

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของประชาชน รูปแบบของการให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต (E-Commerce) มีมากมายหลายอย่าง ซึ่งมีการให้บริการทั้งจากทางหน่วยงานของเอกชนและหน่วยงานของรัฐบาล โดยสามารถแบ่งออกได้ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ด้านการศึกษา

สามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อการศึกษา ทั้งที่เป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆ ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่ ที่มีความรู้ให้หาได้ทุกสาขาทั่วโลก ซึ่งนักศึกษาในมหาวิทยาลัย สามารถใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้

2. ด้านธุรกิจและการพาณิชย์

ปัจจุบันสามารถซื้อขายสินค้าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพื่อการลงทุนที่คุ้มค่า รวมถึงองค์กรที่เป็นบริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ ก็มีการเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้าของตน ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำ สอบถามปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (Shareware) หรือ โปรแกรมแจกฟรี (Freeware) การให้บริการทำธุรกรรมด้านการเงินของธนาคารต่าง ๆ เช่น ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารเอเซีย การให้บริการชำระภาษีต่าง ๆ ของกรมสรรพากร, การให้บริการซื้อตั๋วเครื่องบินออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3. ด้านการบันเทิง

สามารถใช้ในการพักผ่อนหย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine Online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆ โดยมีภาพประกอบ ที่จอคอมพิวเตอร์เหมือนกับวารสาร ตามร้านหนังสือทั่ว ๆ ไป การรับฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมถึงการดูภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่ และเก่า มาดูได้

จากเหตุผลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวก และรวดเร็ว เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก

โดยสรุปอินเทอร์เน็ต ได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับงานไอที ทำให้เกิดช่องทางการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว ช่วยในการตัดสินใจ และบริหารงานทั้งระดับบุคคลและองค์กร

จากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันของประเทศ ได้มีการปรับตัวในหลาย ๆ ธุรกิจทั้งทางด้านการลดขนาดขององค์กร การขยายช่องทางการเข้าถึงลูกค้าหรือตลาดในแต่ละธุรกิจ อีกทั้งในทางด้านของลูกค้า ผู้บริโภค หรือ บุคคลทั่วไปเองก็มีการปรับตัว และศึกษา เพื่อให้ทันกับภาวะการณ์ในปัจจุบัน ที่เป็นยุคแห่งความเร็วทางด้านการสื่อสารและข้อมูล

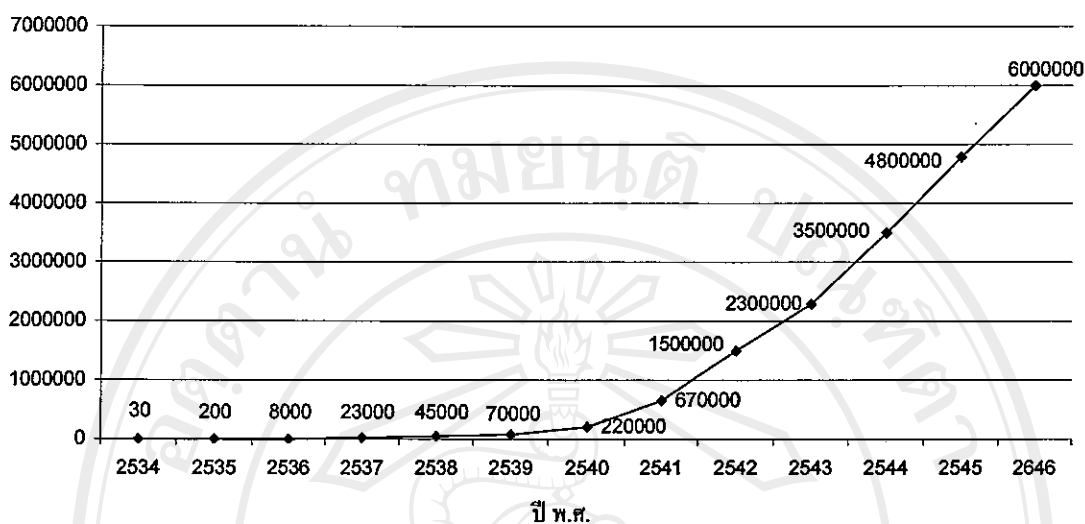
อินเทอร์เน็ตก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในหลายองค์กรและธุรกิจ ได้มีการเปิดหรือขยายช่องทางทางด้านนี้เพิ่มมากขึ้น ทั้งในส่วนที่ให้ความรู้และข้อมูล หรือในส่วนที่ให้บริการทำธุรกรรมต่าง ๆ แต่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตยังมีการใช้บริการทำธุรกรรมผ่านทางช่องทางนี้น้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (ดูตารางที่ 1.1) ที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่สูง

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ปี พ.ศ.	ปี ค.ศ.	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	แหล่งที่มา
2534	1991	30	NECTEC
2535	1992	200	NECTEC
2536	1993	8,000	NECTEC
2537	1994	23,000	NECTEC
2538	1995	45,000	NECTEC
2539	1996	70,000	NECTEC
2540	1997	220,000	Internet Thailand/NECTEC
2541	1998	670,000	Internet Thailand/NECTEC
2542	1999	1,500,000	ISP Club/NECTEC
2543	2000	2,300,000	ISP Club/NECTEC
2544	2001	3,500,000	NSO/NECTEC (household survey)
2545	2002	4,800,000	NECTEC (estimate)
2546	2003	6,000,000	NECTEC (estimate)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2546)

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (คน)



รูปที่ 1.1 แนวโน้มและการเติบโตของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ต
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2546)

ตารางที่ 1.2 แสดงอัตราส่วนเว็บไซต์ที่ผู้ใช้นิยมเข้าไปใช้บริการ

10 อันดับเว็บไซต์ยอดนิยม	คิดเป็นร้อยละ
อินเทอร์เน็ต ¹	27.22%
บันเทิง	25.76%
ธุรกิจ	7.94%
ข่าวและสื่อ	6.83%
ช้อปปิ้ง	6.59%
บุคคลและสังคม	5.78%
เกมส์	4.58%
ยานยนต์	2.80%
หน่วยงานราชการ	2.34%
คอมพิวเตอร์	2.06%
อื่น ๆ	8.10
รวม	100.00%

ที่มา : : ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2546)

¹ อินเทอร์เน็ต หมายถึง หน้าเว็บไซต์แรกที่เป็นแหล่งรวมจุดเชื่อมโยงไปยังที่ต่างๆ

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง แม้แต่ในตัวของประชาชนเองก็ต้องช่วยกันในการลดภาระการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งปริมาณน้ำมันที่มีการนำเข้าสู่สูงในแต่ละปี ปริมาณการใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

อินเทอร์เน็ตเป็นอีกทางหนึ่งที่สามารถจะขยายธุรกิจให้เจริญเติบโตขึ้นได้ของหน่วยธุรกิจและในด้านของประชาชนทั่วไปก็จะได้รับความสะดวกในการติดต่อกับหน่วยธุรกิจนั้น ๆ เพื่อทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยไม่ต้องเสียเวลาในการที่ต้องเดินทางไปถึงที่ทำการของหน่วยธุรกิจนั้นและต้องภายในเวลาทำการ โดยสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลาที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้

จากตารางที่ 1.2 เปรียบเทียบอัตราส่วนเว็บไซต์ที่ผู้ใช้นิยมเข้าไปใช้บริการจะเห็นได้ว่าอัตราส่วนของผู้ใช้เพื่อธุรกิจและซื้อขายสินค้า มีเพียงร้อยละ 14.53 ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนที่น้อยมาก

ผู้ทำการวิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นปัญหาในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นสิ่งที่น่าสนใจเพราะจะได้ทราบถึงวิธีการนำไปสู่การเพิ่มจำนวนของผู้ทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต อันจะนำไปสู่แนวทางการขยายเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง เนื่องจากเป็นอีกทางหนึ่งในการขยายการบริโภคของประชาชน ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญอีกตัวแปรหนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตได้ต่อไป

1.2 วัดดูประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้จากการใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต
3. เพื่อศึกษาจุดเด่น จุดด้อย และปัญหาอุปสรรคของการใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. ทำให้ทราบค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้จากการใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต
3. สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตในการปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีผู้เข้าไปใช้บริการให้มากขึ้น

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มุ่งศึกษาถึง ในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต และจุดเด่น จุดด้อย ตลอดจนปัญหาอุปสรรคของการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยรวบรวมข้อมูล ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ โดยการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยการเก็บข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross sectional data) ระยะเวลาของการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วง วันที่ 1 มกราคม 2547 – 31 มีนาคม 2547 จำนวน 200 ตัวอย่าง

1.5 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากทั่วโลกเข้าด้วยกัน ทำให้บุคคลต่าง ๆ ที่ใช้เครือข่ายนี้สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ในทุก ๆ ด้าน ได้อย่างรวดเร็วและในทุกรูปแบบ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce or E-Commerce) หมายถึงการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและการจำหน่ายสินค้าและบริการเข้าด้วยกัน ทำให้การซื้อขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดรายได้ในเวลาอันสั้น

ธนาคารอินเทอร์เน็ต (E-Banking) หมายถึงการให้บริการการทำธุรกรรมหรือกิจกรรมทางการเงินของธนาคาร ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต