

## บทที่ 1

### บทนำ

การศึกษาเรื่อง แผนการตลาดสำหรับเว็บไซต์ [www.thaibabyname.com](http://www.thaibabyname.com) ในครั้งนี้เป็นการศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดของเว็บไซต์ [www.thaibabyname.com](http://www.thaibabyname.com) ในระยะที่ผ่านมา เพื่อนำไปปรับปรุง และวางแผนการตลาดที่เหมาะสมในอนาคตต่อไป

#### หลักการและเหตุผล

การเติบโตอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยส่งผลให้ระบบการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ได้สรุปผลการสำรวจอัตราการแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet Subscriber) ในประเทศไทยจนถึงสิ้นปี 2548 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 8,300,000 ราย หรือประมาณร้อยละ 12.82 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งคิดเป็นการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 19.08% จากปี 2547 ซึ่งมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 6,970,000 รายหรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 10.86 ของประชากรทั้งหมด (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 1 ธันวาคม 2548) ในส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพทศาสตร์ จากสถิติของศูนย์รวมสถิติเว็บไทยและสารบัญเว็บไทย หรือ Truehits.net พบว่าเว็บไซต์ประเภทโทรศัพทศาสตร์ที่ใช้สถิติของ Truehits.net มีจำนวน 24 เว็บไซต์ เป็นเว็บไซต์โทรศัพทศาสตร์ที่ให้บริการข้อมูลโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจำนวน 14 เว็บไซต์ และเป็นเว็บไซต์โทรศัพทศาสตร์ที่ให้บริการในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 10 เว็บไซต์ ซึ่งภายในมีทั้งข้อมูลส่วนที่คิดค่าใช้จ่ายและไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยทั้ง 24 เว็บไซต์มีจำนวนผู้เข้าชมรวมเฉลี่ยประมาณวันละ 20,000 รายต่อวัน (ศูนย์รวมสถิติเว็บไทยและสารบัญเว็บไทย, 1 ธันวาคม 2548) และจากสารบัญเว็บไซต์ไทยในหมวดดูดวงและโทรศัพทศาสตร์ของเว็บไซต์ Sanook.com มีจำนวนเว็บไซต์ในหมวดหมู่นี้จำนวน 133 เว็บไซต์ (เว็บไซต์สนุกดอทคอม, 1 ธันวาคม 2548) ทั้งนี้ยังไม่นับรวมเว็บไซต์ที่ไม่ใช่เว็บไซต์โทรศัพทศาสตร์โดยตรงแต่มีส่วนหรือหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องอีกจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงความสนใจในศาสตร์แห่งการทำนายของคนไทย จากผลของการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในอนาคต และจากสถิติของ Truehits.net สามารถประมาณการได้ว่าความต้องการใช้บริการด้านโทรศัพทศาสตร์ของคนไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะมีเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตามถึงแม้แนวโน้มของลูกค้านในอนาคตที่เพิ่มสูงขึ้นจะบ่งบอกถึงโอกาสทางธุรกิจ แต่หากมีการกำหนดแผนทางการตลาดที่ผิดพลาด ขาดการวิเคราะห์และเข้าใจถึงปัจจัยและพฤติกรรมในการพิจารณาซื้อ หรือตัดสินใจซื้อของลูกค้าอย่าง

แท้จริง (วัชรพงษ์ ะไวทย์, 2543) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ และเกี่ยวเนื่องกับความเชื่อ เช่น บริการทางโหราศาสตร์นั้น ย่อมทำให้เว็บไซต์นั้นลึ้มเหลวได้โดยง่าย

เว็บไซต์ [www.thaibabynome.com](http://www.thaibabynome.com) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านโหราศาสตร์ในการตั้งชื่อและเปลี่ยนชื่อบุคคล หรือที่เรียกว่า “นามศาสตร์” เปิดให้บริการมาตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543 ในระยะเริ่มต้นเป็นลักษณะของเว็บไซต์ประเภทให้บริการข้อมูลโดยไม่คิดค่าบริการ (Information Website) จากนั้นเริ่มดำเนินการให้บริการตั้งชื่อและเปลี่ยนชื่อบุคคลมาตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน เว็บไซต์ [www.thaibabynome.com](http://www.thaibabynome.com) มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ในปี 2547 จำนวน 147,506 ราย และมีจำนวนครั้งที่เรียกดูหน้าเว็บแต่ละหน้า (Page view) รวม 2,109,826 ครั้ง (ศูนย์รวมสถิติเว็บไทยและสารบัญเว็บไทย, 1 มกราคม 2548) ซึ่งเว็บไซต์ดังกล่าวมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยประยุกต์ใช้การตลาดแบบดั้งเดิม ผสานกับการตลาดบนอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะสร้างโมเดลทางธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการในด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อให้กับผู้ที่สนใจให้ได้มากที่สุด จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารเว็บไซต์พบว่าเว็บไซต์ [www.thaibabynome.com](http://www.thaibabynome.com) ได้กำหนดตำแหน่งของเว็บไซต์ (Web Positioning) เป็นเว็บไซต์สำหรับการตั้งชื่อเด็กเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับชื่อเว็บไซต์ “ไทยเบบีเนม คอทคอม” (Thaibabynome.com) เน้นภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ที่เรียบง่าย คุสะอาดตา สีอ่อนอ่อนหวาน และกำหนดหมวดหมู่ในเว็บท่า (Portal Website) ให้อยู่ในหมวดของ “ครอบครัวและเด็ก” ซึ่งสื่อต่าง ๆ เช่นหนังสือรวมเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ ต่างนำเสนอเว็บไซต์ [www.thaibabynome.com](http://www.thaibabynome.com) แก่ผู้บริโภคในตำแหน่งของ “เว็บสำหรับการตั้งชื่อเด็ก” เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ดีปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อเกิดขึ้นมาเป็นคู่แข่งกันในตลาดมากขึ้น โดยพบว่าเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อจำนวน 13 เว็บไซต์ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อโดยเฉพาะจำนวน 8 เว็บไซต์ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เบื้องต้นโดยพิจารณาจากมาตรฐานเว็บไซต์ จำนวนผู้เข้าชม และจำนวนผู้ใช้บริการ พบว่าเว็บไซต์ที่ถือว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญมีอยู่จำนวน 5 เว็บไซต์ได้แก่ ไทยโฮลีนามคอทคอม (Thaiholynome.com) คำเลิศคอทคอม (Kumled.com) ฟอ์จูนเนมคอทคอม (Fortunenome.com) มงคลนามคอทคอม (Mongkolnam.com) และมหาหอดูดคอทคอม (Mahamodo.com) โดยทั้ง 5 เว็บไซต์ เน้นในเรื่องของความเชื่อด้านโหราศาสตร์ การเปลี่ยนโชคชะตาโดยการเปลี่ยนชื่อ หรือเปลี่ยนชื่อแล้วรวยเป็นเศรษฐี เป็นต้น อีกทั้งกำหนดหมวดหมู่ในเว็บท่า (Portal Website) ให้อยู่ในหมวดของ “ดวงและโหราศาสตร์” โดยตรง และในบางเว็บไซต์มีอัตราค่าบริการที่ถูกกว่า นอกจากปัญหาด้านคู่แข่งแล้วพบว่าในช่วง 2 ปีที่เปิดให้บริการ (14 มกราคม 2546 – 13 มกราคม 2548) เว็บไซต์ [www.thaibabynome.com](http://www.thaibabynome.com) มีอัตราการสั่งซื้อบริการในอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เข้าชม และ

อัตราการสั่งซื้อของกลุ่มแข่งขัน นอกจากนั้นยังมีอัตราการสั่งซื้อบริการแต่ยกเลิกคำสั่งซื้อ (ไม่ชำระค่าบริการ) สูงถึง 58.75% ของจำนวนผู้สั่งซื้อบริการทั้งหมด ซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของเว็บไซต์ในอนาคต การปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อกำหนดเป็นแผนการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขัน

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้เว็บไซต์

www.thaibabyname.com ต่อเว็บไซต์โหราศาสตร์ ความพึงพอใจ และปัญหาที่กลุ่มลูกค้าเดิม (ลูกค้าที่เคยสั่งซื้อบริการ) พบต่อส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และความต้องการในการใช้บริการจากเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของกลุ่มลูกค้าเดิม และกลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาแผนการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabyname.com เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันได้ในอนาคต

#### วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาแผนการตลาดที่เหมาะสมสำหรับเว็บไซต์ www.thaibabyname.com

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้เว็บไซต์โหราศาสตร์ ความพึงพอใจ และปัญหาที่กลุ่มลูกค้าเดิมพบต่อส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และความต้องการในการใช้บริการจากเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของกลุ่มลูกค้าเดิม และกลุ่มลูกค้ามุ่งหวัง
2. ได้แผนการตลาดที่เหมาะสมสำหรับเว็บไซต์ www.thaibabyname.com