

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และการเมืองในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของแต่ละประเทศ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีการประดิษฐ์ คิดค้นใหม่ ๆ (นวัตกรรม) ได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ICT (Information and Communication Technology) ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญซึ่งจะขาดไปไม่ได้ในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ SMEs ที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเป็นกลไกในการสร้างการเติบโตทางธุรกิจ แต่กระนั้นก็ยังมีความกังวลว่า SMEs อีกจำนวนมากที่ไม่เข้าใจและไม่รู้ว่าจะนำ ICT มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจได้อย่างไร การนำ ICT เข้ามาช่วยผู้ประกอบการ SMEs ต้องอาศัยภาครัฐที่จะเข้ามาช่วยให้ความรู้ด้วย ยิ่งในปีหน้าที่จะมีการเปิดเออีซีแล้ว SMEs ยิ่งต้องตื่นตัว ถ้าไม่ตื่นตัวนักธุรกิจจากประเทศอื่นอาจจะเข้ามาเจาะตลาดได้ ซึ่งประเทศไทยถือเป็นตลาดใหญ่ที่เพื่อนบ้านต้องการจะเข้ามาลงทุน และอาจจะมีความได้เปรียบในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้น ถ้า SMEs ไม่เตรียมตัวในการนำ ICT เข้ามาช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจแล้วก็อาจจะเสียโอกาสได้

ดร.อุตตม สาวนายน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) กล่าวในการเสวนา “SMEs จะปรับตัวอย่างไรในโลกยุค 4.0” ภายในงาน Smart SME EXPO 2016 ที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานีว่า ผู้ประกอบการ SMEs รายใดยังไม่รู้เท่าทันหรือยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้าขาย จำเป็นต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจให้สามารถค้าขายออนไลน์ให้ได้ นั่นเป็นเพราะในอนาคตมูลค่าการค้าขายโลกจะเพิ่มมากขึ้นเป็นอย่างมาก โดยคาดว่าจะภายในปี ค.ศ. 2025 หรือปี พ.ศ. 2568 ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ของโลกคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 70 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมูลค่าการค้าส่วนใหญ่เกิดจากการใช้แอปพลิเคชัน โดยเฉพาะการค้าขายผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet) สูงเป็นอันดับหนึ่งคือประมาณ 10.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือเครื่องมือเครื่องใช้ทางเทคโนโลยี (Automation of Knowledge work) มีมูลค่าประมาณ 6.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ เทคโนโลยีการเชื่อมต่อทุกอย่างเข้าด้วยกัน (The Internet of Things) มูลค่า 6.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และ Cloud Technology มูลค่า 6.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ข้อมูลจาก Base on Manyika et al. 2013) ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ต้องหันมาใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการค้าออนไลน์รองรับการเติบโตทางการค้าโลกในอนาคต

โดยผู้ประกอบการ SMEs ในตำบลชากไทยส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ และมีเกษตรกรทางเลือกบางส่วนได้นำแมลงมาเป็นตัวช่วยในการผสมเกสร ซึ่งในบรรดาแมลงมากมายหลายชนิดที่อยู่บนโลกนี้ “ผึ้ง” นับว่าเป็นแมลงที่นอกจากจะให้ประโยชน์เรื่องการช่วยผสมเกสรผลไม้แล้ว สิ่งที่ผึ้งผลิตขึ้นมายังมีคุณค่ากับมนุษย์มากมายอีกด้วย จากคำบอกเล่าของคุณอรุณ วิเศษฤทธิ์ และสมาชิกกลุ่มผู้เลี้ยงผึ้งตำบลชากไทยเล่าว่า เมื่อก่อนคุณอรุณ วิเศษฤทธิ์ ไม่มีความรู้เรื่องเลี้ยงผึ้งเลย แต่สมัยวัยรุ่นเป็นนักล่ารังผึ้งและตีผึ้งในป่า พออายุเยอะหน่อยมาคิดว่าทำอย่างไรถึงจะดูแลผึ้งได้บ้าง

อีกอย่างที่น่าสนใจก่อนปายังสมบูรณ์เหล่าแมลงและสัตว์มีมากมาย พอผลไม้ดอกก็มีแมลงคอยผสมเกสรให้ติดผล แต่ในปัจจุบันนี้ด้วยวงจรการผลิตที่ผิดเพี้ยนมีการเอายาฆ่าแมลงมาใช้ ซึ่งจริง ๆ มันใช้แค่การฆ่าศัตรูพืช แต่แมลงที่มีประโยชน์พลอยตายไปด้วย นี่จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่น่าฟังมาเลี้ยง ประกอบกับประสบปัญหาผลไม้ไม่ค่อยติดผลทั้งที่ออกดอกเต็มต้น ซึ่งอาจจะเกิดจากสภาพแวดล้อมถูกทำลายจากภัยธรรมชาติ ฝีมือมนุษย์ และการใช้สารเคมีที่ส่งผลให้แมลงที่มีอยู่ตามธรรมชาติปริมาณลดลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อชาวสวนผลไม้ที่ต้องอาศัยแมลงช่วยผสมเกสร นอกจากนี้เดิมคุณอรุณ วิเศษฤทธิ์ ไม่มีความรู้เรื่องเลี้ยงผึ้งเลยแม้จะทำทุกวิธีเพื่อผสมเกสร ติดบ้าง ไม่ติดบ้าง เสียเงินไปมาก เอายาฉีดเข้าช่วย ผลผลิตก็ออกมาไม่สวย กระทั่งวันหนึ่ง คุณอรุณ วิเศษฤทธิ์ ได้บังเอิญฟังรายการวิทยุและทราบว่าที่ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้งที่ 4 จังหวัดจันทบุรี ให้บริการยืมผึ้งมาผสมเกสรเงาะ จึงได้ชวนเพื่อนบ้านไปขอยืมผึ้งมาช่วยผสมเกสร ปรากฏว่าในปีนั้นเงาะติดผลดกมาก จึงติดต่อขอเข้ารับการอบรมการเลี้ยงผึ้งที่ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้งที่ 4 จังหวัดจันทบุรี หลังจากที่คุณอรุณ วิเศษฤทธิ์ ได้เข้ารับการอบรมการเลี้ยงผึ้งที่ศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์ผึ้งที่ 4 จังหวัดจันทบุรี ก็ได้กลับมาทดลองเลี้ยงจำนวน 10 ลัง ผลที่ได้เป็นที่น่าพอใจยิ่งขึ้น เนื่องจากผลไม้ติดผลมากและมีรายได้เสริมจากการเก็บเกี่ยวผลิตภัณฑ์จากผึ้งจำหน่าย ต่อมาชุมชนให้ความสนใจจึงจัดตั้งกลุ่มผู้เลี้ยงผึ้งศิษย์คุณอรุณขึ้น โดยมีเป้าหมาย คือเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรด้วยการใช้ผึ้งผสมเกสร ให้เขารังผึ้งและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผึ้ง ปัจจุบันกลุ่มผู้เลี้ยงผึ้งศิษย์คุณอรุณ ได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเป็น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำผึ้งเขาศิษย์คุณอรุณ โดยมีคุณอรุณ เพชรฤทธิ์ ปรากฏ์ชาวบ้าน เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกกลุ่ม 26 คน ผลิตสินค้า ได้แก่ น้ำผึ้ง (น้ำผึ้งศิษย์คุณอรุณ/ น้ำผึ้งจิ๋วหรือน้ำผึ้งชั้นโรง/น้ำผึ้งชม/น้ำผึ้งกระชายดำ) นมผึ้ง เกสรผึ้ง พรอพโพลิส สารปฏิชีวนะที่ดีที่สุดทางธรรมชาติ พลอโรลิส (PROPOLIS) สบู่ผึ้ง ยาท้องไส้ผึ้ง ลิบบาล์ม เป็นต้น

จากการสนับสนุนของภาครัฐ นโยบายทางเศรษฐกิจ และจุดเด่นของ SMEs ของกลุ่มผู้เลี้ยงผึ้งศิษย์คุณอรุณ ประกอบกับเป็นการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ให้รู้เท่าทันหรือสร้างประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้าขาย ซึ่งจำเป็นต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนการขายให้ได้เพื่อรองรับการค้าขายโลกที่จะปรับตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำผึ้งเขาศิษย์คุณอรุณ ให้มีความพร้อมสำหรับการขายในยุคใหม่ผู้วิจัยจึงได้นำองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี Augmented Reality ที่มีการนำมาประยุกต์ใช้ในแวดวงต่าง ๆ ทั้งเพื่อธุรกิจ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จนมาถึงด้านการศึกษา เนื่องจากจุดเด่นของเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) ที่เป็นการผสมผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) ที่แสดงผลภาพที่เห็นในจอภาพให้กลายเป็นวัตถุ 3 มิติสามารถปรากฏอยู่เหนือพื้นผิวจริง และพลิกโฉมหน้าให้สื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไปสู่ความตื่นเต็นเร้าใจแบบใหม่ การที่ภาพสินค้าลอยออกมาจากจอคอมพิวเตอร์จะเป็นการเปลี่ยนโฉมหน้าสื่อยุคใหม่ เหมือนกับเมื่อครั้งเกิดอินเทอร์เน็ตขึ้นในโลก หากเปรียบสื่อต่าง ๆ เสมือน “กล่อง” แล้ว AR คือ การก้าวออกมาสู่โลกใหม่ภายนอกที่สร้างความตื่นเต็นเร้าใจในรูปแบบ Interactive Media

โดยการพัฒนาเทคโนโลยีที่ผสมผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Reality) และความเสมือนจริง (Virtual) เข้าด้วยกันซึ่งผ่านซอฟต์แวร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น Webcam, Cloud Computing Social Media, Social Network และ Contents ต่าง ๆ ซึ่งภาพเสมือนจริงจะแสดงผ่านหน้าจคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์แสดงผลอื่น ๆ จะได้ภาพเสมือนจริงที่ปรากฏขึ้นมาจะมี

ปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับผู้รับชมได้ทันที อาจมีลักษณะทั้งที่เป็นภาพนิ่ง ภาพสามมิติ ภาพเคลื่อนไหว หรืออาจจะเป็นสื่อที่มีเสียงประกอบที่ได้รับความนิยม ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำผึ้งเขาคิชฌกูฏหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในรูปแบบการพัฒนาเทคโนโลยีที่ผสมผสานจึงสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค สร้างความน่าสนใจให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ และเป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่มาของการเลือกทำการวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้สื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อหาค่าประสิทธิภาพของสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริง กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงที่ได้รับการพัฒนา มาเพื่อ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ที่มีการตัดสินใจซื้อสินค้าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ โดยวิธีการสุ่มแบบสอบถามซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 100 ชุด ด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Accidental or Convenience Sampling) เนื่องจากอาจจะมีลูกค้าหลายกลุ่ม มีการสั่งซื้อหลายช่องทาง และการเข้าถึงลูกค้าบางกลุ่มอาจจะเป็นไปด้วยความลำบาก เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงที่ได้รับการพัฒนา มาเพื่อ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงทดลอง เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี กับกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 30 กลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงทดลอง โดยการวิจัยเชิงปริมาณมีตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ระดับการศึกษา วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งานสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ความถี่ในการเข้าใช้งานสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ที่ได้รับการพัฒนาประกอบด้วย 2 ด้านดังนี้

ส่วนที่ 1. ด้านการใช้งานสื่อ

- สื่อที่พัฒนามีความสวยงามและเข้าใจง่าย
- รูปภาพประกอบสอดคล้องกับสื่อ
- วิดีโอมีการบรรยายได้ชัดเจน
- เนื้อหากับเวลาที่ใช้ในการศึกษาสื่อมีความเหมาะสม
- สื่อที่พัฒนามานี้ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น
- สื่อที่พัฒนามานี้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

ส่วนที่ 2. ด้านการออกแบบสื่อ

- องค์ประกอบและการจัดวางหน้าจอมีความเหมาะสม
- สีสรรสวยงาม ภาพคมชัด
- สื่อแสดงวิธีการและขั้นตอนได้ชัดเจน
- โปรแกรมติดตั้งง่ายเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน
- สื่อที่พัฒนามานี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสินค้าอื่น ๆ ได้

ส่วนการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริง ได้สุ่มเลือกผู้มาทำการทดลอง จำนวน 30 คน โดยเลือกข้อความมาจำนวน 15 ข้อ

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2559 – มีนาคม 2561

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

Augmented Reality หมายถึง AR เป็นเทคโนโลยีที่ผสมโลกของความจริง (Real World) เข้ากับโลก เสมือน (Virtual World) โดยใช้วิธีซ้อนภาพสามมิติที่อยู่ในโลกเสมือน ไปอยู่บนภาพที่เห็นจริง ๆ ในโลกของ ความเป็นจริง ผ่านกล้องดิจิทัลของแท็บเล็ต สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์อื่น ๆ และให้ผลการแสดงภาพ ณ เวลาจริง (Real Time)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพัฒนาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านวิชาการ

กระบวนการวิจัยจากงานวิจัยนี้ทำให้เกิดได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำผึ้งศิษย์คุณ จังหวัดจันทบุรี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาคธุรกิจอย่างวิสาหกิจชุมชนที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ภาคราชการอย่างสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี

สถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนทั้งเชิงธุรกิจ และเชิงการศึกษาของนักศึกษา คณาจารย์ และนักวิจัยได้นำองค์ความรู้มาใช้กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และนำไปใช้กับการเรียนการสอนในรายวิชา 1032101 : นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา กลุ่ม 1 หน่วยกิต 3 (2-2-5)

2. ด้านนโยบาย

งานวิจัยที่ได้เป็นการส่งเสริมการสร้างศูนย์ที่ปรึกษา หรือ สำนักบริการวิชาการซึ่งเป็นหน่วยงานในมหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรที่เป็นแหล่งรวมความรู้ด้านศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนนโยบายเพื่อให้มหาวิทยาลัยการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และให้คำปรึกษาแก่ชุมชน

3. ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์

สื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงนี้เป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมใหม่เพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าของสินค้า สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร สามารถสร้างความเข้าใจและจะทำให้กระตุ้นยอดขาย จูงใจให้เกิดการซื้อขายจำนวนมากขึ้นในภาวะที่ตลาดมีการแข่งขันกันสูงช่วยชี้้นำให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างเกิดความน่าเชื่อถือหรือเพื่อสร้าง เจตคติ การรับรู้ การเรียนรู้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการเป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image) หรือการสร้างแบรนด์ที่ดีเกิดรายได้ที่แท้จริงต่อธุรกิจ และเกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

4. ด้านสังคมและชุมชน

ข้อมูลจากการวิจัย สามารถนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมในสินค้า SMEs อื่น ๆ ตลอดจนเป็นแนวทางการส่งเสริมให้ผู้บริโภคในหลายกลุ่มสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างกว้างขวาง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงด้วยตนเองได้ ทำให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี