

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในทศวรรษที่ผ่านมาเทคโนโลยีสารสนเทศ ถือว่ามีอิทธิพลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก อาทิ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การบริหารจัดการ ตลอดจนการส่งเสริมคุณภาพการเรียนรู้ หรือเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม และอินเทอร์เน็ต ที่ก่อให้เกิดกิจกรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มคุณภาพชีวิตและโอกาสในการจ้างงาน ศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็นขีดความสามารถของไมโครชิพที่มีพลังคำนวณและการประมวลผล หรืออัตราการขยายตัวของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วและโยงโยไปทั่วโลก รวมทั้งมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอันเนื่องมาจาก เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างกว้างขวาง เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคม

ในขณะเดียวกัน กระแสโลกาภิวัตน์และเศรษฐกิจบนพื้นฐานแห่งความรู้ ก็ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ของความแตกต่างระหว่างผู้มีข้อมูลและผู้ไม่มีข้อมูล ผู้มีความรู้และไม่มีความรู้ อันเนื่องมาจากความเจริญของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งความแตกต่างของช่องทางสื่อสารความรู้ และการผลิตองค์ความรู้ ปรากฏการณ์ดังกล่าวคือช่องว่างและความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ ทั้งภายในประเทศเองและระหว่างประเทศทั่วโลก

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ ซึ่งรวมถึงการมี การใช้ และการผลิตนั้น มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศโดยรวม ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารและความรู้เป็นปัจจัยไหลเวียนอย่างไม่มีขีดจำกัดไปทั่วโลก ประเทศไทยต้องเร่งขยายผลจากการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้

ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทยไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ที่มีทั้งความเจริญทางเศรษฐกิจและความมั่นคงทางสังคม โดยการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถครอบคลุมกิจกรรมหลักในรายสาขา ตามกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ปี 2544 – 2553 คือ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านภาครัฐ (E-Government)

เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านการพาณิชย์ (E-Commerce) เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม (E-Industry) เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาทางการศึกษา (E-Education) และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านสังคม (E-Society)

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่สำคัญประการหนึ่งที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่สังคมและภูมิปัญญาและการเรียนรู้ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง นับเป็นเทคโนโลยีทางเลือกใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสารระหว่างกันของคนในสังคม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต ในปี 2547 ที่ผ่านม้อัตราการใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีอัตราเพิ่มขึ้น แต่ในภาพรวมทั้งประเทศถือว่ายังไม่ทั่วถึง ยังจำกัดอยู่เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่ยังคงมีอัตราการใช้ไม่มากเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ที่ผลการศึกษาขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development : OECD) พบว่า สาธารณรัฐเกาหลีได้เป็นประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมากที่สุดในโลกคือ ประมาณร้อยละ 21.4

อย่างไรก็ตามแม้ว่าการพัฒนาอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยไปสู่ การพัฒนาโครงข่าย (Network Infrastructure) เป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การพัฒนาข้อมูล (Digital Content Development) แต่การพัฒนาเท่านี้�าจยังไม่เพียงพอ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต

ดังนั้น จึงมีผู้คิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยีในการใช้ภาษาไทยในการเข้าสู่เว็บไซต์ และเปิดให้บริการภายใต้ชื่อ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ของบริษัท นิภา เทคโนโลยี จำกัด ผู้ให้บริการ และเป็นผู้คิดค้นและพัฒนาระบบการให้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” โดยได้ร่วมมือกับบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ที่เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และบริการโทรคมนาคมทุกประเภททั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ที่เล็งเห็นที่เล็งเห็นความสำคัญของการเป็นส่วนหนึ่งแห่งการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ในการส่งเสริมให้ประชาชนใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น และใช้อินเทอร์เน็ตเป็นภาษาไทย และพัฒนาไปสู่ E-Government ในการจัดทำสัญญาร่วมจัดทำตลาดบริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต”

สภาพตลาดในปัจจุบันที่ประเทศไทยมีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ประมาณ 100,000 ชื่อ และฐานข้อมูลของบริษัทนิภา เทคโนโลยี จำกัด มีผู้จดทะเบียนใช้ชื่อไทยอยู่แล้วประมาณ 20,000 ชื่อ มีแนวโน้มว่า บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ยังสามารถมีโอกาสดำเนินการได้อีก โดยในสัญญาร่วมจัดทำตลาด บริษัท นิภา เทคโนโลยี จำกัด จะชำระค่าตอบแทนให้บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นสัดส่วนตามจำนวนรายชื่อในแต่ละเดือน

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) จึงต้องศึกษากลยุทธ์ในการทำตลาดบริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ให้มีผู้ใช้งานอย่างกว้างขวางเพิ่มขึ้น และสนับสนุนนโยบาย E-Government ของรัฐบาล นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ กำหนดประชากรที่จะทำการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้จดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

จำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สถานะวันที่ 31 ตุลาคม 2548 มีจำนวน 1,874 ราย แบ่งเป็น นิติบุคคล 933 ราย และบุคคลทั่วไป 941 ราย มีจำนวนเว็บไซต์ 2,535 เว็บไซต์

เนื่องจาก พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นหนึ่งในห้า ยุทธศาสตร์สำคัญที่ถูกกำหนดไว้ในนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ พ.ศ. 2544 – 2553 (IT2010) ที่ว่าด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการเป็นช่องทางเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ลดต้นทุน และขยายฐานลูกค้าสู่สากล

ผู้วิจัยในฐานะเป็นพนักงานของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) จึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” กรณี ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อนำผลของการวิจัยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

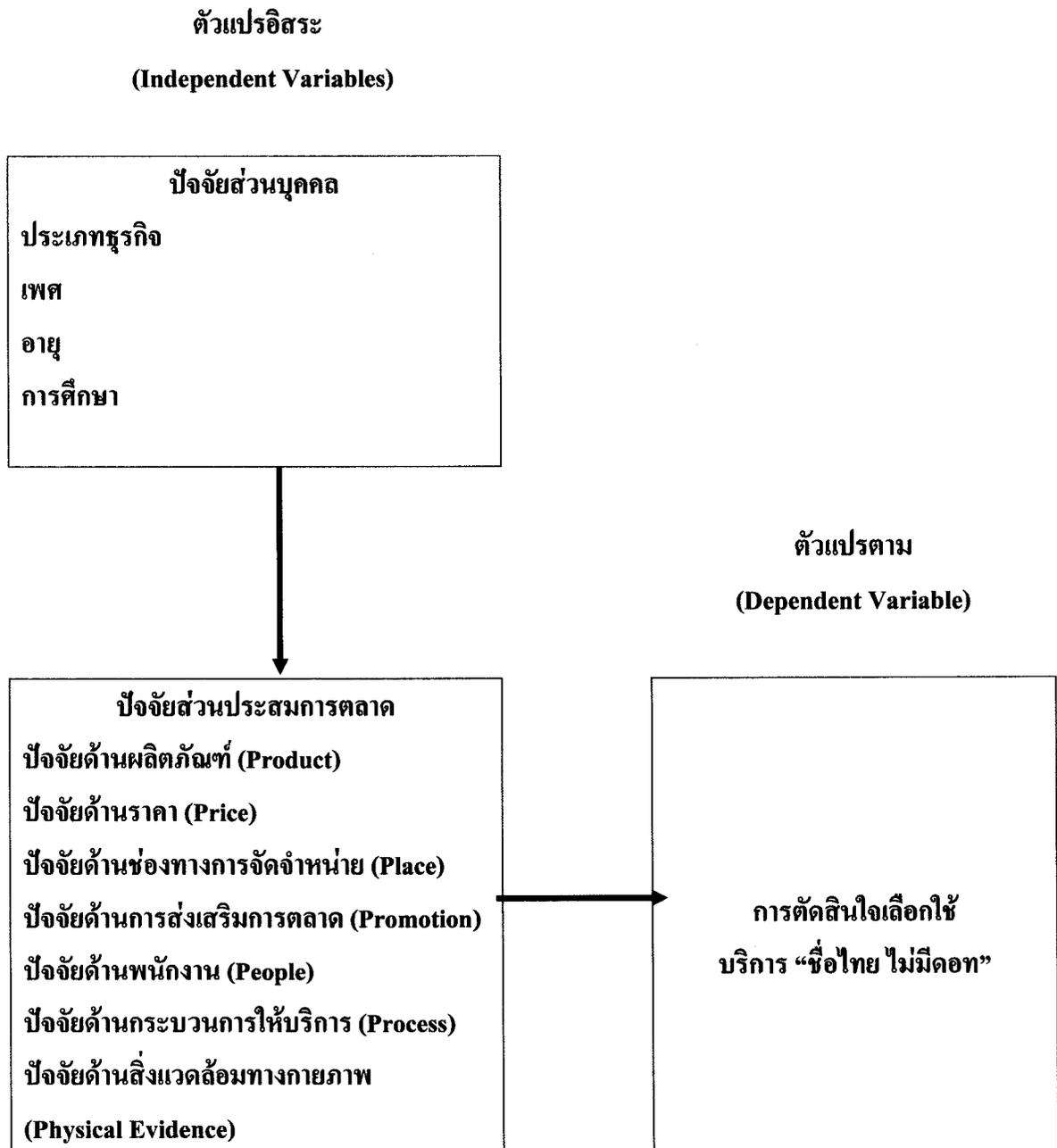
2.1 เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต”

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

### 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต”

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

#### 5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 **ขอบเขตของเนื้อหา** ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษา การดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นบุคคลและองค์กร และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ใช้ที่เป็น ผู้ประกอบการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

##### 5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 **ประชากร** ได้แก่ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 1,874 ราย (สถานะ 31 ตุลาคม 2548)

5.2.2 **กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์จำนวน 1,874 ราย ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตาม Yamane ที่ 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง 329 ราย

5.2.3 **ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา** ตั้งแต่ กรกฎาคม 2548 – มิถุนายน 2549 รวมระยะเวลาในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 12 เดือน

##### 5.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

5.3.1 **ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)** ได้แก่

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ เพศ อายุ และการศึกษา

2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

5.3.2 *ตัวแปรตาม (Dependent Variable)* คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต”

## 6. นวัตกรรมเฉพาะ

6.1 บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” (Real Internet Names : RIN) คือคำภาษาไทยที่ใช้แทนชื่อที่อยู่บนเว็บไซต์ (URL) โดยไม่ต้องมีนามสกุลหรือชื่อไฟล์ต่อท้าย สามารถใช้ในการเข้าสู่เว็บไซต์ โดยการใส่ชื่อภาษาไทยใน Address Bar ของ Browser

6.2 บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และบริการโทรคมนาคมทุกประเภท ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

6.3 บริษัท นิภา เทคโนโลยี จำกัด ผู้ให้บริการ และเป็นผู้คิดค้นและพัฒนาระบบการใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต”

6.4 ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) คือ ผู้ประกอบการทั้งประเภท นิติบุคคล และ บุคคลธรรมดา ที่จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

6.5 ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7Ps หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีดอกท” จะเป็นประโยชน์ในการจัดทำตลาดบริการ “ชื่อไทย ไม่มีดอกท” ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นประโยชน์ต่อผู้จดทะเบียนใช้ “ชื่อไทย ไม่มีดอกท” ที่เป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไป ดังนี้

7.1 เพื่อนำการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต และ นำปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อเป็นข้อมูลในการทำการตลาดบริการ “ชื่อไทย ไม่มีดอกท” ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

7.2 บริการ “ชื่อไทย ไม่มีดอกท” สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ให้กับผู้ที่จดทะเบียนใช้ “ชื่อไทย ไม่มีดอกท” ทำให้ข้อมูลในเว็บไซต์ ชื่อสินค้าหรือบริการ เข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็วขึ้น เป็นการตลาดรูปแบบใหม่ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

7.3 เป็นประโยชน์กับผู้สนใจทั่วไปในการเข้าสู่เว็บไซต์ และค้นหาข้อมูลใน เว็บไซต์ได้สะดวก และรวดเร็วขึ้น ด้วยการค้นหาข้อมูลด้วยการใช้ภาษาไทย

7.4 เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการเป็นช่องทางเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ลดต้นทุนการผลิต และขยายฐานลูกค้า คู่สากล