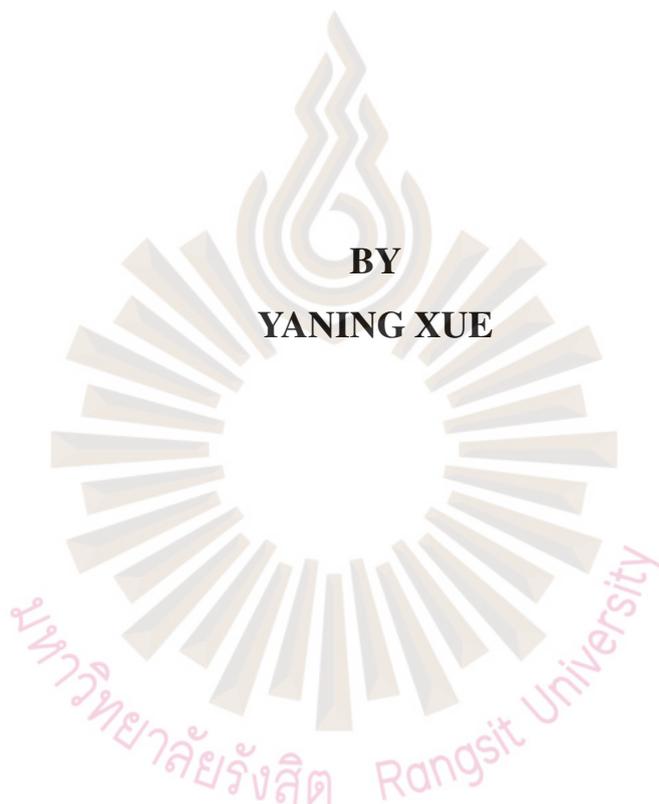




**APPLICATION RESEARCH OF MOBILE PAYMENT IN THAI
BUSINESS FIELD**

**BY
YANING XUE**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
INTERNATIONAL CHINESE COLLEGE**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018**



移动支付在泰国商业领域的应用研究



此论文为申请中国国际学院
工商管理专业研究生学历
之学术毕业论文

兰实大学研究生院
公历 2018 学年

Thesis entitled

**APPLICATION RESEARCH OF MOBILE PAYMENT IN THAI
BUSINESS FIELD**

by
YANING XUE

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2018

Asst. Prof. Chen Ao, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Jiang Hai Yue, Ph.D.
Member

Prof. Duan Yun Long, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

June 20, 2019

致谢

两年的时间如白驹过隙，转眼间，硕士研究生的学习生涯已经接近尾声阶段，论文的写作进度也即将结束。这些时间经过开题，收集相关文献与资料，论文撰写的过程用了近两年的时间来完成，整个写作过程也是对我个人意志力的磨砺与考验。

毕业论文的最终定稿，这期间最重要的是我的导师段云龙教授给予的悉心指导。从毕业论文的选题，写作，开题到最终定稿，这一期间虽然段教授教学任务重，工作忙，但依然抽出大量的时间为我的论文写作进行指点。段云龙教授渊博的专业知识，精益求精的工作作风和严谨的教学态度，都给我留下了深刻的印象，这些都对我日后的学习与工作起到积极影响。在此，谨向段云龙教授表示崇高的敬意以及由衷的感谢。

此外，还要感谢我的商务研究理论的老师陈禀，他教给我论文写作的格式和逻辑分析思维。感谢我们的辅导老师蒋老师，蒋老师在我学习过程中的引导与鼓励。还有在写作中给予我帮助的各位朋友和同学。另外，还要感谢我兰实大学 2560 级的 MBA 工商管理专业的各位同学们，感谢同学们在我论文写作过提供的鼓励与帮助，这份深厚的情谊会让我终身难忘。

两年的研究生学习，使我的理论知识更加扎实。我时刻谨记兰实各位老师的教导，在今后的学习和工作中，更坚持学习新知识，新技能，培养自身不骄不躁，踏实严谨的做事风格，严以律己充分实现自我的人生价值。

薛亚莹
研究生

**6006123 : MAJOR: MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION;
M.B.A**

**KEYWORDS : THAI BUSINESS, MOBILE PAYMENT, INFORMATION
TECHNOLOGY.**

**YANING XUE : APPLICATION RESEARCH OF MOBILE
PAYMENT IN THAI BUSINESS FIELD. THESIS ADVISOR: PROF.DUAN
YUN LONG, Ph. D. 69p.**

Mobile payment, a new model of digital payment, has emerged under the current wave of global economic integration, and it is becoming a new engine of future economic growth. It has become a mainstream electronic transaction mechanism in many countries around the world, such as Switzerland, China and Japan. This paper studies the current problems of mobile payment application in Thailand in the literature review. Questionnaire method was used to collect data. Through a preliminary testing of the hypothesis, and analysis of the variables in the questionnaire data, the result obtained showed the current mobile payment in Thailand need to be improved in term of practicality, payment system, security, merchant support and technology. The author examined the causes of the problems faced in Thai market. Through the in-depth study of the causes and the related literature, this paper proposed relevant solutions to the problems and hopes the recommendation can provide certain theoretical support and practical value for the future development of mobile payment application in Thailand.

Student's SignatureThesis Advisor's Signature

6006123 : 工商管理: M.B.A;

关键词 : 泰国商业, 移动支付, 信息技术

薛亚苧: 移动支付在泰国商业领域的应用研究; 论文导师: 段云龙 教授, 69 页。

全球经济一体化的浪潮下, 一种全新的数字金融支付模式应用而生, 移动支付势必成为未来经济发展的新引擎, 纵观国际上, 如瑞士、中国及日本等国家移动支付已成为主流的电子交易方式。本文运用文献研究法及调查问卷研究法, 对泰国商业应用中移动支付问题进行了研究。通过前期对研究假设的提出和调查问卷数据中对变量的测量分析, 整体看, 当下泰国移动支付的主要问题在于实用性、支付系统、安全信用, 商户支持和技术等方面有待提高。笔者结合泰国市场特点分析实用性、易用性不显著、支付系统体制不健全、安全信用体系不完善、缺乏商户的业务支持、技术有待完善与标准化等问题存在的原因。通过对问题原因的深入探究并结合相关资料文献, 本文针对变量问题及原因提出相关的解决措施。望能对泰国商业应用中移动支付领域发展提供一定的理论支撑和实践价值。

学生签字.....指导老师签字

目录

	页
致谢	i
英文摘要	ii
中文摘要	iii
目录	iv
表目录	vii
图目录	viii
第 1 章	
引言	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的	2
1.3 研究意义	2
1.4 论文框架	3
1.5 研究方法与技术路线	4
1.6 研究创新点	5
第 2 章	
文献综述	6
2.1 文献梳理脉络	7
2.2 文献述评	12
第 3 章	
移动支付相关概念界定及发展现状	14
3.1 移动支付的概念界定	14
3.2 移动支付的发展现状与应用情况	15
3.3 对泰国移动支付使用的问题分析	18
3.4 本章小结	22

目录 (续)

	页
第 4 章	研究调查问卷设计及问题研究与分析 23
	4.1 研究调查问卷构建要素 23
	4.2 预调研 26
	4.3 调查问卷数据统计分析 26
	4.4 样本数据效度分析 31
	4.5 本章小结 37
	4.6 综合以上变量问题的原因分析 37
	4.7 结合泰国的市场特征分析变量问题存在原因 40
第 5 章	完善移动支付在泰国商业应用的相关措施 44
	5.1 增加移动支付实用性、易用性力度 44
	5.2 加快支付环境体制的完善 45
	5.3 强化技术的标准化 46
	5.4 增强商户对市场的认知与支持 48
	5.5 强化移动支付业务安全信用体系的建设 49
第 6 章	总结和建议 52
	6.1 结论 52
	6.2 泰国未来移动支付发展的建议 54
	6.3 研究不足 55
	6.4 未来研究的计划 56
	参考文献 57
	附录 63

附录 A	访谈记录	63
附录 B	调查问卷	66
个人简历		69



表目录

表		页
3.1	接受移动支付的原因	19
3.2	不再使用或很少使用的原因	20
4.1	测量问题图	24
4.2	调查问卷数据分析	24
4.3	问卷回收统计	27
4.4	核心变量指标统计分析	27
4.5	各变量的信度分析	30
4.6	移动支付核心变量因子分析	32
4.7	KMO 与变量因子分析匹配度	32
4.8	移动支付应用因子分析结果	33
4.9	KMO 和巴特利特检验	34
4.10	移动支付应用二次因子分析结果	34
4.11	自变量 KMO 和 Bartlett 球形检验结果	36
4.12	移动支付应用因子分析结果	36

图目录

图		页
3.1	Square 支付流程图	14
3.2	移动支付发展现状示意图	18
3.3	移动支付使用领域分布	20
4.1	用户接受度调查	26
4.2	全球网民规模及互联网普及率的节选对比图	41



第 1 章

引言

1.1 研究背景

传统货币支付方式已经不能满足新形势下市场需求及发展，互联网技术的出现，很大程度上缓解了泰国市场所面临的困境，为商业应用的发展提供了新平台。因此，本文基于笔者自身学科知识与泰国市场的视角下，移动支付在泰国商业领域带来的经济效益为突破口，确定此次研究任务。笔者认为此次研究具有极高的研究价值及意义。

本文选题来源主要在于笔者自工商管理专业学习以来，对管理学科有了深刻的理解，发现管理学科与商业发展关系紧密，尤其是移动支付在商业应用中的巨大价值，笔者认为具备可研究价值及意义；另外，纵览国际商业领域，欧洲瑞士、亚洲韩日等国家移动支付业务发展较快，甚至成为商业领域主流支付方式。因此，笔者特选此课题展开研究。

当下，在全球经济一体化的趋势下社会建设逐步完善，互联网信息技术贯穿现代社会发展过程中，移动支付在泰国商业中作用愈加凸显。但泰国移动支付在商业应用中还存在一些问题，如商业应用存在一定阻力。若将其解决好，移动支付将会促进泰国商业领域发展。笔者在大量研读相关文献、发放多份研究问卷基础上，得到不少一手研究数据和翔实资料，通过对数据进行定性分析，从而找出移动支付在商业应用过程中部分问题。依此提出问题研究假设，借助统计分析软件对相关变量进行测量，分析问题存在的具体原因，最后完善解决措施。

1.2 研究目的

本文通过全球经济一体化影响下泰国商业模式发生变革这一角度进行分析，因电子支付方式突破了时间和地域的限制，支付形式又呈现多元化，随着无线技术的普及和移动终端技术的高速发展，以手机网络为主的移动支付工具已形成一条严密的市场营销产业链。主要研究目的：

第一，研究分析出移动支付在泰国商业的应用中存在问题的原因，结合泰国国情和市场特点找出合理的解决措施，可为泰国移动支付领域的研究提供借鉴和参考价值。

第二，通过对移动支付在泰国商业应用中存在变量问题进行汇总和分析，希望为泰国移动支付在商业领域的推广和应用问题提供理论依据。

第三，希望此次调研能为未来泰国移动支付相关研究增加测量维度。在泰国移动支付研究领域除了涉及调查的风险感知，个人体验，易用性等问题之外，实用性、安全性、技术性、支付系统等变量也是影响移动支付应用与推广的主要原因。

1.3 研究意义

1.3.1 实践意义

当下，泰国企业的营销环境发生巨大变化，呈现出经济市场化和国际市场化趋势，市场营销渠道也发生巨大变革。泰国大中小企业该如何把握在互联网冲击下的挑战和机遇成为关键性的问题。把握移动支付是未来商业运作转型的趋势。移动支付使用方便，不受时间与地域的限制，可以极大提高企业办理业务流程的效率，实现更加人性化的交易服务。移动支付模式可为市场营销提供一对一的服

务平台，有效对消费者属性进行细化分类，移动支付业务可有效对海量数据进行高速、便捷、准确的筛选和处理，从而满足消费者的多样化实际需求。

1.3.2 理论意义

本文从管理学的视角展开，由泰国商业这一宏观概念细化到移动支付领域，根据移动支付在泰国商业模式下的现状以及存在的相关问题，深入研究移动支付在泰国商业应用中的特征，为今后相关领域提供新的研究视角。

移动支付作为推动经济快速发展的新型工具，国际上的学者对其进行了深刻的研究，特别是中国对移动支付模式领域的学术研究日趋成熟，相比泰国研究有极大优势，主要在于国际上在移动支付模式方面具有多层次，多角度的创新理论推动，而泰国相关创新理论明显不足。在此情景下，移动支付在泰国商业模式中如何应用以及在未来的商业运营中该如何去完善，有待进一步去研究。

1.4 论文框架

本文主要的研究内容，是通过对移动支付在泰国商业应用过程中的问题分析，提出具有建设性、可行性解决问题的举措，为泰国在移动支付相关领域的研究提供参考。

第一章，主要对问题的选题背景、研究目的及意义做了系统性阐述，并说明移动支付在泰国商业研究中所使用的研究方法、研究工具、创新点和难点。

第二章，对移动支付相关的研究文献进行梳理，整理出前人对移动支付提出的理论研究成果，加深对移动支付应用的理论性认识。

第三章，对移动支付的相关概念进行界定，概括出了移动支付的概念、发展现状、移动支付在泰国的使用情况及使用中存在的问题等。

第四章，本文通过前期对相关材料的收集与汇总，提出研究假设，并结合调查问卷获取的数据，借助统计分析软件，分析变量问题是否具有研究价值，从中概括出移动支付在泰国商业领域的应用中主要存在的问题，并分析问题存在的原因。

第五章，针对移动支付在泰国商业领域应用中的问题，综合问题的原因，提出相关的解决措施。

第六章，对以上的调查研究进行汇总，提出建议。并对本文研究的不足和对未来的研究计划进行概括。

1.5 研究方法及技术路线

笔者通过总结前人的研究为基础，对于研究数据和结论的获取主要运用实证研究法，以移动支付在泰国的应用为切入点进行研究分析，主要运用以下方法作为研究工具。

1.5.1 文献研究法

本文为追求研究准确、系统、全面。在写作之时，大量翻阅相关移动支付的论著，并对互联网，中国知网，期刊上的论文，信息资料和数据进行分析、对比、筛选出能够借鉴的研究成果。通过借鉴与梳理前人的研究成果，来加深自身对移动支付在商业应用中对支付系统、安全信用、技术等变量问题的理论性认识。由此对移动支付建构理论的缘起，演变进行了整理，综述出此文理论框架。

1.5.2 问卷调查法

该论文分析移动支付在泰国商业应用的影响因素，需借助大量的研究数据作为研究基础。主要通过前期进行小范围的调查问卷并结合导师的指导，总结出最突出的问题以此提出研究假设，通过收集调查问卷数据及研究综合得出的 5 个变量维度作为研究的起点，并利用分析软件测量变量是否和移动支付的应用产生正相关关系，然后分析问题存在原因，并找出合理的解决措施。

1.5.3 定性与定量分析结合

笔者主要研究的是移动支付在泰国商业应用的研究，前期做了大量的准备工作，一方面大量阅读前人研究成果，另一方面，不断观察移动支付在泰国市场下的运营模式。并整理出移动支付在泰国应用时主要的影响因素，然后利用统计分析软件对构建影响移动支付在泰国应用问题进行定量分析，检验获取数据的信度和效度。根据构建数据模型，分析得出影响移动支付在泰国应用因素的路径系数，总结出定量分析的研究结论，并对移动支付在泰国商业的应用推广提出有针对性的对策和建议，促使所作研究更加系统和全面。

1.6 研究创新点

笔者主要是研究支付在泰国商业的应用，通过系统的梳理和参考移动支付领域相关文献，针对移动支付在泰国的应用研究并不多，有的也是以量化分析为主，笔者总结本文的创新点主要集中于以下几方面：

1.6.1 研究视角的创新

通过对前人研究文献的阅读与整理,发现泰国现有的研究主要针对特定条件下某阶段的使用情况,本文以移动支付应用环境的全过程为研究视角,结合移动支付自身的核心特征、泰国本土化的特点,按照 5 个变量维度,系统分析影响移动支付在推广应用过程中的关键因素。

1.6.2 研究内容创新

基于研读大量有关移动支付研究的相关文献,从中得出,国际上相关领域研究的学者对移动支付方面的研究范围极其宽泛,但对于不同市场特征对移动支付的应用是否产生影响之类的分析涉及很少,本文从调查问卷去分析移动支付应用中存在的问题,并针对前人未涉及到变量的问卷调查,通过导师的指导并结合大量二手数据,设计出相关的理论层次,丰富移动支付在泰国商业应用研究的相关理论。



第 2 章

文献研究理论综述

对研究文献的梳理主要来源于移动支付在泰国商业应用中存在的变量问题为研究脉络来展开分析。主要涵盖支付系统、安全信用、技术等变量问题。通过对前人研究成果的借鉴与整理，来加深自身对移动支付在商业应用中有关变量问题的理论性认识。

2.1 文献梳理脉络

2.1.1 移动支付与支付系统的相关研究

陈华平等（2006）以技术接受和使用模型展开研究，提出了影响移动支付使用的研究模型。其运用大量调查问卷的数据分析，并做了一系列实证调查，最终得出，移动支付的发展与支付系统的完善程度都有着密不可分的关系。而 Postiche et al.（2009）提出，目前虽处于 4G 网络时代，但影响移动支付技术发展不成熟的因素众多。

卢放鸣（2011）在《北京邮电大学学报社会科学版》一书中，作者主要使用波特钻石模型研究了影响移动支付产业发展的因素，他认为主要在于用户需求、支持性产业、支付系统环境、生产条件和相关要素构成、政策扶持和市场环境等。利用加权平均法制定模型，对各要素进行分析，从而为移动支付发展提供理论支撑。不过王欣（2008）通过研究发现欧洲和亚洲国家的日本、中国在移动支付领域的发展的差异性，认为消费者的接受程度、信用卡的使用率、支付环境的安全性问题。

美国政治学家加布里埃尔-A-阿尔蒙德 Gabriel A. Almond (2007) 把支付系统发展指标界定为体制结构的差异化, 如, 自主性的分化体制和文化的世俗性。另一位著名政治学家 鲁-派伊 Lucian, W.P. (1965) 则把移动支付发展归结为支付系统在特定环境下的提高、个人地位在体制下的提高、技术层面的差异性。张星炜 (2007) 指出移动支付发展需考虑支付的相关研究变量, 认为用户对移动支付的认同感、支付系统的完善程度、都是影响移动支付应用于推广的决定性因素之一。

2.1.2 移动支付与信息技术的相关研究

曹淑艳等 (2013) 从现代移动支付的现状出发, 认为现代移动支付的发展是基于传统电子贸易的形式上产生出的更高支付手段。移动支付为跨境电子商务的发展提供了巨大优势, 促使电子商务的发展势头犹如旋风一般。但移动支付的发展问题依然很多, 如: 支付平台有待完善, 综合性技术人才紧缺, 电子支付还存在着很多风险, 电子商务发展的好坏直接关系到泰国国内移动支付业务的延伸及发展。综合以上分析所得, 曹淑艳等认为应从政府和企业信用之间方面寻找解决措施。另外, 国际上 Sirkhwan (2008) 在《信息和通信技术对东盟的经济增长和电子商务技术投资的影响》一文中指出影响东盟电子商务发展的主要因素在于认 1) 东盟信息基础设施的建设力度。2) 电子商务中信息和数据的传输路径。电子商务作为信息技术平台投资建设的一个领域, 要强化信息技术的投资发展力度来提升电子商务的发展。

Wongpinunwatana (2003) 在《电子商务影响因素研究》一书中通过对泰国实施全国性调查研究, 根据对收集数据的研究分析, 认为信息保护, 技术手段, 宣传和组织结构是影响电子商务在泰国市场发展的关键性因素。而 Pisano (2006) 指出, 技术标准化可以对电子商务的发展起到管制作用, 能更加完善电子商务的体制结构, 泰国电子商务基本的技术标准可以促进电子商务系统结构的发展, 泰国电子商务现处于稳定增长期, 还有许多因素像信息技术、数据安全性、法律机

制的健全等都会制约电子商务的发展，需要高度重视。Nuttaphone（2009）也认为，目前泰国和国际上的移动用户依然增势迅速，全世界的消费群体越来越认可在线购物以及在线支付活动。所以作者业希望泰国政府能根据泰国的市场特征出台移动支付发展的相关的扶持政策，提升技术研发的投入力度，更多支持移动支付的应用，为消费者打造一个良好的支付环境。

曹媛媛（2008）发表《统计与信息论坛》其中对运用 TIF 模型对对移动支付进行分析研究，最后总结出移动支付技术和信息技术的完善，技术的创造力之间都有着相辅相成的关系，信息技术对移动支付的绩效有很大的推动力。用其他研究方式的谢平等（2014）《互联网金融研究》通过对互联网支付模式的研究，认为技术标准化在对信息处理和资源配置方面起决定性作用，技术标准模式将对固有的金融模式起到颠覆性改变，尤其信息科技技术领域的云计算、移动支付等金融领域。

2.1.3 移动支付与安全信用相关研究

Jan 和 Yves（2006）通过对案列分析，认为在支付市场环境中安全信用体制和标准都会影响移动支付的应用。移动支付市场并不成熟，但是目前很多主体处于利益的考虑，试图多方面进行合作建立统一标准从而推进支付市场的发展。同研究领域的 Patrick Y.K. Chau et al.（2011）通过提出基础性客户决策的模型，研究分析了客户在进行互联网在线支付时服务方式上的信任是否会影响客户对移动支付系统的初始信任。作者又进一步研究了影响消费者使用移动支付的主要因素，分析得出信任确实是在支付环境中起决定性作用，正价或者负价的信任感受会直接或间接的影响支付意愿。

另一位研究者蒋先玲（2014）通过《改革》指出，因为互联网技术的高速发展，移动支付的安全信用体系也逐渐向金融领域渗透，管理系统的在监管方面面临许多问题，作者在对监管模式进行研究后得出，主要问题在于监管的立法层较

低，门槛太高导致监管力度不够。根据学习国际上的先进的管理制度，提出了支付系统监管的发展建议。由此 Hama et al. (2012) 通过研究提出关于移动支付新的应用方案。他认为要首先更改现有的 QR-Pay 的系统应用，除去与网络需求的连接。发展中国家经常会面临访问互联网页面的困扰，QR 系统可以通过身份识别和快速反应两种渠道来确保安全性。所以修改此方案可为移动支付时提供更多的便利和安全性。

李国建 (2014) 发表的《移动互联网营销》从思维、定位、成交系统、推广系统、安全信用等方面，多角度为企业转型和升级提供方法论和实操指导。江礼坤 (2016) 在《实战移动互联网营销》一书中为我们呈现一个系统，全面的移动支付的安全信息的理念的建构，让大家从思维模式到战术方面，有一个全面的认知和了解，通过学习安全信用的方面的知识，进行有效的实践。

2.1.4 移动支付与商户业务支持的相关研究

芦阳 (2009) 通过对银行、移动相关运营商、第三方商户平台等利益主体进行了分析研究，认为用户在使用移动支付过程中不仅与商户、支付渠道、移动终端运营商，账户之间都存在着影响关系，同时也是制约移动支付发展的关键因素。不过徐超 (2013) 发表的《经济管理》一书中从商户平台支付的基本理论入手，发现第三方商户业务的理论基础来源于双边市场，这种方式可以提升效率，也能有效节约成本。不过商户支付模式在发展演变过程中，面临着安全信用问题，如何建构好的信用体系，也是金融机构必须思考的问题，经济风险的监控是监管最关键的问题。

Mark et al. (2003) 作者通过结合集体和平台理论的研究方法，分析出金融机构与移动运营商之间存在合作关系的同时也是竞争关系，不同的利益冲突，战略制度，不完善的治理问题都能导致分散状态，但作者认为这些问题的根源在于移动支付平台对服务商（商户）实施的开放性制度，平台产生的竞争问题

苗文龙（2012）发表的《当代财经》一书中认为，监管部门对互联网支付的监控措施，致使相关支付机构的成本费用较高，如果相关运营商户降低业务收入，也会影响其商户的创新能力和商户与金融机构的合作力度。但放任支付机构发展，随之而来的是个别商户一系列的违法程序的操作，又会导致支付环境恶化，影响支付运营。所以要做到针对不同商户业务类型进行分类管理，以便控制风险。

华杉（2016）出版的《超级符号就是超级创意》是中国本土生长出来的营销方法——华与华方法，作为本土营销界自成体系的营销思想，认为商户对产品的使用与支持，才能有效推动发展。王鉴（2017）在《深度营销》一书中为致力于解决方案式销售的从业人员提供一套全面、系统的行动指南，深度解析市场最核心的阶段是客户的需求、商户的支持与应用，才能有效解决产品在市场的应用。

2.1.5 移动支付与实用性、易用性的相关研究

Roger A.（2012）在《市场营销插图第9版》中，通过反应当前顾客关系管理和顾客价值创造为核心的市场理念为指导思想，运用独特、创新的方法综合展现了当代实用性与易用性理念，以此帮助读者更深入的理解和掌握市场运营。Al Rise Jack Trout（2017）在《定位》一书中作者提出了对美国市场影响极大的观念，改观了人类“满足需求”的旧有营销认识，开创了“胜出竞争”的营销之道，在竞争日趋激烈的今天，他揭示了现代企业经营的本质，如何满足用户对实用性的追求，为企业阐明了获胜的要诀。

Paul et al 通过研究得出，技术间的兼容性和移动模式都会显著的影响到移动支付业务应用时的态度和行为预测，另外，对于使用者态度的影响还表现在易用性、安全性、技术创新等方面。在此基础上 Garry et al.扩展了技术接受模型(TAM)，对手机信用卡(MCC)采用率不高的现象进行了研究。他采访了一百多名客户来搜集数据，通过建模的方式分析，认为在移动支付业务中，银行、商家、手机业

务提供商都对移动支付业务的发展提供了切实的管理和营销基础，通过这一项研究可为手机卡的在市场信用性提供保障。

吴先锋等（2010）发表的《统计与决策》一书中利用技术模型的研究，深入分析人们使用移动支付产生的影响因素，他认为移动支付的使用过程中，感知风险、易用性、实用性等都会对用户产生不同程度的作用。

青井博幸（2017）在《MBA 轻松读—市场营销》一书中阐述如何洞悉未来商业环境演变的各种可能性，明辨市场需求与技术需求演变将如何深刻影响组织未来，提出市场营销本质部分就是产品的使用价值，比如实用性和易用性的研究与探讨，且不拘泥于问题的常规解决方案。而国际上 Michael（2016）出版的《市场营销》一书中将其分为五个部分，全面系统的阐述市场营销理论与实践活动。以思维导图的形式，侧重阐述实用性、易用性的核心概念，含义及应用。David Langton（2016）的《移动互联网时代的 99 个视觉营销技巧》深入解析了极具操作性、易用性、创新性、实用性的视觉营销工具和技巧，帮助企业迅速实现流量和转化率，提升品牌溢价，砍掉软性成本，实现企业业绩的突破性增长。

总之，Dahlberg et al.（2008）研究结果表明影响移动支付普及的因素出了感知有用性和易用性，还包括移动支付技术的安全性、信任、社会文化及第三方运营平台等影响因素，并提出了强化实用性的 TAM 模型。

2.2 文献述评

通过对前人研究成果的文献进行借鉴与整理，加深了自身对移动支付的理论性认识。笔者尽可能梳理出移动支付在泰国商业应用研究中还需要补充和有待进一步分析的相关问

当下关于移动支付领域的研究文献主要集中在用户使用和感受上，尚没有涉及在推广和应用方面如何针对不同的变量情况做出调整。很少有文献会提及不同市场结构是否会对移动支付的应用过程中产生阻碍。很多研究文献对移动支付应用研究大多局限在使用数据模型的基数上进行分析，并没有完全结合不同国家的市场特征来分析，以上提及的两方面都在研究移动支付应用过程中没有深入解释。

大多数文献着重分析有用性，风险环境等变量问题上，对于移动支付应用中的变量问题涉及较少，这也来源于阅读前人研究时发现的不足，本文研究除了借鉴前人研究成果的基础上，更全面系统的分析了之前文献提及甚少的影响因素，作为接下来的研究因素的补充。虽然很多文献在统计数据的基础上对变量因素做了大量的分析与研究，但对于产生这些因素的原因分析并不深入，也没有给出有效的解决措施和建议，即使给出建议也会随着时代的发展产生滞后性，笔者在总结前人研究成果的基础上，结合当下市场环境给出更多更具实用性的建议。

本人梳理移动支付研究成果的基础上，重点对泰国移动支付领域中存在的问题进行汇总以此提出变量的假设，借助统计分析软件对核心变量进行测量，并针对变量问题进行系统性研究，结合泰国移动支付本土化的特点，概括出有使用价值的整改措施，为泰国关于移动支付的相关研究的提供更有价值的决策参考。

第 3 章

移动支付相关概念界定及发展现状

3.1 移动支付的概念界定

移动支付作为新型的支付方式，其存在的历史并不长，但技术的应用模式却呈多样化趋势，本文根据移动支付的基本特征，将其定义为：移动支付，就是将移动通信和互联网结合，将互联网的技术，商业模式，平台与移动通信技术相结合，成为一体的活动。

移动支付概念可简要理解为交易双方为实现某货物或者服务，以移动终端设备为载体，借助移动设备终端机实现商业交易的活动。移动支付的端口包括手机、移动 PC、PDA 等。移动支付业务链主要包括移动运营商、系统集成商、应用提供商（公交等公共设施）、支付服务商（如银行等）、设备提供商（卡供应商，芯片供应商等）终端用户和商家。本文主要以手机终端的支付方式作为研究目标。

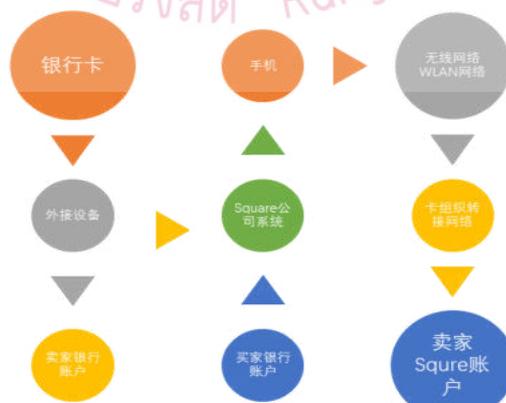


图 3.1 Square 支付流程图

3.2 移动支付的发展现状与应用情况

3.2.1 国际上移动支付发展现状

移动支付在国际上依然处于高速发展阶段，据 Telecom Trends 在 2015 年作的统计表明，移动支付应用最广泛的地区主要集中在亚洲，亚洲作为移动支付的主体市场，其市场份额达 49%，欧洲为其次，占 43%。在移动支付领域亚洲的中国，韩国，日本以及欧洲的挪威和瑞士国家均已遥遥领先于全球其它地区。IMS Research 全球移动支付研究报告得出：2016 年全球手机用户已超过 40 亿，移动支付使用人数超过 8000 万，移动支付额约 9000 万。2018 年全球移动支付额就已高达 6000 亿美元，而移动支付用户人数也从 2015 年的 8000 万提高到 2.3 亿户，移动支付额度增加近 10 倍。移动支付消费内容主要在于数字化产品占 64%，广告促销占 18%，金融交易占 9%以及在线购物占 6%。

在此，以日本市场为例，日本主要的商业银行在业务发展方面的最大特点是能充分利用其产业链的举足轻重的优势地位。所以能极大的整合设备供应商和终端厂商的资源，并联合银行，以此推送移动业务的发展。NTT DoCoMo 作为日本三大移动运营商之一，为促进消费者对移动支付业务的使用，他们对于 I-Mode 官网内容及应用程序进行更细化的分类，其排在第二位就是移动银行业务。日本部分银行允许用户通过手机银行进行现金转账和办理其它业务。

泰国移动支付的发展的源头在于移动运营商和银行首次合作开展的手机和银行之间的业务合作，通过这样的合作基础客户就可以在手机上实现银行账户的转账的业务办理，甚至实现在线支付以及理财功能。这种操作方式的成功，便促进了金融业务和移动通信结合的大门。并为移动支付的发展打下良好的基础。根据财经国际《泰国移动支付发展趋势 2010-2018》调查数据显示，随着合作模式和标准多样化等方面的问题，泰国移动支付应用及发展较为缓慢，但基于移动电子商务消费的普及和移动互联网用户的激增，其移动支付用户业务使用方式以远

程支付为主导。截止 2010 年，移动支付用户数量达 5240 万户，随着泰国三大移动运营商 TUREMOVE、DTAC、AIS 和泰国银行之间不断加大对移动支付业务的推广力度，促使泰国相关的商业标准与合作方式有极大改善，在 2014 年，移动支付方式针对一些热点更进一步细化市场分类得到较快的推广。以此使用户规模得到极大提升，在 2016 年，移动支付用户相比 2014 年用户数量增长 15%。根据央视资料显示，2017 年泰国通过移动银行完成的交易记录累计达到 4.8 亿个，移动支付交易金额已高达 3.76 万亿泰铢，2018 年泰国移动支付活跃账户增至 3000 万个。

3.2.2 泰国移动支付的使用发展情况

据“2014 年泰国家庭使用的信息通信技术统计数据”显示使用信息通信技术的人数约 600 万人，其中使用手机互联网的约 400 万人，占总人数的 66.4%，使用传统互联网的用户约 100 万人，占总人数的 32.2%，使用互联网的用户约 148 万人，占总人数的 23.7%。由 2017 年泰国使用移动通信技术统计分析对比显示，截至 2018 年，手机移动互联网使用人数比 2014 年同比增长 46%。这说明，近年来泰国移动互联网用户规模获得了阶段性突破（Cn.knoema.com）。从移动支付进入泰国市场开始，笔者通过翻阅大量的研究文献和相关研究领域的硕博学位论文，把泰国的发展历程中大概总结为四个发展阶段，分别是：

时间段：2005-2006 年

主要特点：国际上如日本，韩国等移动支付的发展情况比较好，对于泰国移动支付的发展产生推动力，在此情况下泰国移动运营商和金融机构开始了探索式的合作。例如，手机铃声图片下载。

时间段：2007 年

主要特点：手机用户的普及程度使用户数量的增长巨快，知道互联网的用户日益增多，这一时期，移动支付在业务拓展上与金融机构合作提供的增值服务受到人们很好的接受和使用，为移动支付在泰国市场的推广和应用打下坚实基础。

时间段：2008-2013 年

主要特点：在经历了前两个阶段的磨合式发展后，移动支付主要面临着两方面的问题。首先，泰国国内的安全信用体系并不健全，存在许多需要完善和解决的问题。另外，真正意义上能为用户提供的又实用价值的移动支付业务和相关服务极其匮乏，无法真正实现为用户带来便利性，这些都是导致用户对移动支付的使用感受并不理想的重要原因。

时间段：2014 年至今

主要特点：支持移动支付的业务逐渐增加，手机硬件设施的技术改进得到极大推动，促使移动支付用户在使用感受的方面有了很好的体验，使用移动支付的用户人群不断拓展。移动服务商与平台其他合作伙伴建立了联系并获得成效，促使移动支付平台寻求合作的服务商越来越多。移动数据流量费用的下降和 Wi-Fi 的覆盖，加上移动运营商不断将移动支付的相关业务内置于手机之中，以此培养用户的使用习惯，也促使移动支付的普及率得到相应提高

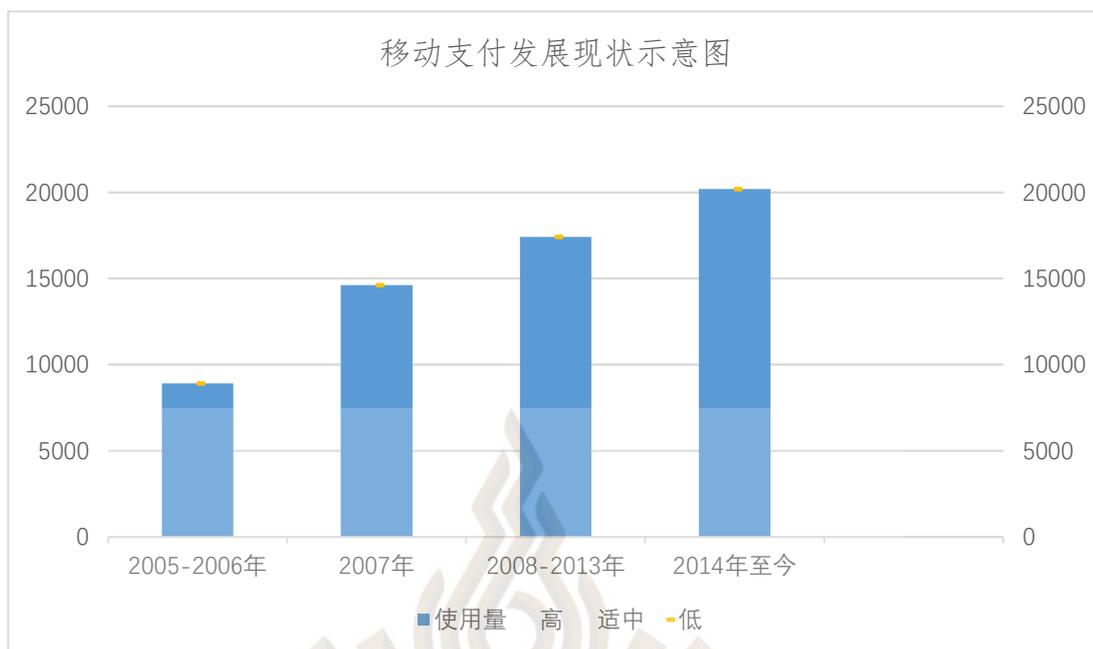


图 3.2 移动支付发展现状示意图

3.3 对泰国移动支付使用的问题分析

泰国移动支付最大的优势是便利问题。目前使用最多的是小额付款，要与银行卡捆绑，但泰国的银行和第三方平台都是各自为政，没有一个统一的支付平台，加上小额支付本身应用范围比较局限，导致吸引力不强，所以泰国移动支付要想得到更广泛的应用，还需要加强银行与其他平台的合作。移动支付在使用过程中也存在安全和费用问题。安全技术问题来看，即时性问题和加密问题是移动支付最主要的障碍，身份识别技术的滞后是导致移动支付发展的第二大障碍，比如手机病毒的侵害，密码被盗等都会造成用户的损失，另外，移动支付的其他额外手续收费，大多数人是不接受的态度，这就需要调整和降低手机支付成本，扩大运营规模，保障客户利益。

但是由于泰国公民整体上受教育程度普遍不高造成的市场人才缺乏，使移动支付在应用过程中一旦针对国际上的顾客，就会面临着文化、语言和购物习惯的

差异，如果销售者无法掌握多国语言与顾客进行沟通，也是造成移动支付应用无法推广与应用的阻碍的一个原因。

3.3.1 数据收集

针对移动支付在泰国的商业应用，笔者选择 2018 年 11 月 6 日在曼谷市中心通过发放小范围调查问题和实地询问的方式，有效回收 95 位用户的调查结果，根据以下问题的回答在问卷问题中对总量的所占比率，计算出每个选项所占比率，以便更好的分析移动支付在泰国商业的应用情况以及使用中存在的问题，以下通过实地调查研究用户使用和不怎么使用移动支付的原因：

表 3.3 接受移动支付的原因

选项	小计	比例
可以提供下载图片和音乐	10	8%
可以在线购买商品	65	76.3%
可购买电影票等娱乐项目	42	33.2%
可以在线充值花费	16	11%
能够使用银行支付业务	29	19.2%
手机可以提供股票和理财服务	12	9%
商家提供手机支付功能	15	10%
可以进行部分缴费业务	9	7%
为家人或朋友转账	8	6%
其他服务	0	0
有效调查访谈人数	95	

表 3.4 不再使用或很少使用的原因

选项	小计	比例
网络使用费用高	25	18%
设备技术的成本过高	32	34.3%
支付操作复杂	27	26.3%
很多业务不能在线支付	85	95.1%
对移动支付不信任	65	57.1%
移动支付合作的商家太少	68	60%
提供的服务太少	76	95%
没有完善的支付系统	23	25%
并不习惯使用移动支付	35	36%
其他服务	0	0
有效调查访谈人数	95	

基于前者的研究笔者对目前泰国移动支付用户使用情况做个一个饼状图，用来更好的观察目前泰国移动支付市场的使用情况：

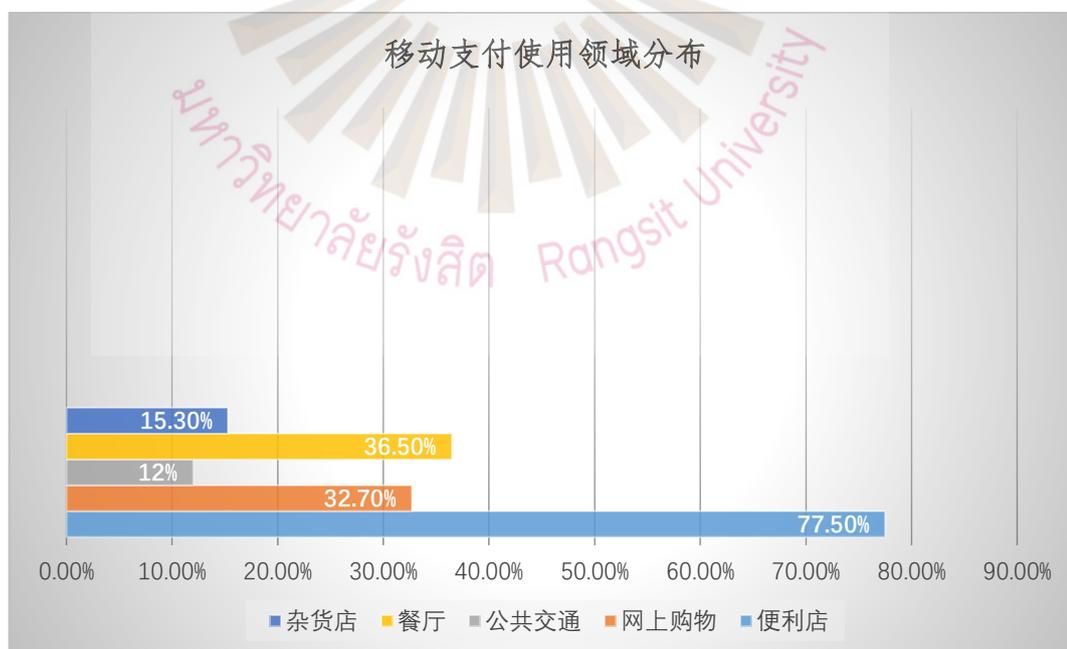


图 3.5 移动支付使用领域分布

3.3.2 数据分析及总结

基于小范围对移动支付的使用情况的调查分析，分析出目前移动支付使用过程中最突出的问题所在，通过对问题的汇总，主要包括实用性、易用性不显著、支付系统体制不完善、安全信用体系不健全、缺乏商户支持、技术有待标准化等问题，为接下来研究假设的提出和变量维度的测量提供参考。

3.3.2.1 实用性、易用性不显著

根据移动支付平台功能的认知方面分析、易用性体验、用户在使用过程中感受到产品带来的价值，未来会继续使用的可能性就越大，商户的支持度就越高。若用户开始使用移动支付时，移动支付的操作流程越简单，越容易掌握，用户越会产生良好的接受度。

3.3.2.2 技术有待标准化

网络的覆盖率是影响移动支付的主要因素之一，技术不发达将极大的影响移动支付平台的安全体系，无法对后台的运行实时监控，信息技术不健全，会极大的影响安全体系的运作。所以信息技术越好，安全信用体系越有保障，会增强移动支付的使用范围。

3.3.2.3 缺乏商户的业务支持

若要发展移动支付业务，商户要有很强的依赖程度，丰富的业务提供是用户使用移动支付最重要的推动力，也是整个产业链的利益所在。因此商户的大力参与才是推动移动支付业务发展的强大动力。但目前，泰国移动支付业务参与的商户积极性都比较低，缺乏商户的推动力量，用户期望的移动支付的理想效果就难以实现。

3.3.2.4 安全信用体系不健全

用户在使用移动支付软件时，通常会慎重考虑支付平台的安全程度，如果不能给予无忧的保护，用户选择使用移动支付的几率就会极低，所以安全信用体系的健全和完善，对用户的接受和满意度有很强的影响力。因此安全信用指数越高，用户的接受度和满意度就越高，越能加大移动支付的应用范围。

3.3.2.5 支付系统不完善

目前泰国市场中电子支付系统整体诚信水平不高，消费者对新事物的接受度也并不高，因为金融商业信用体系和金融管理机构相配套的法律法规并不完整，促使移动运营商与金融机构之间都有顾及。另外，没有相关法律作为保障，个体消费者也必定处于弱势地位，这种不信任的心理也导致消费者不能安心使用移动支付，这些原因都影响移动支付在泰国的应用与推广。

3.4 本章小结

本次数据调查主要是为了了解泰国对移动支付的使用情况，一方面是观察目前用户对移动支付接受和使用的原因主要有哪些，另一方面是想了解用户在使用移动支付的过程中会遇到什么样的问题，希望得到怎样的解决。这些都是为后期对移动支付应用进行大范围调查做铺垫，可以更清晰的知道如何有针对性的去设计调查问卷中的问题，以及用户调查的选取范围。根据以上调查结果显示，目前，泰国移动支付的使用主要集中在便利店、网上购物、餐厅等，用户对移动支付的使用总体来看是较为认可的。

第 4 章

研究调查问卷设计及问题研究与分析

基于前面章节对文献及理论背景的梳理，针对小范围调查数据分析得出的问题，进一步提出假设，并借助统计分析软件进一步分析假设变量，是否和移动支付的应用具备正相关关系，综合这些评估要素设计出调查问卷。结合泰国移动支付本土化的特征，观察移动支付在泰国商业应用中产生问题的原因是什么。

4.1 研究调查问卷构建要素

4.1.1 研究的构思

第一，调查问卷的测量维度。分别是实用性、易用性不显著、支付系统体制不完善、安全信用体系不健全、缺乏商户支持、技术有待标准化。第二，问卷中主要涉及问题的分布。实用性占 4 题，支付系统 4 题、安全信用 5 题、缺乏商户 3 题、技术方面 5 题。第三，采用李克特五级量表的计分方式分别对移动支付在泰国的商业应用的 5 个维度进行测量。5 表示非常满意，数值越大满意度越高，反之，越小。第四，问卷发放。主要是实地发放和网络随机发放，实地调研，实地调研笔者选择一些人流量较大且购物需求较高的地点如 future、地铁站等，网络调研借助 Facebook，ins 和论坛来扩散调查链接。

4.1.2 研究假设的提出

研究假设的提出来源是根据以上变量会对移动支付的应用产生影响，研究假设包括安全信任体系不健全、技术有待标准化、支付系统不完善、实用性和易用

性不显著、缺乏商户的业务支持等变量为切入点，通过数据分析假设变量和移动支付应用之间是否存在正相关关系，若存在那么对移动支付的应用产生阻碍的研究假设就成立。

表 4.1 测量问题图

指标名称	测量问题
指标 1	实用性、易用性不显著
指标 2	技术有待标准化
指标 3	缺乏商户的业务支持
指标 4	安全信用体系不健全
指标 5	支付系统不完善

4.1.3 调查对象的选取

因为不同年龄层次的用户在使用过程中会产生不同的需求，所以通过对用户的分类，就能更好的细分市场。基于这方面的考虑，本文在制作调查问卷的过程中，会以年龄段分层次，并综合其他因素，将研究的用户分为四个研究阶段：10-20岁为年轻群体，20-35岁为青年工作群体，35-50岁为中年群体、50岁以上为老年群体。具体特征如下：

表 4.2 调查问卷数据分析

调查对象特征	类别	数量	占比率
性别	男		
	女		
年龄分布	10-20 岁	30	16%
	20-35 岁	160	53%
	35-50 岁	220	26%
	50 岁以上	60	5%

表 4.2 调查问卷数据分析

职业	学生群体	80	13%
	青年群体	200	58%
	中年群体	120	20%
	老年群体	40	9%
收入状况	1000 元以下	29	10%
	3000-5000	197	49%
	5000-9000	173	26%
	9000 以上	50	15%

10-20 岁，主要为阶段性学生群体，没有固定收入来源，花费主要依靠家长，消费呈阶段性。但这个群体接受追求时尚，敢于尝试新鲜事物且学习能力强。20-35 岁，经济独立的青年群体，接触领域广泛，思维比较开阔，见识很广，喜欢新鲜事物，但是刚步入社会，经济不够雄厚，消费观念变化很快，主要是冲动性购物行为。35-50 岁，中年群体有一定的经济实力，收入稳定，消费相对理性，面对新鲜事物去主动学习的热情不大，对智能操作能力的学习较弱，观念相对较保守。50 岁以上，老年群体，有一定存款，但对新事物的接受能力比较低，消费观念比较保守。

4.1.4 用户的交易行为研究

通过深入分析用户的支付行为才能获取用户的真实需求，针对年龄细分后的用户群，研究分析各用户的消费特征。调查问卷的目的主要是运用调查数据分析移动支付在泰国商业领域应用中存在的问题，通过 SPSS 统计分析软件来测量调查问卷中最主要的几个维度分布是否存在正相关关系，以及产生的主要影响。

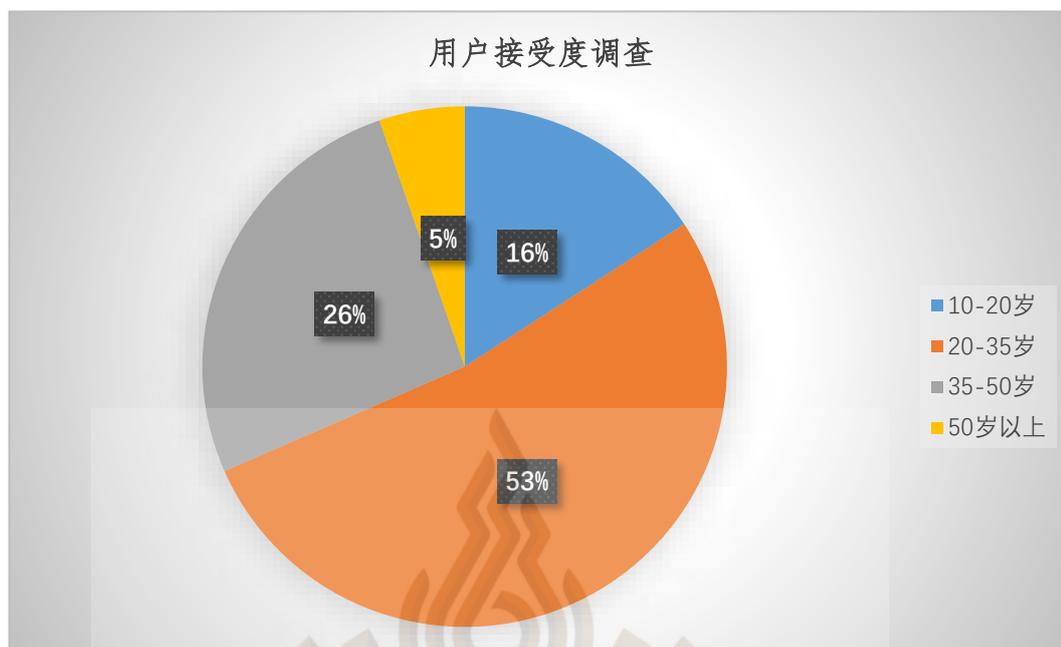


图 4.3 用户接受度调查

4.2 预调研

预调研主要是为检验各问项的设计是否合理，能否具备研究的操作性，笔者希望通过此次调研活动可发现调查问卷的某部分存在缺陷，并进一步对其修改与优化。本次调研对象选取是身边同学和朋友，预调研共发放 80 份调查问卷，有效调查问卷 72 份，样本有效率为 79%。

4.3 调查问卷数据统计分析

4.3.1 调查数据统计

针对调研问卷，笔者选取了两种发放和回收调查问卷的渠道，主要是实地发放和网络随机发放，实地调研笔者选择在泰国的 future 商场、曼谷轻轨站、摩天轮夜市等几个人流量较大且购物需求较高的地点，网络调研借助 Facebook，ins

和论坛来扩散调查链接。问卷数据从 2018 年 8 月发放，2018 年 11 月收回，此次问卷共发放 509 份，网上调研发放 350 份，实地调研发放 159 份，网上收回 347 份，实地收回 155 份，摘除无效的问卷，有效问卷为 502 份，有效率为 95.4%，关于这次的调查问卷得到的数据显示如下：

表 4.4 问卷回收统计

	实地调研		网络调研	
	学生群体	上班群体	学生群体	上班群体
问卷总发放数	70	89	110	240
问卷回收数	67	86	108	236
有效回收	64	85	100	224
无效回收	92.0%	92.3%	94.1%	96.7%

4.3.2 移动支付应用核心变量统计分析

表 4.5 核心变量指标统计分析

测量指标	调查问卷	最小极值	最大极值	平均值	标准差	偏度统计	度误差	峰度统计	度误差
实用性、不显著 1	502	1	5	4.23	.886	-.454	.106	-.823	.2 13
实用性不显著 2	502	1	5	4.24	1.031	-.332	.106	-.723	.2 13
实用性不显著 3	502	1	5	3.37	.867	-.437	.106	-.602	.2 13

表 4.5 核心变量指标统计分析

支付系 统体制 不完善 1	502	1	5	4.28	1.151	-.568	.106	-.1.021	.2 13
支付系 统体制 不完善 2	502	1	5	4.43	.722	-.542	.106	-.783	.2 13
支付系 统体制 不完善 3	502	1	5	3.44	.679	-.721	.106	-1.019	.2 13
支付系 统体制 不完善 4	502	1	5	4.37	.724	-.198	.106	-.765	.2 13
安全信 用体系 不健全 1	502	1	5	4.74	1.022	-.672	.106	-.873	.2 13
安全信 用体系 不健全 2	502	1	5	4.86	.576	-.536	.106	-.763	.2 13
安全信 用体系 不健全 3	502	1	5	3.35	.744	-.476	.106	-.692	.2 13
安全信 用体系 不健全 4	502	1	5	3.57	.787	-.325	.106	-.1.101	.2 13
安全信 用体系 不健全 5	502	1	5	4.24	1.003	-.364	.106	-.631	.2 13
缺乏商 户的业务 支持 1	502	1	5	3.67	.602	-.932	.106	-.753	.2 13

表 4.5 核心变量指标统计分析

缺乏商 户的业 务支持 2	502	1	5	3.69	.876	-.093	.106	-.892	.2 13
缺乏商 户的业 务支持 3	502	1	5	4.32	.676	-.672	.106	-.541	.2 13
技术有 待标准 化 1	502	1	5	4.24	1.098	-.531	.106	-.631	.2 13
技术有 待标准 化 2	502	1	5	3.65	.732	-.232	.106	-.773	.2 13
技术有 待标准 化 3	502	1	5	4.56	.882	-.1.012	.106	-.793	.2 13
技术有 待标准 化 4	502	1	5	3.37	.564	-.653	.106	-.823	.2 13
技术有 待标准 化 5	502	1	5	4.39	.435	-.873	.106	-.687	.2 13

总结：从统计数据来看，移动支付在泰国商业应用中最突出的问题，实用性、易用性、商户业务支持、技术、安全和支付系统方面打分均值及标准差情况来看，调查数据最大值为 5，极小值为 1，而且各项指标的标准差分布在.844 到.1.251 之间，说明对调查者询问的范围是比较广泛的。样本数据的偏度绝对值平均小于 3，峰度绝对值小于平均 10，属于正太分布范围，说明本研究核心变量的样本数据均近似正态分布，适合运用相关统计方法进行数据分析。

4.3.3 对变量的信度分析

表 4.6 各变量的信度分析

变量名	测量项	信度分析	根据标准项的信度分析
实用性不显著	1	.768	.832
实用性不显著	2	.802	.815
实用性不显著	3	.712	.821
支付系统体制不完善	1	.871	.872
支付系统体制不完善	2	.753	.853
支付系统体制不完善	3	.839	.821
支付系统体制不完善	4	.812	.822
安全信用体系不健全	1	.721	.835
安全信用体系不健全	2	.825	.872
安全信用体系不健全	3	.852	.835
安全信用体系不健全	4	.808	.823
安全信用体系不健全	5	.734	.843
缺乏商户的业务支持	1	.881	.826
缺乏商户的业务支持	2	.823	.835
缺乏商户的业务支持	3	.723	.831
技术有待标准化	1	.821	.725
技术有待标准化	2	.702	.811
技术有待标准化	3	.891	.893

表 4.6 各变量的信度分析

技术有待标准化	4	.870	.869
技术有待标准化	5	.862	.770

对于变量信度的分析结果，信度数值分布在 0.8 以上，具有较好的一致性，因此信度方面具有可行性。对于变量信度的分析结果，信度数值分布在 0.8 以上，具有较好的一致性，因此信度方面具有可行性。

4.4 样本数据效度分析

4.4.1 数据结构效度分析

本文主要运用结构效度分析去分析调查问卷的效度，把相关系数作为研究的基础性数据，结合 KMO 值和 Bartlett 球形检验近似卡方值、显著性来判断有效性和相关性。另外，以 KMO 值为基准，数值越大说明相关性越高，样本的效度越有研究价值。

研究变量主要通过调查问卷的数据收集，针对移动支付在泰国商业的应用判断属于连续性变量，符合因子分析的要求，一般来说负荷量在 0.3 以上，负荷因子 $>.32$ 为差， $>.45$ 为一般， $>.55$ 为好， $>.63$ 为非常好， $>.71$ 为优秀；另外，抽样的过程样本必须有一定的规模，且具有随机性。常规来说样本量最少为变量数目的 5 倍，而且不小于 100。笔者对问卷调查的发放按照随机规则，问卷中的核心变量为 21，有效样本量为 509，显然符合要求。对移动支付的应用量表分别进行因子分析，并进一步检验数据的结构效度。

表 4.7 移动支付核心变量因子分析

自变量	KMO 值	近似卡方	Bartlett 检验自由度	显著性
实用性、易用性不显著	.703	332.168	3	.000
技术有待标准化	.812	231.675	1	.000
缺乏商户支持	.756	281.356	1	.000
安全信用体系不健全	.853	426.152	6	.000
支付系统不健全	.822	362.432	1	.000

总结：通过 SPSS 分析得到样本各自变量对应的 KMO 值均介于 0.703-0.812，巴特力球形检验统计值 P 的显著性概率均为 0.000，这就说明数据相关矩阵并不是单位矩阵，适合因子分析。

4.4.1.1 移动支付探索性因子分析

从以上的数据结果显示 KMO 值为 0.853，结果表明该数据适合因子分析，同时近似卡方为 426.152，显著性概率为 0.000，因此巴特利特球形检验也认为以上的研究变量适合进行因子分析。

表 4.8 KMO 与变量因子分析匹配度

KMO 值大小	是否适合因子分析
$KMO < 0.6$	不适合
$0.6 < KMO < 0.7$	中等适合
$0.7 < KMO < 0.8$	适合
$0.8 < KMO < 0.9$	很适合
$KMO > 0.9$	极适合

总结：由 KMO 的值可以看出数据主要集中在 0-1 之间，说明样本数据适合做因子分析，如果 KMO 的值接近 0，说明样本数据的取值并不适合因子分析。

因此对移动支付应用的指标进行探索性因子分析，利用特征根大于 1 和方差极大旋转的方法提取量表中公共因子，分析出的结果如下：

表 4.9 移动支付应用因子分析结果

问项	初始共同度	成分				特征根	解释方差 68.786%
		F1	F2	F3	F4		
实用性易用性1	.742	.079	-.079	.256	.853	1.072	16.374%
实用性易用性2	.727	.047	.061	.178	.892		
实用性易用性3	.659	-.061	-.072	.253	.868		
实用性易用性4	.725	-.087	.089	.025	.736	1.482	15.620%
支付系统1	.812	-.068	-.012	.829	.262	4.779	21.973%
支付系统2	.825	-.132	-.006	.857	.178		
支付系统3	.721	.232	-.102	.832	.162		
支付系统4	.797	.511	.301	.467	.059		
安全信用1	.612	.671	.349	-.113	-.042		
安全信用2	.819	.802	.272	-.167	-.040		
安全信用3	.793	.835	.256	.082	.039		
安全信用4	.752	.735	.323	-.208	-.012	3.699	15.799%
安全信用5	.697	.702	.398	.123	.009		
商户支持1	.703	.221	.456	.098	.133		
商户支持2	.653	.392	.309	.187	.231		
商户支持3	.721	.363	.321	.321	.256		
技术标准1	.731	.298	.779	.080	.023		
技术标准2	.735	.312	.790	-.172	-.070		
技术标准3	.742	.319	.765	.031	-.091		
技术标准4	.765	.227	.749	.069	.086		
技术标准5	.803	.306	.789	.083	.082		

以上的变量的统计的共同度平均分布在 0.4 以上，不过“支付体系 4”一栏中，F1 和 F3 上的载荷系数分布在 0.467 和 0.511，同一个指标若在两个因子载荷系数

大于 0.45 以上就需适用剔除原则，所以，剔除之后的数据进行二次因子分析的结果如下：

表 4.10 KMO 和 Bartlett 球形检验

去样本 KMO 度量		.859
Bartlett 球形检验	近似卡方	3402.653
	自由度	107
	显著性	.000

总结：根据以上数据显示，KMO 值为 0.859，而 Bartlett 球形检验的值的显著性概率在 0.000。说明对变量的测量问项之间的相关性很强，适合做因子分析。

对移动支付应用的因子二次分析：

表 4.11 移动支付应用二次因子分析结果

问项	初始共同度	因子				特征根	解释方差
		F1	F2	F3	F4		72.352% (总)
实用性易用性 1	0.782	0.047	-0.064	0.223	0.853	1.053	16.531%
实用性易用性 2	0.817	0.052	0.051	0.192	0.878		
实用性易用性 3	0.823	-0.12	-0.081	0.216	0.867		
实用性易用性 4	0.792	-0.07	0.047	-0.235	0.732	1.393	16.479%
支付系统 1	0.801	-0.07 1	-0.006	0.86	0.232		
支付系统 2	0.825	-0.13 2	-0.022	0.879	0.156		

表 4.11 移动支付应用二次因子分析结果

支付系统 4	0.618	0.145	0.198	0.752	-0.053	22.173%
安全信用 1	0.72	0.778	0.325	-0.132	-0.041	
安全信用 2	0.692	0.787	0.243	-0.027	0.086	
安全信用 3	0.704	0.756	0.238	-0.123	-0.05	
安全信用 4	0.612	0.782	0.309	0.115	0.021	3.571 17.231%
安全信用 5	0.71	0.637	0.293	0.08	0.026	
商户支持 1	0.721	0.320	0.362	0.423	0.126	
商户支持 2	0.698	0.303	0.277	0.354	0.098	
商户支持 3	0.722	0.297	0.356	0.332	0.012	
技术标准 1	0.690	0.219	0.794	-0.169	-0.067	
技术标准 2	0.68	0.354	0.718	0.019	-0.095	
技术标准 3	0.761	0.321	0.830	0.69	0.782	
技术标准 4	0.658	0.62	0.767	0.041	0.235	
技术标准 5	0.532	0.554	0.792	0.132	0.174	

总结:由以上数据显示可以观察到各变量的初始共同度平均分布在 0.5 以上,因子载荷系数平均分布在 0.5 以上,说明各因子内部的观测变量之间存在高度相关性,5 个公共因子的解释方差率在 72.352%,已大于 60%,是符合因子分析要求的,另外,F1 到 F5 之间的提取结果可有效命名该调查的 5 个变量题目,与调查结果所测量结果保持一致。

4.4.1.2 移动支付因变量的因子分析

对移动支付应用进行探索性因子分析，其 KMO 值为 0.860，近似卡方为 3053.692.763，自由度为 10，显著性概率为 0.000，所进行的 KMO 测量和 Bartlett 球形检验结果显示如下：

表 4.12 自变量 KMO 和 Bartlett 球形检验结果

去样本 度量	KMO	近似卡方	Bartlett 球形检验	显著性
.860		3053.692	107	.000

表 4.13 移动支付应用因子分析结果

问项	初始 共同度	因子	特征根	解释方差
		F1		79.547% (总)
移动支付应用 1	.756	.871	3.897	78.862%
移动支付应用 2	.782	.878		
移动支付应用 3	.783	.769		
移动支付应用 4	.779	.881		
移动支付应用 5	.863	.935		

通过观察数据中各观测变量的初始共同度平均分布在在 0.5 以上，因子载荷系数均在 0.5 以上，说明每个因子内部的观测变量之间存在高度的相关性；1 个公共因子的解释方差率达到了 78.862%，大于 60%，由此得出以上的数据符合因子分析。

4.5 本章小结

基于以上的研究，笔者对目前泰国移动支付在商业应用中所存在的问题做了汇总，针对所收集到的数据分析，可以得出用户对移动支付应用的接受度受多种因素的影响，也是导致移动支付在泰国的发展极其缓慢的重要原因之一。结合前人的研究成果及笔者对调查问卷的数据分析，可总结出移动支付发展缓慢与安全性、易用性、安全信用以及技术水平、支付系统都有着密不可分的关系。接下来的章节将对数据分析得出的问题，结合泰国的国情和市场特点来分析问题存在的原因。

4.6 综合以上变量问题的原因分析

泰国移动支付的发展前景或许值得憧憬，但结合以上章节对移动支付在泰国商业应用的研究分析得出，虽然国内用户对移动支付的接受度很高，但移动支付在泰国的发展速度依然很滞后，综合泰国的国情和移动支付本身的特点，参考众多前人的研究文献，此章节会深入分析移动支付在应用过程中存在的问题：

4.6.1 实用性、易用性不够显著的原因

移动支付业务的主要组成者是移动相关服务商及运营商、金融机构、第三方平台提供商、商家和用户、若银行机构与手机支付相结合，将会给用户带来极大便利，但泰国银行机构处于安全因素考虑，一直对移动运营商提供的支付服务处于怀疑态度，几乎没有和移动运营商之间有直接合作。所以在泰国银行与移动运营商之间的融合问题限制了移动支付的发展。泰国移动运营商、银行、及其它第三方平台，都是各自发展自身的系统，没有一个机构去把这些资源整合到统一的平台。比如中国的微信、支付宝就做到了这一步，促使中国的移动支付发展迅速。但泰国各部门之间的壁垒，让各个系统之间的融合变的极其困难。因此，移动支

付业务的发展，需站在用户的角度去感受用户的需求，并根据用户的需求去做技术的改善和升级，真正做到有使用价值能满足用户的需求。

4.6.2 支付系统体制不完善的原因

泰国政府内有存储信息的系统。但因为其系统相对来说并不完善，仍然不能有效的保护用户的信息安全，所以并不能满足用户的需求。此外，移动支付系统是否安全可靠依然是检测移动支付推广和应用的重要关卡。目前，泰国移动支付的应用并没有消除消费者的担心，大部分支付系统也并不完善，依然存在着很多漏洞，一些不法分子也正是利用这一漏洞去窃取消费者的基本信息，支付口令及银行卡密码等账户信息，因此造成了消费者不信任移动支付，因为担心支付方式会不安全，从而泄露个人信息。

4.6.3 安全信用体系不健全的原因

支付环境是否安全是决定用户会不会使用的根源。所以移动支付过程中的安全程度是衡量信用体系的重要指标，不健康的安全信用体系会成为阻碍移动发展的首要条件。个人手机携带，丢失的几率高，容易造成个人信息的泄露，而手机与银行卡的绑定，更加剧了用户的担心程度，这些都对移动支付的发展产生了巨大的限制。因此，推动移动支付的应用则需要移动运营商，金融机构及其它平台的支付和改革。

4.6.4 缺乏商户的业务支持的原因

根据泰国移动支付本土化的特点，在提高支付操作实用性的同时，不断拓展其增值服务，这样才能更好的吸引用户的使用。目前泰国的移动支付形式比较单一，多应用在手机缴费，查询的领域，并没有向其他领域延伸，其实泰国应该更好的借鉴和学习移动支付业务发展较好的国家的先进技术和发展经验，并结合泰

国的国情，制定出适合自己国家本土的支付方式，只有如此，才能增加对用户的吸引力，通过客户的使用情况再不断调整和完善，逐渐扩大市场规模。

4.6.4.1 用户的使用习惯需要加大培养力度

泰国的移动支付发展有着巨大的潜力，但若要激发这些潜力则需要培养用户的使用习惯，这是一项艰巨的任务。用户在使用移动支付时最担心个人隐私，可操作性以及安全性问题，引用 Forrester 的调查数据分析;通过数据分析，2/1 的用户认为安全性是影响移动支付应用的关键因素，1/3 的用户认为最担心的是操作不便，在此报告中，还指出 65% 以上的用户不愿意发送自己的信息到其它应用平台，也仅有 15% 的用户认为移动支付为生活带来了便利。

4.6.5 技术有待完善与标准化的原因

目前，泰国移动支付业务处于发展初期，人们对技术没有统一标准的问题带来的影响并没有多大意识，但随着移动支付业务涉及的范围越来越广，使用的群体愈加多样化，技术滞后所带来的问题日益凸显。比如 POS 机的铺放问题，单机的价位 2000 元，如果要在泰国市场进行大范围铺放，为 5000 商铺为基数就要 1 亿元的投资，若以 10% 的渗透率来算，也需 100 亿元，这些还不包括 POS 机的维修，替换和更新的成本，在技术标准都不统一的情况下，如此庞大的前期投入成本，根本不会有市场主体参与的可能性，所以存在于技术上的没有统一标准，不完善等问题，都时阻碍泰国移动支付发展的重要原因。

4.6.5.1 技术发展滞后

SIM 卡就是所谓的手机卡，而 STK 卡则是传统的 SIM 卡的基础上集成了 STK 技术，与传统使用的 SIM 卡相比，STK 则在原有技术上进行升级，实现从底层对用户信息进行加密处理，拓展额外使用菜单达到手机在线与商家进行服务对接

完成交易活动。但目前泰国手机市场基本都是使用的 SIM 卡，在移动支付的卡与卡之间存在的兼容问题上仍然难以解决。

4.7 结合泰国的市场特征分析变量问题存在的原因

正确分析国家国情及市场环境，有利于分析问题存在的根源以制定正确的发展战略。鉴于以上章节对移动支付在泰国商业应用过程中存在的问题，笔者将从国家政策、经济、文化等因素对移动支付在泰国商业应用产生的影响为切入点，剖析移动支付在泰国商业应用产生问题的原因。

4.7.1 互联网覆盖率低对技术标准化的影响

泰国的互联网信息覆盖技术的基础设施建设依然很滞后，国内整体的互联网覆盖率对比其他国家的覆盖率仍然较低。根据泰国统计局的信息统计数据显示，泰国的许多地方性企业，对于互联网的使用所占比率仅有 19.30%，大部分互联网通道使用 XDSL 技术和其他高速互联网，但仍然有 5.6% 的地方企业使用的低速互联网，如手机网络 2G、2.5G、大型企业内部等。对于国际上早已比较普及的 3G 网络，泰国也只是在 2013 年才开始引进使用，截止到 2015 年，整个国家对于 3G 网络的使用也大多局限于曼谷这样的大城市，其他中小城市对于 3G 网络的使用并不常见。相比较中国而言，2013 年开始中国的 2G 网络已经逐渐消失，3G 网络的使用呈现井喷式增长，移动互联网的普及致使中国以前所未有的速度推进 4G 网络的引进和普及。

相对于欧洲的发达国家和亚洲的中国、日本等地区互联网技术的应用及发展，泰国在信息技术的投入和应用方面仍然滞后很多。信息通信技术覆盖率低和基础设施不完善都成为泰国电子商务发展滞后的主要障碍之一。另外，泰国信息通信技术和软件技术行业方面的人才匮乏，企业也常常面临好不到相关技术人员

的局面，所以，互联网覆盖率相对低也是影响技术标准化的一大原因。泰国网络覆盖率二手数据提取数据展示：

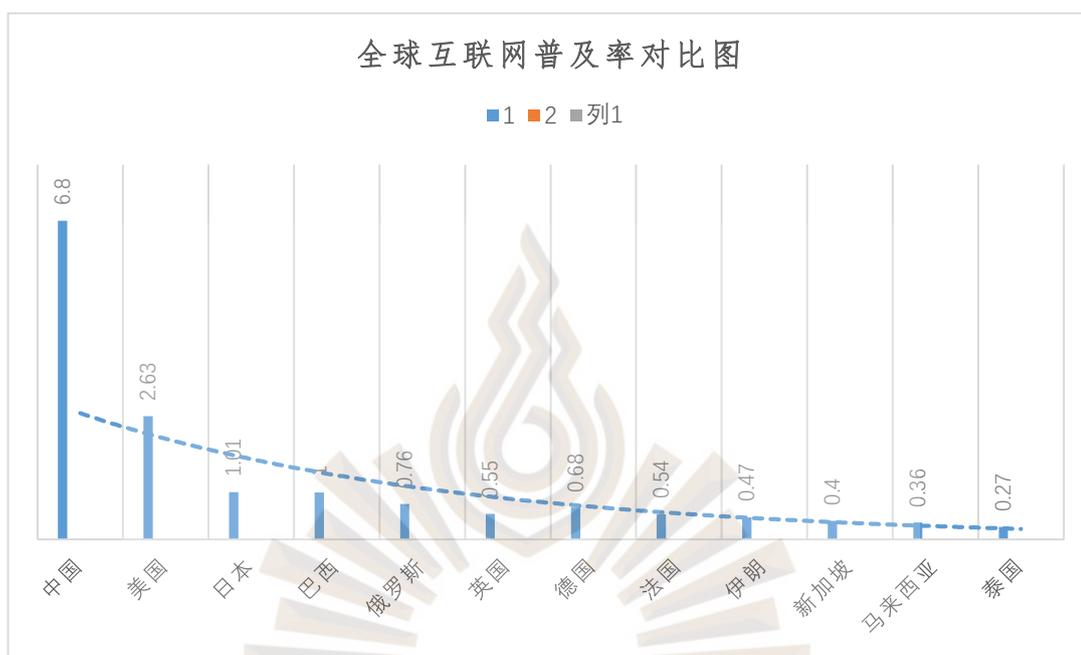


图 4.14 全球网民规模及互联网普及率的节选对比图

4.7.2 信息技术水平低对安全信用体系的影响

在泰国，信息技术和创造力方面，国内整体的高科技发展水平依然比较低（泰国工业委员会 2016），泰国人均使用电脑的比率较低，互联网的覆盖率依然相对较低，信息技术水平的不完善就会致使很多商家和用户寻找技术漏洞，使支付平台丧失安全性，无法保障双方的交易信用。信息技术水平的数据主要来源于查阅 2016 年泰国统计数据，国内互联网的使用群体扩展的趋势很小，总体使用率只占国内总人口的 23%，很多原因导致泰国国内在电信基础设施的投入力度很小，导致泰国与其他东南亚国家的电信基础设施相比依然落后有 2-3 倍的差距。因此目前如何加大电信网络基础设施建设的投资以及后期的监管治理系统的构建才是缩短这种差距的有效途径。

4.7.3 消费者接受度不高对商户支持的影响

因为消费者对移动支付的接受度不高导致商户对移动支付业务不支持，因为良好的用户使用率才能为商户提供丰厚的利益，才能有效的吸引商户的拥戴与支持。首先，消费者对于使用移动支付所必须支付的额外成本，比如换手机卡，设备等的费用都表示出极高的不接受，尤其是 30 岁及以上的用户，基本都习惯了现有的产品和消费模式，对新型的支付方式兴趣不大，不容易轻易做出改变，所以也是影响商户对业务支持的原因。

商户对通信运营机构的不信任。手机用户在泰国是一个庞大的群体，但伴随手机消费的频繁，垃圾短信，不知情的扣费，基本隐私信息泄露等问题经常存在，大大降低了消费者对移动运营商的信任，影响了人们的消费和支付心理，严重阻碍了移动支付与商户之间的合作。移动支付使用最多的是小额付款，要与银行卡捆绑，泰国的银行和第三方平台都是各自为政，没有一个统一的支付平台，加上小额支付本身应用范围比较局限，导致吸引力不强，所以泰国移动支付要想得到更广泛的应用，还需要加强与其他商户之间的合作

4.7.4 电子商务人才匮乏对实用性、易用性的影响

泰国，使用电脑的人数很多，但大多都是使用电脑做一些工作，使用电脑的大部分工作者都不是专业的计算机学者，对电脑的运用和信息技术方面的知识都不够理解，促使目前泰国互联网很多新颖的页面无法建立，支付程序繁琐，没有实现真正的实用性和易用性为客户带来真正意义上的便利性。从而造成了商家不知该如何打造自身的销售网站来吸引客户。

目前在泰国，信息技术，软件行业的人才相对匮乏，也使企业面临找不到相关技术人家的困境，严重制约泰国在电子商务方面的成就和发展的原因众多，最重要的还是电子商务运营和信息技术人才的缺乏。造成这些局面的一个重要原因

是泰国的教育水平相对偏低，致使信息通信产业结构调整迟滞。根据统计数据显示，目前在泰国 6500 万人口中，6 岁以上的接受教育率为 95%，中学毕业的约为 25%，已超过 60% 的人只受过小学教育，受过大专以上学历的不足 10%。泰国国民受教育水平偏低，从而严重制约了泰国新型产业结构的调整，限制了产业结构升级，促使经济发展长期无法摆脱粗放型发展道路。

4.7.5 信息管理和支付的阻碍对支付系统的影响

目前泰国信息技术管理仍不完善，信息技术的管理与应用体系不够健全。首先，从国际信息安全体系方面来说，泰国国内关于信息安全政策的依然存在着极大的漏洞，管理系统主要分为数据处理库，语言软件和操作系统等组成，而信息问题是管理系统中最主要的问题。

虽然，泰国政府内有存储信息的系统。但因为其系统相对来说并不完善，仍然不能有效的保护用户的信息安全，所以并不能满足用户的需求。此外，移动支付系统是否安全可靠依然是检测移动支付推广和应用的重要关卡。目前，泰国移动支付的应用并没有消除消费者的担心，大部分支付系统也并不完善，依然存在着很多漏洞，一些不法分子也正是利用这一漏洞去窃取消费者的基本信息，支付口令及银行卡密码等账户信息，因此造成了消费者不信任移动支付，因为担心支付方式会不安全，从而泄露个人信息。

因此泰国国内使用移动支付的用户较少，此外，泰国移动支付各自独立，并没有一个商家能把支付系统的每个链接集中在一个平台而造成支付过程繁琐、支付种类单一，支付系统不完善，这沉重打击了用户使用移动支付的信心。

第 5 章

完善移动支付在泰国商业应用的相关措施

根据前几章对移动支付的研究分析可以得出，目前泰国对于个人和企业对于安全信用体系的构建虽然也在逐步完善和改进，但用户对于银行拓展更多的增值服务类型和服务提升方面的需求日益凸显。消费者对移动支付的需求也逐渐增多，这些都为移动支付业务提供良好的发展环境，但移动支付在泰国发展的阻碍来自很多方面。基于泰国的国情和移动支付业务的特点来分析，移动支付若要在泰国这样的环境下取得较好的发展，需从市场环境和国家政策层面着手。

5.1 增加移动支付实用性、易用性力度

目前泰国移动支付的业务的用户在进入和使用该平台的门槛都很高，安装和申请以及后期交易程序都比较繁杂，再加上操作上的复杂性让很多用户对移动支付望而却步，所以相关运营商在能保障用户信息安全的情况下，应该尽量简化操作程序，设计出合理的使用流程，以便降低用户的使用门槛。根据移动支付用户情况的调查得出，消费者更喜欢那些操作简单且易于使用的软件，容易接受以往适合自身习惯的产品。

而手机操作繁琐对于一些个人移动支付业务，使用过程中需要频繁的设置让人心生反感，银行卡在绑定和开题移动业务的过程中，需要下载和操作的系统繁杂，甚至还有频繁出入银行柜台办理，虽然银行目前也在大力调整办理模式，但由于用户的习惯的需求都与银行之间对移动支付的理解不同，这也是导致用户接受度不高的原因之一。

5.1.1 加强行业间整合力度，完善价值链

若要提高用户安全防范意识是移动业务提供商，金融机构和移动运营商首要解决的问题，移动支付产业链间的任何一环出现问题，就会波及其他平台的正常运作。目前有些支付系统的安全性有很大保障，但用户的戒备心依然很高，所以一些安全问题并不是支付体系本身所能解决的，因为现在很多手机用户会受到许多垃圾短信的骚扰，一些犯罪机构给用户发送虚假链接和短信，运用诈骗手段骗取用户的信任，从而盗取客户的银行卡在线支付账户和密码，甚至盗取用户的银行卡，这就很难用支付产品防范，无法从根本上保护持卡人的利益，若要提高移动支付的安全性，需要金融机构，移动运营商及移动支付业务提供商的共同努力，还需要用户的积极配合，从源头解决支付工具的危害。

从技术层面而言也应从防范和风险措施方面加大监管措施，以便更能提高安全保障的手段。笔者认为若要完善移动支付在泰国商业的应用情况首先要进行市场宣传，让更多的人了解移动支付所带来的便利性，应先从移动运营商和银行的内部员工开始，让在一线的工作者首先成为使用移动支付的宣传者和倡导者，这样才能感染身边的人去接受移动支付的模式。

5.2 加快支付环境体制的完善

从技术水平来说，泰国目前移动支付业务的发展与其他国家相比仍相对滞后，差距的来源主要在于实际的操作应用上，从国际市场交易数据显示中电子交易占比情况看，美国市场占比 31%，中国近年来发展迅猛，基本已赶上美国水平，而泰国占比仅 5%，当然，随着泰国互联网和手机用户数量的快速提升，移动支付也会随之被广泛应用，但若要为移动支付、银行卡等提供一个良好的支付环境，就需要有计划有针对性的利用宣传和引导的方式去转变消费者的支付观念和使用习惯。

当然若要对市场进行细分，就首先要对客户进行归类，按照不同群体实施不同的解决措施，针对这种新型的支付方式应先把重心放在具备一定消费能力也有强烈需求的白领群体，还包括一些乐于接受新鲜事物的青少年，他们是推广和应用移动支付业务最后的突破口。从地域而言，也应从大城市为切入点，因为年轻群体居多，生活节奏快、追求时尚、喜欢接受新鲜事物、有一定的经济收入，所以在大城市展开业务发展能够获得较好的推广效应。针对宣传问题，可采取必要优惠促销活动刺激消费者办理移动支付业务，进行户外广告宣传，在移动营业店面进行张贴广告和横幅的方式，工作人员推介，讲解演示等方式进行宣传，并让客户自己亲身体会，更多的熟悉该项业务，引导客户认识，理解和接受这一新型支付方式。

另外，处于对消费者的支付安全考虑，我们也需要加强安全技术监控。通过对消费者隐私的保护才能从根源上消除对支付安全的疑虑。从商家方面来说，他们希望获取有价值的信息，会借助电脑体系自动记录下每个消费者浏览的网页、交易记录等数据。在消费者还没有完全接受移动在线支付的情况下，这严重挫伤了顾客的积极性，因为顾客最在乎个人信息和支付系统的安全性，他们会认为信息会完全暴露，从而产生畏惧心理。虽然，随着技术的进步和发展，在数据传输和信息安全方面都有了解决措施，但要做到让顾客真正的安心，还需更进一步的整改和规范，未来移动支付的发展环境，是真正做到妥善处理和保护消费者的隐私安全。

5.3 强化技术的标准化

泰国移动支付发展处于发展初期，导致进入该平台的要求和限制很多，操作的流程和程序也极其复杂，繁琐的安装和申请程序让很多用户望而生畏，严重打击了用户的积极性，所以有关运营商应该在技术上取得改进，要加强实用和易用间技术上的兼容，在保护好用户信息和支付环境安全的前提下，尽可能减少操作流程，简化程序，才能真正让用户感受到便利。根据移动支付用户情况的调查

得出，消费者更喜欢那些操作简单且易于使用的软件，容易接受以往适合自身使用的产品。

技术是推动移动支付业务发展的源动力，若没有完善的技术标准和技术应用，不能很好的拓展移动支付业务的服务水平，所谓的实用性只是空谈。要努力构建移动支付业务多元化的技术应用，提高其实用性和操作性，实现多渠道支付方式，这样才能真正做到让用户乐于使用和口碑推广。另外，支付方式不能局限在某一个领域，移动支付的相关运营商应加强各环节的合作，拓宽支付渠道，操作不要只局限在用户终端，还应向用户支付时的收款机、POS 机等领域达到延伸。要实现这种操作模式都要有统一的技术标准作铺垫，这样有利于其他行业间的合作。

5.3.1 移动支付平台合作的整合

移动支付在泰国商业应用的发展过程中，政府应给予市场更多灵活性，市场能够在发展过程中不断的调整和完善经营方式。政府的作用在于保障市场运作机制的同时营造一个良好的市场环境。政府及相关法律部门需加强行业规范的制定，制定出相应的法律法规，强化监管力度。也需根据国情研究移动支付业务的发展特性，制定出适合泰国移动支付发展和管理的相关法律法规，约束移动支付相关产业链的职责，赋予他们经营发展的权力。这样可以加强运营商和金融机构之间的预测风险和规避风险的能力，也能强化彼此间的合作。

泰国目前移动支付领域，缺少一个统一、完善的行业标准。移动支付在运作中涉及的范围较广，会牵动各个运营商的利益问题，没有一个强大的监管系统和统一的标准，就不能保障运营系统健康发展，所以强大的监管系统和标准的建立显得尤为重要。泰国目前最大的移动运营商 AIS、TURE、商业银行、其他相关提供服务的平台，都处于观望的状态，因为缺乏监管和协调的体制，致使移动支付各方之间缺少合作的桥梁，所以政府若能保障市场的监管机制，才会出现如

中国的支付宝一样的支付平台，可以移动支付运营商建构在一个完善的支付体系中，达成协同效应的合作模式。

5.4 增强商户对市场的认知与支持

5.4.1 增加商户的支持力度

移动支付的业务链间涉及范围较多，有移动运营商等相关机构，及用户和商家，它们在移动支付产业链前期多环节具有优质资源位置和主导地位，而银行和商户是产业链中较重要的两个主体，他们发展的好与坏直接影响移动支付业务应用与协同。当下，产业链中各个环节的优势和不足情况复杂，我们经过进一步对移动支付发展好的地区系列经验研究，得出泰国移动支付业务的发展可以将金融机构和平台商户相结合，并进一步释放提供商户的活力，作为辅助运营模式。待移动支付产业链间合作完善之后，各利益相关者要强化多元性，创新性服务增强自身竞争力，进一步打造新模式、开脱新技术、并进一步参与到国际市场竞争中去。

同时，进一步探索以手机为第三方支付通用平台的支付模式，打造第三方商户移动支付平台，完善用户信息，可将用户手机号与银行账户绑定，方便用户支付过程。探索建立与以手机支付为基础的第三方商户平台合作，开脱移动支付市场，强化对用户消费支付习惯的培养与训练，助力移动支付推广。相关运营商可根据行业应用实际情况，根据客户需求，加强移动支付的协同与应用。目前看，部分行业为提高对客户的服务水平，对移动支付有较大需求，他们将是未来移动支付推广中最具有开发潜力的人群。比如：保险公司向其客户推销保险，但好的支付渠道缺乏。在这种情况下移动支付供应商可以将用户进行整合，向其提供移动支付服务，强化移动支付的推广。

5.4.2 改善技术融合性和流程

技术融合性和流程对移动支付的应用至关重要，当下，泰国移动支付系统多采用 BREW、STK 等相关技术手段。整体看，相关利益诉求者如商家、移动运营商、银行等存在，运营商就要考量其服务和技术的融合性和流程。这个问题的解决与否，非常重要。解决好就能提升用户操作性水平，提高服务水平。技术的融合性和流程包涵用户终端页面、用户自动售卖机、POS 机等，这些设备都需要统一的标准和流程，最终做到相互兼容和统一。

5.5 强化移动支付业务安全信用体系的建设

5.5.1 构建良好的支付体系

诚信安全的支付环境是保障市场运营的基础，是保证维持商家和客户之间履行契约和交易活动的枢纽，是支付市场发展的助推器。由于诚信体系极大影响交易成本，若没有诚信做基础，市场交易就无法良好运营。信用机制是制约泰国电子商务和移动支付发展的瓶颈之一，所以移动支付作为新型支付工具，更应该加强诚信体系的建设。

目前，泰国市场缺乏一个有效的信用管理体系，手机支付业务涉及范围较广，其中包括用户诚信、商家诚信、金融机构信用及移动支付相关服务提供商等，所以若要保证支付环境诚信系统的建立，政府相关部门就需制定信贷体系的相关政策，加强证券和外汇的信用管理政策，健全履行契约的保障，强化金融机构的合作，由此建立完善的诚信平台，打造信息隐私的保护和有效共享，推进安全信用体系的构建与发展。金融机构信用信息的整合与共享，逐步推进泰国金融业信用管理体系建设。

与此同时，保护消费者的个人隐私的基础上，加强个人信用体系建设。移动支付相关服务提供商和金融机构之间应寻求更利于自身发展的商业模式，如何保障支付环境的安全，用户信息的保障等，只有做到每个细节处的完善，才能真正为泰国移动支付在商业的推广及应用提供一个有利的发展平台。

5.5.2 强化安全信用力度

首先，以传统互联网电子交易为研究对象，开展的一系列调查研究发现，大部分客户喜欢网上购物带来的方便快捷，但真正选择网上支付购买的人群并不是很多，询问其原因，大多用户仍然处于对网上支付安全不信任的状态，所以对安全信用体系力度的增强，是保障移动支付发展的重要环节之一。

笔者通过调查研究发现大多数用户对网上支付不信任的原因一方面是网购的虚拟性，摸不到要买的物品，支付方式又不确定是否安全，这种不确定因素是导致移动支付无法顺利开展的壁垒。另外就是传统支付观念的根深蒂固，现场进行上商品交易是历史演化来的支付习惯，这种习惯让用户信赖又踏实，这种定性思维严重阻碍了移动支付的应用。

移动支付作为是网上支付拓展后的更高形式，信用安全仍然是重中之重的首要问题，安全的保障是推动移动支付业务的根基。用户对于安全信用的依赖程度，取决于如何保障消费者的隐私信息，保护消费者的合法权益，如何避免一些不法分子利用信息技术窃取消费者的支付信息，从而损害消费者的利益。我们可以借鉴国外对消费者这一弱势群体的保护措施，确立相应的法律法规，使手机卡遗失和银行卡盗用造成的交易风险从用户身上转移到银行或运营商。

5.5.3 加大对支付系统的监控

如何增强安全信用度，对于金融机构而言，首先要从技术上严把管口，对于合作的移动运营商严查其诚信问题，从源头上杜绝与其合作。银行作为消费者最信赖的支付机构，要做到实时对商家交易信息的监控，发现异常行为，要对客户进行短信提醒，必要时即时对账户进行冻结，只要如此，才能从根源上解决非法机构的诈骗行为，在一些特殊情况下银行也可与商家签订合作协议，商家交付保证金，如此才能为移动支付创造一个安全的绿色支付通道。

综上所述，移动支付再使用过程中用户需要提供个人信息、银行账户密码等，这本身就会加重用户的心理负担，若支付安全无法得到保障，就会严重挫伤用户的使用积极性，所以，安全性问题依然是移动支付未来要解决的重中之重。但目前，随着信息技术的不断完善，支付程序中的加密措施、指纹验证、密钥技术等都为移动支付创造了更安全的支付环境，用户的使用得到极大保障。

但随着高新技术的发展，一些不法分子利用技术漏洞，获取用户基本信息，接踵而来的垃圾短信、诈骗电话、骚扰信息等让用户感到极度不满，也加重了用户的不安全顾虑。所以，在未来的移动支付应用过程中，相关部门能切实加强支付安全性保障措施，加大安全性问题的整改力度，增加新技术的宣传度，让更多的用户认识到移动支付的同时也能享受到新技术带来的安全性保障，这样才能有效增加用户使用的信任。

第 6 章

总结和建议

综合借鉴国际上的经验和做法，笔者认为只有认真进行市场定位并不断对市场进行细分化归类才能更好的推动移动支付市场营销和业务拓展。

6.1 结论

6.1.1 基于以上章节的汇总

本文的研究是对移动支付在泰国商业应用研究范畴的一个补充，也是对泰国移动支付市场发展的探索。笔者大量阅读和梳理前人研究成果的基础上对移动支付在泰国商业的应用做了深层剖析和研究，找出泰国国情下移动支付面临的问题，主要存在于：

第一，移动支付平台产业链间的利益分配不均，产生此类问题的主要原因是泰国移动支付应用平台缺乏一个核心机构来统一各平台之间的合作以及利益划分，这方面可以借助于移动支付领域发展较快的中国，借鉴中国支付宝的发展经验。

第二，支付系统体制的完善和安全信任体系的构建都需要泰国在移动支付的应用过程中不断做出调整和完善，还需要不断加大宣传力度，让更多的用户认识移动支付，更重要的是保障良好的支付环境和信任体系才能让用户放心去接受和使用移动支付，才能推动未来的业务发展。

第三，技术的改善，根本上是解决泰国整体对教育的重视，毕竟人才是国家强大的源动力，希望泰国能够加大对人才的培养力度，未来能有更多的高新技术人才真正服务于泰国各领域的发展。

综合考虑移动支付在泰国市场应用过程中存在的问题，结合泰国的国情和经济发展现状以及对教育的投入力度等，这些原因都很不利于解决移动支付在泰国商业的应用问题，所以笔者认为目前泰国移动支付的使用和发展存在着极大困难。但笔者还是希望提出一些建议，能为移动支付未来在泰国商业的发展过程中可提供一些借鉴。首先最重要的是如何解决安全问题：

第一，增加安全度。为了避免一些不法分子利用客户的数据信息实施不正当的行为，相关金融机构和移动运营商要保证没有实名认证的用户不得使用支付数据。

第二，加固身份的认证行为。针对身份证开通的支付行为，比如移动支付和信用卡的使用，相关责任部门要对用户的信息进行强制性的鉴别，在确保用户合法的情况下，再给予商家进行交易的特权。

第三，交易公正。保证移动支付交易的公正性是打造良好支付环境的基础，只有确保交易公正才能有效规避交易中某一方对交易日期和金额的抵赖不负责行为。

第四，数据保障。数据的最大问题就是要保障支付数据在用户完成交易手续处理后不被更改。

6.2 泰国未来移动支付发展的建议

6.2.1 增加对市场的理解与认知度

泰国移动支付的应用是否普及与用户的接受度和使用习惯有很大的关系，用户怎样才能习惯和接受这种消费模式是最该思考的问题，用户对传统支付习惯的依赖很难在短期内得到转变，现金和信用卡为用户带来的那种安全感是移动支付无法取代的，所以对于移动支付这种新型的消费模式、支付概念，也需要用新型的宣传方式让大家熟知并接受。

当然，要解决这个问题关键是如何提高移动支付应用的认知度，首先银行作为最让人信赖的金融机构，工作人员对移动支付的业务办理的讲解和宣传就是最好的宣传渠道。另外，移动运营商和移动支付相关业务运营商的推广也会起到极大的推动作用。移动支付业务的相关产业机构要真正认识到移动支付的发展为自身带来的利益与好处，这样才能合力促进移动支付的发展。

6.2.2 推动支付观念的转变

对于用户支付观念的转变问题，只有对市场进行认真细分，根据不同市场类型去寻找准确的市场定位，合理区分顾客类别，针对不同类别运用不同营销手段，才能有效的推动移动支付业务的发展。针对泰国移动支付业务发展初期阶段来说，一方面我们要做实际考察去了解消费者的行为和实际需求，这是我们定位市场并发掘目标客户的依据。因为传统的消费人群习惯于通过现金和银行卡完成交易，所以要充分了解市场状况才能有针对性的去转变不同群体的消费意识和观念，循序渐进，才能让客户认识并接受这种新型的支付手段。

6.2.3 政府监管实施力度

政府在起到监管和协调作用同时，也要全面的考虑各个运营商的利益分配问题，只有做到统筹兼顾，才能建立一个完善的移动支付运营机制，也能保障其利润共享。在这样的体制下，才会有更多的支付平台加入合作的队伍，如此才能拓展市场规模，推动移动支付在泰国商业的应用。泰国政府可以因地制宜，根据不同的地域采用不同的监管模式，前期运用试点方式先了解该地区用户的需求，根据需求提供适合用户的服务模式，如果可行再继续扩大推广范围，这样既可以为客户提供便利又能有效助推移动支付的发展。

并对这些原因做了系统性分析，通过实证分析揭示影响移动支付业务的关键因素，并将宏观环境与内部环境因素纳入到影响移动支付应用的测量体系，是对移动支付在商业应用研究的有利补充。但在研究过程中还存在许多方面需要完善和改进。

6.3 研究不足

本文研究以移动支付在泰国商业的应用为核心展开分析，由于身在异国，有语言和地域的差异，这成了制约个人展开研究的客观条件，而移动支付是一个不断发展变化的新事物，所以在样本采集和研究内容方面都存在一定的局限性。

6.3.1 研究样本有局限

本文研究主要运用互联网和实地发放相结合的方式，线上主要借助互联网社交平台去发放调查问卷，又同时选取人流量较大的校园，购物商场，地铁等实地发放调查问卷，共发放问卷 509 份，回收有效的问卷为 502 份，调研的样本量并不是很大。根据调查数据情况可以看出，泰国目前最活跃的移动支付群体是青少年，年轻群体接受新事物的能力较强，有很大的好奇心，乐于学习新技术，移动

支付作为新的传播媒介，深受年轻人喜欢。所以，研究选取的样本年龄段主要范围在 18 到 35 岁，选取的依据虽然合理，但是由于调查问卷范围受局限，导致样本选取并没有足够强的代表性，调查分析不能完全代表所有用户，这也导致研究样本存在局限。

6.4 未来研究的计划

本文以移动支付在泰国商业的应用为中心展开研究，但在研究进程中，发现有一些新的视角值得深入分析，笔者简单总结为几下几方面，希望这些可作为未来的研究展望。

6.4.1 对影响因素深入分析

移动支付目前在泰国发展稍显缓慢，技术的发展也相对滞后，但是用户在使用移动支付的过程中对它带来的高效率的服务十分认可，因此，在未来新的研究中可以加入一些用户体验满意度、有用性体验、个人创新性、感知风险、相对优势等因素，这样可以多角度探索移动支付应用中存在的问题。

6.4.2 增加变量维度研究

本文主要研究移动支付在泰国商业的应用，从宏观环境和微观环境为切入点分析影响移动支付应用的因素，但用户的满意度也直接影响用户的接受度和未来的使用选择，移动支付产业链上的每个运营商应该力求创新、拓宽合作模式、完善新的增值服务。目的是提高用户体验，所以在未来的研究中，笔者建议研究者能综合更多的因素，比如用户满意度、个人创新性等因素，这样才能更全面的发掘阻碍移动支付应用的关键要素。

参考文献

- 蔡东. (2010). 对移动支付业务发展的思考, 金融电子化. (05).
- 曹淑艳. 李振欣. (2013). 跨境电商第三方物流模式研究. 电子商务, 23-25.
- 曹媛媛. (2009). 统计与信息社会科学, 社会科学, 1007-3116.
- 陈华平. (2016). 移动支付的使用者与使用行为研究, 管理科学, 12(8): 48-4.
- 陈凯帝. (2014). 泰国 B2C 电子商务信用风险及防范策略研究, 硕士学位论文. 广西: 广西民族大学.
- 陈明明. (2018). 中国跨境电商在泰国发展—以阿里巴巴为例, 硕士学位论文. 南京: 南京大学.
- 陈晓宝. (2012). 国内移动支付业务发展战略研究, 硕士学位论文. 扬州: 扬州大学.
- 方珊. (2016). 移动支付平台用户体验研究, 硕士学位论文. 上海: 上海工程技术大学.
- 侯亚丁. (2010). 企业市场行为的伦理判断与伦理提升, 商业研究. (05).
- 胡莉. (2016). 佛教对泰国政治民主化进程的影响, 硕士学位论文. 广西: 广西民族大学.
- 胡风达. (2018). 企业市场营销战略探究, 中国市场. 10(05).
- 华杉. (2016). 超级符号就是超级创意. 江苏文艺出版社. (04), 128.
- 加布里埃尔-A-阿尔蒙德. (1997). 比较政治学: 体系, 过程和政策. 上海: 东方出版社, 29.
- 江帆. (2015). 新经济背景下企业市场营销战略新思路探究. 现代商业, (10).
- 江礼坤. (2016). 实战移动互联网营销. 机械工业出版社, 12(03).
- 蒋先玲. 徐晓兰. (2014). 第三方支付态势与监管. 自互联网金融观察, 改革. (06).
- 李青. (2015). 谈新经济时代企业市场营销战略新思维. 商业时代, (02).
- 李国建. (2014). 移动互联网营销. 机械工业出版社.

参考文献(续)

- 梁敏.(2011). 移动支付发展现状及方向研究, 硕士学位论文. 北京: 北京邮电大学.
- 刘芳.(2016). 中泰跨境电子商务调查研究, 硕士学位论文. 云南: 云南财经大学.
- 刘超.(2016). 移动支付商业模式创新的博弈分析, 硕士学位论文. 浙江: 浙江大学.
- 卢放鸣.(2011). 基于钻石模型移动支付产业发展影响因子研究, 北京邮电大学学报. 社会科学版, 26-32.
- 芦阳等.(2009). 电子商务. 北京大学出版社, (8).
- 苗文龙.(2012). 互联网支付, 金融风险与监管设计. 当代经济, 55-63.
- 牛文昭.(2016). 移动支付中的用户体验设计研究, 硕士学位论文. 北京. 北京邮电大学.
- 青井博幸.(2017). 让MBA轻松读—市场营销. 北京时代华文书局, (02), 167.
- 全球网民规模和互联网普及率对比图. <http://www.chyxx.com>
- 任倩. 移动支付现状及发展研究. 硕士学位论文. 西南财经大学.
- 孙春莲.(2013). 泰国社会保障制度研究, 硕士学位论文. 云南: 云南大学.
- 谭玉平.(2015). 泰国电子商务产业发展与相关研究, 硕士学位论文. 广西: 广西大学.
- 田志龙. 邓新明.(2007). 企业市场行为-非市场行为与竞争互动-基于中国家电的案例研究. 管理世界, (8).
- 王光宇.(2018). 大数据时代的企业营销策略. 中国国际财经, 07(10), 143.
- 王鉴.(2017). 深度营销. 机械工业出版社
- 王世飞.(2015). 移动支付市场及其在中国的发展研究, 硕士学位论文. 陕西: 西北大学.
- 王欣.(2008). 中国移动支付的发展探析. 哲学社会科学版, (11).

参考文献(续)

- 吴先锋.(2010). 基于感知风险的移动支付使用行为实证研究. 统计与决策, (11)17.
- 谢平. 邹传伟.(2014). 互联网金融监管的必要性与核心原则. 国际金融研究, (08).
- 徐超.(2013). 第三方支付体系. 兴起、宏观效应及国际监管. 经济问题, 11-16.
- 徐会敏.(2006). 我国移动支付市场研究与发展初探. 硕士学位论文. 成都: 西南财经大学.
- 许飞.(2010). 手机银行的发展现状及其对策分析. 华章出版社, 34.
- 许汉龙.(2016). 中国跨境电商平台进入泰国的市场进入策略选择—以速卖通为例, 硕士学位论文. 浙江: 浙江大学.
- 杨昕.(2016). 移动互联网安全支付技术的研究与实现, 硕士学位论文. 广东: 广东工业大学.
- 杨宝珍.(2011). 企业市场营销的战略创新. 经济谋略, 10(05).
- 杨舒杰.(2009). 中国医药企业市场行为研究. 综述评论, (01), 167-188.
- 于淑华.(2010). 手机支付研究与探索. 北京邮电大学.
- 张信.(2018). 网络经济时代企业市场营销的新趋势. 商场现代化, 10(02).
- 张培英.(2015). 泰国跨境电子商务的发展与政策研究, 硕士学位论文. 广西: 广西大学.
- 张培正.(2012). 中国企业对泰国直接投资研究, 硕士学位论文. 上海: 华东师范大学.
- 张星炜.(2007). 政治发展. 一个需要加以分析并明确界定的概念. 03(05).
- 赵庆杰.(2015). 企业市场行为的合理结构. 乡镇企业周刊.
- 赵宇枫.(2011). 技术RFID与NFC与应用浅析. 科学咨询. 13.
- 周丹.(2016). 泰国政治动荡的政党制度原因分析, 硕士学位论文. 湖南: 湖南师范大学.

参考文献(续)

- Aboard.Aiaosirirong. (2011). *Electronic.Commerce. A. Managerial. Perspective.* Siam International Books, 126-194.
- Andrew, M. M. (2006). *A Kingdom in Crisis Thailand's Struggle for Democracy in the Twenty-First Century*, London Zed Books Ltd, 1 edition.
- ASEAN. (2013). *Association of Southeast. Asian nations.* 12-18.
- Balassa, A. B. (2018). *The Theory.of.Economic. Integration.* London, Aleen. Unwin Press.18.
- Charoenarparmee, N.(2009). *Analysis of decision marking in book purchasing on E-commerce.* A case study in Bangkok. Thames University.
- Dahlberg, T., & Mallet, N. J. *Present and future of mobile payments research. A literature review.* Electronic.
- David, K. W. (2011). *A Short History.Second Edition. New Haven.* Yale University Press.
- Economic.Intelligence.Center.(2014). *Out look.Quarter.* Siam. Commercial Bank. 28
- Garry, W. T. (2012). *NFC. mobile credit card. The next frontier of mobile payment.* Computers in Human Behavior. 31(5): 361-376.
- Jonatan, B. (2008). *The use of internet commerce in Thai freight transport business.* Chulalongkorn University of Thailand.
- Kasiyitorn, P. (2012). *The promotion of Thailand's proactive roles in information and communication technology e-commerce.* National science and technology. development agency of Thailand.
- Lucian, W., & Pyle, V. (2013). *Political Culture and Political Development.* Princeton .Princeton University Press. 7-8.

参考文献(续)

- Paul, A.P. (2014) Consumer Acceptance of Electronic. *Commerce: Integrating, Trust, And Riskwith, the, Technolo,gy, Acceptance, Model*. International, Journal, Electronic, Commerce, 7(3): 150-165.
- Phumisak. (2005). *E-Commerce for SMEs in Thailand*. National science and technology development agency of Thailand.
- Schiff, Maurice., & Winters, L. (2014). *Regional Integration and development EB/OL*. The Word Bank. 02-23.
- Simon, K. (2017). *Decision process in buying products internet of customers in Bangkok*. Burrup University.
- Sirindhorn. (2009). *International Institute for Technology studies, Thailand E-Marketplace*. Burrup University.
- Sirkhwan, C. (2008). *Effects of information and communication technology investment on economic growth and electronic commerce in asana* . Master of economic, Kaseatsart University.
- Slow, Y. C. (2011). *Association of Southeast Asian Nations Economic Integration: Developments and Challenges*. Asian Economic Policy Review, (6): 43-63.
- Tech. in. Asia. (2015). From: <http://www.sgentrepreneurs.com>
- Thailand Development Research Institute. (2013). *ASEAN Economic Community: Myths, Reality, Potentials and Challenges EB/OL*. 12-18.
- Wongpinunwatana, N. C. (2009). *E-commerce adoption in Thailand: an empirical study of small and medium enterprises*.
- Wongpinunwatana, N., & lertwongsatien, C. (2003). *E-commerce adoption in Thailand: an empirical study of small and medium enterprises*. SMEs.
- Word Bank. (2011). *Doing Business* .

附录 A

访谈

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

访谈提纲

移动支付在泰国商业应用调查的访谈提纲

访谈时间：2018 年 11 月 12 日

访谈对象	年龄在 18-30 岁的学生和上班族，使用过移动支付。
访谈目的	本次访谈的目的是想在访谈对象的问答中了解移动支付在泰国商业应用的相关情况，以便更好展开研究。
访谈提纲	
1、简单介绍下自己，另外，您对移动支付实用性满意吗？	
2、您对支付的安全性满意吗？	
5、谈一下您对目前支付环境的看法？	
6、手机支付使用过程中最让你满意和最不满意的操作程序？	
7、移动支付使用的频率？	
8、您选择移动支付这种服务的原因是什么呢？	
9、谈一下使用移动支付它的用途？	
10、您什么情况下使用移动支付？	
11、在你看来，当前的移动支付如何加强？	
12、在您看来，移动支付应如何改	

进？	
13、您最希望在哪里使用移动支付？	
14、您能举个例子具体说一下移动支付的使用方式吗？	
15、您会因为安全性选择更换支付方式吗？	



附录 B

调查问卷

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

调查问卷

泰国移动支付的使用问题调查问卷

(请在相应的栏目打上“√”，未接触栏目请留空)

时间：2018年11月14日

尊敬的女士/先生

由于毕业论文写作的需要，笔者现在进行手机支付在泰国商业应用的情况做一个调查研究，非常感谢您能在百忙之余抽空帮我填写这份调查问卷。

移动支付的简介

移动支付是用户无论在任何场合，任何时间，任何情况下，只要手机有无线网或者移动网络就能使用的即时支付行为。是用户通过手机短信，语音等识别系统进行的缴费，购物，银行转账等商业性交易活动。

1、

<input type="checkbox"/> 男	<input type="checkbox"/> 女
----------------------------	----------------------------

2、 您对手机支付进行的购物，缴费，转账等活动满意吗？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

3、 对手机支付帮助购买的产品和服务的评价？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

4、 对目前手机支付的赔付机制满意吗？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

5、 对手机支付的可操作性和适用性的评价？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

6、 手机带来的便利性的评价？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

7、 泰国互联网技术的评价？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

8、 手机支付的流程机制的评价？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

9、 移动支付的体制是否满意？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

10、 对最常使用的手机支付应用的满意度？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

11、 对移动支付与银行卡需绑定的操作程序？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

12、 对开通和使用手机支付的操作步骤？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

14、 您所在的组织，社会都习惯使用移动支付？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

15、 您对移动支付技术的标准满意吗？

<input type="checkbox"/> 非常满意	<input type="checkbox"/> 满意	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不满意	<input type="checkbox"/> 非常不满意
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------------

16、 您最满意的支付程序：

17、 您最不满意的支付问题：

请您留下您的意见和建议。如需回复，请留下您的联系方式。电话：080-9250006

非常感谢您的配合！



个人简历

姓 名	薛亚苧
出生年月	30/12/1987
出生地	河南省郑州市
教育背景	本科：洛阳师范学院（中国） 课程名称：设计专业 硕士：兰实大学（泰国） 课程名称：工商管理
奖励、奖学金、研究补助金	2018 年获得兰实大学学习先进个人
地 址	河南省郑州市国基路 166 号普罗旺斯小区
邮箱地址	272753146@qq.com

