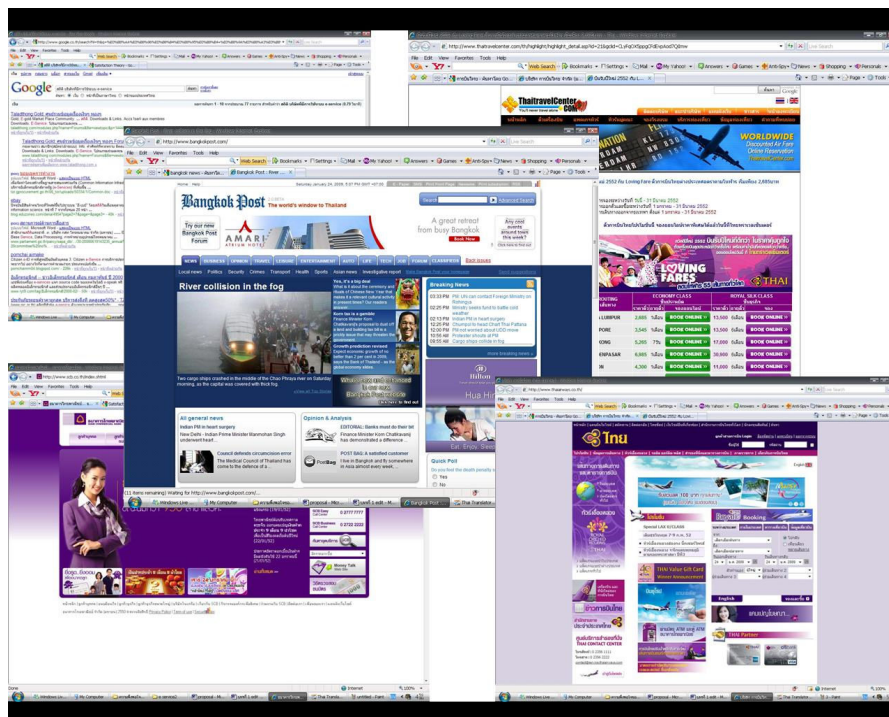


บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วทันใจตลอดเวลา 24 ชม. ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหากสามารถเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ก็สามารถอัปเดตข้อมูลหรือติดต่อสื่อสารได้อย่างทันที่ เพราะระบบเครือข่ายเปรียบเสมือนโครงข่ายระบบติดต่อสื่อสารที่ใหญ่มหาศาล โดยทำการเชื่อมโยงผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกันผ่านรูปแบบของ เวิลด์ไวด์เว็บ (www) ผ่านโปรแกรมการใช้งานที่เรียกว่า เว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) โดยลักษณะจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับผู้พัฒนาโปรแกรมนั้นๆ (ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, 2548) ภายหลังจากการให้บริการเพียงข้อมูลข่าวสาร ก็กลายมาเป็นธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) รวมไปถึงการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bussiness) ที่ได้เข้ามามีบทบาทในปัจจุบันซึ่งหลายองค์กรเองก็ต่างให้ความสำคัญไปในส่วนการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์กันมากขึ้น (Electronic Services) (ภาพที่ 1.1) เช่น การให้บริการ Search Engine ของ Google การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Electronic banking การให้บริการจองตั๋วเครื่องบิน (E-Booking) การให้บริการข่าวสารออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งทำให้การใช้บริการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้า การโอนเงิน การรับรู้ข่าวสาร ก็ไม่ถูกจำกัดให้อยู่ในลักษณะเดิมๆ อีกต่อไป (กิตติ รักดีวัฒนกุล และทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2549) โดยแทนที่ผู้ใช้บริการจะต้องเดินทางไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าด้วยตัวเอง หรือไปใช้บริการธนาคารเพื่อเข้าแถวต่อคิวรอการให้บริการของพนักงานเพื่อโอนเงินเพียงจำนวนไม่กี่บาท หรือบางที่อาจต้องขับรถไปเป็นระยะทางไกลๆ เพื่อซื้อหนังสือพิมพ์อ่าน ผู้บริโภคเองก็สามารถเลือกใช้บริการผ่านช่องทางการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรต่างๆ ได้โดยที่ไม่ต้องออกไปไหน



ภาพที่ 1.1

การให้บริการขององค์กรต่างๆ ในลักษณะ E-Service

ที่มา: SCB, Bangkok post (2551)

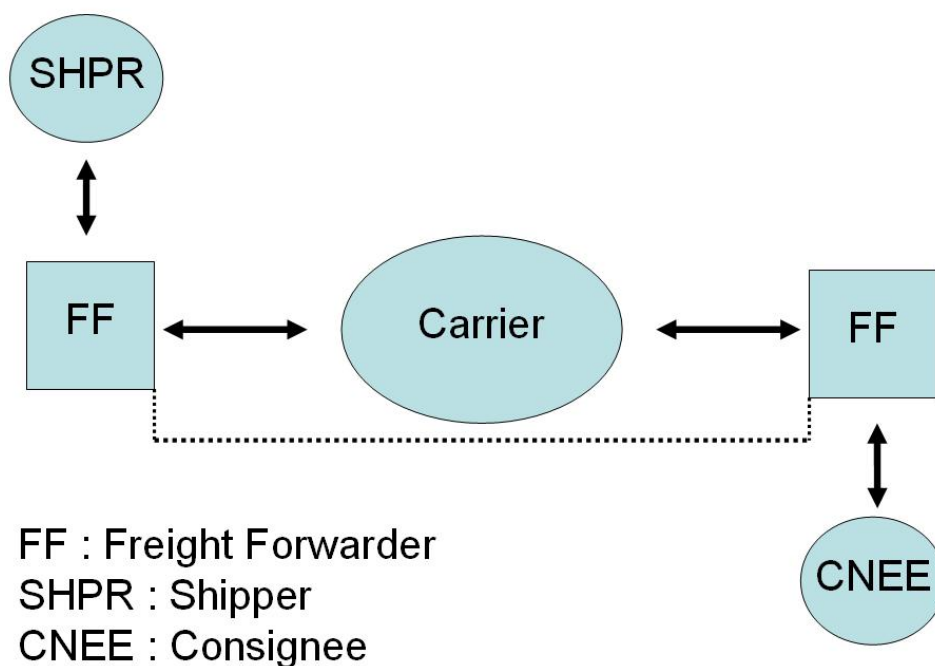
ธุรกิจผู้รับจัดขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ หรือที่เรียกกันว่า Freight Forwarder ก็ เป็นธุรกิจการให้บริการอีกลักษณะหนึ่งที่จะต้องติดต่อสื่อสาร หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ ลูกค้าหลายๆ ราย อันเนื่องมาจากลูกค้าที่ต้องการส่งออก หรือนำเข้าสินค้าไม่มียานพาหนะที่ทำการขนส่งสินค้าเอง จึงต้องอาศัยบริการจาก ตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) ซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทขนส่งที่มียานพาหนะเป็นของตนเองแทน ดังนั้นเมื่อลูกค้ามีความประสงค์ที่จะขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จึงจำเป็นต้องอาศัยบริการของตัวแทนบริหารจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (Freight Forwarder) เพื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อระหว่างผู้ประกอบการขนส่ง (Carrier) และลูกค้า ทั้งต้นทางและปลายทาง (ภาพที่ 1.2) ซึ่งในการขนส่งแต่ละครั้ง บทบาทและหน้าที่หลักที่สำคัญของ Freight Forwarder คือ

1. ติดต่อกับลูกค้าที่ปลายทางเพื่อยืนยันสถานะของสินค้า และเลือกให้ผู้ประกอบการขนส่งที่เหมาะสมกับการขนส่งโดยผ่าน Freight Forwarder
2. ติดต่อกับ ผู้ประกอบการขนส่งเพื่อเตรียมความพร้อมในการขนส่งสินค้า

3. ขนส่งสินค้าไปยังปลายทางโดยทันเวลา Just In Time (JIT) ตามที่ลูกค้าต้องการ

ภาพที่ 1.2

ตัวอย่างการให้บริการของ Freight Forwarder



แต่ปัจจุบันบริษัทขนส่งบางรายได้มีการนำระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) เข้ามาประยุกต์ใช้ในการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ทำให้บริษัท Freight Forwarder ที่เคยให้บริการอยู่เป็นประจำ จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจองพื้นที่ระวางสินค้าไปจากเดิม แต่อย่างไรก็ตามก็ยังไม่มียานวิจัยใดได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของของพนักงานที่มีผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) เช่นนี้ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำแบบจำลองทางด้านการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model, TAM) มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้ เนื่องด้วยแบบจำลองนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาว่าผู้ใช้มีทัศนคติที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นหรือไม่อย่างไร รวมถึงแบบจำลองนี้ได้มีการนำไปใช้ศึกษาในงานวิจัยหลายๆ แขนงถึงผลของความต้องการที่จะใช้เทคโนโลยีที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ในแต่ละองค์กร (Ajzen's and Fishbein 1975, Davis F.D. 1989, Davis F.D. and Venkatesh V. 1995, Paul et al. 1999, Legris et al. 2003)

เนื่องด้วยงานวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวข้องกับบริษัทโดยตรงทางผู้วิจัยจึงใคร่ขออนุญาตใช้นามแฝงเป็นบริษัท K Kingdom แทนเนื่องด้วยเหตุผลทางธุรกิจ ทางผู้วิจัยจึงไม่สามารถเปิดเผยนามที่แท้จริงได้ปัจจุบันบริษัท K Kingdom จำกัด ได้ก่อตั้งและประกอบธุรกิจตัวแทนรับจัดขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมาเป็นเวลา 12 ปี เป็นหนึ่งในสมาชิกของ TIFFA (Thai International Freight Forwarders Association) ซึ่งมีสมาชิกผู้ประกอบการในลักษณะนี้อยู่ 123 ราย (Tiffathai, 2551) โดยมีพนักงานประจำบริษัททั้งหมด 223 คน

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการใช้ระบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) ภายใต้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มในการยอมรับระบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) ของพนักงานบริษัท K Kingdom จำกัด ภายใต้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
3. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) ให้กับบริษัท K Kingdom และบริษัทอื่นๆ ที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกัน

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษาเพื่อให้ทราบถึงตัวแปรที่เหมาะสมอย่างแท้จริงภายใต้ปัจจัย การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ที่คาดว่าจะส่งผลต่อ ทัศนคติ (Attitude: AT) และ ความตั้งใจกระทำ (Behavioral Intention: BI) ซึ่งเป็นแนวโน้มทำให้เกิดการยอมรับการใช้งานระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) ภายใต้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยเลือกศึกษากับพนักงานในบริษัท K Kingdom จำกัด จำนวน 183 คน โดยเครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบในส่วนของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของพนักงานบริษัท K Kingdom จำกัดที่มีต่อระบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking)
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงที่มีผลต่อแนวโน้มในการยอมรับระบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) ของพนักงานบริษัท K Kingdom จำกัด
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบเพื่อที่จะนำระบบการให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) เข้ามาประยุกต์ใช้กับบริษัท K Kingdom และบริษัทอื่นๆ ที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกัน

1.5 นิยามศัพท์

การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) (Ruth N. Bolton, 2003) เป็นการให้บริการในเชิงอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service, E-Service) อีกลักษณะหนึ่ง โดยจัดเป็นการให้บริการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ สมาชิก ลูกค้าหรือแม้แต่พนักงานภายในองค์กรนั้นๆ ผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งในกรณีของงานวิจัยนี้ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) จะหมายถึงการให้บริการการจองพื้นที่ระวางสินค้าของบริษัทขนส่งผ่านทางเว็บไซต์โดยผู้ใช้บริการคือบริษัท K Kingdom

Freight Forwarder (เพชรณิ ดาวเรือง, 2548, น.84) หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือบริษัทที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ส่งออกหรือนำเข้าสินค้าโดยติดต่อกับบริษัทขนส่งและทำธุรกรรมต่างๆ แทนผู้ส่งออกและนำเข้าเพื่อขนส่งสินค้าไปยังปลายทางตามความต้องการของผู้ส่งออกหรือนำเข้า

Perceived ease of use (PEOU) (Davis F.D., 1989) คือ การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน ซึ่งหมายถึง การรับรู้ว่าจะระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่นั้นใช้งานง่ายและสะดวก ไม่ยากแก่การเข้าใจ

Perceived Usefulness (PU) (Davis F.D., 1989) คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ซึ่งหมายถึง บุคคลที่เชื่อว่าถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่แล้ว ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่นั้นจะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานภายใต้บริบทขององค์กรที่ทำงานอยู่นั้นดียิ่งขึ้น

Attitudes (AT) (Fishbein and Ajzen, 1975) คือ เป็นทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรม ความตั้งใจ ซึ่งมีผลมาจากความเชื่อของบุคคลว่า การกระทำในพฤติกรรมใดๆ นั้นจะมีผลที่ได้รับแน่นอน และมีการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมา นั้น เช่น ผู้ใช้ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) เชื่อว่าระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) จะช่วยลดภาระในการทำงานให้ตนได้

Behavioral Intention (BI) (Fishbein and Ajzen, 1975) คือ ความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำต่อไปโดยเป็นผลสืบเนื่องมาจากทัศนคติ เช่น หากผู้ใช้ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) เชื่อว่าระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) จะช่วยลดภาระในการทำงานให้ตนได้ เมื่อมีโอกาสผู้ใช้อีกก็อยากจะกลับมาใช้ระบบ การให้บริการจองพื้นที่ระวางสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Booking) อีก

แนวโน้มในการยอมรับ (Fishbein and Ajzen, 1975) คือ การที่บุคคลจะลงมือประกอบพฤติกรรมได้นั้น สามารถทำนายได้จาก การวัดความเชื่อ (Beliefs) ทัศนคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) ซึ่งผลของความตั้งใจก็จะส่งผลต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น เช่นเดียวกับการยอมรับ ความตั้งใจก็จะส่งผลต่อการยอมรับของผู้ใช้ด้วย