

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การขยายพื้นที่ของกิจกรรมการค้าเข้าสู่โลกเสมือนหรือโลกออนไลน์ทำให้ผู้ค้าสามารถขยายขอบเขตการค้าได้อย่างไร้ขอบเขตเพราะโลกเสมือนทำให้สามารถค้าขายได้กับผู้คนที่อยู่ทุกมุมโลกและได้ตลอด 24 ชั่วโมง โลกเสมือนจึงเป็นโลกของกิจกรรมการค้าที่มีความเคลื่อนไหวผ่านระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ทุกคนสามารถบุกเบิกการใช้พื้นที่ดังกล่าวและสามารถเป็นเจ้าของพื้นที่ได้โดยการสร้างเว็บไซต์ซึ่งต้องเสียค่าเช่าพื้นที่เป็นรายเดือนหรือรายปี สิ่งนี้เองจึงก่อให้เกิดรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลายตามแต่ความสนใจของเจ้าของพื้นที่ หนึ่งในกิจกรรมคือการแลกเปลี่ยนสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) โดยอยู่ในรูปแบบของตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketplace) โดยเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า อาจรวมไปถึงความพึงพอใจชำระค่าสินค้าได้ในทันที

ความสามารถในการครอบครองพื้นที่การทำธุรกิจของตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์แบบไม่มีขีดจำกัดนี้ทำให้ผู้คนจำนวนมากเล็งเห็นโอกาสในการสร้างรายได้โดยการลงทุนสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเว็บไซต์เหล่านี้มีความน่าสนใจในการเข้าไปเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้านวมถึงการสมัครใจเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์นั้นในรูปแบบของการเป็นสมาชิกเพื่อความสะดวกในการดำเนินธุรกรรมในฐานะผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า แต่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของไทยหลายแห่งยังไม่มีรูปแบบที่น่าดึงดูดให้เข้าชมและเลือกซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว จากการสังเกตรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในไทยและต่างประเทศพบว่าการออกแบบเว็บไซต์มีความแตกต่างกันอย่างมาก โดยประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจคือการมีแนวคิดที่ชัดเจนในการนำเสนอเว็บไซต์ จากการสังเกตเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในต่างประเทศมีแนวคิดและการนำเสนอที่ชัดเจนทำให้รู้สึกเพลิดเพลินกับการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ดังกล่าว ซึ่งแตกต่างจากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยที่มุ่งเน้นนำเสนอขายสินค้าเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีการนำเสนอแนวคิดที่ชัดเจนดึงดูดให้ผู้เข้าชมอยู่ในร้าน

ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยจึงควรมีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างให้โดดเด่นและชัดเจน ซึ่งมีความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนถ่ายจากยุคเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industry Economy)

มาเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Creative Economy) จึงน่าจะเป็นแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยให้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้เยี่ยมชม (Visitor) โดยเปลี่ยนสถานะมาเป็นผู้ซื้อและผู้ขาย (Buyer and Seller) สินค้าและบริการ เพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมายของการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างแท้จริง ในการสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ขายสินค้าและเจ้าของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และสร้างความพึงพอใจและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

นอกจากนี้การมีแนวคิดที่ชัดเจนในการสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ทีมนักออกแบบเว็บไซต์ สามารถสร้างสรรค์ผลงานและออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบชัดเจนสอดคล้องกับแนวคิดที่ต้องการได้ สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดความผิดพลาดในการนำเสนอรูปแบบผลงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการแก้ไขงานและการเสียเวลาแก้ไขเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของเจ้าของเว็บไซต์นั้นๆ อีกด้วย

ดังนั้น ในงานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการศึกษาว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่จะประสบความสำเร็จสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้จำเป็นต้องมีแนวคิด โดยแนวทางในการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงวรรณกรรมด้วยการทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อนำเสนอให้เห็นถึงความสำคัญของการมีแนวคิดในทำเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์สู่ผลสำเร็จในการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในเชิงพาณิชย์
2. เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีและสาขาการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความรู้ความสามารถที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาเชิงทฤษฎีและเชิงประยุกต์

1. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาเชิงทฤษฎี

1.1 เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจไทยและนักออกแบบเว็บไซต์ไทยให้เล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการมีแนวคิดในการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

1.2 เพื่อเกิดการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในไทยให้มีความน่าสนใจในเชิงพาณิชย์

2. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาเชิงประยุกต์

2.1 สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีรูปแบบน่าสนใจแก่กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย

2.2 เกิดสังคมแห่งการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่รูปแบบธุรกิจใหม่และสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขึ้นในสังคมโลกออนไลน์

2.3 เกิดการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีและสาขาการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความรู้ความสามารถและความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนแรกคือขั้นตอนการเตรียมวิจัย เป็นการวางแผนการทำวิจัยตั้งแต่การพัฒนาโครงร่างงานวิจัย การทบทวนวรรณกรรมและวิเคราะห์วรรณกรรม และการออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล ในขั้นตอนที่สองเป็นขั้นตอนการทำงานวิจัย ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ตลอดจนการจัดทำรายงานผลวิเคราะห์การศึกษา และส่วนสุดท้ายเป็นขั้นตอนหลังการวิจัยในส่วนนี้เป็นการเผยแพร่งานวิจัยและรับฟังความคิดเห็น แก่ในงานวิจัย รวมถึงการนำเสนอผลงาน

ระยะเวลาในการศึกษาการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 12 เดือนและดำเนินการศึกษาพร้อมเก็บรวบรวมเก็บข้อมูลที่สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นิยามศัพท์

1. ความสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์ หมายถึง ความจำเป็นที่ต้องมีแนวคิดเพื่อให้เกิดการดึงดูดความสนใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการออกแบบเว็บไซต์

2. แนวคิด (Concept) หมายถึง ความคิดในเชิงนามธรรมที่สามารถเปลี่ยนให้เป็นภาพได้ผ่านกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

3. การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketplace Website Design) หมายถึง รูปแบบการสร้างสรรค์งานอิเล็กทรอนิกส์ให้ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

4. ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketplace) หมายถึง สื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลของกิจการและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการให้เป็นที่รู้จัก โดยผู้ประกอบการสามารถเข้าใช้ระบบนี้ในการสร้างเว็บไซต์ของตนด้วยเครื่องมือระดับมืออาชีพที่สามารถใช้งานได้อย่างง่ายดาย

ด้วยความสามารถ นอกจากนี้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มเติมข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการของตนใน เว็บไซต์ได้หลากหลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ของการทำงาน ซึ่งสามารถพัฒนาต่อไปสู่การค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ม.ป.ป.)

5. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (Internet Users) หมายถึง บุคคลในโลกจริงที่มีปฏิสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ต

6. โลกไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) หมายถึง เป็นภาวณามธรรมเชิงอุปถัมภ์ใช้ในด้านปรัชญาหรือคอมพิวเตอร์ เป็นความจริงเสมือน...ซึ่งรวมทั้งสิ่งต่างๆในคอมพิวเตอร์จนถึงระบบเครือข่าย... เป็นพื้นที่ช่องว่างในโลกของเกม รวมถึงสถานะแวดล้อมสามมิติที่ผู้ใช้เหมือนจมเข้าไปข้างในประกอบด้วยสิ่งสังเคราะห์ต่างๆหรือบางครั้งก็หมายถึงแหล่งที่อยู่ที่สร้างขึ้น แต่งเติมขึ้นเอง "ไม่มีอยู่จริง" (<http://th.wikipedia.org>, 2550)

7. การตลาดอินเทอร์เน็ต (Internet Marketing) หมายถึง กระบวนการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านกิจกรรมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซื้อขายสินค้าและบริการให้เป็นที่พอใจด้วยกันทั้งสองฝ่าย (โมฮามัดและคณะ, 2004)

8. ออนไลน์ (Online) หมายถึง ขณะที่กำลังเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

9. ประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience) หมายถึง การสังเกตการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้งานในสถานการณ์จริงว่าสามารถใช้งานเว็บไซต์นั้น ได้อย่างถูกต้องตามเงื่อนไขหรือตามความต้องการของผู้ใช้หรือไม่ ซึ่งปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการออกแบบเว็บไซต์ที่ทำให้การใช้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จ (บุษปา กิริติไกรนนท์, 2549) และ (กาเร็ด, 2003)

10. การสร้างรูปแบบเฉพาะบุคคล (Customization) หมายถึง รูปแบบเฉพาะที่สร้างขึ้นในการสื่อสารระหว่างผู้ใช้และรูปแบบเว็บไซต์ (เรย์พอร์ตและจาโวสสกี, 2004)

11. ปฏิกริยาโต้ตอบกัน (Interactivity) หมายถึง ความสามารถของผู้ใช้ที่ใช้การสื่อสารลักษณะการตอบโต้สองทางโดยรวมถึงการสื่อสารที่เกิดระหว่างผู้ใช้กับผู้ใช้งาน และผู้จัดการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ใช้งาน (เรย์พอร์ตและจาโวสสกี, 2004)

12. การสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยทันที (Real time) หมายถึง การสนทนาในช่วงเวลาสั้นที่เกิดขึ้นขณะระบบคอมพิวเตอร์กำลังรับและจัดการข้อมูล

13. แบรินด์ (Brand) หมายถึง ความคิดในเชิงนามธรรมของสินค้าที่มีการสื่อความหมายแทนด้วยภาพ ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์

14. โอกาสกลับเข้ามา (Return) หมายถึง การที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคาดว่าจะกลับเข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์ดังกล่าวอีกครั้งในอนาคต