

บทที่ 1

บทนำ

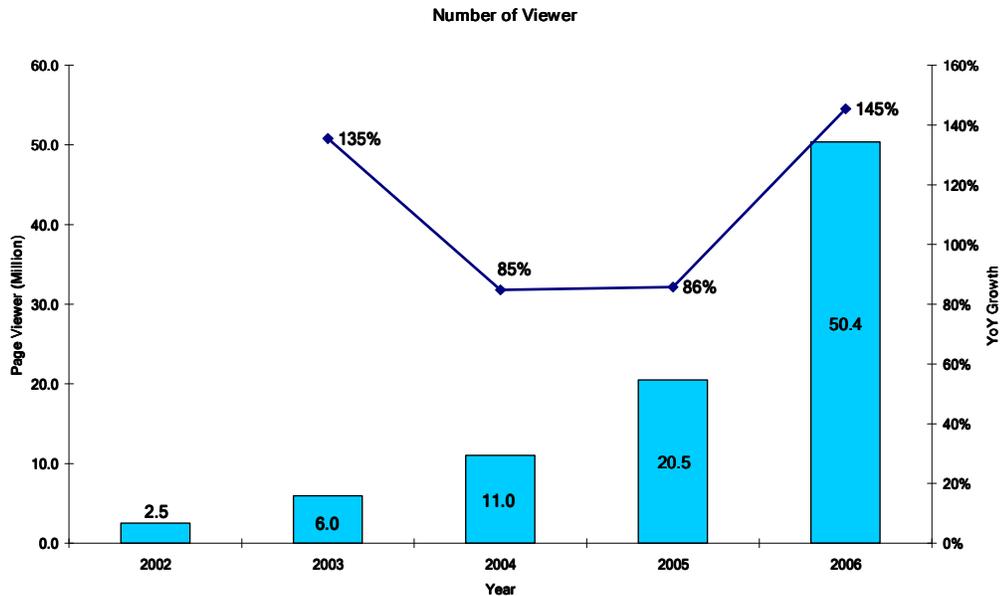
1.1 ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน เป็นที่ทราบกันดีว่า พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ หรือ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านการพาณิชย์ (e-commerce) เป็น 1 ใน 5 ยุทธศาสตร์สำคัญที่กำหนดไว้ในนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ พ.ศ. 2544-2553 (IT 2010) ควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์อื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม (e-Industry) เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านภาครัฐ (e-Government) เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาทางการศึกษา (e-Education) และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านสังคม (e-Society) โดยพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศเป็นอย่างยิ่ง ความก้าวหน้าของวิทยาการสมัยใหม่ก่อให้เกิดกิจกรรมรูปแบบใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจและสังคม อันเป็นพลังขับเคลื่อนนำพาประเทศสู่สังคมและเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า “สังคม/เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ (Knowledge-based Society / Economy)” ซึ่งในปี พ.ศ.2544 กองทุนเพื่อสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ได้จัดประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 40 จาก 72 ประเทศที่ได้รับการจัดอันดับ โดยใช้ดัชนีผลสัมฤทธิ์ทางเทคโนโลยี (technology achievement index) เป็นตัวบ่งชี้ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม สำหรับประเทศไทยนั้นถูกจัดอยู่ในกลุ่มผู้นำของกลุ่มที่สาม คือ กลุ่มผู้ตามที่มีพลวัต (dynamic adopters) เป็นกลุ่มประเทศที่มีความแข็งแกร่งในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ แม้จะมีอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูง แต่การแพร่กระจายเทคโนโลยีก็ยังไม่ทั่วถึงและไม่สมบูรณ์ มีการคาดการณ์ว่า ในปี อีก 5 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2553) ประเทศไทยจะมีพัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำสังคมไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้เพียงพอที่จะทำให้ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มผู้นำของกลุ่มที่สอง คือ กลุ่มที่มีศักยภาพเป็นผู้นำ (potential leaders) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าและกำลังพัฒนาศักยภาพเป็นผู้นำในอนาคต ส่วนใหญ่มีการลงทุนในการพัฒนาทักษะกำลังคน และมีการกระจายเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วอย่างกว้างขวาง แต่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ไม่มากนัก ประเทศส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้ มีทักษะแรงงานใกล้เคียงกับกลุ่มผู้นำ ซึ่งสามารถทำได้โดยการพัฒนา กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความรู้เป็นพื้นฐานที่เรียกว่า Knowledge-based industries หรือ knowledge-intensive industries โดยมีปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนและส่งเสริม

การดำเนินงานให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ คือการมีอุตสาหกรรมสนับสนุน (supporting industry) ที่เข้มแข็ง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศภายในประเทศ ให้มีขีดความสามารถและเข้มแข็งมากขึ้น และพร้อมที่จะรองรับความต้องการหรือ อุปสงค์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลาย และควรเริ่มจากอุตสาหกรรมที่สามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ทดแทนการดำเนินการในรูปแบบเดิม เช่น ธุรกิจวิทยุ กระจายเสียง ธุรกิจวิทยุโทรทัศน์ และธุรกิจการศึกษา เป็นต้น

ธุรกิจวิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์ จัดได้ว่าเป็นธุรกิจที่ทำกำไรจากค่าโฆษณามากที่สุดที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากค่าโฆษณานั้นสองประเภทมีราคาสูงมาก โดยอัตราค่า บริการคิดในระดับของวินาที ในบางช่วงเวลาอัตราค่าบริการสูงถึง 600,000 บาทต่อวินาที หรือ 60,000 ต่อวินาที ต่อปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจวิทยุกระจายเสียงที่มีข้อจำกัดในเรื่องช่วงเวลาการออกอากาศ และช่องสัญญาณ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง เนื่องจากมีต้นทุนต่ำ สามารถให้บริการผู้ใช้บริการได้เป็นจำนวนมาก และเป็นเครือข่ายที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเชื่อมโยงหลายประเทศไว้ด้วยกัน โดยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยถูกนำไปใช้หลายรูปแบบ และด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลา ทำให้คนโดยส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในด้านต่างๆ ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตพุ่งสูงขึ้นทุกๆปี เช่น ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2548 เป็นจำนวนถึง 145% จากเดิมที่มีผู้ใช้ บริการเพียง 20.5 ล้านคน เพิ่มเป็น 50.4 ล้านคน ภายในปีเดียว สำหรับปีอื่นๆ สามารถดูได้ในภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1



ที่มา: www.truehits.net

ทั้งนี้เนื่องมาจากความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร โดยในปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตไม่ใช่มีไว้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น อาจกล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตถือเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของคนในประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะธุรกิจด้านการให้ความบันเทิงนั้นมีการเจริญเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่สูง ผู้ลงทุนหลายรายจึงมีความต้องการเข้ามาลงทุนในธุรกิจเพื่อครอบครองส่วนแบ่งและการเข้ามาเป็นผู้นำในธุรกิจประเภทนี้

สำหรับประเทศไทยนั้นรัฐบาลมีนโยบายต้องการให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทำให้ค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีราคาถูกลง คนโดยส่วนใหญ่จึงนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงาน และการดำเนินชีวิตมากขึ้น สถานีวิทย์ซึ่งเป็นสิ่งให้ความบันเทิงกับผู้คนโดยส่วนใหญ่หลายแห่งได้พยายามเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการของตนเองในหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการเพลงออนไลน์โดยสามารถแบ่งเป็นส่วนใหญ่ได้ 3 ลักษณะคือ ลักษณะที่ 1 การให้บริการด้าน Download เพลง ที่ผู้รับฟังสามารถเลือก Download เพลงไปไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองบริการในลักษณะนี้นั้นจะมีค่าบริการที่ค่อนข้างสูง ถ้าหากเทียบกับบริการเพลงออนไลน์ในอีก 2 ลักษณะที่มีการให้บริการฟรี คือ ลักษณะที่ 2 การให้บริการฟังเพลงผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในลักษณะการเลือกฟัง และลักษณะที่ 3 การให้บริการฟังเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีผู้

ดำเนินรายการ สำหรับลักษณะที่ 2 และ 3 นั้นรายได้ส่วนใหญ่จะมาจากค่าโฆษณา และ สปอนเซอร์ที่ให้การสนับสนุน ในปัจจุบันธุรกิจเพลงออนไลน์ในประเทศไทย มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในธุรกิจเพลงออนไลน์ในลักษณะที่ 1 และ 2 ดังกล่าวข้างต้น ในลักษณะที่ 3 นั้น ยังมีอยู่เป็นจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับลักษณะการให้บริการอื่นๆ

สำหรับวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเป็นแหล่งการให้บริการฟังเพลงดั้งเดิมของประเทศไทยนั้นมีความแออัดเพิ่มขึ้นทุกวัน รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในช่วงเวลาต่างๆ มีราคาสูงมากยิ่งขึ้น การรับฟังมีความเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้นในสภาพสังคมปัจจุบันที่ประชากรส่วนใหญ่มีการแข่งขันกันในด้านต่างๆ และมีความเร่งรีบในการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่สามารถรับฟังเพลงผ่านระบบสื่อแบบดั้งเดิมได้น้อยลง การที่จะพัฒนารูปแบบการดำเนินงานดั้งเดิมจึงสามารถทำได้ด้วยการ ชักจูงผู้ใช้บริการ และผู้ใช้บริการเป้าหมายออกไปจากความยุ่งยากดังกล่าว และให้บริการฟังเพลงผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เข้าใกล้กับผู้ใช้บริการมากขึ้นและสามารถให้บริการที่สะดวกรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง

เมื่อพิจารณาจากอัตราการเติบโตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบต่างๆในประเทศไทย ยังพบว่ายังอยู่ในที่ระดับสูง และคาดว่าจะยังสามารถเติบโตได้อีกหลายปี ทั้งนี้เนื่องมาจาก Penetration rate ของจำนวนผู้ใช้ ยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ หากเมื่อมีการเปรียบเทียบกับประเทศที่เจริญแล้วจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปริมาณไม่มาก ประกอบกับนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐที่มีการสนับสนุนอุตสาหกรรมในระบบอินเทอร์เน็ต และส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ทางด้าน Information Technology (IT) กันอย่างแพร่หลาย ด้วยเหตุผลดังกล่าวย่อมส่งผลต่อการให้บริการเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้มีการเจริญเติบโตในทางที่ดี และเมื่อตรวจสอบภาวะการแข่งขันในธุรกิจการเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ปรากฏว่า ยังมีบริษัทที่ให้ บริการเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ดำเนินรายการเป็นจำนวนน้อย ในปัจจุบันยังพบว่า มีนักเรียน นิสิต นักศึกษา และคนทำงานหันมาใช้งานอินเทอร์เน็ตประเภทที่ให้บริการด้านเพลง ออนไลน์ อยู่ในสัดส่วนที่สูงมาก ในขณะที่มี Website ให้บริการในจำนวนไม่มากนัก และผู้ใช้ บริการที่มีอยู่ยังไม่อาจสนองความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเต็มที่ จึงเป็นโอกาสดีที่จะเข้ามาลงทุน ในธุรกิจนี้

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.2.1 ศึกษาถึงต้นทุน และผลตอบแทนของการประกอบธุรกิจเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ดำเนินรายการ ในประเทศไทย

1.2.2 ศึกษาความเป็นไปได้ในทางการเงินของธุรกิจเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มี ผู้ดำเนินรายการ ในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (ผู้บริโภค)

1.3.2 ความเป็นไปได้ในการลงทุนจากธุรกิจของเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ ดำเนินรายการ ในประเทศไทย โดยวิเคราะห์จากต้นทุน ,รายได้ , ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นโดยการประมาณการตัวเลขในอนาคตเป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งจะใช้การประมาณจากตัวแปรที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ผลกำไรขาดทุนเป็นเวลา 5 ปี โดยพิจารณาถึงจุดคุ้มทุนและระยะเวลาในการคืนทุนเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนเปิดกิจการ

1.4 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังต่อไปนี้

1.4.1 ข้อมูลด้านปฐมภูมิ (Primary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ให้บริการด้านธุรกิจเพลงออนไลน์ บนระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ทราบรายละเอียดของวิธีการบริหารต้นทุน แหล่งที่มาของรายได้ รวมถึงรูปแบบการบริหารจัดการ

1.4.2 ข้อมูลด้านทุติยภูมิ (Secondary data) การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากการค้นคว้า และรวบรวมสถิติต่างๆ จากเอกสารประเภทหนังสือแหล่งความรู้ ความบันเทิงจากอินเทอร์เน็ต รวมถึงข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาและได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานเอกชน และหน่วยงานราชการ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวง ICT กระทรวงพาณิชย์ สถาบัน SME ฯลฯ รวมทั้งบทความและบทวิเคราะห์จากเว็บไซต์ต่างๆ ในระบบอินเทอร์เน็ต

1.5 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาสามารถแบ่งได้เป็น 2 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) การสำรวจโดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการด้านธุรกิจเพลงออนไลน์ บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ อาทิเช่น ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด คู่แข่ง การเติบโตของธุรกิจในอนาคต ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากัน

1.5.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) จำนวนผู้บริโภค ต้นทุน รายได้ ค่าใช้จ่าย ล้วนเป็นปัจจัยด้านปริมาณ และเป็นตัวแปรในการดำเนินธุรกิจ ประมาณการรายได้ ต้นทุนและรายจ่ายที่จะเกิดขึ้น แล้วนำมาจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ได้แก่ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบกระแสเงินสดล่วงหน้า เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยใช้เครื่องมือทางการเงินคือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ระยะเวลาคืนทุน และเปรียบเทียบแต่ละโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงทางธุรกิจ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนธุรกิจเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่มีผู้ดำเนินรายการ ในประเทศไทย

1.6.2 ทราบถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่มีผู้ดำเนินรายการ ในประเทศไทย

1.6.3 เพื่อใช้เป็นข้อมูลศึกษา และช่วยในการตัดสินใจ สำหรับนักลงทุนและผู้ที่สนใจเกี่ยวกับธุรกิจเพลงออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ดำเนินรายการ ในประเทศไทย ต่อไป

1.7 บริการประเภทออนไลน์ วิทยุกระจายเสียง และเพลงออนไลน์ที่กล่าวในงานวิจัย

บริการประเภทออนไลน์ วิทยุกระจายเสียง และเพลงออนไลน์นั้นมีมากมายหลายประเภท โดยผู้ศึกษาได้แบ่งเป็นหมวดการบริการดังนี้

1.7.1 หมวดการให้บริการประเภทออนไลน์

- 1.7.2 หมวดการให้บริการวิทยุกระจายเสียง
- 1.7.3 หมวดการให้บริการเพลงออนไลน์

1.8 องค์ประกอบของการศึกษา

บทที่ 1 บทนำ กล่าวถึงความสำคัญของการศึกษา วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา วิธีการศึกษา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และองค์ประกอบของการศึกษา

บทที่ 2 นี้กล่าวถึง ประวัติคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียง การให้บริการออนไลน์ แนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการทำงานวิจัยอันได้แก่ แนวคิดวิธีในการประเมินโครงการ รวมทั้งผลงานวิจัยอ้างอิงที่เกี่ยวข้อง หรือ สัมพันธ์กันโดยตรงและทางอ้อม

บทที่ 3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการ เป็นบทที่กล่าวถึงการพิจารณาปัจจัย หรือ ตัวแปรต่างๆ ที่อาจจะมีผลต่อการลงทุนทั้งในด้านอุปสงค์ อุปทาน การวิเคราะห์ห้องครัวธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด และการจัดการ

บทที่ 4 ผลการศึกษา เป็นบทที่กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ทางการเงินที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล ในด้านต่างๆ เพื่อตัดสินใจว่าธุรกิจเพลงออนไลน์แบบมีผู้ดำเนินรายการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือไม่ โดยคำนวณจากอัตราผลตอบแทน และระยะเวลาคืนทุน

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ กล่าวถึงการสรุปผลการวิจัยต่างๆ ทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยครั้งนี้