

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ การพัฒนาระบบสารสนเทศได้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จึงเริ่มให้ความสนใจและติดตามความเคลื่อนไหวในเรื่องของการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ มากขึ้น โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันจำกัด เนื่องจากองค์ความรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเคลื่อนไหวทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องให้ความสนใจและติดตาม เพื่อให้ก้าวทันเหตุการณ์ต่างๆ ในโลกปัจจุบันและองค์ความรู้เหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยในการพัฒนาองค์กร ประกอบกับสามารถนำมาวิเคราะห์หากกลยุทธ์ในการพัฒนาทางธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูง

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น การทำธุรกรรมผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่าการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: e-Commerce) จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ดังตารางที่ 1.1 มูลค่ารวมของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกในปี พ.ศ. 2546 เท่ากับ 3.9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และได้เพิ่มขึ้นเป็น 6.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2547 (Chalakornkul, et al., 2005) คือมีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึง 2.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และจากตารางดังกล่าวเห็นว่า ทุกภูมิภาคทั่วโลกมีมูลค่าการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแสดงถึงการทำธุรกรรมผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นทั่วโลก โดยใช้ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางของข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายตลาดในวงการธุรกิจ

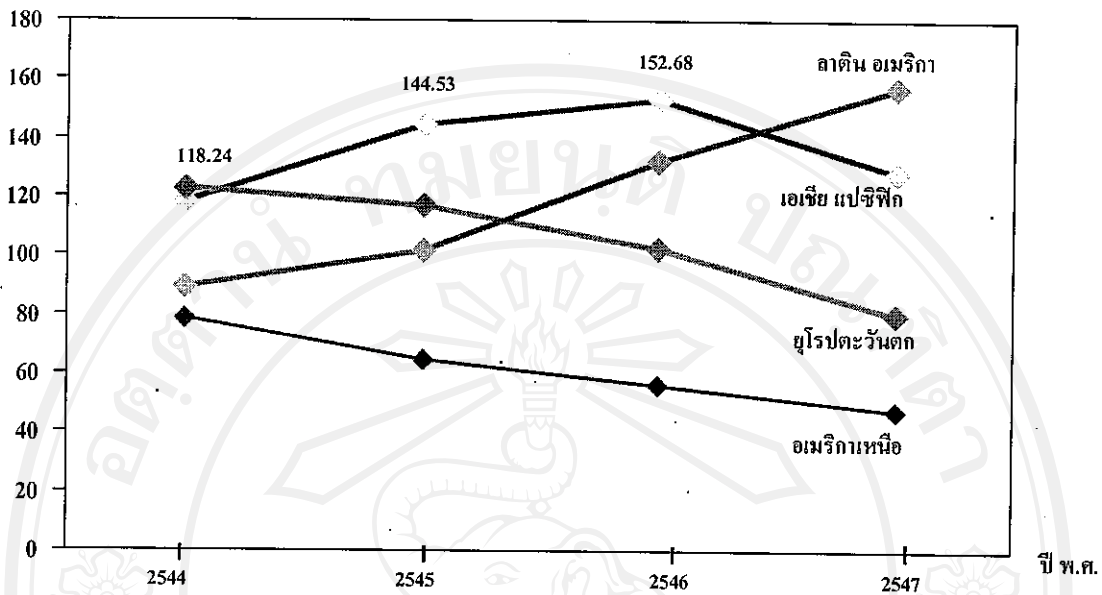
ตารางที่ 1.1 มูลค่าของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก

(หน่วย : พันล้านเหรียญสหรัฐ)

ภูมิภาค	2543	2544	2545	2546	2547
รวม	657.0	1233.6	2231.2	3979.7	6789.8
• อเมริกาเหนือ	509.3	908.6	1498.2	2339.0	3456.4
สหรัฐอเมริกา	488.7	864.1	1411.3	2187.2	3189.0
แคนาดา	17.4	38.0	68.0	109.6	160.3
เม็กซิโก	3.2	6.6	15.9	42.3	107.0
• เอเชีย แปซิฟิก	53.7	117.2	286.6	724.2	1649.8
ญี่ปุ่น	31.9	64.4	146.8	363.6	880.3
ออสเตรเลีย	5.6	14.0	36.9	96.7	207.6
เกาหลี	5.6	14.1	39.3	100.5	205.7
• ยุโรปตะวันตก	87.4	194.8	422.1	853.3	1533.2
เยอรมัน	20.6	46.4	102.0	211.1	386.5
อังกฤษ	17.2	38.5	83.2	165.6	288.8
ฝรั่งเศส	9.9	22.1	49.1	104.8	206.4
อิตาลี	7.2	15.6	33.8	71.4	142.4
เนเธอร์แลนด์	6.5	14.4	30.7	59.5	98.3
• ลาติน อเมริกา	3.6	6.8	13.7	31.8	81.8

ที่มา: Chalakomkul, et al., (2005)

รูปที่ 1.1 อัตราการเจริญเติบโตของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ร้อยละ



ที่มา: Chalakornkul, et al., (2005)

จากรูปที่ 1.1 พบว่ามูลค่าการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ในช่วงปี พ.ศ. 2544 ถึง พ.ศ.2546 มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ลาตินอเมริกา ยุโรป ตะวันตก และอเมริกาเหนือ ซึ่งในแต่ละปีมีการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 118.24 ร้อยละ 144.53 และร้อยละ 152.68 ตามลำดับ เห็นได้ว่ามูลค่าการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก นั้นมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นไปอีกในอนาคต

ส่วนจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจากการวิจัยเบื้องต้นของบริษัท ศูนย์วิจัย กสิกรไทย จำกัด เกี่ยวกับภาพรวมของวงการอินเทอร์เน็ตไทยพบว่าจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยในปี พ.ศ.2548 มีประชาชนประมาณ 7.6 ล้านคนหรือร้อยละ 12 ของประชากรทั้งประเทศเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และทางสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ไทย (2548) ได้คาดการณ์ว่าแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง คือในปี พ.ศ.2549-2551 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 10 ต่อปี โดยภายในปี พ.ศ.2551 จะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 10.1 ล้านคนและกระจายสู่ภูมิภาคมากขึ้น จากการสัมภาษณ์บริษัทต่างๆกว่า 100 แห่งในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก พบว่าการค้าปลีกทางออนไลน์ใน ภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก มีแนวโน้มเติบโตได้เป็นอย่างดี ผลการศึกษาระบุว่ารายได้ของการทำพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคในปี พ.ศ. 2543 มีมูลค่า 6,800 ล้านดอลลาร์และ

คาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 14,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปลายปี พ.ศ. 2544 (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2542)

จากเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็วดังกล่าวข้างต้น จึงเกิดการบริการทางธุรกิจประเภทใหม่ขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประเภทธุรกิจที่ผู้ประกอบการธุรกิจทำอยู่โดยตรงหรือข่าวสารด้านอื่นๆก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการข่าวสารนี้จะรวบรวมข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์จากหนังสือพิมพ์ชั้นนำในภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิกกว่า 30 ฉบับ แล้วนำมาแบ่งเป็นหมวดหมู่ตามประเภทของธุรกิจ เช่น การเงินการธนาคารและการประกันภัย การค้าปลีกสินค้าและบริการ การสื่อสารโทรคมนาคม การเกษตร การขนส่ง และระบบโลจิสติกส์ เป็นต้น แล้วจะส่งต่อให้ผู้รับบริการ ได้อย่างรวดเร็วและเป็นข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยผู้ให้บริการจะจัดเก็บค่าบริการในรูปแบบการเป็นสมาชิกรายปี ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ หรือทำงานในบริษัทที่จัดอันดับความน่าลงทุน ที่ต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะนำมาวิเคราะห์แนวโน้มราคาของหลักทรัพย์ การรับข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายนี้สามารถช่วยให้นักลงทุนและผู้ประกอบการกิจการได้มองเห็นมุมมองของธุรกิจของตนผ่านสายตาสื่อต่างชาติ รวมทั้งยังสามารถทราบความเคลื่อนไหวทางข้อมูลข่าวสารในแวดวงธุรกิจเดียวกัน หรือ ธุรกิจอื่นๆ ได้ง่ายๆ โดยผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือที่เรียกว่า อีเมลล์ของผู้รับบริการ

การประกอบการธุรกิจให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางอีเมลล์นี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในต่างประเทศ แต่ยังเป็นธุรกิจที่ใหม่ในสายตาคนไทย ปัจจุบันมีบริษัทที่ให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์แก่เพียงรายเดียวคือบริษัทเอเชีย นิวส์ วอทช์ จึงทำให้เกิดข้อได้เปรียบกว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังจะเข้ามาประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกัน เนื่องจากสามารถสร้างความจดจำในตัวบริการให้กับผู้บริโภคได้ ประกอบกับฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพในเรื่องของการจัดระบบหมวดหมู่ของข่าวสารซึ่งผู้รับบริการสามารถเลือกรับข่าวสารเฉพาะหมวดหมู่ที่ตนเองสนใจได้ ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจเพราะได้รับสินค้าที่ตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็ว อีกทั้งกิจการยังได้รับความสะดวกในด้านของการติดต่อ และการเรียกข้อมูลของลูกค้า รวมถึงลูกค้าสามารถทดลองใช้บริการดังกล่าวนี้ได้ฟรี 30 วัน (เกษญา จันทรประเสริฐ, 2548)

แต่อย่างไรก็ดีการให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์นี้ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่เช่นกัน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีกระบวนการผลิตและจัดส่งถึงผู้บริโภคผ่านทางระบบโทรคมนาคม โดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แต่ระบบโทรคมนาคมของประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

นอกจากนั้นการให้บริการยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ราคาค่าบริการ ความพร้อมของเทคโนโลยี และบทบาทในการกำกับดูแลการให้บริการของรัฐบาล การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆที่จำเป็นต่อการทำธุรกรรมผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ผู้วิจัยคาดว่าธุรกิจให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลจะเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจอื่นๆ ด้วยความสำคัญของธุรกิจให้บริการข่าวสารผ่านทางอีเมลดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ทักษะคติของผู้บริโภคข่าวสารที่มีต่อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลของผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เพื่อที่จะได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคข่าวสาร และทราบว่าผู้บริโภคคิดเห็นเช่นไรต่อธุรกิจที่ให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล ตลอดจนทราบว่าปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคข่าวสารเลือกสมัครเป็นสมาชิกบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุง ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อช่วยให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และทักษะคติของผู้บริโภคข่าวสารที่มีต่อธุรกิจที่ให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล
- 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลของผู้ประกอบธุรกิจ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และทักษะคติของผู้บริโภคข่าวสารที่มีต่อธุรกิจที่ให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล และทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลของผู้ประกอบธุรกิจ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก เพื่อนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อช่วยให้ธุรกิจที่ให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาลึถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์ของผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งผู้วิจัยได้อ้างอิงข้อมูลบางส่วนจากบริษัทที่ให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์ โดยให้ผู้บริโภคทำการทดลองใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ 5,060 คน หลังครบระยะเวลาทดลองใช้งาน 1 เดือน มีผู้ตอบรับการซื้อบริการ 560 คน และปฏิเสธการซื้อบริการ 4,500 คน ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ที่ได้ทดลองใช้งาน 400 คน โดยแบ่งเป็นผู้ที่เลือกซื้อบริการ 200 คน และผู้ที่ปฏิเสธการซื้อบริการ 200 คน ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2549 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2549 เป็นระยะเวลา 3 เดือน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

“ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” (Internet Network) หมายถึงระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งเปรียบได้กับห้องสมุดสาธารณะขนาดใหญ่ ที่มีข้อมูลต่าง ๆ มากมาย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาวิจัย หรือความบันเทิง เป็นต้น โดยเป็นระบบที่ทุกคนทั่วโลกสามารถเข้ามาใช้บริการได้ในเวลาเดียวกัน โดยผู้ใช้งานสามารถเรียกดูข้อมูล ข่าวสาร ภาพ และเสียงจากคอมพิวเตอร์ พร้อมทั้งยังสามารถส่งข้อมูล ภาพ และเสียง ไปยังคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่นได้อีกด้วย

“พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Commerce) หมายถึงการทำธุรกรรมซื้อขาย (transaction) สินค้าและบริการ โดยส่งข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือส่งผ่านอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภทที่สามารถโต้ตอบกันได้ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร และระบบเครือข่าย ซึ่งจะมีสินค้าและบริการให้เลือกมากมายหลายประเภท มีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวหรือเสียงที่เหมือนจริง สามารถซื้อหาสินค้าด้วยวิธีที่สะดวกสบาย และประหยัดค่าใช้จ่าย

“บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์” (E-Mail News Service) หมายถึงการให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารธุรกิจที่จัดรวบรวมไว้เป็นหมวดหมู่ และส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทางอีเมลล์ของผู้ใช้บริการ โดยคิดอัตราค่าบริการเป็นระบบสมาชิกรายปี