

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันโลกได้ก้าวหน้าเข้าสู่ยุคสังคมแห่งปัญญาและการเรียนรู้(Knowledge -based society) นับตั้งแต่การเริ่มมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร (Information Technology :IT) ทำให้โลกเล็กลงด้วยข้อมูลข่าวสารที่ติดต่อถึงกันได้ในช่วงเวลาอันสั้น ทำให้พรมแดนระหว่างประเทศเล็กลงด้วยเครือข่ายของเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ ด้วยระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถครอบคลุมและเชื่อมโยงไปทั่วโลก เป็นประตูเพื่อเปิดไปสู่โลกแห่งการก้าวรูปแบบใหม่ๆ จนทำให้การประกอบธุรกิจได้มีการพัฒนา โดยมีการอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นฐานในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก และเป็นการลดต้นทุนการผลิต

การเจริญเติบโตทางเทคโนโลยีทำให้เกิด ธุรกิจหรือธุรกิจรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้รับความ นิยมเป็นอย่างมากในต่างประเทศ และมีบทบาทต่อสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยมากขึ้น ภาครัฐจึงให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพราะเปรียบเสมือนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งในปี 2539 ประเทศไทยได้ประกาศนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศฉบับแรก มีผลตั้งแต่วันที่ 2539-2543 (Information Technology 2000 : IT2000) แต่จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีในประเทศต่างๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนา ไปสู่เศรษฐกิจและสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ (Knowledge-based Economy/Society : KBE/LBS) คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ได้คำนึงถึงองค์ประกอบทางสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วนี้ จึงมีความจำเป็นต้องมีนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่รองรับกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในและต่างประเทศ จึงได้จัดทำกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศในระยะที่สองของประเทศขึ้น (Information Technology 2010 : IT2010) ครอบคลุมเป็นเวลา 10 ปี เริ่มตั้งแต่ พ.ศ.2544-2553 โดยมีแผนแม่บทการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ของประเทศไทย พ.ศ. 2545-2549 (Information and communication technology : ICT) เป็นแผนงานระดับชาติ ที่ถ่ายทอดนโยบายและหลักการสำคัญของ “นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ในระยะ พ.ศ. 2544-2553” เพื่อให้เป็น วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ หลัก กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติงานสำคัญ ในช่วง 5 ปีแรกของนโยบายจากวิสัยทัศน์ และนโยบาย นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนา โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่

สำคัญๆ ซึ่งได้เน้นการประยุกต์ใช้ในสาขาหลักที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนา โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างภาคเศรษฐกิจและภาคสังคม ได้เน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร เป็นกลไกหลัก เพื่อนำประเทศก้าวหน้าไปในทิศทางที่เหมาะสมอย่างมั่นคง ยั่งยืน และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งกำหนดการพัฒนาไว้ 5 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาครัฐ (e-Government)
2. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคการพาณิชย์ (e-Commerce)
3. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคอุตสาหกรรม (e-Industry)
4. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาค การศึกษา (e-Education)
5. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคสังคม (e-Society)

ดังนั้น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็น 1 ใน 5 ของยุทธศาสตร์ ที่ภาครัฐต้องให้การสนับสนุน โดยเริ่มให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น และมีการกระจายออกสู่ภูมิภาค ให้มากขึ้น เป็นต้นว่า จัดให้มีโครงการอินเทอร์เน็ตตำบล อินเทอร์เน็ตโรงเรียน หรือสนับสนุน การให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อินเทอร์เน็ตไร้สายแก่ ประชาชน ทั่วไป และพยายามผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐได้มีโอกาสใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น(สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2545)

สำหรับอัตราการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในระดับภูมิภาคทั่วโลก เมื่อดูจากมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี จะพบว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภูมิภาคเอเชีย มีอัตราการเติบโตที่สูงที่สุด ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำในเรื่องมูลค่าการซื้อขายธุรกิจประเภท ธุรกิจกับผู้บริโภค(B-C) รองลงมาคือ ประเทศเกาหลีใต้ ไต้หวัน และจีน มีการคาดการณ์ว่าในปี2549ประเทศจีนจะมีอัตราการเติบโตสูงที่สุดและจะมีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค(B-C)

สูงถึง 10.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ อันเนื่องมาจากการเปิดประเทศ การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอย่างเข้มข้นและจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรจีนที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูง สำหรับประเทศไทย มีมูลค่าของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี 2545 ที่ 147 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดในปี 2549 อยู่ที่ 963 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเท่ากับมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 139 นับเป็นตัวเลข ที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตของประเทศไต้หวัน ฮองกง หรือสิงคโปร์ (รวม ปียะเกตู และคณะ,2547)

เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ในเอเชียในปี 2546 จะพบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 9 รองจาก ออสเตรเลีย ฮองกง สิงคโปร์ เกาหลีใต้ นิวซีแลนด์ ไต้หวัน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย โดยประเทศไทยมีคะแนนสูงสุดในด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และคะแนนต่ำที่สุด ใน

ด้านโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายและเทคโนโลยี ซึ่งหากพิจารณาจำนวนเลขหมาย โทรศัพท์พื้นฐาน ต่อจำนวน ประชากร 100 คน หรือจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว ยังอยู่ในเกณฑ์ ที่ต่ำกว่าประเทศ อื่นๆ (รวม ปิยะเกตุและคณะ, 2547)

จากผลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ในเดือนพฤศจิกายน 2548 พบว่า ประเทศ ออสเตรเลีย เยอรมันและอังกฤษ เป็นประเทศที่มี ผู้ซื้อสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต มากที่สุด เท่ากับร้อยละ 95 ส่วนในทวีปเอเชียแปซิฟิก เกาหลีใต้และไต้หวันเป็นประเทศที่มีอันดับผู้ซื้อ สินค้าบนอินเทอร์เน็ตสูงสุดถึงร้อยละ 90 และร้อยละ 60 ของผู้เข้าร่วมสำรวจเคยซื้อสินค้าบน อินเทอร์เน็ต ในขณะที่ประเทศไทยมีเพียงร้อยละ 48 ของผู้เข้าร่วมสำรวจที่เคยซื้อสินค้าบน อินเทอร์เน็ต สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ หนังสือ ร้อยละ 39 และอันดับสองเป็นประเภท วิดีโอ ดีวีดี เกมส์ ร้อยละ 29 แต่ชาวไทยกลับเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าประเภทวิดีโอ ดีวีดี เกมส์ มากเป็นอันดับหนึ่งในเอเชียแปซิฟิก และจากข้อมูลของบริษัท เอเชียเน็ลเสน พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ของไทย ส่วนใหญ่เป็นชายร้อยละ 53.8 และหญิงร้อยละ 45.4 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา หรือวัยทำงานตอนต้น ที่มีอายุ ระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.32 ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งหมด แต่จะเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการหาข้อมูล ข่าวสาร และส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ มี เพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ E-commerce ทั่วโลก มีการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ไทยยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่เรารู้จักอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ กันมานาน แล้วก็ตาม (เอเชียเน็ลเสน, 2548 อ้างในผู้จัดการรายสัปดาห์)

จากผลการสำรวจที่พบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ทั้งนี้ เนื่องจากสถาบันการศึกษาหลายแห่งมีการติดตั้งอินเทอร์เน็ต หรือบางแห่งให้นักเรียน/ นักศึกษาของตนเป็นสมาชิกอินเทอร์เน็ตได้ฟรี และกระทรวงศึกษาธิการยังมีโครงการ ที่ให้ โรงเรียนทั่วราชอาณาจักรมีอินเทอร์เน็ตและสามารถเชื่อมโยงเข้าหากันเป็น School Net จึงทำให้ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เป็นกลุ่มที่อินเทอร์เน็ตเข้าถึงได้มากที่สุด มีโอกาสในการ เรียนรู้ และมีศักยภาพในการซื้อสินค้าผ่านทางระบบ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่นๆ

จากที่ กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีแนวคิด ที่จะศึกษาทัศนคติ ที่มีต่อการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึง สาเหตุพฤติกรรม และความคิดเห็น เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางใน การปรับปรุง พัฒนาระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บนเว็บไซต์ ให้มีมูลค่าการซื้อขายที่สูงขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ดำเนินธุรกิจขายสินค้าและ บริการ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้ใช้เป็นแนวทางและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งก็เป็นการสอดคล้องกับ นโยบายของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่ว่าการ วางแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะต้องเริ่มตั้งแต่เยาวชน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ใน กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบทัศนคติที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยใน กรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการขายแบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิด ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครที่มี ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยแนวความคิดนั้นเป็นผลจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์เดิมนำมาเปรียบเทียบประเมินค่ากับสิ่งที่พบ แล้วกำหนดผลของการประเมินออกมา ซึ่งนักศึกษานั้นจะ แสดงทัศนคติออกมาใน 3 ด้าน คือความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และ พฤติกรรม

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หมายถึง การซื้อหรือขายสินค้าหรือบริการ ระหว่างภาคธุรกิจ ภาคครัวเรือน ภาคบุคคล หรือองค์กรต่างๆที่เกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต แต่ การชำระเงินหรือการจัดส่งสินค้าจะเกิดขึ้นออนไลน์หรือออฟไลน์ก็ได้ คือ มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ จะนับเฉพาะมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่เกิดจากคำสั่งซื้อที่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์เท่านั้น ไม่คำนึงถึงรูปแบบ ของการชำระเงินและการจัดส่ง (กระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร ร่วมกับสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการ ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ แห่งชาติ,2547)

นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย ระดับปริญญาตรี ใน กรุงเทพมหานคร