



การศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้บริการ
ชำระสินค้าหรือบริการผ่านมือถือ

โดย

นางสาวมัทริกา เกิดบ้านชั้น

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
โครงการปริญญาโทสาขาวิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2554

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีมือถือ ทำให้การพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น รวมถึงการเริ่มต้นที่จะนำเสนอบริการใหม่ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริการชำระสินค้าหรือบริการผ่านมือถือ (Mobile Payment) ที่ได้รับการพัฒนามากขึ้น ทำให้สามารถชำระสินค้าหรือบริการโดยใช้อุปกรณ์มือถือของตนได้ในทุกๆ ที่ ซึ่งการชำระสินค้าหรือบริการผ่านโทรศัพท์มือถือถูกคาดหวังที่จะมีการพัฒนาต่อไปในอนาคต ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระสินค้าหรือบริการผ่านมือถือ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้บริการ (Perceived Ease of Use) ความเข้ากันได้ของระบบกับผู้ใช้งานและบริการที่มีอยู่เดิม (Compatibility) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ (Trust) สถานการณ์การใช้งาน (Use Situation) และคุณลักษณะของบริการในเรื่องการพกพา (Mobility) เป็นต้น

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 340 ชุด ซึ่งแบบสอบถามที่ตอบกลับและมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 209 ชุด ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระสินค้าหรือบริการผ่านมือถือ

จากการศึกษาพบว่า ความเหมาะสมสอดคล้องกันระหว่างบริการชำระสินค้าหรือบริการผ่านมือถือกับเทคโนโลยีและบริการต่างๆ ที่มีอยู่ พฤติกรรมการซื้อสินค้า การทดแทนวิธีการชำระเงินแบบเดิม เช่น เงินสด หรือบัตรเครดิต เป็นต้น และสถานการณ์การใช้งาน รวมถึงความเชื่อมั่นต่อระบบและผู้ให้บริการ สามารถทำให้เกิดความสนใจต่อการใช้บริการชำระสินค้าหรือบริการผ่านมือถือ นอกจากนี้ คุณลักษณะของบริการในเรื่องการพกพา ก็สามารถที่จะทำให้เกิดการใช้งานตามสถานการณ์ต่างๆ ได้ เช่น เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่เร่งรีบ ไม่มีวิธีการชำระเงินแบบอื่น หรือเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อน เป็นต้น ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ให้บริการในอันที่จะรู้ถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้า เพื่อจะนำไปพัฒนาบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

Abstract

The rapid advancement of mobile technologies has led the Mobile Commerce affect to our daily life even more which include introduce new interest and useful services especially Mobile Payment service. This technology has been developed so that customers can make payment via their mobile phone device everywhere they are and this technology are expecting to be continually develop. Therefore, the objective of this research is to study the factors that affect the acceptance for Mobile Payment. Those factors are perceived usefulness, perceived ease of use, compatibility, trust, use situation and mobility. The research is conducted in terms of quantitative research and 209 questionnaires were collected.

From this research, it is found that compatibility, use situation and trust are factors that results most in customer's interest in Mobile Payment service. Moreover, features of mobility of mobile technologies enable the service that can be use in any situation, such as in an inconvenient area, other payment method not available and unexpected situation etc. The results of this research will be benefit to the service operator which they can understand their target customer's demand even more.