

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวโน้มของโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่เสมือนว่าขนาดของโลกได้แคบลงอย่างเห็นได้ชัด อันเกิดจากการพัฒนาและการเติบโตของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านคอมพิวเตอร์และความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งนำมาสู่การผนวกเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ากับด้านต่างๆ ด้านที่สามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจนที่สุด คือ ด้านการพาณิชย์ ซึ่งสามารถสร้างช่องทางทางการค้าและตลาดแนวใหม่ของโลก ระบบอินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมโยงคนทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน และยังสามารถแยกแยะความต้องการของสินค้าในแต่ละบุคคลได้อีกด้วยแน่นอนว่าไม่เคยมีเทคโนโลยีใดสามารถทำได้มากกว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ด้วยเหตุนี้การตลาดแนวใหม่ที่สามารถทำธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยไม่จำเป็นต้องมีคนกลางในการซื้อขายและสถานที่ในการซื้อขายเข้ามาเกี่ยวข้อง รูปแบบการซื้อขายประเภทนี้เรียกว่า พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce

พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ นั้น มีข้อได้เปรียบกว่าการค้าปลีกแบบปกติ คือ

- เพิ่มความสะดวกในการจับจ่ายซื้อสินค้าที่สามารถซื้อหาได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- สามารถค้นหาข้อมูลได้ง่าย
- ลดต้นทุนของผู้ประกอบการ
- สร้างความรู้สึกสนุกในการจับจ่ายใช้สอย
- เปลี่ยนสินค้าที่หายากในที่อื่น ให้สามารถหาได้ง่ายในเว็บไซต์(Web site)
- ช่วยสร้างความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

จากความสามารถเหล่านี้การดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตจึงไม่จำเป็นต้องเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ที่มีเงินทุนมากมายก็ได้ บริษัท ห้างร้านขนาดเล็ก หรือ ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ก็สามารถดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตได้เช่นกัน

สำหรับในประเทศไทย พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ นั้น มีแนวโน้มในการใช้ขึ้นเรื่อย ๆ โดยข้อมูลของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มูลค่าสินค้าที่ธุรกิจสั่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพิ่มขึ้นจาก 52,360 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 63,436 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2546 เพิ่มขึ้น คิดเป็น ร้อยละ 21.15 แต่ทั้งนี้และทั้งนั้นการพัฒนาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ยังคงต้องขึ้นอยู่กับโครงสร้างพื้นฐานของประเทศอีกด้วย

โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ อันประกอบด้วย การมีไฟฟ้า เครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันเป็นตัวกลางที่ทำให้ประชาชนในประเทศสามารถเข้าถึงสารสนเทศได้ เช่น การมีไฟฟ้า โทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานของแต่ละประเทศจะก่อให้เกิดโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ที่แตกต่างกัน

จากผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2539 – 2547 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในปี พ.ศ. 2547 เกือบทุกครัวเรือนในประเทศไทยมีไฟฟ้าใช้ คิดเป็นร้อยละ 98.9

#### ตารางที่ 1.1

จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีในครัวเรือนต่อประชากร 100 คน ปี พ.ศ. 2546 – 2548

ปี พ.ศ.	2546	2547	2548
จำนวนคอมพิวเตอร์ที่มีในครัวเรือนต่อประชากร 100 คน	2.4	3.0	4.0

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

#### ตารางที่ 1.2

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากร 100 คน ปี พ.ศ. 2546 – 2548

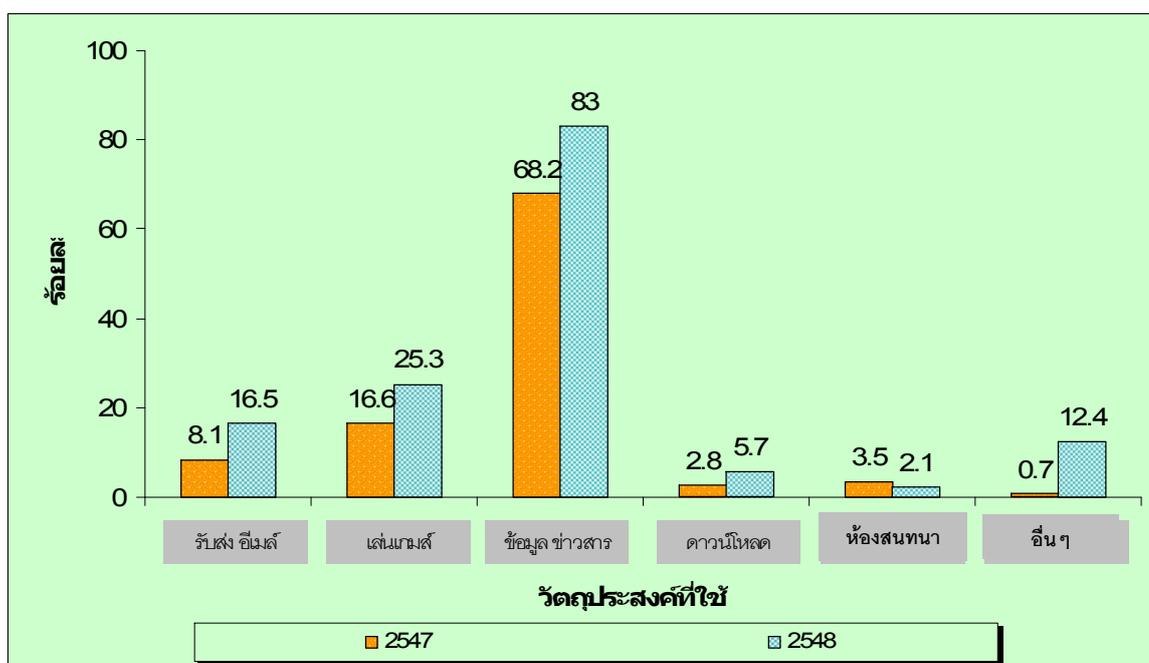
ปี พ.ศ.	2546	2547	2548
จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากร 100 คน	9.4	11.9	12.0

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

การเข้าถึงสารสนเทศนั้น ในปัจจุบันการเข้าถึงสารสนเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ คอมพิวเตอร์ และจากตาราง ที่ 1 และ 2 แสดงให้เห็นว่า อัตราการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย พบว่า มีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ อีกด้วย ส่วนวัตถุประสงค์ของการใช้นั้น เพื่อค้นหาข้อมูล เล่นเกมส์ ติดตามข่าวสาร และรับส่งอีเมล ดังแผนภูมิ ที่ 1

แผนภูมิที่ 1.1

แสดงสัดส่วนของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้  
ปี พ.ศ. 2547 และ 2548



ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้ทำการสำรวจในปี 2542 พบว่า สินค้าที่ได้รับความนิยมซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต นั้น คือ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเพลง อาจบ่งบอกได้ว่า การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับหนังสือสามารถทำเงินได้ในประเทศไทย เหมือนกันกับที่ amazon (www.amazon.com) ได้สร้างปรากฏการณ์ในอเมริกามาแล้ว

ในต่างประเทศมีการเปิดให้บริการ การซื้อขายสินค้ามือสองผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตอย่างมากมาย อาทิ www.secondhand.com www.Swapbooks.com หรือจะเป็น www.Half.com ซึ่งเว็บไซต์อันหลังนี้เป็นเว็บไซต์ของแหล่งสินค้ามือสองราคาถูก ระหว่างผู้บริโภค

กับผู้บริโภค ที่เกิดขึ้นจากประชาชนจากรัฐต่างๆของสหรัฐอเมริกาที่ต้องย้ายบ้านและมีสิ่งของที่ไม่ต้องการนำติดตัวไปยังบ้านใหม่จึงประกาศขายตามแผ่นพับโฆษณาตามหน้าหนังสือพิมพ์ หรือขายแบบเปิดท้ายที่หน้าบ้านของตนเอง จึงมีความไม่สะดวกหลายประการ และ Half.com ก็สามารถแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ สินค้าที่นำมาประกาศขายผ่านทาง Half.com นั้นจะมีราคาสูงสุดปกติไม่เกินร้อยละ 50 ของราคาปกติ เพราะฉะนั้นผู้ซื้อที่ซื้อผ่านทาง Half.com อาจได้ราคาที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ก็ได้ ผู้ซื้อและผู้ขายใน Half.com นั้นจะต้องเข้ามาลงทะเบียนเพื่อเป็นสมาชิกของ Half.com ก่อน และค่อยทำการซื้อขายภายหลัง โดยที่ Half.com จะเป็นผู้ประสานงานการซื้อขายเท่านั้น อาทิ เมื่อ Half.com ได้รับการยืนยันว่าผู้ซื้อได้รับของจากผู้ขายแล้ว จากนั้น Half.com ก็จะดำเนินการจ่ายเงินให้แก่ผู้ขายในวันที่ 15 หรือ 1 ของเดือน ซึ่งเป็นการรับประกันสินค้า เพิ่มความมั่นใจในระดับหนึ่งให้แก่ผู้ซื้ออีกด้วย Half.com จะได้รายได้จากการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการซื้อขายจากผู้ขายเป็นจำนวนร้อยละ 15 ของราคาขาย และมักจะได้ค่าส่วนต่างในการจัดส่งระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายอีกด้วย ในปัจจุบัน Half.com ได้ถูก Ebay.com เข้าซื้อกิจการ รวมทั้งสิ้น 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ Half.com มีสินค้ากว่า 10 ล้านรายการ และยังจัดได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดเป็นอันดับ 3 ซึ่งความสำเร็จของ Half.com ในครั้งนี้เกิดขึ้นจากการบอกกล่าวกันปากต่อปากของลูกค้า และยังมีโฆษณาเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ในส่วนของประเทศไทยนั้น ก็มีตลาดกลางการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้แก่ Thaisecondhand.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่สามารถติดต่อประกาศขายของโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ และเมื่อผู้ซื้อสินค้าพบสินค้าที่ตรงกับความต้องการแล้ว ก็ต้องติดต่อซื้อขายกับผู้ขายเอง แต่ Thaisecondhand.com ก็ยังไม่มีมาตรฐานในการสร้างความเข้าใจในสินค้าให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายก่อนที่จะตกลงซื้อขายกันเท่าที่ควร

อัตราการอ่านของคนไทย ที่ทำการสำรวจโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2548 พบว่า มีผู้อ่านหนังสือประมาณ 40.9 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 69.1 ของจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป และอัตราการอ่านยังสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับระดับการศึกษาที่เรียนจบ ผู้ที่จบระดับอุดมศึกษามีอัตราการอ่านหนังสือสูงกว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับอื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 96.3 เลยทีเดียว และประเภทของหนังสือที่คนไทยให้ความสนใจอ่านมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ รองลงมาได้แก่ นวนิยาย การ์ตูน หนังสืออ่านเล่น นิตยสาร ตำราเรียน อ่านจากอินเทอร์เน็ต และหนังสือธรรมะตามลำดับ ส่วนในกลุ่มผู้ที่อ่านหนังสือและไม่อ่านหนังสือ ให้ความคิดเห็นว่า หากจะรณรงค์ให้อ่านหนังสือ ควรมีห้องสมุดประจำหมู่บ้าน / ชุมชน และหนังสือควรมีราคาที่ถูกลง

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติข้างต้น นั้นได้นำมาสู่การส่งเสริมสนับสนุนการอ่านของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีการผลักดัน ยุทธศาสตร์หนังสือเพื่อเด็ก เข้าเป็นวาระแห่งชาติในการประชุมของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (สจพท) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยแนวคิดยุทธศาสตร์หนังสือเพื่อเด็กนี้ มีข้อเสนอตั้งนี้ ยุทธศาสตร์การกระจายหนังสือให้เข้าถึงเด็ก และยุทธศาสตร์ส่งเสริมให้มีคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม สถานศึกษาจะต้องมีนโยบายในการสนับสนุนการอ่าน จัดตั้งองค์การอิสระมาพัฒนาคุณภาพหนังสือ สร้างผู้นำและอาสาสมัครการอ่านในระดับชุมชน นอกจากนี้ต้องมีสื่อรณรงค์ส่งเสริมการอ่าน ยุทธศาสตร์รณรงค์ให้เกิดความต้องการ และพฤติกรรมการอ่าน และยุทธศาสตร์ปกป้องเด็กจากสื่อที่เป็นภัย และขจัดอุปสรรคต่อการอ่านของเด็ก ต้องสนับสนุนการรณรงค์โดยการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ สร้างวัฒนธรรม การเล่านิทาน อ่านหนังสือให้ลูกฟัง เผยแพร่หนังสือที่ได้รับรางวัล และผลักดันให้เป็นนโยบาย ของ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น / ชุมชน การจัดสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการอ่าน ทั้งนี้ในส่วนของผู้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนและการรณรงค์หลักคือ 6 กระทรวง ซึ่ง ได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ, กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, กระทรวงวัฒนธรรม, กระทรวงสาธารณสุข, กระทรวงยุติธรรมและกระทรวงมหาดไทย

ส่วน ตลาดหนังสือของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2548 ที่เพิ่งผ่านพ้นไปนั้น มูลค่าตลาดเติบโตพุ่งไปถึง 13,000 ล้านบาท เรียกได้ว่าทุก ๆ วันจะมีหนังสือใหม่เข้ามาแย่งชิงพื้นที่บนแผงหนังสือถึง 70 ปกเลยทีเดียว ไม่เพียงแต่จำนวนหนังสือที่เพิ่มมากขึ้นด้วยความหลากหลายของเนื้อหาเท่านั้น แม้แต่สำนักพิมพ์และนักเขียนหน้าใหม่ต่างก็เดินหน้าแจ้งเกิดบนถนนหนังสือกันอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนเช่นกัน ในจำนวนหนังสือประมาณ 25,550 เล่มที่ตีพิมพ์ผู้อ่านเมื่อปีที่แล้วนั้น มีทั้งดั่งผิดคาด ล่มพลิกโผ พิมพ์ซ้ำเป็นประวัติการณ์ เป็นต้น และ ปี พ.ศ. 2549 นั้น จากการคาดการณ์ของหลายฝ่าย ก็ดูเหมือนจะกลายเป็นปีทองของหนังสือไปเช่นกัน ซึ่งย่อมส่งผลไปถึงคนไทยให้กลายเป็นสังคมของการอ่านและแสวงหาความรู้ทุกด้าน

จากข้อมูลสนับสนุนในทุกๆ ด้านจึงทำให้ ผู้วิจัยเกิดแนวคิด ในการทำ รูปแบบโมเดล พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสองซึ่งสามารถเป็นเครื่องมือหนึ่งของผู้ประกอบการ ในการชั่งชั่งในตลาดหนังสือของประเทศไทย เสริมศักยภาพในการแข่งขันใน

ตลาด พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อหนังสือของผู้บริโภค และผลกระทบที่มีต่อความสนใจในการเลือกใช้บริการการซื้อขายหนังสือมือสอง เมื่อต้องผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ให้สามารถต่อสู้และคงอยู่ในตลาดต่อไปได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มความเป็นไปได้ในการยอมรับ รูปแบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสอง
3. เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสอง

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาไปยังประชากรในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยเลือกกลุ่มอายุ ระหว่าง 15 – 39 ปี โดยเก็บข้อมูล ระหว่างวันที่ 2 กรกฎาคม ถึง 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2550

## 1.4 นิยามศัพท์

### 1.4.1 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

หมายถึง การขาย / ซื้อสินค้า หรือบริการต่างๆ ระหว่าง ธุรกิจ คริวเรือน บุคคล รัฐบาล และองค์กรอื่นๆ ในภาครัฐ หรือภาคเอกชน ที่เกิดขึ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นการดำเนินการโดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยที่การชำระเงินและการส่งมอบสินค้าและบริการอาจเกิดขึ้นบนเครือข่ายหรือไม่ก็ได้ ลักษณะการดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็น

1.4.1.1 Business – to – Business (B2B) การดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ

1.4.1.2 Business – to – Customer (B2C) การดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้บริโภค เช่น การค้าปลีกออนไลน์ เป็นต้น

1.4.1.3 Business – to – Government (B2G) การดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างองค์กรธุรกิจกับภาครัฐ

#### 1.4.2 อินเทอร์เน็ต (Internet)

หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดยักษ์ ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลกโดยมีมาตรฐานการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องสามารถส่งข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ได้หลายรูปแบบ เช่น ตัวอักษร กราฟฟิก และเสียงได้ รวมทั้งสามารถค้นหาข้อมูลจากที่ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

#### 1.4.3 ซื้อขายหนังสือมือสอง

หมายถึง ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ที่ประกอบธุรกิจการซื้อขายหนังสือมือสองผ่านทางอินเทอร์เน็ต

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือมือสอง สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

2. ผู้ประกอบการที่สนใจตัวธุรกิจนี้ สามารถนำไปพัฒนาเพื่อให้เกิดธุรกิจ การค้าขาย หนังสือผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์ ในนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการอ่าน การแก้ปัญหาหนังสือราคาแพง ได้