

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

การสื่อสารเป็นสิ่งที่ติดตัวมากับมนุษย์ตั้งแต่เกิด เป็นสิ่งบ่งชี้ให้เห็นว่ามนุษย์นั้นเป็นสัตว์สังคม การรวมกลุ่มช่วยให้มนุษย์สามารถที่จะอยู่รอดในโลกที่มีการคัดสรรเผ่าพันธุ์ที่ดีที่สุดที่ต้องดำรงอยู่บนโลกใบนี้ โดยใช้การสื่อสารที่เป็นลักษณะพื้นฐานของสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ช่วยรักษาและยังคงมีอยู่ได้นั่นเอง การสื่อสารของมนุษย์มีมาแต่ในสมัยยุคโบราณ ตั้งแต่ยุคหินเก่า (Paleolithic Age or Old Stone Age) โดยที่มีการทำพิธีศพในสมัยดังกล่าว จิตรกรรมฝาผนังของมนุษย์โครมันยองเป็นหลักฐานที่อ้างอิงถึงการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ในสมัยนั้น

จวบจนปัจจุบันการสื่อสารมีการแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบ หลายวิธีการหรืออรรถประโยชน์ที่ต่างกัน เช่น การติดต่อสื่อสารทางการทหาร เพื่อการสั่งการควบคุม การติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวัน หรือแม้แต่การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ทั้งการนำการสื่อสารมาทำธุรกิจ การใช้การสื่อสารมาช่วยในธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงแสดงให้เห็นแล้วว่าบทบาทสำคัญของธุรกิจในโลกยุคใหม่ สิ่งที่สำคัญหรือเน้นในธุรกิจทุกประเภท ก็คือสื่อสาร การโฆษณา การแนะนำตัว ทำให้องค์กร บุคคลต่าง ๆ รู้จักการมีตัวตนของธุรกิจนั้น ๆ โลกได้รับการวิวัฒนาการของสื่อมาจนถึงระดับที่คนจากซีกโลกหนึ่งสามารถที่จะส่งผ่านข่าวสารมาถึงอีกฝั่งของโลกได้ในทันที (บัณฑิต โชคสิทธิกร, 2547)

สภาพปัจจุบันสื่อนับเป็นสิ่งที่ใช้ในการถ่ายทอดสาระสำคัญจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งระหว่างคนส่วนมากหรือกลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น ๆ ไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม มักจะต้องเน้นการสร้างสื่อ แต่การสื่อสารที่มีคุณภาพเข้าถึงการรับรู้ต่อบุคคลเป็นสิ่งที่น่าสนใจ เพราะสื่อในปัจจุบันมีมากมายหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์เว็บไซต์ ฯลฯ

ความสำคัญของสื่อแสดงให้เห็นในหลาย ๆ บทบาท หลาย ๆ ปัญหา กลุ่มผู้ที่ครอบครองสื่อหรือที่สามารถควบคุมสื่อได้มักจะได้เปรียบ ไม่ว่าจะเป็นทางการทหาร ทางการเมือง ฯลฯ คนส่วนมากนิยมการรับฟังสื่อในรูปแบบที่ต่าง ๆ กัน แล้วแต่ความสะดวกของแต่ละบุคคล พฤติกรรมการรับสื่อ รวมถึงแรงจูงใจที่มีผลต่อผู้รับสื่ออีกด้วย

ในระบบธุรกิจที่ดี สื่อเป็นค่านำหลักถึงการรับรู้ทุกอย่างที่มีผลต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือแม้แต่ใบปลิวก็ตาม แต่จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นสื่อที่บุคคลส่วนมากรับรู้อยู่แล้ว ในสถานการณ์ทุกวันนี้ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ทำให้ต้นทุนที่

สำคัญอย่างหนึ่งของระบบธุรกิจสูงขึ้นคือ การขนส่งรวมทั้งระบบ Logistic ทั้งระบบด้วย หากลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้ หรือหาระบบทดแทนที่สามารถช่วยรองรับการขนส่งบางส่วน จะช่วยลดค่าใช้จ่ายลงอย่างมาก

ดังนั้นสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์ จึงเข้ามามีบทบาทได้ในส่วนหนึ่ง โดยสามารถติดต่อธุรกรรมได้ สามารถรับได้ทั้งข้อมูลภาพและเสียง มีต้นทุนต่ำ ในยุคเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารนี้ การสื่อสารโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้เพราะมีความรวดเร็วทันสมัยและมีความหลากหลายสร้างให้เกิดความน่าสนใจและติดตาม ที่สำคัญสะดวกเพราะไม่ต้องเดินทางก็สามารถรับรู้เรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้มากมาย รวมทั้งคำโทรศัพท์ที่เป็นค่าใช้จ่ายที่สูงอินเทอร์เน็ตยังช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้ เช่น ระบบ Voice over IP (VOIP) การโทรศัพท์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นทั้งเรื่องที่สร้างความบันเทิง ได้สาระความรู้ หรือแม้แต่การโฆษณา ก็เป็นสื่อที่เราสามารถเปิดดูด้วยคอมพิวเตอร์ได้ เพราะเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันหลาย ๆ บริษัทชั้นนำของโลกรวมทั้งประเทศไทยเริ่มใช้การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยที่เป็น การสื่อสารทั้งสองทางและทางเดียวควบคู่กันไป นอกจากนี้การเลือกใช้สื่อคอมพิวเตอร์จะช่วยให้สามารถเข้าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ในเว็บไซต์อย่างหลากหลาย ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกชมเพื่อสนองต่อความต้องการของตนเองที่เลือกใช้บริการของอินเทอร์เน็ตนั้น ๆ

เว็บไซต์ในปัจจุบันมีมากมายหลากหลายเว็บไซต์เพื่อให้บุคคลต่าง ๆ เข้าไปค้นหาสาระความรู้และความบันเทิงได้ตลอดเวลา สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงทำให้เกิดการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมากมายเพื่อตอบสนองในสิ่งที่ผู้บริโภคเข้ามาหาความหลากหลายให้ได้มากที่สุด

การวิจัยนี้จึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาเว็บไซต์และผู้บริโภคเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยศึกษาจากลักษณะของประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อรูปแบบของเว็บไซต์ รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์ โดยพิจารณาจากแรงจูงใจภายในโดยการศึกษาลักษณะภายใน ความปรารถนา ความต้องการจากภายใน แรงจูงใจภายนอก โดยศึกษาจากสิ่งเร้ารอบตัว การมองเห็น การสัมผัส การรับรู้ รวมถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเว็บไซต์ว่ารูปแบบใดมีผลต่อการใช้เว็บไซต์อย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการสร้างเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ข้อมูลข่าวสาร เกมส เพลง หรือความบันเทิงต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้จากการสัมผัสแล้ว การรับรู้ในเรื่องของรูปแบบ การจดจำในเรื่องของรูปลักษณ์ในเว็บไซต์ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาหาข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการสร้างเว็บไซต์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เว็บไซต์
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบเว็บไซต์ของผู้บริโภค
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายในที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบเว็บไซต์ของผู้บริโภค

สมมติฐาน

1. ปัจจัยในด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้บริโภคมีแรงจูงใจภายใน ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายใน ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายใน ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายใน ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายใน ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
2. ปัจจัยในด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้บริโภคมีแรงจูงใจภายนอก ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายนอก ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายนอก ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 2.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายนอก ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 2.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายนอก ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายนอก ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
 - 2.6 รายได้ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจภายนอก ในการเลือกเว็บไซต์รูปแบบที่ต่างกัน
3. ปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในรูปแบบที่ต่างกัน
 - 3.1 เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในรูปแบบที่ต่างกัน
 - 3.2 อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในรูปแบบที่ต่างกัน

3.3 สถานภาพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในรูปแบบที่ต่างกัน

3.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในรูปแบบที่ต่างกัน

3.5 อาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในรูปแบบที่ต่างกัน

3.6 รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ในรูปแบบที่ต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นส่วนประกอบในการออกแบบเว็บไซต์ได้อย่างถูกต้องตรงตามความนิยมของผู้บริโภค
2. สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคให้ตรงต่อการใช้อินเทอร์เน็ต
3. สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาการให้บริการด้านอื่น ๆ ของเว็บไซต์ได้ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม โดยกำหนดขอบเขตของงานวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาผู้บริโภคตัวอย่างที่มีการใช้เว็บไซต์ และมีช่วงอายุระหว่าง 15-60 ปี เพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีการใช้บริการเว็บไซต์ในชีวิตประจำวันสูงกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ อีกทั้งกลุ่มดังกล่าว สามารถให้ความร่วมมือในการรวบรวมข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการเว็บไซต์

ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจภายใน แรงจูงใจภายนอก ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบเว็บไซต์และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้บริโภค

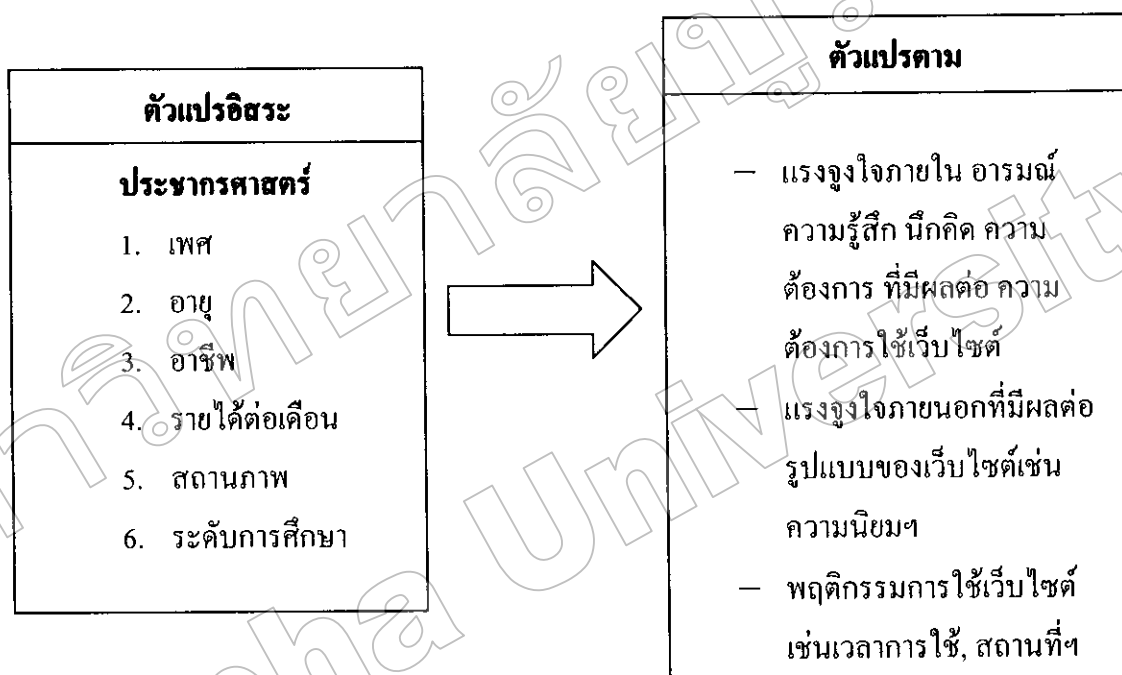
2. ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

การเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม เริ่มตั้งแต่ส่งแบบสอบถาม จนถึงการรวบรวมกลับมาวิเคราะห์ผล ใช้ระยะเวลาที่ศึกษาระหว่างเดือนมีนาคม 2550 ถึง เมษายน 2550 ดังนั้นกลุ่มประชากรจึงหมายรวมในช่วงที่ศึกษาเท่านั้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์และนิยามเชิงปฏิบัติการ

อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึงระบบเครือข่าย (Network) ที่เชื่อมโยงเครือข่ายมากมายหลากหลายเครือข่ายทั่วโลกเข้าด้วยกัน และเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีข้อมูลในทุก ๆ ด้าน ให้ผู้ที่สนใจเข้าไปค้นคว้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และง่ายดาย

รูปแบบของเว็บไซต์ (Template) หมายถึง รูปร่าง ลักษณะที่ถ่ายทอด สื่อสารให้ผู้ใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตเห็นเป็นรูปแบบต่าง ๆ ที่สวยงาม เข้าใจง่าย ทำให้เกิดการสื่อสารโดยใช้รูปภาพที่เกิดขึ้น

แรงจูงใจ แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 2 ด้าน คือ แรงจูงใจภายในกับแรงจูงใจภายนอก

แรงจูงใจภายใน คือ ความรู้สึกต้องการ หรือขาดอะไรบางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูงเพื่อทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือความต้องการนั้น ในที่นี้คือ ความพอใจในเว็บไซต์ มีความต้องการใช้เว็บไซต์ ชื่นชอบในรูปแบบเว็บไซต์ เกิดความสนุกสนาน เกิดความรู้ และ ทำให้คูดี เพราะทันต่อเทคโนโลยี

แรงจูงใจภายนอก คือ สิ่งใดก็ตามที่มาเร่งเร้า สื่อนำทางที่มาเสริมสร้างความปรารถนาให้เกิดการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ในที่นี้ก็คือ รูปแบบของเว็บไซต์มีผลต่อความต้องการใช้เว็บไซต์ ได้แก่รูปแบบของเว็บไซต์สื่อสารให้เข้าใจถึงคุณสมบัติ รูปแบบของเว็บไซต์มีรูปแบบที่สวยงาม รูปแบบของเว็บไซต์ง่าย ทำให้จดจำได้ รูปแบบของเว็บไซต์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รูปแบบของเว็บไซต์ทำให้ผู้ใช้มีความทันสมัย ธรรมดาประโยชน์โดยตรงของเว็บไซต์ ลีลัน การออกแบบ (Design) มีผลต่อการใช้เว็บไซต์ การวางรูปแบบที่เข้าใจง่ายมีเหตุผล การนำเสนอข่าวสารน่าสนใจ มีช่องทางค้นหาข้อมูลที่น่าสนใจ

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต หรือที่ใช้สื่อที่เรียกว่า “เว็บไซต์” ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง รูปแบบการใช้เวลาในการทำกิจกรรม ที่มีผลต่อการใช้เว็บไซต์ เช่น การอ่านเมล์ การท่องเว็บไซต์ ฯลฯ