

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)



* สุทธิ: เรียบเรียง

การที่สังคมโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคสมัยแห่งข้อมูลสารสนเทศ (Information Era) อันเนื่องมาจากการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) จึงมีความสำคัญต่อสังคมมนุษย์ในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางธุรกิจ ได้มีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าใหม่ของการติดต่อสื่อสารทางการค้าในรูปแบบใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญนอกจากจะอำนวยความสะดวกและรวดเร็วในการค้นหาข้อมูลข่าวสารแล้วยังช่วยเป็นสื่อกลางหรือช่องทางให้ผู้ขายกับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคสามารถติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Commerce

ความเจริญเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจก้าวเข้าสู่การเป็นระบบเศรษฐกิจแบบเพื่อคนทั้งโลก (Globalization) ประชาชนในสังคมโลกไม่ว่าจะอยู่ที่แห่งใด สามารถจะทำการสั่งซื้อสินค้าและบริการจากผู้ขายหรือผู้ผลิตที่อยู่ในที่ห่างไกลได้ ทำให้เกิดความมีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าที่มีอยู่หลากหลาย โดยไม่จำเป็นต้องผ่านพ่อค้าคนกลางเหมือนเช่นแต่เดิมในอดีต ลดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดจนทำให้การติดต่อซื้อขายสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและทันเวลา รวมทั้งเป็นการขยายช่องทางการค้าให้แพร่หลายยิ่งขึ้น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจ นับตั้งแต่โครงสร้างของธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค และระเบียบวิธีการปฏิบัติของภาครัฐ รวมถึงการกำหนดมาตรฐาน

* หัวหน้าภาควิชาบริหารอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : ม.ธ.บ. (การจัดการและบริหารองค์การ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ทางธุรกิจขึ้นใหม่ เพื่อรองรับความเจริญเติบโตดังกล่าว ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้แพร่ขยายตัวอย่างรวดเร็วในธุรกิจแขนงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการค้าเงินธุรกิจทางด้านการเงิน ธุรกิจประกันภัย ตลอดจนธุรกิจการขายปลีกและขายส่ง รวมถึงธุรกิจอุตสาหกรรมในเกือบทุกแขนง

คำนิยามและความหมาย

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Commerce โดยเรียกชื่อย่อว่า E-Commerce ได้มีการให้คำนิยามและความหมายกันทั่วไปอย่างกว้างขวางที่น่าสนใจ ได้แก่

“การทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยส่งข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางระบบเครือข่าย เช่น อินเทอร์เน็ต” หรือ

“การติดต่อ ซื้อ-ขาย หรือจะไม่มีการซื้อขาย แต่มีธุรกรรมอื่นๆ ผ่านทางระบบเครือข่ายบนอินเทอร์เน็ต หรือผ่านทางเครือข่ายเฉพาะ” หรือ

“การทำธุรกิจผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการประมวลผล การส่งผ่านข้อมูล เสียง และภาพ รวมถึงผลที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น การโฆษณา การเจรจาทางธุรกิจ การชำระบัญชี การทำนิติกรรมสัญญา การชำระภาษี” หรือ

“การทำธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยอาศัยมาตรฐานสากลที่ทุกคนยอมรับ”

กล่าวโดยสรุป พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หมายถึง การทำธุรกรรมทางธุรกิจ (Business Transaction) ในการซื้อขายสินค้าและบริการ ด้วยการส่งข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางระบบเครือข่าย เช่น อินเทอร์เน็ต จากผู้ซื้อและผู้ขายที่อยู่ในสถานที่ต่างกัน อันเป็นลักษณะการติดต่อสองทาง (Two-way Communication)

จากคำนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1. การดำเนินธุรกรรม (Business Transaction)
2. ข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data)
3. ระบบเครือข่าย (Network)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจ อันเนื่องมาจากวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization) ได้ทำนายไว้ว่า เมื่อเริ่มศตวรรษหน้าที่กำลังจะมาถึง การติดต่อธุรกิจผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีมูลค่าประมาณ 300 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขณะเดียวกันนายจอห์น สเตริน วูลฟ์ เอกอัคร-

ราชทูตสหรัฐอเมริกาประจำเอเปค (Asia Pacific Economic Cooperation Forum) กล่าวว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กจะสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ นอกจากนั้น บรรดาประเทศที่มีขนาดเล็กก็สามารถแข่งขันกับประเทศที่มีขนาดใหญ่กว่าได้ด้วยเช่นกัน” ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศแรก ที่ได้จัดให้มีการติดต่อซื้อขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยประมาณว่า พลเมืองของประเทศใช้ระบบนี้กว่า 65 ล้านครัวเรือน อาจกล่าวได้ว่าโลกของการค้าทุกวันนี้การซื้อขายสามารถแบ่งออกได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ การซื้อขายด้วยเงินสด (Cash) และการซื้อขายผ่านบัตรเครดิต (Credit Card) ซึ่งปัจจุบันได้วิวัฒนาการรูปแบบการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ (Web Site) ในรูปพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั่นเอง

ลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบการติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการ โดยผ่านวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. การติดต่อระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Customer)

หมายถึง การติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ขายซึ่งเป็นหน่วยงานธุรกิจกับผู้ซื้อซึ่งเป็น

ผู้บริโภคทั่วไป หรือที่เรียกว่า การขายปลีก (Retail) โดยเป็นลักษณะการขายตรงซึ่งมีรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับราคา วิธีการจัดส่งสินค้า คล้ายกับการขายแบบ Mail-Order ซึ่งมีความสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนการชำระเงินและระบบการรักษาความปลอดภัยในการสั่งซื้อสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า มีระบบติดตามตรวจสอบการสั่งซื้อว่าขณะนี้สินค้าได้มีการจัดส่งให้กับผู้รับหรือลูกค้าแล้วหรือไม่ หรืออยู่ในขั้นตอนใด

สำหรับลักษณะการจำแนกลูกค้าหรือผู้บริโภคอาจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ลูกค้าที่สั่งซื้อภายในประเทศ ซึ่งอาจมีการคิดภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Taxes) จากราคาสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้น
- 2) ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ โดยอาจไม่มีการคิดภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่จะทำการคิดภาษีศุลกากรของประเทศนั้นๆ ที่ลูกค้าอยู่แทน

2. การติดต่อระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business)

หมายถึง การติดต่อซื้อขายทางธุรกิจระหว่างผู้ขายซึ่งเป็นหน่วยงานธุรกิจเอกชนกับธุรกิจเอกชนด้วยกัน ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ หรือที่เรียกว่า การขายส่ง (Wholesales) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างคู่ค้าขาย หลังจากนั้นก็อาจพัฒนาเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

(Electronic Data Interchange หรือ EDI) ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยสามารถลดขั้นตอนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ผู้แทนขาย (Sales Person) จะเปลี่ยนแปลงบทบาทจากเดิมที่คอยแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ให้กับลูกค้ามาเป็นลักษณะของการบริหารกลุ่มลูกค้า และการให้บริการหลังการขาย (Service After Sales) แทน กระบวนการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มตั้งแต่การสั่งซื้อ การตรวจสอบคลังสินค้า การจัดส่งสินค้า การรับเงิน การจัดทำเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. การติดต่อระหว่างธุรกิจกับภาครัฐบาล (Business to Government)

หมายถึง การติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ขายซึ่งเป็นหน่วยงานธุรกิจกับผู้ซื้อซึ่งเป็นหน่วยงานของทางราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่างๆ ทั้งนี้โดยลดขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจที่ไม่ต้องกระทำผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายหรืองบประมาณ โดยมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลายรายที่แข่งขันกันในยุคเศรษฐกิจเสรีก่อให้เกิดความยุติธรรมในการค้า อันเป็นผลดีแก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

จากเอกสารการสัมมนาของสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2541 เรื่องเปิดยุทธศาสตร์ไอที เปิดเผยว่าปัจจุบันมีผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตจำนวน 1.6 ล้านคน (2.5%) โดยเป็นสมาชิก 4-5 แสนคน คิดเป็นสัดส่วนจำนวนสมาชิกต่อจำนวนผู้ใช้ 1:4 ที่หน่วยงาน ISP จำนวน 15 ราย (บริการจริง 7 ราย เฉพาะในเขต)

เป็นที่คาดกันว่าในปี ค.ศ. 2000 นี้ จะมีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในประเทศต่างๆ ทั่วโลกจำนวน 300 ล้านเครื่อง (ในประเทศไทยจะมีประมาณ 1.9 ล้านเครื่อง) นอกจากนั้นมีเว็บไซต์ (Web Site) ที่ปรากฏอยู่บนจอคอมพิวเตอร์ ขณะนี้จำนวน 320 ล้านเว็บไซต์ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจในยุคสมัยแห่งโลกาภิวัตน์ (Globalization)

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในการติดต่อทางธุรกิจโดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็นหลายประเภท ที่สำคัญมีดังนี้

1. การแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange หรือ EDI)

รูปแบบการที่ผู้ซื้อป้อนข้อมูลสั่งสินค้าเพียงครั้งเดียวโดยทางคอมพิวเตอร์ซึ่งมีการเชื่อมต่อเครือข่ายกับผู้ขาย เมื่อคอมพิวเตอร์ของผู้ขายได้รับข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าดังกล่าวแล้วก็จะดำเนินการที่เกี่ยวข้องต่อไปโดยอัตโนมัติ เช่น ส่งข้อมูลการสั่งซื้อไปตรวจสอบกับปริมาณสินค้าที่มีอยู่ในสต็อกที่ๆ กำหนดไว้ ขณะเดียวกัน ก็ทำใบส่งสินค้าส่งกลับไปให้ลูกค้า หากเป็นกรณีการติดต่อ

ซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศ ก็จะส่งข้อมูลดังกล่าวให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมศุลกากร ธนาคาร บริษัทรับ-ส่งสินค้า บริษัทประกันภัย เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะของการติดต่อข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยมีรูปแบบการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน และส่วนใหญ่จะผ่านทางเครือข่ายเฉพาะ (Private Network) และมีมาตรฐานที่เรียกว่า EDIFACT

กล่าวโดยสรุป การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นความสามารถในการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศ เช่น คำสั่งซื้อสินค้า เอกสารติดต่อซื้อขายทางธุรกิจ จากเครื่องคอมพิวเตอร์หนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่งโดยผ่านระบบเครือข่ายการสื่อสาร เป้าหมายสำคัญคือ การกำจัดความซ้ำซ้อนด้านเอกสารทำงาน และความล่าช้าในกระบวนการทางธุรกิจ ระบบดังกล่าวจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับการใช้จะต้องมีความตกลงร่วมกันเกี่ยวกับมาตรฐานและข้อกำหนดการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศซึ่งมาตรฐานอันดับหนึ่งคือ X400 Protocol ที่ได้รับการออกแบบให้ดำเนินงานบนระบบสถาปัตยกรรมเครือข่าย ที่พัฒนาขึ้นโดยสำนักงานมาตรฐานระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization หรือ ISO)

แนวทางการพัฒนารูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

1. ทำให้เป็นธุรกรรมทางการค้าที่ไม่ใช้กระดาษ (Paperless) อันเป็นการลดความสิ้นเปลืองจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และลดความซ้ำซ้อนในงานด้านเอกสาร

2. ก่อให้เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถทำธุรกรรมได้อย่างกว้างขวางทั่วโลก ไร้ขอบเขตหรือข้อจำกัดต่างๆ โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหรือสำนักงานตัวกลางทางธุรกิจ

3. เพิ่มปริมาณการติดต่อประสานงานในหน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน ทั้งจำนวนผู้ใช้บริการ และลักษณะของการใช้งาน

4. มีมาตรฐานหลายภาษา (Multilingual Standard) เพื่อความสะดวกในด้านการใช้งานภายในของแต่ละประเทศ ระหว่างหน่วยธุรกิจกับธุรกิจ หน่วยธุรกิจกับลูกค้า และหน่วยธุรกิจกับภาครัฐบาล

5. เกิดการขยายตัวในทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

6. การติดต่อซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash)

2. การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Fund Transfer หรือ EFT)

การติดต่อกิจกรรมทางธุรกิจ โดยมีธนาคารเป็นตัวกลางเพื่อทำหน้าที่โอนเงินระหว่างกัน โดยผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ กล่าวคือเป็นการโอนจากการดำเนินธุรกรรมระหว่างบุคคลหรือหน่วยงานทางธุรกิจ เช่น การใช้เครื่องรับฝากและถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine หรือ ATM) ผ่านทางระบบเครือข่ายการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคม ในอนาคตเมื่อมีการเชื่อมต่อกันอย่างสมบูรณ์แล้ว การติดต่อธุรกรรมใดๆ จะกระทำผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยไม่ต้องใช้เงินสดหรือตัวแลกเงินเหมือนเช่นปัจจุบัน นอกจากนี้ยังรวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการเงินซึ่งเป็นความร่วมมือของสถาบันทางการเงิน (Consortium of Financial Institution) ที่สร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทำให้เพิ่มขนาดของมูลค่าการดำเนินธุรกิจ ความสะดวกรวดเร็ว และความปลอดภัยยิ่งขึ้น หน่วยงานที่ร่วมกัน เช่น CHIPS Clearing House Interbank Payment System) และ SWIFT (Society for Worldwide International Financial Telecommunication)

วงจรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วงจรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (The Cycle of Electronic Commerce) เริ่มจากการที่

ลูกค้า (Customer) ได้มีการติดต่อ ได้รับข่าวสารทางธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ Online Ads) โดยทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ (Online Orders) ที่ติดต่อเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ๆ อยู่ห่างกัน ซึ่งเป็นการติดต่อในลักษณะสองทาง (Two-Way Communication) หรือการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูล (Access) จาก Website โดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีการเชื่อมโยงกันทั่วโลก เมื่อผู้ขายได้รับใบสั่งซื้อจากรูปแบบที่เป็นมาตรฐาน (Standard Orders) แล้วก็จะทำการส่งสินค้า (Distribution) ด้วยวิธีการต่างๆ ถ้าเป็นสินค้าประเภท Soft Goods ก็สามารถส่งทางระบบออนไลน์ได้ แต่ถ้าเป็นประเภท Hard Goods หรือสิ่งของ ก็จะดำเนินการจัดส่ง (Delivery) ให้กับลูกค้าในภายหลัง สำหรับวงจรรอบ เป็นลักษณะของการติดต่อแบบสองทางระหว่างลูกค้ากับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการสนับสนุน การตัดสินใจ และมีการติดตามผลของกระบวนการขายทางธุรกิจที่เกิดขึ้น (Follow-on Sales) จนกระทั่งการทำธุรกรรมครบถ้วนสมบูรณ์

องค์ประกอบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. การเปรียบเทียบธุรกิจทั่วไปกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในการดำเนินธุรกิจซื้อขายสินค้าหรือบริการแต่เดิม ซึ่งจะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อน กระบวนการทางธุรกิจเริ่มตั้งแต่ฝ่ายผู้ซื้อหรือลูกค้า (Customer) ทำการสำรวจหรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการผ่านทางสื่อต่างๆ เท่าที่มีอยู่ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณา นิตยสาร วารสารทางการค้า เมื่อพบสินค้าตามที่ต้องการแล้ว ก็จะตรวจสอบราคา และออกแบบฟอร์มหรือเอกสารยืนยันที่เรียกว่า ใบสั่งซื้อ (Order) สินค้าส่งไปยังผู้ผลิตหรือผู้ขาย (Seller) หลังจากนั้นก็รอรับคำยืนยันการตอบรับจากผู้ขาย และการส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องทางการเงินเพื่อแสดงการชำระเงินส่งไปให้กับผู้ขายเมื่อได้รับสินค้านั้น

สำหรับทางฝ่ายผู้ขายภายหลังที่ได้รับใบสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว ก็จะต้องทำการตรวจสอบว่ามีสินค้าอยู่ในสต็อกหรือไม่ พร้อมกับแจ้งตอบรับใบสั่งซื้อสินค้าและยืนยันราคากลับไปยังผู้ซื้อ ก่อนที่จะทำตารางการจัดส่งสินค้าเพื่อส่งมอบให้กับผู้ซื้อหรือลูกค้าต่อไป หากเป็นการติดต่อซื้อขายระหว่างประเทศก็จะมีกิจกรรมต่างๆ ที่

เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น เช่น การจัดการด้านภาษีอากร การโอนเงิน การส่งสินค้า และรวมถึงการประกันภัยเพื่อลดความเสี่ยงในการขนส่งสินค้าอีกด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าธุรกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน อันเป็นการสิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่าย นอกจากนั้น ยังอาจก่อให้เกิดความผิดพลาดขึ้นได้ และก่อให้เกิดผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจติดตามมา

การดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะสามารถทำให้การติดต่อซื้อขายสินค้าเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีความถูกต้องมากกว่าแต่ก่อน กล่าวคือ เป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า การใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ติดต่อค้าขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งอยู่ในสถานที่ต่างกัน เริ่มตั้งแต่การติดต่อสั่งซื้อสินค้าจนกระทั่งการรับ-ส่งสินค้า และจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร ซึ่งทั้งหมดจะมีลักษณะเป็นกระบวนการทางธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งทำให้การติดต่อทางธุรกิจขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 : การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ลูกค้า (Customer)

ขั้นตอน	ธุรกิจแบบดั้งเดิม	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
1. ค้นหาข้อมูลสินค้า	• สื่อประเภทต่างๆ (แผ่นพับ, วารสาร, แคตตาล็อก)	– Web Pages
2. การสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและราคา	• โทรศัพท์, โทรสาร, การติดต่อ ณ จุดขาย	– E-Mail
3. การสั่งซื้อสินค้า	• โทรศัพท์, โทรสาร, ไปรษณีย์, จุดขาย	– E-Mail, EDI
4. รายละเอียดการสั่งซื้อ		– E-Mail, Web pages

- | | | |
|-------------------------------|------------------------------|----------|
| 5. การยื่นขึ้นคำสั่งซื้อ | • เอกสาร | – E-Mail |
| 6. การตอบรับเมื่อได้รับสินค้า | • โทรศัพท์, โทรสาร, ไปรษณีย์ | – E-Mail |
| 7. การชำระเงิน | • ไปรษณีย์, ชำระเองโดยตรง | |

ผู้ขาย (Seller)

ขั้นตอน	ธุรกิจแบบดั้งเดิม	E-Commerce
1. การโฆษณาสินค้า	• สื่อประเภทต่างๆ (ทีวี, วิทยุ, แผ่นพับวารสารธุรกิจ, งานแสดงสินค้า)	– Web Pages
2. การให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า	• โทรศัพท์, โทรสาร, ไปรษณีย์, จดขาย	– E-Mail
3. ยื่นขึ้นคำสั่งซื้อ	• โทรศัพท์, โทรสาร, ไปรษณีย์, เอกสาร	– E-Mail
4. ตรวจสอบสินค้า	• รายงาน, เอกสาร	– Online, Database
5. จัดส่งสินค้า	• ไปรษณีย์, หนาคัด, ณ จุดขายพนักงานเก็บเงิน	– E-Mail
6. รับชำระเงิน	• ไปรษณีย์, หนาคัด, ณ จุดขาย, พนักงานเก็บเงิน	– EFT, EDI

ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ทำให้การติดต่อซื้อขายสินค้านี้ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายกระทำได้สะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอนให้สั้นลง นับตั้งแต่การสั่งซื้อจนกระทั่งได้รับสินค้า

2. ใช้เป็นสื่อกลางในการดำเนินธุรกิจที่ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถทำการติดต่อซื้อขายหรือทำธุรกรรมได้โดยตรง ไม่ต้องกระทำความผ่านพ่อค้าคนกลาง (Middle Man)

3. ลดภาระด้านเอกสารให้น้อยลง ทำให้การติดต่อซื้อขายสินค้านี้มีความถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. ช่วยให้การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาหรือการส่งเสริมการขาย ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

5. สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถก้าวเข้าสู่การแข่งขันทางธุรกิจได้เท่าเทียมกับธุรกิจขนาดใหญ่

6. ก่อให้เกิดรูปแบบธุรกิจที่แปลกและใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลาในโลกธุรกิจ

7. ผู้บริโภคสามารถทำการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตที่มีอยู่หลากหลาย ทำให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการ

ในการดำเนินธุรกิจซื้อขายสินค้าหรือบริการแต่เดิม ซึ่งจะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อน กระบวนการทางธุรกิจเริ่มตั้งแต่ฝ่ายผู้ซื้อหรือลูกค้า (Customer) ทำการสำรวจหรือค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการผ่านทางสื่อต่างๆ เท่าที่มีอยู่ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณา นิตยสาร วารสารทางการค้า เมื่อพบสินค้าตามที่ต้องการแล้ว ก็จะตรวจสอบราคา และออกแบบฟอร์มหรือเอกสารยืนยันที่เรียกว่า ใบสั่งซื้อ (Order) สินค้าส่งไปยังผู้ผลิตหรือผู้ขาย (Seller) หลังจากนั้นก็รอรับคำยืนยันการตอบรับจากผู้ขาย และการส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องทางการเงินเพื่อแสดงการชำระเงินส่งไปให้กับผู้ขายเมื่อได้รับสินค้านั้น

สำหรับทางฝ่ายผู้ขายภายหลังที่ได้รับใบสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว ก็จะต้องทำการตรวจสอบว่ามีสินค้าอยู่ในสต็อกหรือไม่ พร้อมกับแจ้งตอบรับใบสั่งซื้อสินค้าและยืนยันราคากลับไปยังผู้ซื้อ ก่อนที่จะทำตารางการจัดส่งสินค้าเพื่อส่งมอบให้กับผู้ซื้อหรือลูกค้าต่อไป หากเป็นการติดต่อซื้อขายระหว่างประเทศก็จะมีกิจกรรมต่างๆ ที่

เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น เช่น การจัดการด้านภาษีอากร การโอนเงิน การส่งสินค้า และรวมถึงการประกันภัยเพื่อลดความเสี่ยงในการขนส่งสินค้าอีกด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าธุรกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน อันเป็นการสิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่าย นอกจากนั้น ยังอาจก่อให้เกิดความผิดพลาดขึ้นได้ และก่อให้เกิดผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจติดตามมา

การดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะสามารถทำให้การติดต่อซื้อขายสินค้าเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีความถูกต้องมากกว่าแต่ก่อน กล่าวคือ เป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า การใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ติดต่อค้าขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งอยู่ในสถานที่ต่างกัน เริ่มตั้งแต่การติดต่อสั่งซื้อสินค้าจนกระทั่งการรับ-ส่งสินค้า และจ่ายเงินผ่านบัญชีธนาคาร ซึ่งทั้งหมดจะมีลักษณะเป็นกระบวนการทางธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งทำให้การติดต่อทางธุรกิจขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 : การเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ลูกค้า (Customer)

ขั้นตอน	ธุรกิจแบบดั้งเดิม	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
1. ค้นหาข้อมูลสินค้า	• สื่อประเภทต่างๆ (แผ่นพับ, วารสาร, แคตตาล็อก)	– Web Pages
2. การสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและราคา	• โทรศัพท์, โทรสาร, การติดต่อ ณ จุดขาย	– E-Mail
3. การสั่งซื้อสินค้า	• โทรศัพท์, โทรสาร, ไปรษณีย์, จุดขาย	– E-Mail, EDI
4. รายละเอียดการสั่งซื้อ		– E-Mail, Web pages

บทบาทของประเทศไทยเกี่ยวกับ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

“อี-คอมเมิร์ซ” นับเป็นเรื่องใหม่ที่เข้ามามีบทบาท และเป็นที่รู้จักของประเทศไทยเมื่อไม่นานมานี้ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากความตื่นตัวและความเคลื่อนไหวของประเทศไทยที่พัฒนา ในอันที่จะผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนารูปแบบใหม่ของการติดต่อซื้อขายสินค้าระหว่างกัน โดยอาศัยความเจริญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งยังผลให้ประเทศไทยต้องปรับตัวรองรับกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2541 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบตอนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อดำเนินการปฏิรูปกฎหมายเทคโนโลยีให้ทันสมัย โดยผ่านร่างกฎหมาย จำนวน 6 ฉบับ ได้แก่

1. กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Law) เป็นกฎหมายคุ้มครองสิทธิ และป้องกันการคุกคามจากบุคคลอื่นในการนำเอาข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ โดยที่เจ้าตัวไม่พึงปรารถนา

2. กฎหมายคุ้มครองอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Related Crime) เป็นกฎหมายที่ว่าด้วยเรื่องการปกป้องสังคมต่อการกระทำของอาชญากรรมรูปแบบใหม่ที่กระทำต่อข้อมูล หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูล ซึ่งปัจจุบันถือว่าข้อมูลเป็นทรัพย์สินที่มีค่ามหาศาล

3. กฎหมายแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange หรือ EDI) การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างระบบคอมพิวเตอร์ระหว่างองค์การ โดยใช้มาตรฐานเดียวกันทั้งรูปแบบและโครงสร้างของข้อมูลที่จะส่งถึงกัน กฎหมายดังกล่าวเอื้ออำนวยให้การทำนิติกรรมสัญญาสามารถกระทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ตามกฎหมาย

4. กฎหมายลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature Law) เป็นการปกป้องความเสี่ยง และทำให้เกิดความปลอดภัยในการลงลายเซ็นต่ออิเล็กทรอนิกส์

5. กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Funds Transfer Law) เป็นการกำหนดหลักเกณฑ์การทำธุรกรรมด้านการเงิน การธนาคารให้เกิดความคล่องตัว ปลอดภัยบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้บริโภคได้รับความคุ้มครอง

6. กฎหมายลำดับรองตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 78 ที่ว่าด้วยเรื่องกฎหมาย ส่งผลให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้เท่าเทียมกัน เช่น กฎหมายโทรคมนาคม (Telecommunications Law) มุ่งวางกลไกในการเปิดเสรี เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม และประชาชนสามารถเข้าถึงบริการโทรคมนาคมได้อย่างทั่วถึง กฎหมายเกี่ยวเนื่องกับอินเทอร์เน็ต และกฎหมายอื่นๆ

ถึงแม้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นเรื่องใหม่ และถูกมองว่าเป็นเรื่องที่มีความยุ่งยากซับซ้อน จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้และทำความเข้าใจเป็นอย่างมากก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศไทยได้มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่บ้างในรูปของการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ แต่ก็ยังนับว่าไม่แพร่หลายเท่าที่ควร แม้จะยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นแนวทางการค้ารูปแบบใหม่ที่กำลังจะเกิดขึ้นทั่วโลกก็ตาม

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลหรือหน่วยงานหลายฝ่าย ปัจจัยสำคัญที่ควรพิจารณาในการแก้ไขปัญหาลักษณะต่าง ๆ ได้แก่

1. นโยบายของรัฐบาลควรกระตุ้นให้หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกแห่งการแข่งขันทางธุรกิจรูปแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้น

2. การลงทุนเพื่อให้เกิดความพร้อมเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารโทรคมนาคม เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการติดต่อสื่อสารให้ขยายขอบเขตกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

3. การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัย และสอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

4. เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจ มีทักษะและประสบการณ์ ตลอดจนการผลิตทรัพยากรบุคคลทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเพียงพอ

5. สนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันการเงินให้เป็นหน่วยงานกลางในการดำเนินธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และรับประกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

สรุป

การดำเนินธุรกิจโดยผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ได้เข้ามามีบทบาทในวงการธุรกิจของประเทศไทยในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา และเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ โดยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าใหม่ของการดำเนินธุรกิจในทุกสาขา ทำให้ธุรกิจต่างๆ ที่มีธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้รับความสนใจจากลูกค้าอย่างแพร่หลายและมีขอบเขตกว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเป็นการสร้างโอกาสใหม่ of ธุรกิจ เป็นสื่อกลางการติดต่อซื้อขายสินค้าที่มีความสะดวกรวดเร็ว ลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายทั้งด้านการขายและการโฆษณา อย่างไรก็ตาม พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีโอกาสเจริญเติบโตได้รวดเร็วมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับนโยบายการให้ความ

สนับสนุนจากภาครัฐและความร่วมมือของภาค
ธุรกิจเอกชน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทาง
เดียวกัน รวมถึงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน
ทางโทรคมนาคมและการกำหนดมาตรฐานต่างๆ

รวมทั้งข้อกำหนดเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อ
การเข้าถึงโลกธุรกิจของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
อย่างแท้จริง ♦♦

บรรณานุกรม

- เชษฐา อดมวงศ์. “คุณพร้อมหรือยังสำหรับ Electronic Commerce”
 บิซิเนสคอมพิวเตอร์แมกะซีน. 10, 116. ตุลาคม 2541, หน้า 123-125.
- “โลกของอิเล็กทรอนิกส์คอมเมอร์ซ” กรุงเทพธุรกิจ. 15 ตุลาคม 2541, หน้า 7
- ศรินทร์ มณฑาตุผลิน. “สู่เส้นทางอีคอมเมอร์ซ ตอน 2” บิซิเนสคอมพิวเตอร์แมกะซีน.
 10, 117. พฤศจิกายน 2541, หน้า 108-111
- ศุภชัย สุขะนินทร์. “ทางลัดทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพธุรกิจ 11 พฤศจิกายน
 2541, หน้า 7.
- สุภาวดี จรุงธรรมโชติ. “อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมอร์ซ โอกาสธุรกิจที่ยังต้องรอกฎหมาย”
 บิซิเนสคอมพิวเตอร์แมกะซีน. 10, 115. กันยายน 2541, หน้า 107-111.
- อริศรา ศิริศานต์. “เปิดประตูสู่โลกอีคอมเมอร์ซ” บิซิเนสคอมพิวเตอร์แมกะซีน. 10,
 118. ธันวาคม 2541, หน้า 172-174.