

บทที่ 1

บทนำ

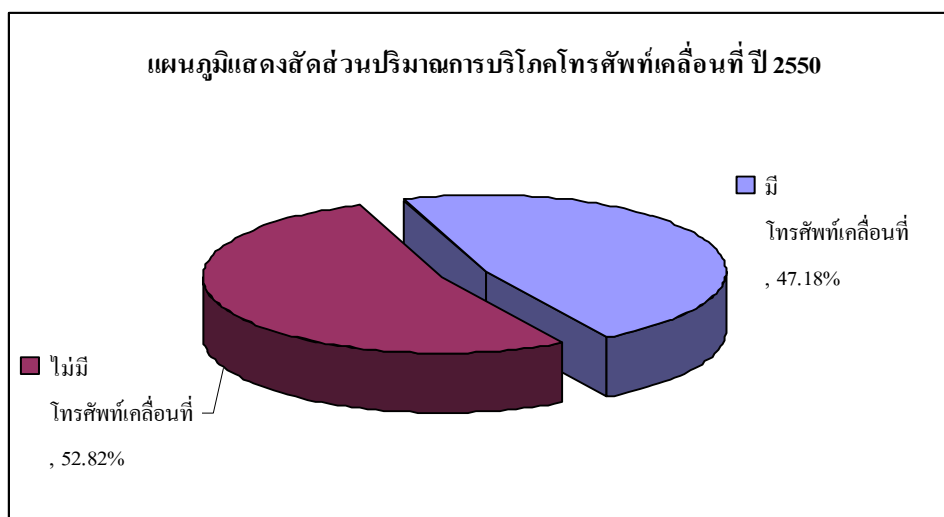
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน วิกฤตทางเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจอย่างรวดเร็วและรุนแรง ก่อให้เกิดการแข่งขันในทุกภาคส่วน การรักษาสถานลูกค้า สัดส่วนทางตลาดและการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดต้องอาศัยการดำเนินกลยุทธ์ที่เหมาะสมและทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยส่วนมากองค์กรธุรกิจมักใช้วิธีลดต้นทุนดำเนินการ เพื่อสามารถแข่งขันทั้งด้านราคาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน รวมถึงการคิดค้นสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ในธุรกิจการเงินถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งและมีการวางแผนบริหารงานอย่างระมัดระวัง แต่ก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน รวมถึงธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยด้วย ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องปรับทิศทางการดำเนินกลยุทธ์เพื่อรักษาสถานลูกค้าเดิมและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่

เทคโนโลยีเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารและยังเป็นการช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานของธนาคารอีกด้วย นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับธนาคารพาณิชย์ ทำให้ธนาคารเสนอช่องทางบริการผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ATM (Automatic Teller Machine) ซึ่งเป็นเครื่องทำกระบวนการทางการเงินอัตโนมัติโดยใช้บัตร ATM (ATM Card) ซึ่งเป็นบัตรแสดงตนและยืนยันความเป็นเจ้าของ รวมถึงสิทธิในการ ฝาก-ถอน-โอนเงิน หรือทำธุรกรรมอื่นกับบัญชีของบัตร ATM นี้ โดยลูกค้าของธนาคารพาณิชย์สามารถทำธุรกรรมด้วยตนเอง (Self Service) ผ่านเครื่อง ATM ได้ทุกเวลาและเป็นการประหยัดเวลาไม่ต้องเข้าคิวเพื่อติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของธนาคารที่สาขาต่างๆ มากขึ้น นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีเพื่อใช้ทำธุรกรรมอัตโนมัติอื่น ๆ เช่น เครื่องฝากเงินสด เครื่องบันทึกสมุดบัญชีเงินฝาก (Update Passbook) เป็นต้น มาบริการให้กับลูกค้าธนาคารด้วย นอกเหนือจากเทคโนโลยีดังกล่าว ระบบบริการธนาคารออนไลน์ อันได้แก่ระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลก มีการพัฒนาด้านความปลอดภัย (Security)

ความเร็ว (Speed) และความสะดวก (Convenience) โดยผ่านรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (Wireless Network) ซึ่งเป็นช่องทางในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารพาณิชย์อีกช่องทางหนึ่ง ที่ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมที่ไหน (Any Where) เมื่อใด (Any When) ก็ได้ ศักยภาพของธนาคารออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ต แบงคิง (Internet Banking) เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากลมาหลาย 10 ปีที่แล้ว (Allen and Hamilton, 1982) (Allen and Hamilton, 1982) นอกจากนี้เทอร์เน็ต แบงคิง ซึ่งเป็นบริการออนไลน์แล้วยังมีโมบาย แบงคิง (Mobile Banking) ซึ่งเป็นบริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ผ่านอุปกรณ์เพื่อการสื่อสารอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่จัดเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตประจำวันนอกเหนือจาก อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค (ปัจจัย 4) ในประเทศไทย มีจำนวนประชากรที่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อปี 2550 มีจำนวน 28,293,381 คน จากประชากรทั่วประเทศจำนวน 59,973,698 คน หรือประมาณร้อยละ 47.18 ของประชากรทั้งประเทศ (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) และมีแนวโน้มสูงขึ้น

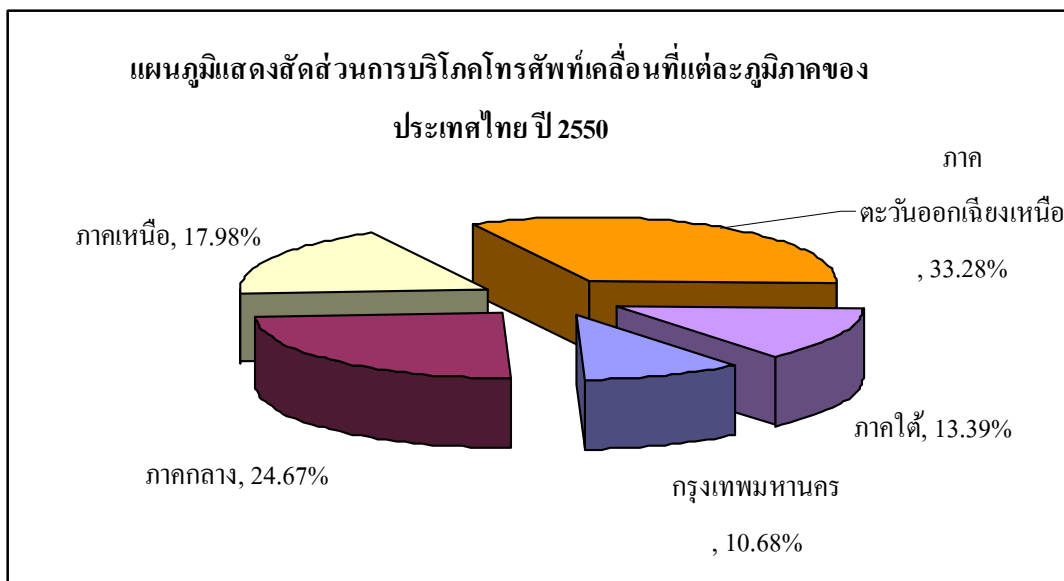
ภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนปริมาณการบริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ปี 2550



(ที่มา: การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ครัวเรือน) พ.ศ. 2550

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

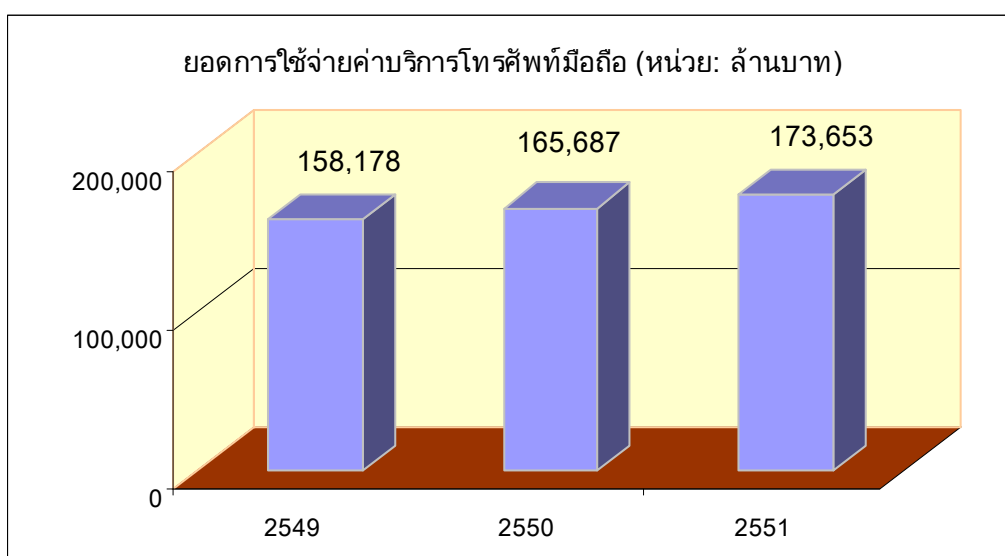
ภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนการบริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละภูมิภาคของประเทศไทยปี 2550



(ที่มา: การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ครัวเรือน) พ.ศ. 2550
สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)

เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นอุปกรณ์ที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไป มีวิธีการใช้งานง่าย สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้จากเอกสารคู่มือและระบบเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์เพื่อการสื่อสารที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ จึงทำให้อัตราการเติบโตการบริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงขึ้นทุกปี จากปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้อนาคตพาณิชย์ร่วมมือกับผู้ให้บริการเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่นำเสนอบริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงทำให้ช่องทางการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการให้บริการทางการเงินที่จะช่วยให้ธนาคารเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ข้อดีของการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโมบาย แบงค์กิ้ง คือ ผู้บริโภคเสียค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมน้อยกว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังสาขาหรือ ATM ของธนาคาร และมีแนวโน้มว่าบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว (ที่มา: นิตยสาร Business Week ไทย) จึงเป็นโอกาสสำหรับสถาบันการเงินต่าง ๆ และผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่หันมาขยายตลาดบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางนี้มากขึ้น (ที่มา: นิตยสาร Business Week ไทย) และประมาณปีพ.ศ.2550 ธนาคารกสิกรไทย ได้เปิดตัว ATM SIM สำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยร่วมมือกับผู้ให้บริการโครงข่ายการสื่อสาร บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค

ภาพที่ 3 แสดงยอดการใช้จ่ายค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่



(ที่มา: Trend and Innovation: เดือนมีนาคม 2553 <http://www.marketeer.co.th>)

แม้ว่า ผู้ให้บริการทั้งสถาบันการเงินและผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างพากันเน้นย้ำเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการอย่างเต็มที่เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ (ที่มา: นิตยสาร Business week ไทย) อีกทั้ง รูปแบบวิธีการเปิดให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการจะอำนวยความสะดวก และง่ายต่อการใช้งาน ช่วยสร้างความประหยัดให้แก่ผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตาม ความปลอดภัยกลายเป็นกำแพงในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ปัจจัยที่ยังคงเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย แม้ว่าแนวโน้มของจำนวนผู้ใช้งานและปริมาณการทำธุรกรรมจะมีอัตราเพิ่มขึ้น แต่ความไว้วางใจของลูกค้าในการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ยังคงเป็นเรื่องที่สำคัญ ในประเทศไทยการรับบริการธุรกรรมทางการเงินโดยเจ้าหน้าที่ของธนาคารยังคงเป็นที่นิยมของ

งานวิจัยนี้จึงศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โบบาย แบงก์กิ้ง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมในการกระจายเทคโนโลยีบริการทางธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อไป

วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โบบาย แบงก์กิ้ง โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับและใช้บริการโบบาย แบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ กับ ปัจจัยด้านการรับรู้ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM) ประกอบด้วย (a) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceive usefulness) (b) การรับรู้ถึงขั้นตอนการใช้งานง่าย (Perceive ease of use) และ (c) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk)

ขอบเขตการวิจัย

1. งานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้ให้บริการ (Adopters) และผู้ยังไม่ใช้บริการ (Non Adopters)
2. การวิจัยนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปและเปิดบริการหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่
3. ระยะเวลารวบรวมข้อมูลแบบสอบถามระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2552 ถึง 31 ธันวาคม 2552

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1. ทางด้านธุรกิจของธนาคารพาณิชย์และผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
 - a. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โมบาย แบงคิง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางกลยุทธ์ในการกระจายบริการสู่ลูกค้าธนาคาร
2. ทางด้านการศึกษา
 - a. เพื่อเป็นแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาค้นคว้าวิจัยทางด้านการยอมรับเทคโนโลยีนวัตกรรม ตามแบบจำลอง TAM
 - b. เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านปัจจัยความเสี่ยงต่อการยอมรับเทคโนโลยี
 - c. เพื่อเป็นแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นในการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยต่อไป

นิยามศัพท์ (เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัยนี้)

โมบาย แบงคิง (Mobile Banking) คือ การให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่ไม่เกี่ยวกับเงินสด โดยผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่

เทคโนโลยีทางการเงินในรูปแบบบริการตนเอง (Self Service Technology) คือ เทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ธนาคารจัดเตรียมหรือเปิดให้บริการการเงินกับลูกค้าธนาคาร โดยลูกค้าธนาคารสามารถทำธุรกรรมการเงินด้วยตนเองตามคำอธิบายบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยไม่ผ่านเจ้าหน้าที่ของธนาคาร เช่น เครื่อง ATM เครื่องปรับสมุดบัญชี (Update Passbook) เป็นต้น

โมบาย คอมเมอร์ซ (Mobile Commerce) คือ การซื้อขายสินค้าผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการเครือข่ายการสื่อสารไร้สาย โมบาย เซอร์วิส (Mobile Service) มีลักษณะคล้ายกันกับโมบาย คอมเมอร์ซ แต่โมบาย เซอร์วิสเป็นการให้บริการที่เกี่ยวกับบริการต่าง ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการซื้อขาย เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค การจองตั๋วหนัง เป็นต้น

Telephone banking คือ บริการผ่านอุปกรณ์การสื่อสาร เช่น โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีระบบตอบรับอัตโนมัติหรือมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำบริการเมื่อติดต่อแจ้งไปยังหมายเลขที่กำหนดไว้ เช่น การเปิดใช้บัตรเครดิต การตรวจสอบยอดการใช้จ่าย หรือการติดต่อ Call Center เป็นต้น