

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันคงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่ากระแสและความแพร่หลายของการทำการค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce) กำลังก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากการเชื่อมโยง ผู้ผลิต ผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้กระจายสินค้า และกระบวนการทางธุรกิจต่าง ๆ เข้าด้วยกันโดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงซึ่งถือว่าการปรับเปลี่ยนโครงสร้างในการดำเนินธุรกิจ และพร้อมกับการเข้ามาพลิกรูปแบบใหม่ของการทำธุรกิจจากรูปแบบเดิม

การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce) เป็นการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ อาทิ โทรศัพท์ โทรสาร ระบบอีดีไอ แต่สื่อที่มีบทบาทมากที่สุดในปัจจุบันคือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ซื้อและผู้ขายจากทั่วทุกมุมโลกสามารถติดต่อสื่อสารทางการค้ากันได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพจำกัด, 2543)

การเติบโตและความแพร่หลายของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการเติบโตตามจำนวนผู้เชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก ซึ่งในปัจจุบันมีประเทศที่เชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตถึง 240 ประเทศ จาก 250 ประเทศทั่วโลก (ผู้จัดการ, 2543)

จากการสำรวจของสถาบันวิจัย Forester Research ได้ทำการสำรวจตัวเลขการใช้จาบบนอินเทอร์เน็ตพบว่าใน ปีพ.ศ. 2542 มีมูลค่าการซื้อขายผ่านระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก 9.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 4 ล้านล้านบาท) นอกจากนั้นมีการประมาณการไว้ว่าจะมีมูลค่าการซื้อขายถึง 1.4-2.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 60-120 ล้านล้านบาท) ภายในปีพ.ศ. 2546 (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพจำกัด, 2543)

สำหรับประเทศไทยสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) เผยว่ามูลค่าการซื้อขายผ่านระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีมูลค่าถึง 370 ล้านบาทใน ปีพ.ศ. 2541 ในขณะที่ปีพ.ศ. 2542 ที่ผ่านมามีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 1.2 พันล้านบาท และยังมีการคาดการณ์ไว้ว่า มูลค่าการซื้อขายผ่านระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยจะเพิ่มขึ้นถึง 51 พันล้านบาท

ภายใน ปีพ.ศ. 2546 (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพจำกัด, 2543) นอกจากนั้นการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นที่ยอมรับว่า เป็นช่องทางการค้าที่ช่วยสร้างโอกาสในการทำธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพจำกัด, 2543) ซึ่งสามารถทำการค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ (ฉันทวุด พิชผล, 2543) เนื่องมาจากการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้กำลังคนน้อย ลดต้นทุนการผลิตโดยรวม สามารถขยายฐานลูกค้าครอบคลุมทั่วโลก และมีความคล่องตัวสูงในการดำเนินการทางธุรกิจ (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพจำกัด, 2543)

จากการสำรวจลักษณะธุรกิจในประเทศไทย โดยส่วนมากจะเป็นวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง คิดเป็นสัดส่วนถึง 95% ของธุรกิจทั้งหมด (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2542) จากการมองเห็นความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ จึงมีหลายธุรกิจตัดสินใจเข้าสู่ระบบการค้านี้ ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดเล็กและกลางเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องมาจากเหตุผลที่ว่า วิสาหกิจขนาดเล็กและกลางสามารถช่วยส่งเสริมระบบเศรษฐกิจให้แก่ประเทศทั้งในแง่ของการจ้างงานและการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นของการลงทุนก่อนที่จะก้าวเข้าไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ในอนาคต (วินิจ วีรยางกูร, 2536) นอกจากนั้นลักษณะของวิสาหกิจขนาดเล็กและกลางของไทยส่วนมากการบริหารจะมีบุคคลคนเดียวเป็นผู้บริหารมีบางธุรกิจที่ดำเนินในลักษณะห้างหุ้นส่วนและบริษัท (วินิจ วีรยางกูร, 2536) ฉะนั้นผู้บริหารจึงมีความสำคัญและเปรียบเสมือนศูนย์กลางของธุรกิจ จากการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพส่วนบุคคลของผู้บริหารระดับสูงมีผลกระทบต่อแผนการดำเนินงานที่บริษัทนำมาใช้ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ฉะนั้นผู้บริหารยุคใหม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ในส่วนของการพัฒนาบุคคลให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถเผชิญการเปลี่ยนแปลงมีหลายแนวคิด แนวทางหนึ่งที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ แนวคิด 7 อุปนิสัยเพื่อควมมีประสิทธิภาพของบุคคลของ Covey (1989) แนวคิดนี้กล่าวว่า การพัฒนาอุปนิสัยทั้ง 7 มีความต่อเนื่องกันเป็นขั้นตอนจะเริ่มต้นจากอุปนิสัยความเป็นผู้คิดก้าวหน้าเป็นอันดับแรกเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาอุปนิสัยอื่นๆต่อไป พฤติกรรมที่แสดงถึงความเป็นผู้คิดก้าวหน้ามี 4 ประการคือ การเป็นฝ่ายริเริ่มทำก่อน การเป็นผู้กระทำ การมุ่งเน้นขอบเขตที่สามารถทำได้ และการขยายขอบเขตที่สามารถได้ Covey (1989) กล่าวว่า ความเป็นผู้คิดก้าวหน้าสามารถสร้างหรือพัฒนาให้เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง บุคคลสามารถเรียนรู้และพัฒนาความสามารถนี้ได้ นอกจากนั้นจากการศึกษาพบว่า การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งใหม่เนื่องจากยังไม่เคยมีการทำการค้าผ่านทาง

ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนี้เดิมก่อนในอดีต จึงนับว่าเป็นนวัตกรรมตามความหมายนวัตกรรมของ Roger (1983) และลักษณะบุคลิกภาพของผู้ยอมรับนวัตกรรมมีความใกล้เคียงและสอดคล้องกับ คุณลักษณะของผู้มีความเป็นผู้คิดก้าวหน้าในหลายด้านด้วยกัน อาจกล่าวได้ว่าบุคลิกภาพความเป็น ผู้คิดก้าวหน้าของผู้บริหารน่าจะมีอิทธิพลต่อระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

นอกจากบุคลิกภาพความเป็นผู้คิดก้าวหน้าแล้ว ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพล ต่อระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาด เนื่องจากแนวคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดมีบทบาท สำคัญมากในทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ใน การดำเนินงานและวางตลาดผลิตภัณฑ์ที่ถูกคำต้องการในตลาดเป้าหมายที่ได้เลือกไว้ในช่วงเวลา ที่กำหนด (Kotler, 1983) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ถือได้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความพอใจในตลาด เป้าหมายให้เหนือคู่แข่ง (สุภชัย สุชนะรินทร์, 2542) จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการ รับรู้มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การรับรู้จะเป็นพื้นฐานของการตัดสินใจและแรงจูงใจของ บุคคลให้เกิดความพร้อมที่จะปฏิบัติพฤติกรรมให้เกิดขึ้น (ดวงเดือน พันธุโชติ, 2539) ฉะนั้นอาจ กล่าวได้ว่าการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อ ส่วนผสมทางการตลาดจะเป็นพื้นฐานของการตัดสินใจและเป็นแรงจูงใจของผู้บริหารวิสาหกิจ ขนาดเล็กและกลางตัดสินใจเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาด น่าจะมีอิทธิพลต่อระดับ การเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ถึงแม้ว่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังอยู่ในระยะเริ่มต้นในประเทศไทย แต่ได้รับความสนใจอย่างมากในวงการธุรกิจ ประกอบกับปัจจุบันมีผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง หลายธุรกิจตัดสินใจเข้าสู่การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้มีความจำเป็นที่ควรจะมีการวิจัยเพื่อ ค้นหาปัจจัยสำคัญที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่ปรากฏว่ามีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของ บุคลิก ภาพความเป็นผู้คิดก้าวหน้า การรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อส่วนผสม ทางการตลาด กับระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาก่อน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะ ศึกษาปัจจัยความเป็นผู้คิดก้าวหน้า และการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มี ต่อส่วนผสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลจากการศึกษา ครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพความเป็นผู้คิดก้าวหน้า การรับรู้ประโยชน์ของ การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาด กับระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ และจะเป็นประโยชน์ต่อหลายองค์กร ไม่ว่าจะเป็น วิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง หรือหน่วยงานของรัฐบาล เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุงและพัฒนา เกี่ยวกับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความเป็นผู้คิดก้าวหน้ากับระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และความเป็นผู้คิดก้าวหน้าในการร่วมทำนวยระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง

สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง
2. ความเป็นผู้คิดก้าวหน้า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง
3. การรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และความเป็นผู้คิดก้าวหน้า สามารถร่วมกันทำนวยระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง

คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เข้าใจในความหมายและการแปลความหมายของงานวิจัยให้ตรงกัน การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะเอาไว้ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง หมายถึง บุคคลที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและการวางแผนงาน เพื่อจัดตั้งร้านค้า บริษัท หรือห้างหุ้นส่วน ซึ่งอาจประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจนั้นหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายแทนเป็นผู้จัดการหรือผู้บริหารระดับสูงในฝ่ายต่างๆที่มีส่วนรวมในการดำเนินการกำหนดนโยบายและการวางแผนงาน

2. วิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง มีความหมายครอบคลุมทั้ง กิจกรรมการผลิต (production sector) หมายถึงการผลิตในภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมและเหมืองแร่ กิจกรรมการค้า (trading sector) ครอบคลุมการค้าส่งและการค้าปลีก กิจกรรมการบริการ (service sector) ในส่วนขนาดของ SMEs ในการวิจัยครั้งนี้ พิจารณาโดยใช้เกณฑ์สินทรัพย์ถาวรของ กระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวคือ วิสาหกิจขนาดเล็กและกลางเป็นธุรกิจที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 200 ล้านบาท

3. การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง แนวความคิดใหม่ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอาทิรวม ทั้ง การออกแบบ การผลิต การโฆษณาสินค้า การค้าปลีกและส่งและการทำธุรกิจตลอดจนการชำระเงิน

4. ระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง คะแนนที่ได้จากแบบวัดระดับการเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็น 9 ลักษณะดังนี้

1. มี ชื่อ ที่อยู่ และลักษณะธุรกิจ ปรากฏบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
2. มี e-mail ปรากฏบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
3. มีคำบรรยายเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ เป็นตัวหนังสือ ปรากฏบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
4. มี web site เป็นของตนเอง
5. มีweb siteเป็นของตนเองเปิดให้สั่งซื้อสินค้าและบริการทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
6. มี web site เป็นของตนเอง เปิดให้ชำระเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
7. มีระบบการส่งสินค้า
8. มีระบบรักษาความปลอดภัย
9. สามารถที่จะติดตามสินค้าหลังจากสั่งซื้อไปแล้วได้ว่าอยู่ในขั้นตอนใด

5. **ความเป็นผู้คิดก้าวหน้า** หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออก 4 ประการคือ การเป็นฝ่ายริเริ่มทำก่อน การเป็นผู้กระทำ การมุ่งเน้นขอบเขตที่สามารถทำได้และการขยายขอบเขตที่สามารถทำได้ ความเป็นผู้คิดก้าวหน้าวัดจากแบบวัดความเป็นผู้คิดก้าวหน้าของ พัทธินทร์ สังวาลย์ (2542) สร้างขึ้นตามแนวคิดของ Covey (1989)

6. **การรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง การรับรู้ว่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลด้านบวกต่อส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ประเมินโดยแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ตามแนวคิดของ ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดที่รวบรวม โดย อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2524)

ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยได้ดังนี้คือ ศึกษากระบวนการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กลงและกลาง เฉพาะในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความเป็นผู้คิดก้าวหน้ากับระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กลงและกลาง
2. ทำให้ทราบความสามารถร่วมกันทำนายของการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความเป็นผู้คิดก้าวหน้า ในการทำนายระดับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กลงและกลาง
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารวิสาหกิจขนาดเล็กลงและกลาง และหน่วยงานรัฐบาล ที่เกี่ยวข้องในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาเกี่ยวกับการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์