



การบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ RISK MANAGEMENT IN ELECTRONIC COMMERCE

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 24 สิงหาคม 2562

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 10 พฤศจิกายน 2562

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 14 ธันวาคม 2562

กฤษนิล เกียรติธนศักดิ์*

Krissanin Keattanasak

บทคัดย่อ

บทความนี้ให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ เพราะความนิยมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเทคโนโลยีที่พัฒนาแบบก้าวกระโดด รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ส่งผลให้ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตไปด้วย ทั้งจำนวนผู้ซื้อและผู้ขายที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการโดยผ่านช่องทางออนไลน์หรือที่เรียกว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เป็นการลดช่องว่างและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน โดยสามารถขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ทำให้บริษัทขนาดเล็กมีโอกาสเติบโตสามารถแข่งขันกับบริษัทขนาดใหญ่ได้ นับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ที่จะพัฒนาธุรกิจหรือขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ย่อมมาจากปัจจัยหลายประการ โดยปัจจัยที่สำคัญมากประการหนึ่งคือ การบริหารจัดการความเสี่ยง เพราะการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีความเสี่ยงเหมือนกับการประกอบธุรกิจอื่น ๆ และมีความเสี่ยงบางประการที่แตกต่างกันที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมตัวรับมือ ความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีทั้งความเสี่ยงที่มีอยู่เดิม เช่น ความเสี่ยงในการกำหนดแผนกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน เป็นต้น และมีความเสี่ยงประเภทที่อาจเกิดขึ้นใหม่กับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ความเสี่ยงด้านความมั่นคงปลอดภัยออนไลน์ ความน่าเชื่อถือของระบบ ความเป็นส่วนตัว หรือความเสี่ยงในกฎหมายและกฎระเบียบที่ควบคุม ภาระภาษี และเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง ความเสี่ยงที่ยกตัวอย่างเหล่านี้ล้วนเป็นข้อเสียกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี e-Mail: i_am_nhue@hotmail.com



การบริหารความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงลง และมีโอกาสในการแข่งขันหรือการทำการค้าเหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจได้

คำสำคัญ: ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การบริหารจัดการความเสี่ยง, ผู้ประกอบการ

ABSTRACT

All of this information describes risk business management for e-commerce business traders. At present, e-commerce business has more popular because of high technology and consumer behavior. Moreover, traders have encouraged their businesses through online investing. E-commerce has reduced a business gap but increases business competition. It might be said that e-commerce has expanded the business market both domestic market and the international market. It can publicize the products to be known by target groups. Furthermore, e-commerce provides high potential for small businesses to compete with large companies. It also has the opportunity for both small and large entrepreneurs to develop their business or expand their customer base overseas.

There are many factors of business success. The essential key to business success is risk management. E-commerce risk consists of risk on the strategic plan, operational risk, and financial risk's on. New types of risk that may occur with e-commerce businesses such as online security risks, system reliability, privacy, or risks in law and rules that govern the tax burden and technology changes. All of these risks are disadvantages to the entire e-commerce business.

The efficiency of risk management is an important key to reduce business risk. It has to bring a chance of competition or more profitability than business competitors.

Keywords: electronic commerce, risk management, entrepreneurs.

บทนำ

รูปแบบการทำธุรกิจในปัจจุบันมีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุคของเทคโนโลยีที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดและการดำรงชีวิตของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ความนิยมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ จากสถิติมูลค่าพาณิชย์



อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน โดยเก็บสถิติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2562 มีการเติบโต 8-10% ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่าในปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนเพียง 9.3 ล้านคน แต่ในปัจจุบันมีคนใช้มากถึง 45 ล้านคน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ออนไลน์, 2562) สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา รวมถึงการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทำให้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตไปด้วยทั้งจำนวนผู้ซื้อและผู้ขาย ในกลุ่มของผู้ประกอบการนั้นสามารถเพิ่มช่องทางการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการโดยผ่านช่องทางออนไลน์หรือที่เรียกว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เพื่อลดช่องว่างและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่ยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ ซึ่งช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการและสามารถขยายช่องทางการตลาดให้กว้างขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กมีโอกาสเติบโตเทียบเท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่

เมื่อกล่าวถึงธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หลายคนอาจจะนึกถึงการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตแต่ในความเป็นจริงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีอีกหลายแง่มุม ในอดีตนั้นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีจุดเริ่มต้นมาจากการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการและมีการโอนเงินผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ต่อมามีการพัฒนามากขึ้นจนสามารถใช้ซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าได้ทุกรูปแบบ การที่อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งซื้อขายสินค้าสำหรับบุคคลทั่วไป ทำให้มุมมองของผู้ประกอบการต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงไปด้วย ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตโดยการเข้ามาสู่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างจริงจัง (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552) จากสถิติแนวโน้มการซื้อขายและบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทยพบว่า ตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี พ.ศ. 2560 มีมูลค่าถึง 2.7 ล้านล้านบาท มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดเฉลี่ยถึงร้อยละ 17 ต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2560 ขยายตัวสูงที่สุดในภาคการค้า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนอกจากจะทำให้การแข่งขันในตลาดเข้มข้นขึ้นแล้ว ยังเพิ่มประสิทธิภาพให้ผู้ประกอบการผ่านการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า การขยายฐานลูกค้า ลดต้นทุนการดำเนินงาน ตลอดจนสื่อสารกับลูกค้าได้รวดเร็วและตรงกลุ่มผู้ซื้อมากขึ้น ภายใต้บริบทใหม่ทางการค้าแบบดั้งเดิม จึงมีทั้งความสนใจและความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (การปรับตัวของธุรกิจไทยในยุค e-Commerce, ออนไลน์, 2562) ยังมีคนเข้าใจผิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องง่าย ไม่ซับซ้อน ซื้อมาขายไปเท่านั้น แต่ความเป็นจริงแล้วธุรกิจรูปแบบนี้มีปัจจัยเสี่ยงหลายเรื่องที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมตัวรับมือ บางเรื่องเกี่ยวกับการทำธุรกรรม บางเรื่องเกี่ยวกับวิธีการขาย และแน่นอนว่าเรื่องของเทคโนโลยีเป็นอีกเรื่องหนึ่ง



ที่ต้องให้ความสำคัญ ผู้ประกอบการจึงต้องมีวิธีบริหารความเสี่ยงสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังเติบโตแบบก้าวกระโดด เพื่อรักษาความต่อเนื่องของธุรกิจให้มีเสถียรภาพและพัฒนาให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาจากปัจจัยหลายประการ โดยสิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ การบริหารจัดการความเสี่ยง เพราะการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีความเสี่ยงเหมือนกับธุรกิจรูปแบบอื่นและมีบางประการที่แตกต่างกัน ความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีทั้งความเสี่ยงปกติในการประกอบธุรกิจทั่วไป เช่น ความเสี่ยงในการกำหนดแผนกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใหม่ เช่น ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลง ความเสี่ยงในกฎหมายและกฎระเบียบที่ควบคุม ความเสี่ยงในภาระภาษี ความเสี่ยงด้านข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ความเสี่ยงด้านทรัพย์สินทางปัญญาไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ โลโก้ คลิปวิดีโอ เพราะฉะนั้นการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจลงได้ ทำให้มีโอกาสในการแข่งขันหรือทำกำไรเหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจและเติบโตในธุรกิจที่มีความเสี่ยงและการแข่งขันสูงได้

วัตถุประสงค์ของการบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. เพื่อพัฒนาคุณภาพธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce หรือ e-commerce) หมายถึง การติดต่อหรือทำธุรกรรมด้านต่าง ๆ ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เป็นการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีจุดประสงค์หลักเพื่อลดค่าใช้จ่ายที่เป็นเหตุทำให้องค์กรมีรายได้ลดลง ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้ง ตัวอาคารที่ใช้ในประกอบธุรกิจ โกดังที่ใช้เก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมไปถึงตัวบุคคล เช่น พนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะถูกลดบทบาทในการทำหน้าที่ลงเมื่อใช้ระบบออนไลน์เข้ามาเป็นตัวช่วยในการดำเนินธุรกิจ ทั้งยังช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทางไปซื้อสินค้าหรือบริการอีกด้วย (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2547) ทั้งนี้ กิจกรรมทางธุรกิจมี 4 ประเภทคือ



1. ธุรกิจกับธุรกิจ (business to business: B2B) หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกันหรือต่างระดับกันก็ได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก เป็นต้น การทำธุรกิจนี้มีการซื้อขายสินค้าจำนวนมาก รวมถึงมูลค่าของสินค้าจึงสูงตามไปด้วย

2. ธุรกิจกับผู้บริโภค (business to consumer: B2C) หมายถึง การค้าระหว่างผู้ค้าหรือผู้ประกอบการกับผู้บริโภค เป็นการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่รวมการขายส่งและการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การขายหนังสือ ขายวิดีโอ ขายเครื่องประดับ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ การจองตั๋วเครื่องบิน การซื้อขายหุ้น และธนาคารออนไลน์

3. ธุรกิจกับรัฐบาล (business to government: B2G) หมายถึง การประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ เช่น การจัดจ้างของภาครัฐหรือที่เรียกว่า e-Government Procurement เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังมีการประมูลออนไลน์ การจดทะเบียนการค้า และการนำสินค้าเข้าออกโดยใช้ฮาร์ดแวร์ผ่านกรมศุลกากร

4. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (consumer to consumer: C2C) หมายถึง การประกอบธุรกิจระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค อาจเพื่อการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรืออาจแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง หรือการประมูลสินค้า หรือการขายของมือสอง (การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ออนไลน์, 2558)

ขั้นตอนการบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยง (risk management) หมายถึง กระบวนการในการระบุและประเมินความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ยอมรับได้ ป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายต่อกำไร หากมีการบริหารความเสี่ยงที่ดีสามารถสร้างโอกาสในการเพิ่มผลตอบแทนที่เพียงพอกับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ การบริหารความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ทุกธุรกิจในปัจจุบันให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เห็นได้จากหลายบริษัทให้ความสำคัญในด้านการบริหารความเสี่ยงมากยิ่งขึ้น เพราะเมื่อธุรกิจลงทุนในสิ่งใดแล้ว ผลที่ธุรกิจต้องการคือผลตอบแทนสูงสุดหรือกำไรสูงสุด แต่การที่ธุรกิจมีกำไรสูงสุดหรือมีผลตอบแทนสูงสุดเท่านั้นยังคงไม่พอ ยังต้องรวมถึงผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามคาดด้วย นั่นแสดงว่าการคาดการณ์ของบริษัทมีความเสี่ยงเกิดขึ้นแล้ว การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยป้องกันและลดความสูญเสีย รวมทั้งสามารถเพิ่มมูลค่าแก่องค์กรได้ (นฤมล สะอาดโณม, 2550) โดยขั้นตอนการบริหารจัดการความเสี่ยงมีดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของความเสี่ยง (objective setting) หมายถึง การกำหนดสิ่งที่ต้องการขึ้นมาให้ผู้บริหารสามารถระบุเหตุการณ์ที่อาจเป็นไปได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับความเสี่ยงที่ยอมรับได้



2. การระบุเหตุการณ์ความเสี่ยง (event identification) หมายถึง การพิจารณาเหตุการณ์หรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและภายนอกให้ครอบคลุมในทุกประเภทของความเสี่ยง เพื่อให้ผู้บริหารมีข้อมูลเพียงพอในการนำไปบริหารจัดการได้

3. การประเมินความเสี่ยง (risk assessment) หมายถึง การประเมินปัจจัยเสี่ยงแต่ละปัจจัยว่ามีโอกาสที่จะเกิดมากน้อยเพียงใด และหากเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อองค์กรรุนแรงเพียงใด แล้วนำมาจัดลำดับว่าปัจจัยใดมีความสำคัญมาก-น้อยกว่ากัน เพื่อกำหนดมาตรการตอบโต้กับปัจจัยเสี่ยงเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม

4. การตอบสนองความเสี่ยง (risk response) หมายถึง การพิจารณาหาแนวทางเพื่อจัดการกับความเสี่ยง ให้ระดับความเสี่ยงลดลงจนอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ หรือการเลือกแนวทางที่จะจัดการกับความเสี่ยงนั้น ต้องอยู่บนพื้นฐานของการเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนที่จะเกิดขึ้นจากแนวทางนั้น ๆ กับผลประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับ ว่ามีความคุ้มค่าต่อองค์กรหรือไม่

5. การติดตามประเมินผลและรายงาน (monitoring evaluating and reporting) หมายถึง การประเมินผลงานเป็นระยะแทนการรอให้สิ้นสุดภารกิจหรือเป็นไปตามระยะเวลาที่แน่นอนตายตัว

การบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในการประกอบธุรกิจนั้นมักมีความเสี่ยงที่ไม่เป็นผลดีเกิดขึ้นกับองค์กรได้เสมอ การวางแผนบริหารจัดการความเสี่ยงที่รอบคอบและรัดกุมเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดผลเสียกับองค์กรน้อยที่สุดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ประเด็นสำคัญในการบริหารจัดการมีดังนี้

1. การวางแผนบริหารความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการควรจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจของตนเอง โดยพิจารณาจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือความเสี่ยงที่เคยเกิดขึ้น ซึ่งการจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงจะเป็นส่วนช่วยในการบริหารจัดการ โดยสามารถลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็นได้ และวางแผนรวมถึงวิธีการแก้ไขปัญหาไว้ล่วงหน้า เพื่อเตรียมรองรับและจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจริง

2. การกำหนดแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถในการดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จตามแผนกลยุทธ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญ แสดงถึงความสำเร็จของธุรกิจ การกำหนดแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ผิดพลาดย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยตรง แผนกลยุทธ์ที่ผิดพลาดนั้นนับเป็นความเสี่ยงที่อันตรายที่สุดในธุรกิจ ความเสี่ยงประเภทนี้สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับปรุงพัฒนาแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจของตนเองอย่างรอบคอบและมีหลักการ



3. การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในธุรกิจ การประกอบธุรกิจทุกธุรกิจย่อมมีคู่แข่งหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจการขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบเดียวกัน คู่แข่งทางธุรกิจนั้นเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของกิจการ การเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งทางธุรกิจที่มีศักยภาพย่อมทำให้ตลาดรวมถึงการแข่งขันทางธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวและเกิดการแข่งขันด้านราคา รวมถึงความคาดหวังของผู้บริโภคที่สูงขึ้น เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวและพัฒนาอยู่เสมอ ในแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแผนการบริหารความเสี่ยงต้องประเมินสภาพการแข่งขันในธุรกิจของตนเองอย่างละเอียดก่อนที่จะเริ่มดำเนินการตามแผน

4. ด้านความปลอดภัยของระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความไม่ปลอดภัยของระบบย่อมทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในการติดต่อทำการค้าหรือใช้บริการ ส่งผลไปถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจและผู้ประกอบการ กรณีที่ระบบไม่ปลอดภัย มีการรั่วไหลของข้อมูล ย่อมมีผลกระทบต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผู้ประกอบการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกหรือจัดให้มีพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษเพื่อรักษาความปลอดภัยของระบบจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรกระทำ

5. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความรวดเร็วของระบบย่อมมีผลต่อการให้บริการของลูกค้า ความเชี่ยวชาญของพนักงานจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการต้องจัดเตรียมงบประมาณในส่วนนี้ พร้อมทั้งจัดให้พนักงานที่เกี่ยวข้องได้รับการอบรมพัฒนาทักษะและความรู้อยู่เสมอ ให้เกิดความเชี่ยวชาญในการดูแลรักษาระบบให้มีประสิทธิภาพและรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อป้องกันปัญหาด้านความปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

6. ด้านชื่อเสียงทางธุรกิจของกิจการที่มีต่อลูกค้าและผู้ประกอบธุรกิจด้วยกันส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของลูกค้า อย่างไรก็ตามความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงของกิจการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ผู้ประกอบการควรต้องวางมาตรการ แนวทาง และข้อจำกัดภายในองค์กรให้ชัดเจนเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

7. วัฒนธรรมของผู้บริโภคและธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีส่วนทำให้วัฒนธรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีหน้าที่ต้องปรับตัวตามวัฒนธรรมของผู้บริโภคและคาดการณ์ล่วงหน้าถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและการวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มของกิจการนั้นด้วย ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของลูกค้ามีส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคเพื่อปรับเปลี่ยนและรองรับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้

8. ภาระภาษีและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ในปัจจุบันกรมสรรพากรของไทยเข้ามามีตรวจสอบอย่างจริงจัง และวางมาตรการจัดเก็บภาษีในการซื้อขายและให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงภาระภาษีในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด สำหรับการชำระเงินที่มีเงินตราต่างประเทศเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการต้องติดตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราอยู่เสมอเพื่อปรับเปลี่ยนราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมและทันต่อการเปลี่ยนแปลง



9. ด้านกฎหมายและกฎระเบียบควบคุม กฎหมายที่รองรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ย่อมมีส่วนช่วยให้ลูกค้าและผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น เพราะการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มักประสบปัญหาด้านความน่าเชื่อถือ รวมถึงการคุ้มครองกรณีอื่น ๆ เช่น การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การคุ้มครองไม่ให้ถูกลอกเลียน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ อาจมีข้อกำหนดมากขึ้นในอนาคตและกระทบต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่น การออกใบอนุญาตสำหรับผู้รับรองลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือข้อกำหนดในเรื่องการโฆษณาในเว็บไซต์เพื่อคุ้มครองลูกค้าและผู้บริโภค

10. ความเสี่ยงในการดำเนินการทางธุรกิจ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินการทางธุรกิจ เช่น การดำเนินการผิดพลาดไม่เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้จากสาเหตุหลาย ๆ ประการ ผู้ประกอบธุรกิจควรวางแผนมาตรการเพื่อค้นหา ตรวจสอบ และแก้ไขสาเหตุเหล่านั้น

11. ด้านทรัพยากรบุคคล บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญนับเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในปัจจุบันต้องยอมรับว่าการหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเหมาะสมกับความต้องการของธุรกิจไม่ใช่เรื่องง่าย การวางแผนการจัดหาและอบรมบุคลากรผู้เชี่ยวชาญจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งการวางแผนรองรับกรณีขาดบุคลากรอย่างกระทันหันด้วย

สรุป

การบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีการจัดการอย่างรอบคอบและรัดกุม เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดผลเสียกับธุรกิจน้อยที่สุด จากปัจจัยด้านความเสี่ยงทั้ง 11 ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น อาจมีปัจจัยอื่นที่มีได้กล่าวถึงคือความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด เช่น ปัญหาความผิดพลาดด้านเทคโนโลยีที่สามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ แต่การบริหารความเสี่ยงเหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถป้องกันหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ ปัจจัยหลัก ๆ ที่นำเสนอไปข้างต้น คงทำให้ผู้ประกอบการมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของตนเอง สามารถป้องกันและลดความเสี่ยงซึ่งส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจได้ในระดับหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภทมักมีความแตกต่างด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจองค์กรจึงจำเป็นต้องปรับใช้และบริหารจัดการความเสี่ยงในแต่ละด้านให้เหมาะสมกับองค์กร
2. กระบวนการหรือแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง จะสามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้นั้น ต้องขึ้นอยู่กับดำเนินการของแต่ละองค์กร



บรรณานุกรม

- การปรับตัวของธุรกิจไทยในยุค e-Commerce** (ออนไลน์). (2562). เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/646826> [2562, 22 พฤศจิกายน].
- การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ออนไลน์). (2558). เข้าถึงได้จาก: <http://th.wikipedia.org/wiki/การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์> [2562, 10 ตุลาคม].
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). **คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)**. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- _____. (2552). **การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce)**. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- นฤมล สะอาดโณม. (2550). **การบริหารความเสี่ยงองค์กร: Enterprise risk management**. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.
- ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2546). **e-Commerce FAQ คำถามนี้มีคำตอบ**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). **มูลค่า e-Commerce ไทยเติบโตต่อเนื่อง** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.etda.or.th/content/etda-เผย-อีคอมเมิร์ซ-ไทย-โตต่อเนื่อง-2561-3-2-ล้านล้านบาท.html> [2562, 4 พฤศจิกายน].