

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นระบบเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในยุคปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตมีขอบข่ายครอบคลุมแทบทุกพื้นที่ โดยที่สมาชิกในอินเทอร์เน็ตสามารถใช้คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ที่จุดใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ที่สำนักงาน หรือที่ศูนย์บริการแห่งใดแห่งหนึ่ง เพื่อส่งข่าวสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน รวมทั้งยังสามารถซื้อขายสินค้าและบริการได้

ผลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศไทย ปี 2545 อยู่ในอัตราร้อยละ 5 คิดเป็นจำนวนประมาณ 3.5-4 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วประมาณ 0.5-1 ล้านคน โดยแยกเป็นผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานครและเมืองใหญ่ ๆ ร้อยละ 90 ที่เหลือร้อยละ 10 กระจายอยู่ทั่วประเทศ ปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทยอยู่อันดับ 8 ของประเทศแถบเอเชียและอันดับที่ 50-60 ของโลก โดยผู้ใช้เน็ตส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาจารย์ นักเรียนและคนทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการอีเมล (e-mail) ค้นหาข้อมูล ตลอดจนด้านความบันเทิง เช่น เพลง ภาพยนตร์และเกมส์¹

ปัจจุบันนี้แม้ว่าผู้ประกอบการในประเทศไทยจะเริ่มเห็นถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและมีการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาผสมผสานกับการประกอบธุรกิจ หรือที่เรียกว่า ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-commerce) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ก็ตาม แต่จะเห็นได้ว่ากระบวนการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้นยังไม่สมบูรณ์ 100% ตั้งแต่การเลือกสินค้า ชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต และส่งสินค้า ซึ่งเหตุผลสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรก็เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ค่อยใช้บัตรเครดิตชำระเงินซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต อันเนื่องมาจากความกังวลในเรื่องความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต ดังนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะชำระเงินซื้อสินค้าในระบบออฟไลน์ (Off line) ได้แก่ การชำระเงินในรูปแบบเงินสดเก็บเงิน ธนาณัติและตัวแลกเงิน มากกว่าระบบออนไลน์ (Online)² ได้แก่ การชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตด้วยบัตรเครดิต

¹ บริษัท วัชรพล จำกัด, “รายงานสรุปผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยปี 2545” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thairath.co.th> (24 กรกฎาคม 2546).

² กองบรรณาธิการ, “ไม่มีการเสื่บัตรเครดิตใน ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ! คำยืนยันจากสถาบันการเงิน เชื่อถือได้มากขึ้นแค่ไหน?”, e-commerce 5,53 (พฤษภาคม 2546) : 40.

จากรายงานปริมาณบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่าปริมาณบัตรเครดิตหลักในระบบในไตรมาสที่ 1 ของปี 2546 อยู่ที่ประมาณ 3.7-3.9 ล้านบัตร ซึ่งมากกว่าในปี 2545 ประมาณร้อยละ 3.7 และมีการคาดการณ์ว่าสิ้นปี 2546 จะมีบัตรเครดิตทั้งหมดประมาณ 4.5 ล้านบัตร ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปริมาณบัตรเครดิตมีการขยายตัวอีกทั้งยังมีการกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรของผู้ออกบัตรเครดิตหลายแห่ง³ เช่น จากรายงานการใช้จ่ายผ่านระบบอีคอมเมิร์ซของธนาคารเอเชียพบว่ามียอดค่าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 200-300 ล้านบาทต่อเดือน เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาถือว่าโตเกินกว่าเท่าตัว ทั้งนี้ ธุรกิจที่บริการออนไลน์อันดับต้น ๆ จะเป็นเรื่องของโรงแรมและทัวร์ ซึ่งมีประมาณ 20-30% ส่วนที่รองลงมาจะเป็นเรื่องของการชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ และเมื่อพิจารณาจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตมากขึ้นในทุก ๆ ไตรมาส และในปี 2546 นี้คาดว่าจะมียอดบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวและการศึกษาที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว⁴

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ถือบัตรเครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาประกอบการพิจารณาแนวทางในการพัฒนาระบบอีคอมเมิร์ซและเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด อันจะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการใช้บริการอีคอมเมิร์ซ ของผู้ถือบัตรเครดิตต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ถือบัตรเครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

³ กองบรรณาธิการ, “หนี้บัตรไตรมาสแรกพุ่ง”, *World Today American Express Journal* 5, 67

(กรกฎาคม 2546) : 8.

⁴ กองบรรณาธิการ, “ไม่มีการเสกบัตรเครดิตในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ! ค่าขึ้นขึ้นจากสถาบันการเงิน เชื่อถือได้มากขึ้นแล้วไหน?”, *e-commerce* 5, 53 (พฤษภาคม 2546) : 44.

⁵ กองบรรณาธิการ, “อนาคตการขยายตัวของบัตรเครดิตในภาคเหนือ”, *World Today American Express Journal* 5, 68 (สิงหาคม 2546) : 4.

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ถือบัตรเครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผน กำหนดและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ

นิยามศัพท์

ผู้ถือบัตรเครดิต หมายถึง ผู้ที่เป็นสมาชิกกับสถาบันการเงินหรือบริษัทบัตรเครดิตที่ได้มีการทำสัญญากัน ไว้ในเรื่องของการให้เครดิตและการกำหนดวันและจำนวนชำระคืน และมีภูมิลำเนาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หมายถึง กระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการที่สามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมงจากทุกแห่งทั่วโลกผ่านระบบเครือข่าย โดยที่สินค้าและบริการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สินค้าที่มีลักษณะจับต้องได้ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น ซอฟต์แวร์ เกมส์ เป็นต้น