

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของเราเป็นอย่างมากในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจ บันเทิง การศึกษา ต่างก็ได้รับประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตด้วยกันทั้งสิ้น ทุกวันนี้มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกกว่า 1,463,632,361 คน (Miniwatts Marketing Group, 2008: ออนไลน์) ในด้านธุรกิจ อินเทอร์เน็ตหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่กิจการต่างๆ นำมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง ซึ่งสามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว รวมถึงต้นทุนที่ต่ำกว่า อีกทั้งยังสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง จะเป็นตัวช่วยในการสร้างโอกาสทางการขายและสนับสนุนให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการหน้าร้านออนไลน์วางแผนการซื้อสินค้าได้ในเวลาที่จำกัด (ร้านค้าออนไลน์...พฤติกรรมเปลี่ยน จุดชนวนโต, 2548: ออนไลน์) สำหรับธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ที่มีชื่อเสียงทั่วโลกและเป็นรู้จักกันเป็นอย่างดีคือ [www.ebay.com](http://www.ebay.com) (เอติเอสแอลไทยแลนด์, 2549: ออนไลน์) ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้าหลากหลายชนิดจากทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทของที่ระลึก ศิลปะ และหัตถกรรมต่างๆ ตัวเดินทางเป็นต้น

จากรายงานของหน่วยงานด้านการค้าและการพัฒนาขององค์การสหประชาชาติ (United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) ระบุว่า เมื่อปี พ.ศ. 2545 มูลค่าของ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกมีมูลค่ารวมทั้งสิ้นประมาณ 88 ล้านล้านบาท ส่วนในปี พ.ศ. 2549 อังค์ถัดกล่าวว่ามีมูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกเพิ่มเป็น 494 ล้านล้านบาท (เอกรัตน์ สาธุธรรม, 2549: ออนไลน์) และจากผลวิจัยของบริษัท เอซี นีลเสน ในเรื่องพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต หรือซื้อสินค้าออนไลน์ โดยสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคมากกว่า 21,100 คน จาก 38 ประเทศ คือ ทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ ลาตินอเมริกา เอเชียแปซิฟิก และแอฟริกาใต้โดยสอบถามผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเกี่ยวกับประสบการณ์ในการซื้อสินค้า รวมถึงช่วงเวลาการซื้อและสินค้าที่ได้ซื้อผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ทวีปยุโรปและทวีปอเมริกาเหนือมีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตสูงที่สุดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่น้อยกว่าร้อยละ 95 เคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต สำหรับทวีปเอเชียแปซิฟิกพบว่าประชากรจากประเทศเกาหลีใต้และไต้หวันเป็นประเทศที่มีอันดับผู้ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตสูงสุด (เอซี นีลเสน, 2548:

ออนไลน์) อีกทั้งจากข้อมูลของสมาคมอี-คอมเมิร์ซไทย กล่าวว่า มูลค่าตลาดอี-คอมเมิร์ซของไทย ในปี พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2550 เติบโตอย่างน้อยร้อยละ 10 จากที่สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2548 ที่มีมูลค่ารวม 220,000 ล้านบาท (สมาคมอี-คอมเมิร์ซและรัฐเร่งหนีตกระแสโลก, 2550: ออนไลน์) และสืบเนื่องจากผลพวงของราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคลดการเดินทาง กอปรกับพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ที่เป็นตัวของตัวเอง ผลักดันให้การซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น ทำให้การซื้อ-ขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นช่องทางการขายที่ทรงพลังและเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ (ร้านค้าออนไลน์...จุดชนวนโต, 2548: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศถึง 3,074,405 คน เป็นชาวไทย 1,659,495 คน และชาวต่างประเทศ 1,414,911 คน เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549 พบว่ามีอัตราการลดลงถึงร้อยละ 17.72 สำหรับรายได้จากการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมดทุกหมวด ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ค่าพาหนะเดินทางภายในจังหวัด และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในปี พ.ศ. 2550 เป็นเงินทั้งสิ้น 17,793.22 ล้านบาท และเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2549 พบว่ามีรายได้สูงถึง 20,380.96 ล้านบาท ลดลงถึงร้อยละ 12.70 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549 - 2550: ออนไลน์)

จากความสำคัญของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงส่งผลให้รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราการลดลงไปด้วย ดังได้กล่าวไว้ข้างต้น จึงนับเป็นโอกาสที่จะหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประกอบการวางแผนการตลาดสำหรับสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการนำไปพัฒนาการจำหน่ายสินค้าและบริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ต่อปัจจัยที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในการจำหน่าย สินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อกำหนดส่วนประสมการตลาดสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสินค้าและบริการในจังหวัด เชียงใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ต่อปัจจัยที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ต่อปัจจัยที่สำคัญในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อนำผลการศึกษาไปกำหนดส่วนประสมการตลาดสินค้าและบริการผ่านระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสินค้าและบริการใน จังหวัดเชียงใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

### นิยามศัพท์

**ความคิดเห็น** หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ที่ได้สัมผัส เรียนรู้ การสัมผัส การเห็น โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ที่ได้สัมผัสหรือเรียนรู้มาก่อนจากการ ชื่นชอบ การสัมผัส การเห็น ซึ่งสามารถแสดงออกได้หลายด้าน และสามารถเปลี่ยนไปตามข้อเท็จจริง และเจตคติของบุคคลไม่สามารถตัดสินได้ว่าถูกหรือผิด อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากบุคคล อื่นก็ได้ เช่น การแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจประเภทสินค้าและบริการ รวมถึงการบริการต่างๆ ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

**นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ** หมายถึง บุคคลผู้ที่มีถิ่นพำนักถาวรอยู่นอกราชอาณาจักรไทย ในการศึกษาจะประกอบด้วยบุคคลที่มาจาก 3 ทวีป คือ ทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย และทวีปอเมริกาเหนือ เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นจุดประสงค์หลักหรือจุดประสงค์รองก็ตาม

**สินค้าและบริการ** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน ทั้งที่สามารถมองเห็นหรือมองเห็นไม่ได้ จำต้องสัมผัสได้หรือไม่ได้ ในที่นี้หมายถึงสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตเพื่อทำการซื้อขายสินค้าและแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งที่เป็นเชิงพาณิชย์ในระดับองค์กรและส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจทำขึ้นเพื่อหวังผลกำไรหรือไม่หวังผลกำไรเป็นการตอบแทนก็ได้