

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ต เป็นระบบเครือข่ายการสื่อสารที่มีผู้นิยมใช้เป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติและศักยภาพสูงกว่าสื่อชนิดอื่นๆ ที่เคยมีมาในโลกของการสื่อสาร

คุณสมบัติพิเศษของอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพเหนือกว่าสื่อชนิดอื่นๆ ก็คือ ความสามารถในการรับส่งข้อมูลข่าวสารได้หลายลักษณะในหนึ่งเดียว นั่นก็คือ สามารถรับ-ส่งข้อมูลได้ทั้งภาพ เสียงและภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ยังสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ซึ่งผู้รับสารสามารถรับรู้ข่าวสารได้ตามความต้องการตลอดเวลาโดยไม่มีข้อจำกัดของเวลาและสถานที่บนป็นขอบเขตกำหนดในการรับ-ส่งข่าวสาร ด้วยคุณสมบัติและศักยภาพดังกล่าว จึงทำให้อินเทอร์เน็ตกลายมาเป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยม และนิยมใช้มากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากสามารถสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ซึ่งบริษัท Angus Reid ได้ทำการศึกษาดังกล่าวถึงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก พบว่า มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 300 ล้านคน และคาดการณ์ว่าจะสูงถึง 1,000 ล้านคนในปี พ.ศ. 2548 (ศิริรัตน์ จงเจริญภูมิกุล และหัจฉรวา จันทร์แสงอร่าม. 2543 : 10)

อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เข้ามาปฏิวัติความเป็นอยู่ของมนุษย์ เพราะถูกนำมาประยุกต์ใช้งานในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร การศึกษา การเมือง การปกครอง การท่องเที่ยว บ้านเกิด กีฬา ศิลปะวัฒนธรรม และที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งก็คือ การซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกกันว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกิดขึ้นมาครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 1960 โดยเริ่มจากบริษัทในสหรัฐอเมริกาได้นำการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า EDI (Electronic Data Interchange) มาช่วยในการซื้อขายสินค้าระหว่างบริษัท นอกจากนั้นสถาบันการเงินและธนาคารต่างๆ ได้มีการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า FFT (Electronic Funds Transfer) เพื่อใช้ในการโอนเงินระหว่างธนาคาร ซึ่งในช่วงนั้นการติดตั้ง EDI จะต้องมีการสร้างเครือข่ายสื่อสารส่วนตัวขึ้นมาเอง ซึ่งลงทุนสูงและมีราคาแพง การใช้งานจึงจำกัดอยู่ในบริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินที่มีทุนทรัพย์สูงเท่านั้น (เดวิด กูเซอร์. 2542 : 9) ต่อมาเมื่อระบบอินเทอร์เน็ตได้ถูกพัฒนาและมีการใช้งานอย่างแพร่หลาย อินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่และเป็น

เครื่องมือสำคัญที่เปิดโอกาสให้การทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กระจายไปในธุรกิจทุกระดับชั้นและเป็นที่แพร่หลายเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

การจำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่ที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมถึงมือสื่อสารหรือที่เรียกว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่สามารถกระจายข้อมูลสินค้าได้ทั่วโลก ผู้ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อซื้อขายกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถโฆษณาสินค้าและบริการออกไปได้ทั่วโลก (ศรีรัตน์ จงเจริญมณีกุล และอิจฉรา จันทรวงศ์ร่วม, 2543 : 10) ซึ่งทำให้โอกาสทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งค่าจ้างพนักงานคอยคำถามเมื่อมีการขายสินค้าใหม่ ค่าโฆษณา โดยผู้ขายสินค้าสามารถให้รายละเอียดของสินค้าได้มากกว่าการใช้สื่อชนิดอื่น อีกทั้งยังสามารถแก้ไขและเพิ่มข้อมูลได้ทันทีที่ที่ต้องการ สามารถทดลองตลาด ทดลองสินค้าก่อนขายจริง และที่สำคัญผู้ขายสามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหรือเอเย่นกลาง สามารถรับรู้การตอบสนองของลูกค้าได้ทันที (สุกชัย สุชะมินทร์, 2543 : 20-23) ดังนั้นระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่ที่น่าสนใจนำมาใช้ในการกระจายและขายสินค้าอีกช่องทางหนึ่งนอกเหนือจากช่องทางการจำหน่ายสินค้ารูปแบบเดิมที่ใช้กันอยู่ทั่วไป

ปัจจุบันรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า โดยส่งเสริมการผลิตสินค้าของชุมชนทั่วประเทศ เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ โดยมีการส่งเสริมทั้งในด้านการผลิตและการตลาด เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การขยายช่องทางการจำหน่าย โดยการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้นในปัจจุบันแต่ละชุมชนจึงเริ่มใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนมากขึ้น

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีชื่อเสียงในด้านการผลิตสินค้าชุมชน เช่น ผ้าไหม กุ้งข่อม เห็ดพื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์จากไม้ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ หมู่ที่ 5 ตำบลสองชั้น ตำบลกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนอีกหนึ่งกลุ่ม ที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ เช่น ตะเกียบ ไม้เกาหลัง ช้อน จาน ถ้วยกาแฟ ทัพพี เป็นต้น ส่งไปขายยังที่ต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ ตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบก็คือความปราณีต สวยงาม จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบได้รับความนิยม และมีคำสั่งให้ผลิตสินค้ารูปแบบต่างๆ มากมาย สร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มหรือชุมชนที่ผลิตสินค้ามีรายได้เพิ่มขึ้น ครอบครัวละประมาณ 60,000-70,000 บาทต่อปี (สมเดช จานรัมย์, สัมภาษณ์, 2545)

จากความนิยมในสินค้าชุมชนดังกล่าวของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้บ้านหนองครอบ ประกอบกับคุณสมบัติของระบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์ที่สามารถขยายช่องทางการตลาด ในการจำหน่ายสินค้าได้ทั่วโลก จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงการนำระบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์ เข้ามาช่วยในการนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ หมู่ที่ 5 ตำบลสองชั้น อำเภอกะรัง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยศึกษาถึงความต้องการในการใช้ระบบพลาสม่า ซีอีเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนและศึกษารูปแบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสม สำหรับการนำเสนอสินค้าของชุมชน

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการ ในการใช้ระบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของ ชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกะรัง จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษารูปแบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าของชุมชนออกสู่ ตลาดด้วยระบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์

### ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความต้องการ ในการใช้ระบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์ของกลุ่ม หัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกะรัง จังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทางสำหรับ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าของชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำเสนอ สินค้าของชุมชนโดยใช้ระบบพลาสม่า ซีอีเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจ ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าของ ชุมชนในการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดด้วยระบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย มุ่งศึกษาความต้องการและรูปแบบพลาสม่าซีอีเล็กทรอนิกส์ที่ เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าของชุมชนในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนี้

#### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ หมู่ที่ 5 ตำบลสองชั้น อำเภอกะรัง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 150 คน

## 2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบครัว หมู่ที่ 5 ตำบลสองชั้น อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 150 คน จำนวนเป็น

2.1 คณะกรรมการบริหารกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบครัว จำนวน 19 คน  
 สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่

2.1.1 ประธานกลุ่ม	จำนวน	1	คน
2.1.2 รองประธาน	จำนวน	1	คน
2.1.3 เลขานุการ	จำนวน	1	คน
2.1.4 กรรมการ	จำนวน	16	คน

2.2 สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบครัว โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 131 คน

## 3. ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก ประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า รายได้จากการผลิต การใช้และความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การใช้และความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต และการใช้และความรู้เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)

## 4. ตัวแปรตาม

ตัวแปรตามได้แก่ ความต้องการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการและผู้ซื้อสินค้า จำนวนผู้ซื้อสินค้าและปริมาณการสั่งซื้อ ราคา สถานที่จำหน่าย สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ทั่วโลกโดยใช้โทรศัพท์เป็นสื่อกลางในการเชื่อมต่อเพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารได้

2. ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำการค้าโดยใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อทำการค้าและการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

3. ความต้องการนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ความต้องการในนำเสนอสินค้า วิธีการสั่งซื้อสินค้า วิธีการส่งสินค้า วิธีการรับชำระเงินของชุมชน

4. รูปแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของการซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการกับผู้บริโภค รวมไปถึง วิธีการตั้งซื้อสินค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูล การจัดส่งและการชำระเงิน

5. รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับนำเสนอสินค้าของชุมชน หมายถึง รูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสม และสามารถดำเนินการได้ ถ้านำเสนอสินค้าหรือใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้า ซึ่งรูปแบบที่เหมาะสมได้มาจากการสำรวจ และการประเมินสินค้า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว

6. สินค้าของชุมชน หมายถึง สินค้าหัตถกรรมจากไม้ที่กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง เป็นผู้ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่าย ได้แก่ ตะเกียบ จาน ช้อน ทัพพี ถ้วยกาแฟ ไม้เกาหลัง

7. คณะผู้บริหารกลุ่มสินค้าหัตถกรรมจากไม้ หมายถึง กลุ่มผู้ก่อตั้ง ผู้บริหารงานของกลุ่มหัตถกรรมจากไม้บ้านหนองครอบครัว ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

8. สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน หมายถึง สมาชิกในกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ผลิตสินค้าหัตถกรรมจากไม้

9. การนำเสนอสินค้าของชุมชน หมายถึง การนำสินค้าที่กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ออกสู่ตลาด