บทที่ 1
บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันระบบการค้าของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปจากระบบแลกเปลี่ยนสินค้า (Barter System) มาสู่การค้าในระบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Trade System) ที่มีการใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า และจนกระทั่งพัฒนามาสู่การค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ซึ่งเป็นการซื้อขายสินค้าผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต (Internet) มีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money) เป็นสื่อในการชำระเงิน โดยที่ผู้ซื้อขายไม่ต้องเดินทางมาพบปะหรือเจรจาการค้ากันโดยตรง ทำให้การบริหารและการจัดการการค้าของโลกมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยเฉพาะการกระจายสินค้าจะสามารถกระจายไปได้ไกลทั่วโลกอย่างไร้พรมแดนและประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้นำตลาดโลกได้ดีกว่าประเทศที่มีความเสียเปรียบทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ[1]

การเติบโตอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในโลกมีส่วนทำให้ระบบอินเตอร์เน็ตมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นไปทั่วโลก ประมาณการว่าในปี ค.ศ. 2000 จะมีผู้ใช้อินเตอร์เน็ตทั่วโลกประมาณ 300 ล้านคน[2] สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) พยากรณ์ว่าอัตราการแพร่หลายของการใช้อินเตอร์เน็ต (Internet Subscriber) ในไทยจนถึงเดือนมกราคมปี 2548 จะอยู่ระหว่าง 2.78% - 4.94% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งคิดเป็นการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียง 4 –5 เท่า จากปีปัจจุบันซึ่งมีผู้ใช้อินเตอร์เน็ตประมาณ 6 แสนคนหรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 1 ของประชากรทั้งหมด จากผลของการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของระบบอินเตอร์เน็ตในอนาคต พบว่าระบบอินเตอร์เน็ตนั้นน่าจะสามารถเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันในการแทนที่หนังสือพิมพ์รายวัน[3] สำหรับประเทศไทยนั้นการใช้อินเตอร์เน็ตเริ่ม

---

[1] รังค์สิมา มโนปัญจสิริ, " กลยุทธ์การส่งออกแนวใหม่ : พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ", นิตยสารสำหรับผู้ส่งออกและบริหาร Exporters Review ปีที่ 13 ฉบับที่285 ประจำปักษ์หลัง มิถุนายน 2542, หน้า 9

[2] http://www.nitc.go.th/ecommerce/index.html

[3] สมยศ แช่มช้อย, " ธุรกิจบนอินเตอร์เน็ต : เส้นทางการค้ายุคใหม่ ", เศรษฐทรรศน์, ฉบับที่ 6 เดือน มกราคม 2541

แพร่หลายมากขึ้นและประเทศไทยก็ติดอันดับ 1 ใน 50 ของประเทศที่ใช้พื้นที่บนอินเตอร์เน็ตมากที่สุดในโลก[4]

จากการที่อินเตอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิธีการทำธุรกิจของบริษัทต่างๆมากขึ้นทุกที ยิ่งมีคนใช้ระบบอินเตอร์เน็ตมากขึ้นเท่าไร ก็ทำให้ตลาดเป้าหมายของอินเตอร์เน็ตมีมากขึ้นเท่านั้น จึงทำให้บริษัทต่างๆติดต่อเข้าสู่เครือข่ายอินเตอร์เน็ตมากขึ้น ส่งผลให้การทำธุรกิจโดยใช้อินเตอร์เน็ตขยายตัวอย่างรวดเร็วและกลายเป็นเรื่องธรรมดาสามัญมากขึ้น อย่างไรก็ตามการใช้อินเตอร์เน็ตของผู้คนในปัจจุบันยังไม่ถึงจุดที่กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจเช่นเดียวกับการใช้โทรศัพท์ แต่ในอนาคตอันใกล้นี้การใช้อินเตอร์เน็ตจะทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และแน่นอนจะกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับธุรกิจในอนาคต[5]

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) เป็นระบบการซื้อขายสินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่ที่ผู้ซื้อ-ผู้ขายสามารถส่งคำสั่งซื้อหรือขายผ่านสื่อหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภทที่สามารถตอบโต้กันได้ เช่นโทรศัพท์ โทรสาร และอินเตอร์เน็ต เพื่อติดซื้อขายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ[6]

บทบาทสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อธุรกิจ คือ การช่วยลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อของผู้ซื้อและการเก็บสินค้าของผู้ขาย ลดขั้นตอนการจัดเก็บสินค้าคงคลัง ร่นระยะเวลาการผลิต สินค้า เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการหลังการขาย โดยการที่ผู้ให้บริการ สามารถลงรายละเอียดรายการสินค้า และข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ซื้อ รวมถึงการสร้างแบบสอบถามลงบนเว็บเพจ (Web Page) ทำให้สามารถบริการลูกค้าได้ตลอดเวลา อีกทั้งได้รับทราบข้อบกพร่องของสินค้าและความต้องการของลูกค้าได้ทันที ซึ่งจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็วและทันต่อการแข่งขันในธุรกิจ[7] ทำให้มีต้นทุนการจัดการที่ต่ำและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆในตลาดได้ โดยเฉพาะในยุคการค้าใหม่ที่มีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้นในอนาคต

---

[4] http://www.nitc.go.th/ecommerce/index.html

[5] ฉันทวุฒิ พืชผล, เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (กรุงเทพ : โปรวิชั่น, 2541), หน้า 10

[6] http://www.exim.go.th/thai/main_what23.htm

[7] ฉันทวุฒิ พืชผล, เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (กรุงเทพ : โปรวิชั่น, 2541), หน้า 27

จุดเด่นอื่นที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือสามารถเพิ่มโอกาสทางการตลาด ให้กับบริษัทขนาดเล็ก นอกจากนี้การขยายตลาดหรือจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อทำกิจกรรมทางการตลาดสามารถทำได้ง่าย โดยเสียค่าใช้จ่ายที่ต่ำมาก

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นเกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ 1960 โดยเริ่มจากบริษัทในสหรัฐอเมริกาได้นำการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า ระบบ EDI (Electronic Data Interchange) มาช่วยในการซื้อขายสินค้าระหว่างบริษัท นอกจากนั้นในสถาบันการเงินและธนาคารต่างๆได้มีการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า EFT (Electronic Funds Transfer) เพื่อใช้ในการโอนเงินตราระหว่างธนาคารมาหลายสิบปีแล้ว ในช่วงเวลาดังกล่าวการติดตั้ง EDI ของบริษัทจะต้องสร้างเครือข่ายสื่อสารส่วนตัวขึ้นมาเองซึ่งลงทุนสูงและมีราคาแพง การใช้งานของ EDI จึงจำกัดอยู่ที่บริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินที่มีทุนทรัพย์เท่านั้น แต่ในปัจจุบันนี้ความแพร่หลายของอินเตอร์เน็ตทำให้โลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงไป อินเตอร์เน็ตได้กลายเป็นช่องทางสื่อสารรูปแบบใหม่ที่มีการนำไปใช้งานอย่างกว้างขวางและขยายความสำคัญอย่างรวดเร็วสู่ธุรกิจทุกระดับชั้น จนทำให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่แค่สถาบันการเงินหรือบริษัทขนาดใหญ่อีกต่อไปแล้ว[8]

อย่างไรก็ตามพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่แพร่หลายนัก เนื่องจากมีปัจจัยหลายๆอย่างที่เป็นอุปสรรคซึ่งได้แก่ การขาดความพร้อมของธุรกิจ กฎหมายในการรองรับการทำธุรกรรม ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และการขาดข้อมูลทางด้านความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่แท้จริง ดังนั้นผู้ทำการวิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษา ความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการสนองตอบความต้องการการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ตของผู้บริโภคในประเทศไทย รวมทั้งการเตรียมความพร้อมในการแข่งขันในตลาดโลก

2. วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ซื้อหรือมีแนวโน้มต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต
2) เพื่อศึกษาประเภทสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อผ่านระบบอินเตอร์เน็ต
3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

---

[8] ฉันทวุฒิ พีชผล, เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (กรุงเทพ : โปรวิชั่น, 2541), หน้า 9

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1) ทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่ซื้อหรือมีแนวโน้มต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต
2) ทำให้ทราบถึงลักษณะหรือประเภทของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อผ่านระบบอินเตอร์เน็ต
3) ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต
4) เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

4. ระยะเวลาในการศึกษา

การวิจัยเรื่องนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน ระหว่างเดือน กรกฎาคม 2542 ถึง เดือน มกราคม 2542

แผนงานวิจัย

ประเภทกิจการ	ระยะเวลาทั้งสิ้น (สัปดาห์)
1. การเตรียมการและวางแผน	8
2. การศึกษาเอกสารและการทบทวนวรรณกรรม	4
3. การออกแบบวิจัย	4
4. การจัดทำโครงร่างการวิจัย	4
5. การสร้างเครื่องมือวิจัย	4
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล	4
7. การวิเคราะห์ข้อมูล	4
8. การสรุปผลการวิจัย	4
9. การพิมพ์รายงาน	3

แผนภูมิแสดงระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยในขั้นตอนต่าง ๆ

กิจกรรม/ขั้นตอนการดำเนินงาน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค
1. การเตรียมการและวางแผน	****	****				
2. การศึกษาเอกสารและการทบทวนวรรณกรม	****					
3. การออกแบบวิจัย	**	**				
4. การจัดทำโครงร่างการวิจัย		****				
5. การสร้างเครื่องมือวิจัย		**	**			
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล				****		
7. การวิเคราะห์ข้อมูล					****	
8. การสรุปผลการวิจัย					****	
9. การพิมพ์รายงาน						***

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University