

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ ซึ่งปัจจุบันไม่ได้มีไว้เพียงแค่พูดคุยเท่านั้น แต่ได้กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มากด้วยความสามารถ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการใช้งานในการโทร การส่งข้อความ อีเมล อินเทอร์เน็ต ถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ และออร์กาไนเซอร์ส่วนบุคคล ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือยังสามารถใช้ทำธุรกรรมทางการเงินได้อีกด้วย โดยจะทำให้การจับจ่ายสิ่งซื้อสินค้าหรือการบริการต่าง ๆ ให้สามารถเกิดขึ้นได้ ทุกหนทุกแห่ง ทุกที่ทุกเวลาที่คุณต้องการ เพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัสเท่านั้นเอง โดยไม่ต้องเสียเวลากับการเดินทางไปชำระเงิน โอนเงิน หรือเข้าคิวเพื่อเลือกซื้อสินค้า เพราะไหนจะต้องเจอกับปัญหาการติดการเข้าคิวยืดเยื้อเสียเวลาเป็นชั่วโมง ทำให้เป็นที่หงุดหงิดรำคาญใจ ทางเลือกใหม่จะอำนวยความสะดวกได้อย่างรวดเร็วบนโทรศัพท์มือถือของคุณเองกับบริการชำระรูปแบบใหม่ผ่านโทรศัพท์มือถือหรือที่เรียกว่า **Mobile Payment** นั่นเอง

ช่องการชำระแบบเดิมๆ ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นบัตรเครดิต บัตรเดบิต เงินสด หรือแม้แต่การชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือล้วนแล้วแต่ยังคงมีข้อจำกัดในการใช้ที่แตกต่างกันออกไป หากทำการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียที่เกิดขึ้น อาจกล่าวได้ว่าการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือจะมีข้อดีมากกว่าด้วยซ้ำไป โดยการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังคงถูกกล่าวถึงในบทความและวารสารต่างๆ ว่าเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่จะเข้ามาแทนที่การชำระเงินแบบเดิม ไม่ว่าจะเป็นเงินสด หรือบัตรเครดิต ที่ต่างมีข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไป การเข้าคิวในการชำระค่าสินค้าและบริการเพื่อชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสด ถูกมองว่าเป็นอะไรที่น่าเบื่อ ของผู้บริโภค การแข่งขันกันของเวลาที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน กลายเป็นปัจจัยที่ทำให้หลายฝ่ายที่สนับสนุนการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการชำระค่าสินค้าและบริการยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และในหลายบทความวิจัยยังคงให้ความสนใจ และสนับสนุนด้วยว่า การทำธุรกรรมทางการเงินแบบนี้ ความเป็นไปได้สูงที่จะกลายเป็น Killer application (Dahlberg et al., 2008) การชำระเงินด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านระบบ Contactless กำลังเป็นที่นิยมและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในประเทศ ญี่ปุ่น

โดยผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ NTT Docomo ภายใต้ชื่อบริการ Osaisu-Keitai ซึ่งเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีฟังก์ชัน การทำงานเหมือน กระเป๋าเงิน, credit card, ID card และ อื่นๆอีกมากมาย โดยใช้ contactless IC card ที่ชื่อว่า Felica พัฒนาโดยบริษัท Sony ติดไปกับเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เลย

การชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย หรือ โมบาย เปย์เมนต์ ปัจจุบันถือว่าเป็นตลาดที่มีการแข่งขันน้อยราย โดยรายแรกที่เข้าสู่ตลาด ได้แก่ แอดวานซ์ เอ็มเปย์ บริษัทในเครือเอไอเอส ที่เปิดให้บริการช่วงแรกปลายปี 2547 มีลูกค้าที่สมัครบริการเอ็มเปย์ช่วงแรก 50,000 ราย ต่อมาเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนสิงหาคม 2548 มีลูกค้าประมาณ 100,000 ราย ซึ่งพบว่ายอดลูกค้ายังไม่เป็นไปตามที่บริษัทตั้งเป้าหมายไว้ น้อยกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 1.5 ล้านราย ดังนั้นบริษัทจึงเน้นสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ซึ่งเน้นการทำตลาด และใช้งบประมาณในการทำตลาดรวมทั้งปีประมาณ 80 ล้านบาท โดยใช้สื่อโฆษณาเป็นตัวสื่อสารหลักไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า และเมื่อครบ 1 ปี ในปี 2549 มีลูกค้าสมัครบริการเพิ่มขึ้นเป็น 1.3 ล้านราย แต่ทำธุรกรรมผ่านมือถือเพียง 2 แสนราย ซึ่งพบว่ายังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้ โดยเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้ปลายปี 2549 คือ มีลูกค้าสมัครบริการ 1.6 ล้านราย และทำธุรกรรมผ่านมือถือไม่น้อยกว่า 8 แสนราย ในขณะที่บริษัททรู มั่นนี้ บริษัทในเครือทรู มาแบ่งส่วนครองตลาดโดยเปิดให้บริการช่วงแรกตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2549 และเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนมิถุนายน 2549 มีลูกค้าที่สมัครใช้บริการประมาณ 2.5 แสนราย โดยสิ้นปี 2549 บริษัทตั้งเป้าหมายไว้ที่ 5 แสนราย (บิสิเนสไทย, 2549; บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด, 2549)

จากข้อมูลข้างต้น ปัญหาที่สำคัญก็คือ บริษัทควรที่จะพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของตนเองอย่างไรโดยพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้การชำระค่าสินค้าและบริการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมาช่วยในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้การชำระสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) เป็นที่ยอมรับสำหรับลูกค้า
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำการชำระค่าสินค้าและบริการ

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่ศึกษาปัจจัยสำคัญที่ทำให้การชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (MobilePayment) เป็นที่ยอมรับสำหรับลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อวัดผลเพียงครั้งเดียว โดยมีการกำหนดขอบเขตการวิจัย ซึ่งทำการศึกษาในส่วนของบุคคล ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครโดยมีกลุ่มเป้าหมายดังนี้
 - 2.1 เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร
 - 2.2 เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในวัยศึกษา / วัยทำงาน
 - 2.3 เป็นกลุ่มคนที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่แล้ว
3. การวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการทำการศึกษาเฉพาะการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น โดยมีได้รวมในส่วนของการทำธุรกรรมหรือบริการอื่นๆ เช่น Download Ring Tone, GPRS ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Commerce)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านผู้ประกอบการ

ทำให้ผู้ให้บริการทราบถึงปัจจัยที่ทำให้การชำระสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่(Mobile Payment) เป็นที่ยอมรับสำหรับลูกค้า

เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ให้บริการหากศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำการชำระค่าและบริการ

ผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลและผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการกำหนดทิศทางหรือกรอบการดำเนินการพัฒนาการชำระสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเพิ่มช่องทางการชำระสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้กับธุรกิจของผู้ประกอบการ

2. ด้านการศึกษา

เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักศึกษา, ผู้วิจัย, สถาบันศึกษาต่างๆ ในการกำหนดแนวทางสนับสนุนการทำวิจัยด้าน Mobile payment ต่อไป