



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการชำระค่าสินค้า
และบริการผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค

โดย

นางสาวธนพร รัตน์วิบูลย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นการศึกษาสภาพตลาดการให้บริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ และศึกษารายละเอียดของวิวัฒนาการในการชำระเงิน ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีส่วนช่วยพัฒนาระบบการชำระเงินให้มีความก้าวหน้ามากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้ผู้ให้บริการทราบถึงแนวทางการปรับปรุงการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการ Mobile Payment ในอนาคต

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า วิวัฒนาการของการชำระเงินจากอดีตถึงปัจจุบันมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก จากเดิมมีการชำระเงินโดยใช้สื่อพื้นฐาน เช่น เงินสด เช็ค บัตรเครดิต จนมาถึงปัจจุบันมีการชำระเงินโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ e-money, e-cash, electronic checks เป็นต้น ในประเทศไทยมีผู้ให้บริการ Mobile Payment ทั้งที่เป็นสถาบันการเงิน และไม่ใช่สถาบันการเงิน ซึ่งผู้ให้บริการเหล่านี้ให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน ประกอบกับการแข่งขันด้านธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ผู้ให้บริการจึงมองหาโอกาสในการแข่งขันบนพื้นฐานของความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีและจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบันลักษณะการให้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ผู้ใช้บริการสามารถชำระค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยความสะดวกสบาย โดยผู้ให้บริการมีบริการอยู่หลายประเภท ได้แก่ การชำระเงินผ่านระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR) ผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ โดยใช้เทคโนโลยี WAP, GPRS, EDGE หรือ 3G และผ่านแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถเลือกประเภทการให้บริการให้เหมาะสมกับความสามารถของโทรศัพท์มือถือของตนเองได้

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ Mobile Payment มากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ถึงคุณค่าในการใช้บริการ (Perceived Transaction Value) ความสามารถในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Mobile Self-Efficacy) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) ประโยชน์ในระยะสั้น (Near-term Usefulness) และประโยชน์ในระยะยาว (Long-term Usefulness) ส่วนปัจจัยที่เหลือ ได้แก่ ความสามารถของระบบ (System Capability) ความ

ไว้วางใจในการชำระเงินแบบไร้สาย (Wireless Payment Trust) และการสนับสนุนทางด้านกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Law and Regulation Support) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการ Mobile Payment ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ในเรื่องทัศนคติต่อการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีทัศนคติที่ดีต่อบริการ Mobile Payment มีแนวโน้มที่จะใช้บริการต่อไปในอนาคต เนื่องจากผู้ให้บริการมองเห็นถึงประโยชน์จากการใช้บริการ และมีความรู้สึกว่าการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือมีคุณค่ากับตนเองและบุคคลอื่นมีผลต่อการให้บริการเป็นอย่างมาก

ABSTRACT

This research is to study the factors that influence the payment for goods and service through the mobile phone in Bangkok area, to study the market trend of mobile payment, the evolution of payment and the information technology which can help to develop payment system, and to study the way to improve mobile payment service to meet customer's requirement.

The findings show that the payment method has been developing from the very simple way such as cash, cheque and credit card. These days e-payment or Electronic Payment is yet emerged for instance e-money, e-cash, electronic cheque. There are few mobile payment providers in Thailand and some of them are Financial Institute and some are non- Financial Institute. These service providers focus on providing payment service via the mobile phone and also aim to reduce the cost of the operation. The service providers look for the opportunity to compete in the market based on the readiness of technology and the increase in mobile phone users. The services which are offered on mobile phone are the payment for goods and service and the money transfer. Those services can be done at any time and any places whenever the mobile phone users are convenient. Currently there are two channels of payment, one will be done by Interactive Voice Response that connects through the internet on mobile phone using WAP or GPRS or EDGE or 3G. And another will be done via application on mobile phone. The users can choose the channel that will suit their mobile phone competency.

The factors which strongly influence mobile payment users are perceiving transaction value, mobile self-efficacy, ease of use, near-term usefulness, and long-term usefulness. For the factors which moderately influence mobile payment users are system capability, wireless payment trust, and law and regulation support. In term of attitude, the users have a positive attitude toward mobile payment service and trend to continue using mobile payment in the future, since they realized that it is very useful and valuable to them and others.