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

คำสำคัญ: อาชญากรรมไซเบอร์, การตกเป็นเหยื่อ, การซื้อขายสินค้าออนไลน์, การรู้เท่าทันดิจิทัล, แนวทางป้องกันการอาชญากรรม

* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (corresponding author); email: thanachote@outlook.com



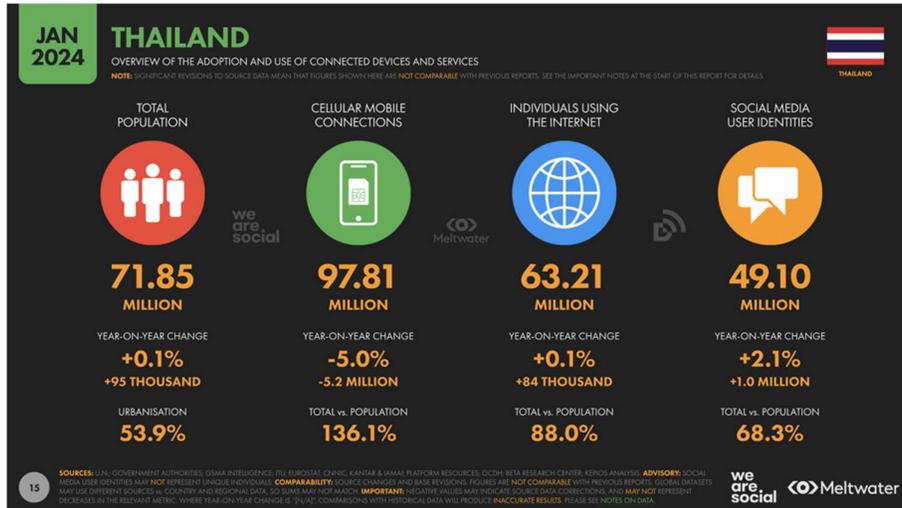
Abstract

The objectives of this research were to study (1) the patterns of cybercrime victimization in the case of online shopping, (2) the contributing factors to victimization of cybercrime in such cases, and (3) the preventive guidelines against cybercrime victimization in the context of online purchasing. This research employed a qualitative research methodology using semi-structured in-depth interviews. The key informants consisted of 20 participants, including 15 victims of online shopping fraud and 5 government officers responsible for the prevention and suppression of cybercrime. The findings revealed that the patterns of victimization could be categorized into two types: (1) purchasing goods without receiving them, and (2) receiving products that did not match the advertisements. The contributing factors included a lack of skills in detecting fraud and verifying information, hasty purchasing decisions, familiarity with online shopping practices, the complexity of deceptive tactics used by offenders, and limitations in legal proceedings, such as delays, and high costs incurred during the justice process. The preventive guidelines suggested by the study included promoting digital literacy and cyber-risk awareness among the public, developing more secure online shopping systems, establishing identity verification standards for online transactions, and improving access to justice in a manner that does not create undue burdens. This study emphasized the importance of analyzing victim behavior from the perspective of victimology and understanding the structural conditions of the online environment that facilitate criminal activities. The results can be used as a foundation for establishing systematic and sustainable public policies and cybercrime prevention measures.

Keywords: cybercrime, victimization, online shopping, digital literacy, crime prevention guideline

บทนำ

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการซื้อขายสินค้าและบริการ ซึ่งเปลี่ยนจากการพบปะโดยตรงมาเป็นการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ แม้ระบบดังกล่าวจะช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มความรวดเร็วในการซื้อขาย แต่ขณะเดียวกันก็เปิดช่องให้เกิดอาชญากรรมในรูปแบบของอาชญากรรมไซเบอร์ ซึ่งผู้กระทำผิดใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดและหลอกลวงประชาชน



ภาพที่ 1 ภาพรวมของการเข้าถึงและการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (ที่มา: DataReportal, 2024)

จากรายงานภาพรวมของการเข้าถึงและการใช้งานอุปกรณ์และบริการที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (DataReportal, 2024) ประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 63.21 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 88 ของประชากรทั้งประเทศ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ขณะเดียวกัน จากข้อมูลของ Royal Thai Police (2023) พบว่า ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2565 ถึงวันที่ 20 ธันวาคม 2566 มีการแจ้งความคดีออนไลน์จำนวนทั้งสิ้น 391,631 คดี คิดเป็นมูลค่าความเสียหายรวมกว่า 10,112 ล้านบาท โดยประเภทคดีที่มีการแจ้งความมากที่สุด คือ คดีหลอกลวงซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ ซึ่งมีจำนวน 160,819 คดี คิดเป็นมูลค่าความเสียหายกว่า 2,306 ล้านบาท

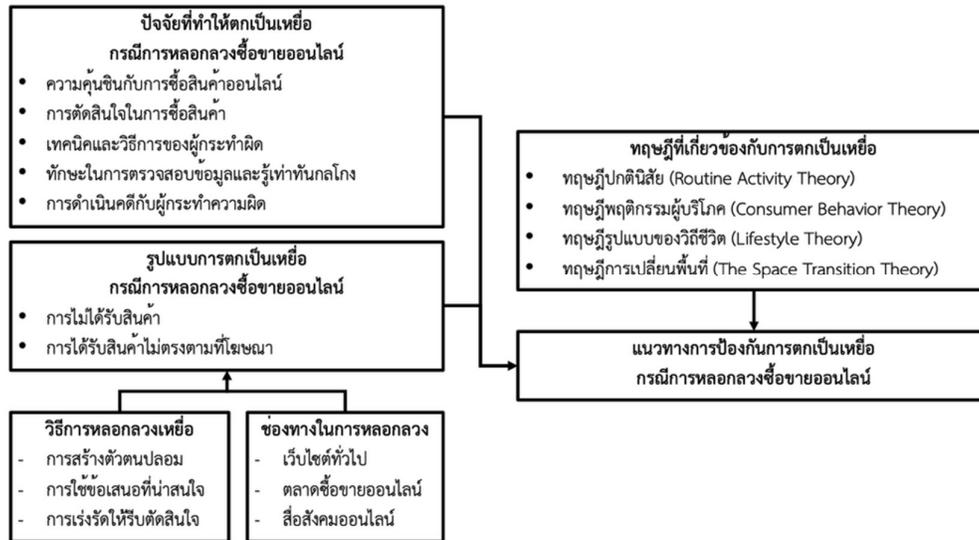
นอกจากนี้ Ministry of Digital Economy and Society (2021) รายงานว่า ปัญหาการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่พบมากที่สุด ได้แก่ กรณีผู้บริโภคไม่ได้รับสินค้าหลังจากชำระเงิน และกรณีได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับที่โฆษณาไว้ โดยช่องทางที่ถูกร้องเรียนมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 และแพลตฟอร์มตลาดกลางออนไลน์

ดังนั้น การศึกษาแนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบของการตกเป็นเหยื่อ ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อ และแนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ในการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์ กรณีการซื้อสินค้าออนไลน์ ได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบของการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์
- 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

1) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ อาศัยกรอบแนวคิดทางอาชญวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคในการอธิบายรูปแบบการตกเป็นเหยื่อ ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อ และแนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อ โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 ทฤษฎีหลัก ดังนี้

(1) ทฤษฎีปกตินิสัย (Routine Activity Theory) Cohen และ Felson (1979) เสนอว่า อาชญากรรมจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีองค์ประกอบสำคัญสามประการ ได้แก่ (1) ผู้กระทำผิดที่มีแรงจูงใจ (2) เป้าหมายที่เหมาะสม และ (3) การขาดผู้ควบคุมดูแลที่มีประสิทธิภาพ ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมประจำวันหรือกิจกรรมที่บุคคลเลือกทำ รวมถึงการจัดการสภาพแวดล้อมให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น สามารถลดโอกาสในการเผชิญกับสถานการณ์ที่เสี่ยงต่อการเกิดอาชญากรรมได้ ซึ่งสามารถนำมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์ที่ไม่มีการคัดกรองจากผู้ให้บริการ การโอนเงินให้กับผู้ขายที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้ หรือการไม่มีระบบแจ้งเตือนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสะท้อนถึงเงื่อนไขของเป้าหมายที่เหมาะสมและการขาดผู้ควบคุมดูแล ตามแนวคิดของทฤษฎีนี้

(2) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) Kotler และ Keller (2016) ได้นำเสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ครอบคลุมตั้งแต่การรับรู้ความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ไปจนถึงพฤติกรรมหลังการซื้อ ทฤษฎีนี้สามารถใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในบริบทการซื้อขายออนไลน์ โดยเฉพาะการตอบสนองต่อการโฆษณาหรือโปรโมชั่นที่เกินจริง การละเลยการตรวจสอบแหล่งที่มาของผู้ขาย และการประเมินความเสี่ยงอย่างเร่งรีบ ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจนำไปสู่การตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวง ดังนั้นการนำกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมไซเบอร์ กรณีการซื้อสินค้าออนไลน์



(3) ทฤษฎีรูปแบบของวิถีชีวิต (Lifestyle Theory) Hindelang, Gottfredson และ Garofalo (1978) เสนอว่า โอกาสในการตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเวลา สถานที่ หรือบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย ทฤษฎีนี้สามารถนำมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น ผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยกับแพลตฟอร์มออนไลน์ ใช้เวลาในสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นระยะเวลานาน หรือเข้าร่วมกลุ่มซื้อขายที่ไม่มีการตรวจสอบและควบคุม ว่ามีความสัมพันธ์กับโอกาสในการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างไร อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางในการป้องกันการตกเป็นเหยื่ออย่างมีประสิทธิภาพ

(4) ทฤษฎีการเปลี่ยนพื้นที่ (Space Transition Theory) Jaishankar (2008) อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจเปลี่ยนแปลงไปเมื่อย้ายจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพไปสู่พื้นที่ไซเบอร์ (Cyberspace) โดยเฉพาะในกรณีที่สามารถปกปิดตัวตนที่แท้จริง หรือสามารถใช้ตัวตนเสมือนที่สร้างขึ้น ทฤษฎีนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่า พื้นที่ไซเบอร์ที่เปิดโอกาสให้ผู้กระทำผิดสามารถก่ออาชญากรรมได้โดยไม่เปิดเผยตัวตน หรือสร้างตัวตนปลอมขึ้นเพื่อใช้ในการหลอกลวง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างไร

2) รูปแบบการตกเป็นเหยื่อ และช่องทางในการหลอกลวง

จากข้อมูลของ Ministry of Digital Economy and Society. (2021) ได้เปิดเผยสถิติรูปแบบการฉ้อโกงสำหรับปัญหาการซื้อขายทางออนไลน์ในรอบปี 2564 พบว่าแบ่งประเภทของการฉ้อโกงได้ 15 ประเภท โดยช่องทางการซื้อขายที่ถูกร้องเรียนมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) มีสัดส่วนถึงร้อยละ 82.1 ตามมาด้วย อินสตาแกรม (Instagram) แพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E-Market Place) ไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูป (YouTube) ตามลำดับ ซึ่งความเสียหายที่พบบ่อยคือ สินค้าไม่ตรงปก ไม่ได้รับสินค้า และสินค้าชำรุด เป็นต้น ทั้งนี้ เกือบร้อยละ 80 ของข้อร้องเรียนปัญหาซื้อขายสินค้าทางออนไลน์ คือ ไม่ได้รับสินค้า และได้รับสินค้าแต่ไม่ตรงปก โดยประเภทของสินค้าที่มีการร้องเรียนมากที่สุด คือ สินค้าอุปกรณ์ไอที และสินค้าแฟชั่น ซึ่งมีอัตราส่วนรวมกันเกือบร้อยละ 50

ดังนั้น การหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์ เป็นอาชญากรรมไซเบอร์รูปแบบหนึ่ง ที่อาชญากรหลอกลวงเหยื่อโดยการลงประกาศขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าออนไลน์ โดยมีเจตนาทุจริตหลอกลวง ไม่มีความตั้งใจที่จะส่งมอบสินค้าและบริการให้กับผู้ซื้อมาตั้งแต่ต้น หรือมีเจตนาส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพไม่ตรงกับที่ลงประกาศขายไว้ ทำให้ผู้ซื้อได้รับความเสียหาย

3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Sarmart และ Lerdtomornsakul (2023) ศึกษาการตกเป็นเหยื่อทางไซเบอร์ของผู้สูงอายุ โดยมุ่งวิเคราะห์รูปแบบการหลอกลวง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตกเป็นเหยื่อ และเสนอแนะแนวทางการป้องกัน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงอายุที่เคยตกเป็นเหยื่อจำนวน 24 ราย ผู้กระทำผิด 5 ราย และเจ้าหน้าที่หรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง 9 ราย ผลการวิจัยจำแนกรูปแบบการหลอกลวงออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ การหลอกลวงให้ลงทุน การหลอกลวงโดยแก๊งคอลเซ็นเตอร์ การซื้อสินค้าออนไลน์ และการหลอกลวงให้รักทางออนไลน์ โดยพบว่า



ปัจจัยร่วมที่มีอิทธิพลสูงคือ การขาดความรู้เท่าทันภัยไซเบอร์ ทั้งนี้ แนวทางการป้องกันที่เหมาะสมคือ การสร้างความตระหนักรู้ เสริมบทบาทครอบครัว ชุมชน และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง และแม้ว่างานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นกลุ่มผู้สูงอายุ แต่สามารถนำมาปรับใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วไป โดยเฉพาะในมิติของการหลอกลวงผ่านการซื้อขายออนไลน์

Putsom และ Junbua (2021) ได้ศึกษาปัจจัยด้านความเสี่ยง ความพึงพอใจ และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์ จำนวน 310 ราย ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจและความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ส่งผลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ ขณะที่ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำ โดยผ่านตัวแปรความพึงพอใจและความภักดี อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดี ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นกลไกเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะในมิติของการรับรู้ความเสี่ยง ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจถูกใช้โดยผู้กระทำผิดในการล่อลวงผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ งานวิจัยนี้จึงสามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์พฤติกรรมของเหยื่ออาชญากรรมไซเบอร์ในกรณีการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Tsikerdekis และ Zeadally (2014) ศึกษาลักษณะและกลยุทธ์ของการหลอกลวงบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter และ LinkedIn ผลการศึกษาจำแนกประเภทของการหลอกลวงออกเป็นหลายรูปแบบ ได้แก่ การสร้างบัญชีปลอม การสวมรอยบุคคลอื่น การใช้เทคนิคทางวิศวกรรมสังคม และการเผยแพร่ข้อมูลเท็จ โดยผู้กระทำผิดมักมีวัตถุประสงค์เพื่อหาผลประโยชน์ทางการเงินหรือเพื่อบิดเบือนความเข้าใจของสาธารณชน งานวิจัยนี้เสนอว่า ความซับซ้อนของกลยุทธ์การหลอกลวงในโลกออนไลน์จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขทั้งในเชิงเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้ใช้งาน โดยเฉพาะการออกแบบระบบตรวจจับพฤติกรรมที่ผิดปกติ และการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้งาน งานวิจัยนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้กระทำผิดในกรณีอาชญากรรมไซเบอร์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการซื้อขายออนไลน์ที่ผู้กระทำผิดมักใช้บัญชีปลอมและข้อมูลเท็จในการล่อลวงผู้บริโภค

Vittayathong (2021) ศึกษาระดับความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางการทำธุรกรรมออนไลน์ของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (เช่น เพศ อายุ ชั้นปี รายได้) และการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ กับพฤติกรรมเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อ ทั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (mixed methods) โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก 10 ราย ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเสี่ยงในระดับต่ำ โดยผู้ที่มีอายุน้อยและอยู่ในชั้นปีที่ 1 มีแนวโน้มเสี่ยงสูงกว่ากลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ในมิติต่าง ๆ ได้แก่



การรับรู้คุณค่าของข้อมูล ความรู้ด้านความปลอดภัย และการรับรู้ต่อสถานะคุกคาม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มที่มีการรับข้อมูลมากกว่าจะมีพฤติกรรมเสี่ยงลดลง การวิเคราะห์เชิงคุณภาพยังสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ เช่น ความไว้วางใจผู้อื่น หรือความมั่นใจในตนเองต่ำ มีบทบาทสำคัญต่อโอกาสในการตกเป็นเหยื่อ การป้องกันที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การตั้งรหัสผ่านซับซ้อน การใช้ระบบยืนยันตัวตนสองขั้นตอน การไม่จดหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว และการไม่ใช้ Wi-Fi สาธารณะในการทำธุรกรรมทางการเงิน งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยในการทำความเข้าใจปัจจัยเสี่ยงเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในบริบทการทำธุรกรรมออนไลน์ และสามารถนำมาใช้ในการออกแบบมาตรการป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์อย่างเหมาะสม

ระเบียบวิธีวิจัย

1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

(1) กลุ่มบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ถูกหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์ จำนวน 15 คน พิจารณาจากบุคคลที่เคยตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมทางเทคโนโลยีประเภทหลอกลวงซื้อขายสินค้าหรือบริการ

(2) กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีหน้าที่ในการสืบสวน สอบสวน ป้องกันปราบปราม หรือมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมทางไซเบอร์ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ตำรวจ จากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ จำนวน 3 คน และเจ้าหน้าที่จากกรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) จำนวน 2 คน

2) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้เป็นเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษารูปแบบของการตกเป็นเหยื่อปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อ และข้อเสนอแนะแนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ทราบถึงมูลเหตุ ความรู้สึก และการตัดสินใจที่นำไปสู่การเป็นเหยื่อของการหลอกลวง

3) เครื่องมือการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ถูกหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีหน้าที่ในการสืบสวน สอบสวน ป้องกันปราบปราม หรือมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาอาชญากรรมทางไซเบอร์

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย กระบวนการนี้ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญดังต่อไปนี้

(1) การถอดถ้อยคำจากการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Transcription) ผู้วิจัยทำการถอดถ้อยคำจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียดและครบถ้วน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ รูปแบบของการตกเป็นเหยื่อ การตัดสินใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ และความเสียหายที่ได้รับ ซึ่งการถอดถ้อยคำนี้จะช่วยให้สามารถตีความและกำหนดประเด็นสำคัญได้อย่างแม่นยำ



(2) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) หลังจากได้ข้อมูลจากการถอดถ้อยคำ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การวิเคราะห์นี้จะช่วยระบุรูปแบบหรือแนวโน้มของพฤติกรรม สาเหตุ และปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจประเด็นสำคัญที่จะนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์

(3) การสรุปผลการวิเคราะห์และการตีความข้อมูล (Summarization and Interpretation) หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จสิ้น ผู้วิจัยจะสรุปผลการวิเคราะห์และตีความข้อมูล เพื่อให้ได้คำตอบที่เกี่ยวข้องกับ รูปแบบของการตกเป็นเหยื่อ ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อ และเสนอแนะแนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อ โดยการสรุปผลนี้ จะเป็นการนำเสนอข้อค้นพบที่สำคัญและให้ข้อเสนอแนะหรือผลลัพธ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

5) จริยธรรมและจรรยาบรรณในการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการยื่นขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต ได้พิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน ในโครงการวิจัยนี้ แบบเต็มคณะ (Full Board Review) และมีมติรับรองโครงการวิจัยนี้ เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2568 ตามเอกสารรับรองเลขที่ RSUERB2025-007

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการวิจัย

ลำดับ	ปัญหาการวิจัย	ผลการวิจัย
1.	รูปแบบของการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์	สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ - การซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า - การซื้อสินค้าแล้วได้รับสินค้าที่ไม่ตรงตามที่โฆษณา
2.	ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์	สามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ - ปัจจัยด้านความคุ้นชินกับการซื้อสินค้าออนไลน์ - ปัจจัยด้านการตัดสินใจในการซื้อสินค้า - ปัจจัยด้านเทคนิคและวิธีการของผู้กระทำผิด - ปัจจัยด้านทักษะในการตรวจสอบข้อมูลและรู้เท่าทันกลโกง - ปัจจัยด้านการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิด
3.	แนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์	สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ - การส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันภัยดิจิทัล - การพัฒนาระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ปลอดภัย - การกำหนดมาตรฐานการยืนยันตัวตนในการซื้อขายออนไลน์ - กระบวนการยุติธรรมที่เข้าถึงง่ายและไม่ก่อภาระเกินสมควร

1) รูปแบบการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์



รูปแบบการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ นั้น สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การหลอกลวงในรูปแบบของการซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า และการหลอกลวงในรูปแบบของการซื้อสินค้าแล้วได้รับสินค้าที่ไม่ตรงตามที่โฆษณา

(1) การหลอกลวงในรูปแบบของการซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า

เป็นรูปแบบการหลอกลวงที่อาชญากรจะโพสต์โฆษณาขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งเว็บไซต์ทั่วไป และสื่อสังคมออนไลน์ โดยที่อาชญากรไม่มีสินค้าตามที่ประกาศขายอยู่จริง เมื่อเหยื่อหลงเชื่อสั่งซื้อและโอนเงินค่าสินค้าแล้ว จะไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้อีก ซึ่งช่องทางในการหลอกลวงที่มักถูกใช้ในการหลอกลวงในรูปแบบของการซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า คือช่องทางที่ไม่มีระบบคุ้มครองผู้ซื้ออย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรง ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram และการซื้อขายในกลุ่มปิดหรือ Marketplace รวมถึงแอปพลิเคชันสนทนา เช่น LINE และ Messenger ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เอื้อให้มีการเจรจาซื้อขายและโอนเงินกันโดยตรง

(2) การหลอกลวงในรูปแบบของการซื้อสินค้าแล้วได้รับสินค้าที่ไม่ตรงตามที่โฆษณา

เป็นรูปแบบการหลอกลวงที่อาชญากรใช้การโพสต์โฆษณาขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ทั่วไป สื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มต่าง ๆ ตลอดจนแอปพลิเคชันตลาดซื้อขายออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยม อย่างไรก็ตามเมื่อเหยื่อได้ทำการสั่งซื้อและชำระเงินแล้ว กลับได้รับสินค้าที่มีลักษณะไม่ตรงกับที่มีการโฆษณาไว้ และมักจะมีมูลค่าต่ำกว่าราคาสินค้าเป็นอย่างมาก มักจะพบได้บ่อยในแอปพลิเคชันตลาดซื้อขาย เช่น Shopee, Lazada เนื่องจากผู้ขายจำเป็นต้องดำเนินการจัดส่งสินค้า พร้อมแนบหมายเลขพัสดุจริง เพื่อให้ระบบของแพลตฟอร์มดำเนินการปล่อยเงินให้แก่ผู้ขาย

2) ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์

ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ สามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านความคุ้นชินกับการซื้อสินค้าออนไลน์ ปัจจัยด้านการตัดสินใจในการซื้อสินค้า ปัจจัยด้านเทคนิคและวิธีการของผู้กระทำผิด ปัจจัยด้านทักษะในการตรวจสอบข้อมูลและรู้เท่าทันกลโกง และปัจจัยด้านการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิด

(1) ปัจจัยด้านความคุ้นชินกับการซื้อสินค้าออนไลน์

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เป็นประจำ โดยมีความคุ้นเคยกับกระบวนการสั่งซื้อที่เป็นระบบ เช่น การกดสั่งผ่านแอปพลิเคชัน การชำระเงินผ่านระบบกลางที่ได้รับการป้องกัน ที่ผู้ซื้อสามารถขอคืนเงินได้หากไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ตกลงไว้ ความคุ้นชินกับกระบวนการที่ปลอดภัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นโดยอัตโนมัติ เมื่อต้องตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางอื่น แม้ช่องทางเหล่านั้นจะไม่มีระบบคุ้มครองที่เทียบเท่าก็ตาม

(2) ปัจจัยด้านการตัดสินใจในการซื้อสินค้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจัยด้านอารมณ์ ความรู้สึก และความต้องการเฉพาะหน้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในกระบวนการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเฉพาะกลุ่ม สินค้าที่มีความนิยมเฉพาะช่วงเวลา หรือสินค้าที่ราคาต่ำกว่า



ห้องตลาด ซึ่งกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจเฉียบพลัน และการตัดสินใจแบบไม่ไตร่ตรอง ที่ลดทอนการประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้าน

(3) ปัจจัยด้านเทคนิคและวิธีการของผู้กระทำผิด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า อาชญากรมักใช้เทคนิคทางจิตวิทยาและพฤติกรรม การสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกไว้วางใจ และตัดสินใจโอนเงินโดยเร็ว เช่น การสร้างตัวตนปลอม เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ การใช้ข้อเสนอที่น่าสนใจเพื่อหลอกให้เหยื่อตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า หรือ การเร่งรัดให้รีบตัดสินใจโดยไม่ทันไตร่ตรองหรือใช้เวลาในการตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบด้าน

(4) ปัจจัยด้านทักษะในการตรวจสอบข้อมูลและรู้เท่าทันกลโกง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ตกเป็นเหยื่อส่วนใหญ่แม้จะมีความพยายามในการตรวจสอบข้อมูลของผู้ขายหรือร้านค้าก่อนทำธุรกรรม แต่การตรวจสอบดังกล่าวยังเป็นเพียงการตรวจสอบในระดับเบื้องต้นเท่านั้น เช่น การค้นหาชื่อร้านในเว็บไซต์ Blacklist Seller หรือการดูจำนวนผู้ติดตามของเพจ และรีวิวกจากผู้ใช้งานรายอื่น ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่สามารถยืนยันความน่าเชื่อถือของผู้ขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นเปิดช่องให้ผู้กระทำผิดสามารถหลอกลวงได้ง่ายยิ่งขึ้น

(5) ปัจจัยด้านการดำเนินคดีกับผู้ทำความผิด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ การที่ผู้กระทำผิดจำนวนมากไม่ถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย หรือสามารถหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบได้ ซึ่งเป็นผลจากข้อจำกัดของการบังคับใช้กฎหมาย และพฤติกรรมของผู้เสียหายที่ไม่เข้าสู่กระบวนการแจ้งความร้องทุกข์ดำเนินคดี

3) แนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การตกเป็นเหยื่อมิได้เกิดจากความประมาทของผู้บริโภคแต่เพียงฝ่ายเดียว หากแต่เป็นผลมาจากปัจจัยเชิงระบบที่ส่งผลร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการขาดทักษะในการประเมินความเสี่ยง การไม่มีเครื่องมือหรือกลไกสนับสนุนที่ช่วยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขาย ความไม่สะดวกในการแจ้งความร้องทุกข์ ตลอดจนข้อจำกัดในกระบวนการยุติธรรมที่ยังไม่สามารถติดตามและดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันทั่วถึง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยสามารถระบุแนวทางป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญ คือ การส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันภัยดิจิทัล การพัฒนาระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ปลอดภัย การกำหนดมาตรฐานการยืนยันตัวตนในการซื้อขายออนไลน์ และกระบวนการยุติธรรมที่เข้าถึงง่าย และไม่ก่อภาระเกินสมควร

(1) การส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันภัยดิจิทัล

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้เสียหายจำนวนมากยังขาดทักษะในการประเมินความเสี่ยง จากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะในด้านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้ขาย การสังเกตพฤติกรรมที่มีลักษณะเข้าข่ายหลอกลวง ตลอดจนการใช้เครื่องมือที่มีอยู่ เช่น ระบบตรวจสอบเลขบัญชีที่ถูกร้องเรียน หรือการค้นหาประวัติเพจร้านค้าก่อนตัดสินใจโอนเงิน



(2) การพัฒนาระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ปลอดภัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่าปัญหาการหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เกิดขึ้นในช่องทางที่ไม่มีระบบควบคุมการซื้อขายอย่างเป็นระบบ เช่น การซื้อขายผ่าน Facebook, Instagram, LINE หรือช่องทางการติดต่อส่วนตัวอื่น ๆ ซึ่งผู้ซื้อจะโอนเงินโดยตรงผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารไปยังบัญชีของผู้ขาย โดยไม่มีระบบรับประกันการส่งสินค้า หรือกลไกควบคุมการทำธุรกรรมเช่นเดียวกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซขนาดใหญ่

(3) การกำหนดมาตรฐานการยืนยันตัวตนในการซื้อขายออนไลน์

จากการศึกษาวิจัย พบว่าผู้เสียหายจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์จำนวนมาก ไม่สามารถตรวจสอบตัวตนของผู้ขายได้ก่อนการทำธุรกรรม เนื่องจากผู้กระทำผิดสามารถใช้ช่องโหว่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการซ่อนตัวตน เช่น การที่สามารถเปิดบัญชีสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้ชื่อหรือรูปภาพใดก็ได้ หรือการที่ร้านค้าไม่จำเป็นต้องใช้บัญชีธนาคารในชื่อของร้านค้า แต่สามารถใช้บัญชีธนาคารของผู้อื่น หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าบัญชีม้า ในการรับเงินจากผู้ซื้อ ซึ่งก่อให้เกิดความยากลำบากตรวจสอบยืนยันตัวตน และติดตามตัวผู้กระทำผิดที่หลอกลวง

(4) กระบวนการยุติธรรมที่เข้าถึงง่ายและไม่ก่อภาระเกินสมควร

จากการศึกษาวิจัย พบว่า แม้ผู้เสียหายจำนวนมากจะมีความประสงค์ในการดำเนินคดีกับผู้กระทำผิด แต่ระบบรับแจ้งความในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะขั้นตอนที่ยุ่งยาก ระยะเวลาที่ใช้ในการติดตามคดี และภาระค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการเดินทางหรือการหยุดงาน เพื่อให้ปากคำกับพนักงานสอบสวน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้กลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้เสียหายจำนวนมากตัดสินใจไม่เข้าสู่กระบวนการยุติธรรม

อภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์อาชญากรรมไซเบอร์ในบริบทของการหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์ โดยใช้กรอบแนวคิดทางอาชญาวิทยา ได้แก่ ทฤษฎีปกตินิสัย (Routine Activity Theory) ทฤษฎีรูปแบบวิถีชีวิต (Lifestyle Theory) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) และทฤษฎีการเปลี่ยนพื้นที่ (Space Transition Theory) ร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายรูปแบบ พฤติกรรม และปัจจัยที่เอื้อต่อการตกเป็นเหยื่อ

1) รูปแบบการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์สามารถจำแนกได้เป็นสองลักษณะสำคัญ ได้แก่ การซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า และการได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับที่โฆษณา โดยในทั้งสองกรณี ผู้กระทำผิดมักใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram หรือ LINE ในการติดต่อกับเหยื่อ เนื่องจากแพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่มีระบบควบคุมหรือกลไกตรวจสอบตัวตนผู้ขายอย่างชัดเจน ทำให้สามารถหลีกเลี่ยงการตรวจสอบ และสร้างตัวตนปลอมได้โดยง่าย



ผู้กระทำผิดมักสร้างภาพลักษณ์ที่ดูน่าเชื่อถือ เช่น การตั้งชื่อร้านให้คล้ายกับแบรนด์ดัง การใช้ภาพสินค้าจริงจากผู้ขายรายอื่น การแสดงรีวิวปลอม หรือการให้ข้อมูลการติดต่อที่ดูเป็นทางการ เพื่อโน้มน้าวให้เหยื่อเกิดความไว้วางใจและโอนเงินให้โดยไม่ตรวจสอบข้อมูลหรือข้อบ่งชี้อย่างรอบคอบ ลักษณะการหลอกลวงเช่นนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเสี่ยงในระบบซื้อขายที่ไม่มีระบบคุ้มครองผู้บริโภค และเปิดโอกาสให้ผู้กระทำผิดใช้ช่องว่างทางเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการกระทำความผิด

รูปแบบการหลอกลวงดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วย ทฤษฎีปกตินิสัย (Routine Activity Theory) ของ Cohen และ Felson (1979) ซึ่งเสนอว่า อาชญากรรมจะเกิดขึ้นเมื่อมีการรวมตัวกันของสามองค์ประกอบ ได้แก่ ผู้กระทำผิดที่มีแรงจูงใจ เป้าหมายที่เหมาะสม และการขาดผู้ปกป้องที่มีประสิทธิภาพ ในบริบทของการซื้อขายออนไลน์ เหยื่อมักทำหน้าที่เป็นเป้าหมายที่เหมาะสม ขณะที่แพลตฟอร์มที่ไม่มีระบบตรวจสอบผู้ขายหรือการรับประกันสินค้าทำให้ขาดผู้ปกป้องที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ทฤษฎีการเปลี่ยนพื้นที่ (Space Transition Theory) ของ Jaishankar (2008) ยังสามารถใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของผู้กระทำผิดที่เปลี่ยนไปเมื่อเข้าสู่โลกออนไลน์ กล่าวคือ บุคคลบางกลุ่มอาจไม่กล้ากระทำความผิดในโลกจริง แต่เมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมออนไลน์ซึ่งสามารถปกปิดตัวตนและหลีกเลี่ยงการรับผิดได้ ก็มีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมเบี่ยงเบนมากขึ้น

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Sarmart และ Lerdtomornsakul (2023) ซึ่งระบุว่า การซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มที่ไม่มีระบบคัดกรองผู้ขาย ทำให้เหยื่อตกอยู่ในความเสี่ยงโดยไม่รู้ตัว และยังคงสอดคล้องกับ Tsikerdekis และ Zeadally (2014) ที่ชี้ว่า ช่องว่างด้านการตรวจสอบตัวตนบนสื่อสังคมออนไลน์เปิดโอกาสให้ผู้กระทำผิดสร้างบัญชีปลอมหรือใช้ข้อมูลเท็จในการหลอกลวง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถแยกแยะผู้ขายจริงจากผู้ขายปลอมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ได้แก่ ความคุ้นชินกับการซื้อของออนไลน์ ความเร่งรีบและขาดทักษะในการตรวจสอบก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า เทคนิคและวิธีการของผู้กระทำผิดที่มีความซับซ้อน ตลอดจนข้อจำกัดในการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเสี่ยงบางประการในพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อาจนำไปสู่การตกเป็นเหยื่อได้โดยไม่รู้ตัว

ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วย ทฤษฎีวิถีชีวิต (Lifestyle Theory) ของ Hindelang, Gottfredson และ Garofalo (1978) ซึ่งเสนอว่า พฤติกรรมในชีวิตประจำวันบางลักษณะ เช่น การเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่ไม่มีระบบคัดกรองผู้ขาย การโอนเงินโดยไม่ตรวจสอบข้อบ่งชี้ หรือการไม่ตั้งคำถามกับราคาที่น่าสงสัย ล้วนเป็นปัจจัยที่เพิ่มความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarmart และ Lerdtomornsakul (2023) ที่พบว่าผู้สูงอายุซึ่งมีพฤติกรรมซ้ำเดิมในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยไม่มีการตรวจสอบมากพอ มักตกเป็นเหยื่อในลักษณะเดียวกัน

นอกจากนี้ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ของ Schiffman และ Wisenblit (2014) ยังอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคมักตัดสินใจซื้อสินค้าภายใต้สถานการณ์ที่มีข้อมูลจำกัดหรือถูกเร่งรัด เช่น แรงจูงใจจากโฆษณา “ด่วน! สินค้าจำนวนจำกัด” หรือจากความต้องการส่วนบุคคล



ที่ต้องการสินค้านี้อย่างเร่งด่วน โดยไม่มีการตรวจสอบหรือเปรียบเทียบแหล่งที่มาอย่างรอบคอบ ส่งผลให้มีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายที่ไม่มีความน่าเชื่อถือโดยไม่รู้ตัว

ทั้งนี้ แนวโน้มดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tsikerdekis และ Zeadally (2014) ที่ชี้ให้เห็นว่าระบบสื่อสังคมออนไลน์มักเปิดช่องให้ผู้กระทำผิดสามารถสร้างบัญชีปลอมหรือสวมรอยได้โดยไม่มีการตรวจสอบตัวตน ส่งผลให้ผู้บริโภคที่ขาดความรู้เท่าทันดิจิทัลมีความเสี่ยงสูงที่จะตกเป็นเป้าหมายของการหลอกลวง เช่นเดียวกับข้อค้นพบของ Vittayathong (2021) ซึ่งศึกษานิสิตระดับปริญญาตรีและพบว่าผู้ที่มีระดับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอาชญากรรมไซเบอร์ต่ำมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญ

3) แนวทางการป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์

สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 มิติ ได้แก่

(1) การส่งเสริมทักษะรู้เท่าทันภัยดิจิทัล เป็นแนวทางที่สะท้อนถึงความสำคัญของการยกระดับทักษะในการประเมินความเสี่ยงและระบุภัยคุกคามในโลกออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีวิถีชีวิต (Lifestyle Theory) ของ Hindelang, Gottfredson และ Garofalo (1978) ที่เสนอว่าพฤติกรรมในชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม กล่าวคือ ผู้บริโภคที่ขาดความรู้ในการประเมินผู้ขายออนไลน์หรือไม่ตระหนักถึงพฤติกรรมเสี่ยง ย่อมตกอยู่ในสถานการณ์ที่เอื้อต่อการหลอกลวงได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Sarmart และ Lerdtomornsakul (2023) ที่เน้นว่า ทักษะดิจิทัลทำหน้าที่เป็นเกราะป้องกันสำคัญในการเผชิญความเสี่ยงในสื่อออนไลน์ และยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Vittayathong (2021) ซึ่งพบว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาชญากรรมไซเบอร์ในมิติต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมเสี่ยงของนิสิต กล่าวคือ ผู้ที่มีการรับรู้ข้อมูลมากจะมีแนวโน้มเสี่ยงน้อยลง

(2) การพัฒนาระบบการซื้อขายออนไลน์ให้ปลอดภัย แนวทางนี้สอดคล้องกับ ทฤษฎีปกตินิสัย (Routine Activity Theory) ของ Cohen และ Felson (1979) ซึ่งเสนอว่า อาชญากรรมจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีผู้กระทำผิดที่มีแรงจูงใจ เป้าหมายที่เหมาะสม และการขาดผู้ปกป้องที่มีประสิทธิภาพ การเพิ่มระบบผู้ปกป้องให้กับแพลตฟอร์ม เช่น การจัดอันดับผู้ขาย การแจ้งเตือนบัญชีต้องสงสัย หรือระบบตรวจสอบย้อนหลัง จะช่วยลดโอกาสที่เหยื่อจะเผชิญกับภัยแฝงโดยไม่รู้ตัว สอดคล้องกับข้อเสนอของ Tsikerdekis และ Zeadally (2014) ที่เสนอให้มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อตรวจจับพฤติกรรมหลอกลวงอย่างมีระบบ และสอดคล้องกับ Putsom และ Junbua (2021) ซึ่งเน้นถึงบทบาทของความพึงพอใจและความไว้วางใจในระบบการซื้อขายออนไลน์ โดยเสนอให้ปรับปรุงระบบให้มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

(3) การกำหนดมาตรฐานการยืนยันตัวตนของผู้ขาย เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับ ทฤษฎีการเปลี่ยนพื้นที่ (Space Transition Theory) ของ Jaishankar (2008) ซึ่งเสนอว่า ผู้กระทำผิดมีแนวโน้มจะกระทำพฤติกรรมเบี่ยงเบนมากขึ้นเมื่ออยู่ในพื้นที่ออนไลน์ที่เอื้อให้ปกปิดตัวตนหรือหลีกเลี่ยงการรับผิด เช่น การใช้บัญชีปลอม หรือการไม่แสดงตัวตนที่แท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Tsikerdekis และ Zeadally (2014) ที่ระบุว่า การสร้างตัวตนปลอมเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของผู้หลอกลวง โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ ขณะเดียวกัน Sarmart และ Lerdtomornsakul (2023) และ Vittayathong (2021)



ต่างเสนอให้มีระบบยืนยันตัวตนที่เข้มงวด เช่น การเชื่อมบัญชีผู้ขายกับบัตรประจำตัวประชาชน การตรวจสอบบัญชีธนาคาร หรือการใช้เทคโนโลยี KYC (Know Your Customer) เพื่อกรองผู้ขายที่ไม่น่าเชื่อถือ และลดโอกาสในการก่ออาชญากรรม

(4) การปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมให้เข้าถึงง่าย แนวทางนี้มุ่งเน้นการลดภาระของผู้เสียหาย โดยเฉพาะในแง่ของขั้นตอนการแจ้งความ การติดตามคดี และการคืนทรัพย์สิน ซึ่งในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดทั้งด้านเวลา ค่าใช้จ่าย และกระบวนการเอกสารที่ซับซ้อน สอดคล้องกับแนวคิด ผู้ปกป้องที่มีประสิทธิภาพ ตามทฤษฎีปกตินิสัย ที่เสนอว่าการมีระบบป้องกันทางกฎหมายและการบังคับใช้ที่เข้มแข็งจะช่วยยับยั้งโอกาสเกิดอาชญากรรมได้ และสอดคล้องกับข้อเสนอของ Sarmart และ Lerdtomornsakul (2023) ที่เน้นให้มีการออกแบบระบบรับแจ้งความออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถติดตามสถานะได้แบบเรียลไทม์ เพื่อลดอุปสรรคในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมของผู้เสียหาย

บทสรุป

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ ปัจจัย และแนวทางในการป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เสียหาย และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การหลอกลวงซื้อขายสินค้าออนไลน์มีทั้งหมด 2 รูปแบบ คือ การซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า และการได้รับสินค้าที่ไม่ตรงกับที่โฆษณา โดยผู้กระทำผิดมักใช้ช่องทางออนไลน์ที่ขาดการควบคุม เช่น สื่อสังคมออนไลน์ และอาศัยการสร้างภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ ประกอบกับความเร่งรีบของเหยื่อในการตัดสินใจซื้อ โดยไม่ตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบคอบ

ปัจจัยที่ทำให้ตกเป็นเหยื่อประกอบด้วยพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ การขาดความรู้เท่าทันดิจิทัล การขาดการควบคุมและกำกับดูแล โดยเฉพาะการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และข้อจำกัดในการดำเนินคดี เช่น ความยุ่งยากและภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งสะท้อนถึงปัญหาในการป้องกันอาชญากรรมทั้งในระดับตัวบุคคล และในระดับนโยบาย และจากข้อค้นพบดังกล่าว จึงสามารถเสนอแนวทางในการป้องกันการตกเป็นเหยื่อ 4 ประการสำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมทักษะรู้เท่าทันภัยดิจิทัลในระดับประชาชน การพัฒนาแพลตฟอร์มซื้อขายออนไลน์ให้มีมาตรการป้องกันและตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดมาตรฐานการยืนยันตัวตนของผู้ขาย และการปรับปรุงกระบวนการยุติธรรมให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย และไม่สร้างภาระแก่ผู้เสียหาย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อแก้ไขปัญหาและป้องกันการตกเป็นเหยื่อจากการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งหมด 2 ประเภท ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(1) กำหนดมาตรฐานการยืนยันตัวตนของผู้ขายในระบบซื้อขายออนไลน์ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ขายสามารถปลอมแปลงตัวตนได้ง่าย ซึ่งจะช่วยลดโอกาสในการกระทำผิด



(2) พัฒนาระบบปรับแก้ความออนไลน์ให้มีความสมบูรณ์และเข้าถึงได้ง่าย รองรับการยื่นคำร้องและการให้ปากคำผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ การแนบหลักฐานดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เสียหาย โดยเฉพาะในกรณีที่มีมูลค่าความเสียหายไม่สูงมาก

(3) ส่งเสริมสิทธิในการลางานโดยได้รับค่าจ้างเพื่อเข้าสู่กระบวนการยุติธรรม เพื่อไม่ให้ข้อจำกัดด้านเวลาและค่าใช้จ่ายกลายเป็นอุปสรรคในการใช้สิทธิทางกฎหมาย

(4) จัดตั้งศูนย์กลางข้อมูลบัญชีต้องสงสัยเพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ก่อนซื้อสินค้า เปิดให้ประชาชนสามารถตรวจสอบบัญชีผู้ขายก่อนตัดสินใจโอนเงิน เพื่อลดความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อ

(5) บรรจุนโยบายความรู้เท่าทันภัยไซเบอร์ในหลักสูตรการศึกษา เพื่อปลูกฝังทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัยตั้งแต่เยาวชน

2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

(1) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภัยไซเบอร์ในระดับชุมชน เกี่ยวกับรูปแบบการหลอกลวงออนไลน์ เทคนิคการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ และขั้นตอนในการดำเนินการทางกฎหมาย

(2) พัฒนาเครื่องมือออนไลน์เพื่อช่วยตรวจสอบผู้ขายและบัญชีต้องสงสัย ที่สามารถใช้ในการตรวจสอบชื่อบัญชีธนาคาร หรือหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ขาย

(3) จัดทำสื่อให้ความรู้ในรูปแบบที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย เช่น วิดีรตรวจสอบบัญชีปลอม วิธีเก็บหลักฐาน หรือวิธีแก้ความออนไลน์

(4) ส่งเสริมการใช้ระบบชำระเงินที่ปลอดภัยผ่านตัวกลาง เช่น ระบบเก็บเงินปลายทาง หรือระบบ Escrow ที่สามารถระงับการโอนเงินไว้ชั่วคราวจนกว่าผู้ซื้อจะได้รับสินค้า

(5) พัฒนาระบบให้ปากคำออนไลน์และคู่มือแก้ความเบื้องต้นสำหรับประชาชน เพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถดำเนินคดีเบื้องต้นได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องเดินทางไปสถานีตำรวจ

เอกสารอ้างอิง

Cohen, L. E., & Felson, M. (1979). Social change and crime rate trends: A routine activity approach. *American Sociological Review*, 44(4), 588–608.

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Thailand*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>

Hindelang, M. J., Gottfredson, M. R., & Garofalo, J. (1978). *Victims of personal crime: An empirical foundation for a theory of personal victimization*. Cambridge, MA: Ballinger.

Jaishankar, K. (2008). Space transition theory of cyber crimes. In F. Schmalleger & M. Pittaro (Eds.), *Crimes of the Internet* (pp. 283–301). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.



- Ministry of Digital Economy and Society. (2021). *Top 15 online shopping issues reported in 2021*. Retrieved from <https://www.mdes.go.th/news/detail/5176-ดีอีเอส-เปิดสถิติ-15-ปัญหาซื้อขาย-ทางออนไลน์ในรอบปี-64>. (In Thai).
- Putsom, S., & Junbua, J. (2021). The Influence of Risk, Satisfaction, and Loyalty on Online Shopping Repurchase. *Journal of Social Sciences and Humanities, Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 27(2), 57–73. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/apheit-ss/article/view/251289> (In Thai).
- Royal Thai Police. (2023). *Statistics on technology-related crime cases*. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/news/crime/2751709>. (In Thai).
- Sarmart, T., & Lerdtomornsakul, U. (2023). Cyber Victimization of the Elderly. *Thai Interdisciplinary and Sustainability Review*, 12(2), 1-13. <https://doi.org/10.14456/tisr.2023.1>. (In Thai).
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2014). *Consumer behavior* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Tsikerdekis, M., & Zeadally, S. (2014). Online deception in social media. *Communications of the ACM*, 57(9), 72–80. <https://doi.org/10.1145/2629612>.
- Vittayathong, S. (2021). The Risk of Victimization of Online Banking Crimes among Students of Srinakharinwirot University. *Journal of Criminology and Forensic Science*, 7(2), 31–44. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/forensicadmin/article/view/256877> (In Thai).