



**SMEs**  
สมาคมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



สถาบันเครือข่าย  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม  
(สถาบัน SMEs)

เอกสารประกอบการฝึกอบรม  
หลักสูตร E – Commerce สำหรับ SMEs  
ระหว่างวันที่ 25-26 มีนาคม 2543

ณ ห้อง 3102 อาคารเรียนรวม  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
หลักสูตร E-Commerce สำหรับ SMEs	1
เอกสารประกอบการบรรยาย	
- ความรู้เกี่ยวกับ Internet	4
- จะเริ่มต้นทำ E-Commerce ได้อย่างไร	18
- ระบบการเงินและความปลอดภัยของ E-Commerce	33
- โอกาสของ E-Commerce ในอนาคต	37
- เอกสารเพิ่มเติม	55



## หลักสูตร E – commerce สำหรับ SMEs (B2)

-----@--

### หลักการและเหตุผล

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทำให้ระบบ Internet สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายกับเครือข่ายโทรคมนาคมของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นโอกาสของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ เทียบเท่าและเท่าเทียมกันกับวิสาหกิจขนาดใหญ่หรือธุรกิจข้ามชาติได้

ดังนั้นความรู้เกี่ยวกับ Internet และ พาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ SMEs ทั้งด้านโอกาสและความสามารถในการแข่งขัน

### วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ทราบถึงประโยชน์ของ Internet และวิธีการซื้อ-ขายสินค้า ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์

### ผู้เข้ารับการอบรม

ผู้ประกอบการและผู้สนใจจะเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 200 คน

### ระยะเวลาการอบรม

จำนวน 2 วันๆ ละ 6 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมงต่อรุ่น

### กำหนดวันอบรม

25-26 มีนาคม 2543

### สถานที่ฝึกอบรม

ห้อง B3102 อาคารเรียนรวม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

## หัวข้อการฝึกอบรม

1. ความรู้เกี่ยวกับ Internet  
โดย อาจารย์ชัยวัฒน์ จิตวาสน์  
อาจารย์สาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2. จะเริ่มต้นทำ E-Commerce ได้อย่างไร  
โดย คุณวัชรพงศ์ ยะไวทย์ บริษัท Max saving จำกัด
3. การอภิปราย "กลยุทธ์สำคัญในธุรกิจ E-Commerce"  
โดย คุณวัชรพงศ์ ยะไวทย์ บริษัท Max saving จำกัด  
อาจารย์ไอลภาส ผลประพฤติ บริษัท สยาม มัลติซอฟต์แวร์ จำกัด  
คุณปรีชา เมฆศรีสุวรรณ  
ดำเนินรายการโดย นายแพทย์พงษ์เทพ พรหมดี
4. ระบบการเงินและความปลอดภัยของ E-Commerce  
โดย คุณวันเพ็ญ เหมี่ยมวิจาว์ฒน์
5. แนวโน้มและการพัฒนา E-Commerce ประเทศไทย  
โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนวัฒน์ ศรีสอ้าน
6. การอภิปราย "โอกาสของ E-Commerce ในอนาคต"  
โดย ดร.ศุภชัย สุขะนินทร์  
คุณวันเพ็ญ เหมี่ยมวิจาว์ฒน์  
คุณเริงยุทธ ภูมิรัตน์  
ดำเนินรายการโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนวัฒน์ ศรีสอ้าน

หลักสูตร E - COMMERCE สำหรับ SMEs ( B2 )

ระหว่างวันที่ 25 - 26 มีนาคม 2543

ผู้เข้าอบรมจำนวน 200 คน

วันที่	09.00 - 10.00 น.	10.00 - 12.00 น.	13.00 - 16.00 น.
25 มีนาคม 2543	<p>ความรู้เกี่ยวกับ Internet</p> <p>อาจารย์ ชัยวัฒน์ จิตรวาสัน</p> <p>(อาจารย์สาขาวิชา วิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี)</p>	<p>จะเริ่มต้นทำ E - Commerce ได้อย่างไร</p> <p>คุณวัชรพงศ์ ยะไวทย์</p> <p>(กรรมการผู้จัดการบริษัท MAX SAVING จำกัด)</p>	<p>อภิปราย "กลยุทธ์สำคัญในธุรกิจ E - Commerce"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คุณวัชรพงศ์ ยะไวทย์ (กรรมการผู้จัดการบริษัท MAX SAVING จำกัด)</li> <li>- อาจารย์โอภาส ผลประพุดติ (บริษัทสยาม มัลติซอฟต์แวร์ จำกัด)</li> <li>- คุณปรีชา เมฆศรีสุวรรณ</li> </ul> <p>( E-Commerce Executive ,DHL International(Thailand) Ltd. )</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ดำเนินรายการ นายแพทย์พงษ์เทพ พรหมดี</li> </ul>
26 มีนาคม 2543	<p>ระบบการเงินและความปลอดภัยของ E - Commerce</p> <p>คุณวันเพ็ญ เจริญวิจาวัฒน์</p> <p>ผู้จัดการส่วน E - Commerce บมจ. ธนาคาร ไทยพาณิชย์</p>	<p>แนวโน้มและการพัฒนา E - Commerce ในประเทศไทย</p> <p>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนวัฒน์ ศรีสอ้าน</p> <p>อาจารย์สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี</p>	<p>อภิปราย "โอกาสของ E - Commerce ในอนาคต"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดร.ศุภชัย สุขะนินทร์ (กรรมการผู้จัดการบริษัท SIAM WEB)</li> <li>- คุณวันเพ็ญ เจริญวิจาวัฒน์ (ผู้จัดการส่วน E - Commerce บมจ.ธนาคาร ไทยพาณิชย์)</li> <li>- คุณเรขิงยุทธ ภูมิรัตน์ (ประธานชมรมพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)</li> </ul> <p>- ผู้ดำเนินรายการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนวัฒน์ ศรีสอ้าน</p>

ผู้ประสานงานอาหารกลางวัน

วิทยากร : อาจารย์ชัยวัฒน์ จิตรวาสน์

หัวข้อ : ความรู้เกี่ยวกับ Internet

เวลา : 09.00 – 10.00 น.

วันที่ : 25 มีนาคม 2543

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

# ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

สำหรับ E-Commerce

โดย

อ. ชัยวัฒน์ จิตรวาสน์

สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

## ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

อาจารย์ชัยวัฒน์ จิตราวาสณี

ในปัจจุบันหากกล่าวถึงคำว่า อินเทอร์เน็ต (Internet) แทบทุกคนคงจะรู้จักกันมาบ้างแล้ว ไม่มากก็น้อย เนื่องจากเป็นเรื่องที่กล่าวถึงกันอย่างมากในปัจจุบัน เราจะได้ยินคำเหล่านี้จากสื่อมวลชนทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ นอกจากนี้ ตามบทความวารสารทางด้านคอมพิวเตอร์ ด้านบริหารธุรกิจ หรือสารสนเทศก็จะเขียนถึงเรื่องอินเทอร์เน็ตไว้อย่างมากมาย ส่วนหนังสือก็มีการที่ตีพิมพ์ในทุกๆ ด้านเช่นกันและมีจำหน่ายตามร้านหนังสือทั่วไป จากการประชาสัมพันธ์หรือกล่าวถึงอย่างมากมายนี้ ทำให้อินเทอร์เน็ต ได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง สถาบันและองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งประชาชนทั่วไปก็ให้ความสำคัญและความสนใจกับเรื่องนี้ เนื่องจากประโยชน์อันมากมายมหาศาลของอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตทำให้มันเป็นส่วนสำคัญของระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์โดยอัตโนมัติ

### อินเทอร์เน็ตคืออะไร?

อินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก เพื่อการติดต่อสื่อสารถึงกัน จนกระทั่งกลายเป็น โลกไร้พรมแดน ซึ่งได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายมากกว่า 300 ล้านเครื่องทั่วโลกในปี ค.ศ. 2002

### ใครเป็นเจ้าของอินเทอร์เน็ต?

หากถามว่าใครเป็นเจ้าของอินเทอร์เน็ต คงตอบไม่ได้ว่าใครเป็นเจ้าของ เพราะไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของอินเทอร์เน็ตแต่เพียงผู้เดียว อินเทอร์เน็ตเป็น เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีเจ้าของมากมาย เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเกิดจากการร่วมมือกันระหว่างองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ที่นำเครือข่ายของตนมาเชื่อมต่อกัน และมีหน่วยงานกลาง คือ Internet Society ทำหน้าที่กำกับดูแลเรื่องมาตรฐานและการเชื่อมต่อ

### ประวัติของอินเทอร์เน็ต

ในช่วง Cold War (พ.ศ. 2512) ระหว่างรัสเซียกับสหรัฐอเมริกา ARPAnet ของกระทรวงกลาโหมประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ถูกสร้างขึ้นเพื่องานวิจัยทางการทหาร ARPA - ย่อมาจาก Advanced Research

---

เอกสารประกอบการอบรม E-Commerce สำหรับ SMEs เรื่อง ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

อาจารย์ประจำสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



Project Agency ในปี พ.ศ. 2526 ARPAnet แบ่งออกเป็น 2 เครือข่ายเพื่อแยกการดำเนินงานระหว่างกา  
ทหารกับพลเรือน ดังนี้

1. ARPA
2. Military Net – MILNET

การติดต่อสื่อสารระบบเครือข่ายนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก ทั้งมหาวิทยาลัย ภาคเอกชน บริษัท  
ต่างๆ ให้ความสนใจและนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาเชื่อมต่อด้วยเป็นจำนวนมาก จนกระทั่งเรียกเครือข่ายนี้ว่า  
Internet

### ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต

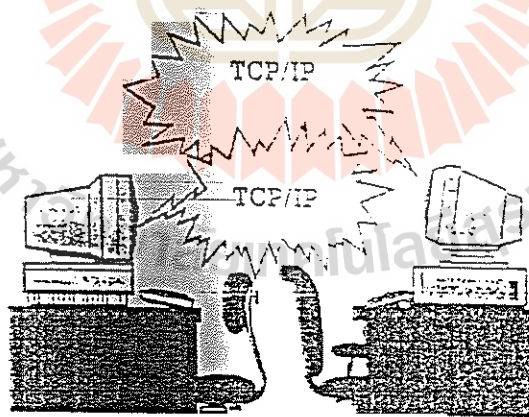
1. เพื่อใช้ในการสื่อสาร เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน  
มากเข้าด้วยกันทั่วโลก จนกระทั่งเรียกว่า โลกไร้พรมแดน ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนของโลกก็สามารถ  
ติดต่อสื่อสารถึงกันได้ได้อย่างง่ายด้ายและรวดเร็ว ตรงนี้ผู้ประกอบการณ์สามารถสื่อสารข้อความ  
สำคัญให้ถึงตัวลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และในทางกลับกันลูกค้าสามารถที่จะบอกผู้ประกอบ  
การณ์เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน
2. เป็นแหล่งข้อมูลอันมหาศาล ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมีอยู่อย่างมากมาย หลากหลายรูปแบบ  
ทั้งตัวอักษร ภาพ และเสียง และหลายหลายเรื่องราว ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวิชาการ บันเทิง  
กีฬา ธุรกิจ และอื่นๆ อีกมากมาย ด้วยประโยชน์ในข้อนี้ บริษัท ห้างร้าน และ สถานประกอบ  
การณ์ต่างๆ จึงให้ความสนใจกับอินเทอร์เน็ตอย่างมาก เนื่องจากช่วยให้การดำเนินงานผลิต  
และบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ต้นทุนที่ต่ำลง) ตัวอย่างของข้อมูลทางธุรกิจที่น่าสนใจได้  
แก่ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลก ราคาขายของสินค้าในตลาดโลก แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ  
ต้นทุนของวัตถุดิบต่างๆ ข้อมูลวิจัยทางการตลาด การเงิน กฎหมายการค้า ข้อมูลเกี่ยวกับภาษี  
และข้อมูลอื่นๆ อีกมากมาย
3. การสร้างธุรกิจที่กว้างขวางขึ้น เช่น การค้าขายบนอินเทอร์เน็ต โดยที่ร้านค้าต่างๆ สามารถ  
นำเสนอสินค้าของตนได้บนอินเทอร์เน็ต ให้ทุกคนทั่วโลกได้เข้ามาจับจ่ายสินค้าเหล่านั้น และ  
สามารถสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทันที และทางผู้ประกอบการณ์สามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อยืนยัน  
ยืนยันการสั่งซื้อของลูกค้า และทำการให้บริการหลังการขายได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ยิ่งไปกว่า  
นั้นทางผู้ประกอบการณ์สามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สำคัญกับหุ้นส่วนหรือคู่  
ค้าได้โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยมาก

อินเทอร์เน็ตทำงานอย่างไร?

จากที่กล่าวว่าอินเทอร์เน็ต คือ การเชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกัน ดังนั้นจึงเกิดคำถามต่อไปว่าแล้วแต่ละเครื่องสื่อสารกันอย่างไร **คำตอบก็คือ** ต้องมีภาษากลางเพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายใช้ในการสื่อสารซึ่งกันและกัน และสามารถเข้าใจกันได้ ภาษากลางนี้ ในทางเทคนิคเรียกว่า โปรโตคอล (Protocol) สำหรับชุดโปรโตคอลมาตรฐานที่ใช้ในการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตมีชื่อเรียกว่า TCP / IP (อ่านว่า ทีซีพี ไอพี) Transmission Control Protocol / Internet Protocol

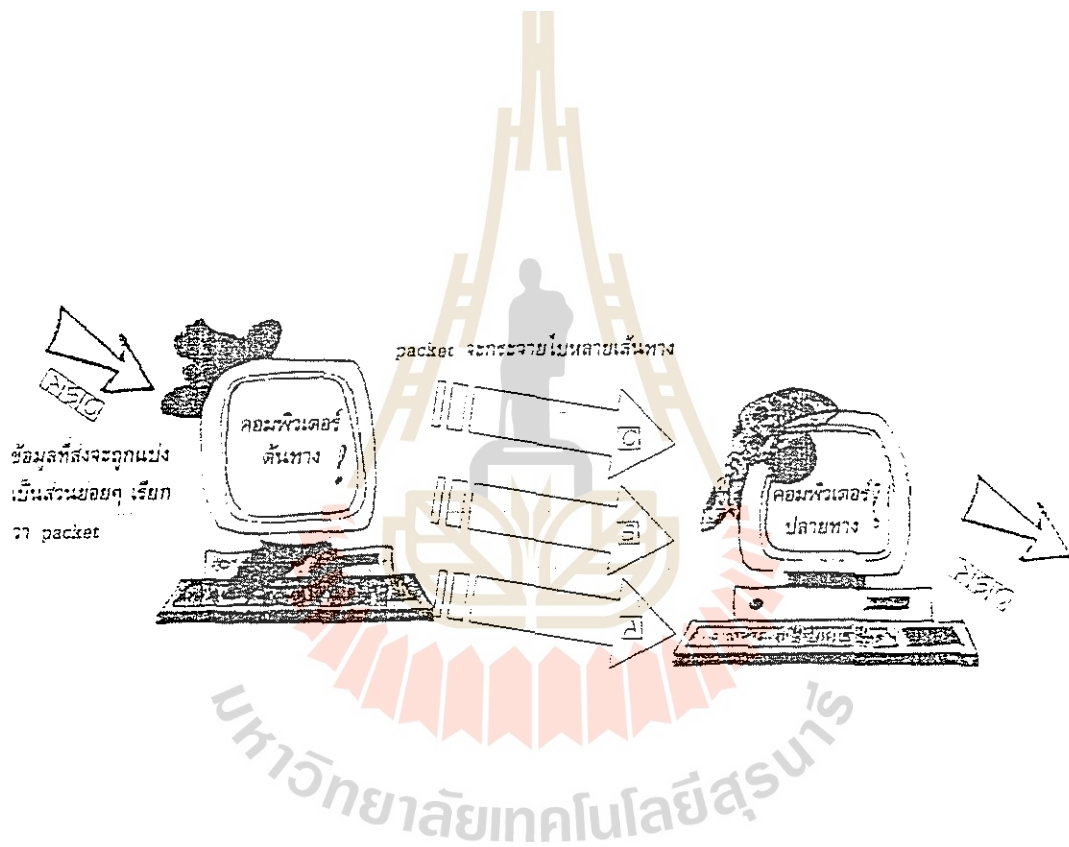
การทำงานของชุดโปรโตคอล TCP / IP

- TCP - ใช้ในการส่งผ่านข้อมูลบนสายต่างๆ เช่น ลายโทรศัพท์ โดยที่หน้าที่ของโปรโตคอลนี้คือ กำหนดขนาดสูงสุดของ Packet ที่จะส่งไปมาในเครือข่าย ทั้งนี้ TCP จะต้องปรับเปลี่ยนขนาดของข้อมูลที่จะส่งให้เหมาะสมในเวลานั้นและจะต้องทราบว่าจะรับข้อมูลนั้นอยู่ที่ใด
- IP - ใช้ในการสื่อสารบน Internet โดยที่หน้าที่ของโปรโตคอลนี้คือเป็นตัวกำหนดที่อยู่ของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เชื่อมต่ออยู่บน Internet และทำหน้าที่ในการจัดส่ง Packet ในเครือข่ายด้วย



ภาพที่ 1 การใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์

ลักษณะการทำงานของโปรโตคอลคือ จะแบ่งข้อมูลจากเครื่องส่งออกเป็นส่วนๆ เรียกว่า Packet (กลุ่มข้อมูลย่อย) และส่งไปยังเครื่องรับ หลังจากนั้นจะไปรวมกันที่ปลายทางแล้วนำข้อมูลต่างๆ นั้นมาประกอบขึ้นกันอีกครั้ง การแบ่งข้อมูลออกเป็นส่วนๆ จะช่วยให้เกิดการส่งข้อมูลมีประสิทธิภาพอย่างมาก เพราะหากเกิดความผิดพลาดในการติดต่อสื่อสาร เช่น ข้อมูลหายระหว่างการส่ง ข้อมูลที่หายไปจะหายเพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์ปลายทางจะทราบว่าข้อมูลส่วนใดหายไปและติดต่อมายังเครื่องต้นทางเพื่อให้ส่งข้อมูลเฉพาะที่หายไปมาให้ใหม่



ภาพที่ 2 การรับส่งข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์บนเครือข่าย Internet

อะไรคือ IP Address?

นอกจากนี้อาจจะเกิดคำถามต่อไปอีกว่า แล้วเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันอยู่นี้ รู้ที่อยู่ของเครื่องอื่นได้อย่างไร เปรียบเสมือนหากเราต้องการติดต่อกับใคร เราต้องรู้จักบ้านเลขที่หรือที่อยู่ของเขาก่อน ดังนั้นหากเราต้องการติดต่อหรือสื่อสารกับคอมพิวเตอร์เครื่องใด เราจำเป็นต้องทราบที่อยู่ของเครื่องนั้นก่อน ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เราเรียกว่า ไอพี แอดเดรส (IP Address) เป็นหมายเลขประจำตัวของเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง ที่จะไม่ซ้ำกับเครื่องอื่นๆ ใดในโลกเลย โดยมีจุด (.) เป็นสัญลักษณ์ในการแบ่งชุดของตัวเลข ซึ่งแต่ละชุดจะมีค่าตั้งแต่ 0-255 หน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดสรรเลขนี้ คือ InterNIC (Internet Network Information Center) ([www.internic.net](http://www.internic.net))

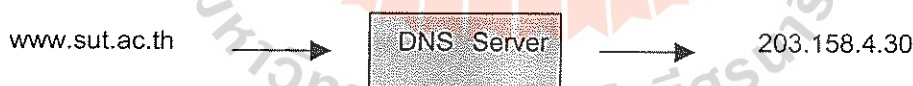
ตัวอย่าง IP Address 203.158.4.30 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี)

อะไรคือ Domain Name?

เนื่องจาก IP Address เป็นตัวเลข ซึ่งทำให้จำได้ยาก ดังนั้นจึงได้มีการนำ Domain Name มาใช้ ซึ่ง Domain Name ก็คือ IP Address ที่ถูกแปลงให้เป็นตัวอักษรที่จำได้ง่าย และมักจะถูกตั้งเพื่อให้สอดคล้องกับชื่อของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น เช่น

203.158.4.30 จะถูกแปลงให้เป็น [www.sut.ac.th](http://www.sut.ac.th)

แม้ว่า IP Address จะมีการแปลงให้เป็น Domain Name แล้ว แต่การทำงานในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังคงใช้ IP Address เหมือนเดิม ดังนั้นจึงต้องมีการแปลง Domain Name ให้เป็น IP Address อีกครั้ง โดยมี Domain Name Server – DNS Server ทำหน้าที่นี้



ชนิดของ Domain Name

.com – กลุ่มองค์กรทางการค้า พาณิชยกรรม (Commercial) เช่น [sanook.com](http://sanook.com)

[geocities.com/ec2543](http://geocities.com/ec2543) ฯลฯ

.go – องค์กรของรัฐบาล (Government) เช่น [mod.go.th](http://mod.go.th) (กระทรวงกลาโหม)

[thaigov.go.th](http://thaigov.go.th) (รัฐบาลไทย)

.mil – องค์กรทางการทหาร (Military) เช่น [navy.mi.th](http://navy.mi.th) (กองทัพเรือของไทย)

.net – องค์กรบริการเครือข่าย ทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมต่อเครือข่าย (Network Services) เช่น

[thaiecommerce.net](http://thaiecommerce.net)

.org – องค์กรอื่นๆ ที่ไม่แสวงผลกำไร (Organizations) เช่น [nectec.or.th](http://nectec.or.th) (เนคเทค)

- .edu - องค์กรทางการศึกษา (Education) เช่น uakron.edu
- .ac - สถาบันทางการศึกษา (Academic) เช่น kku.ac.th (มหาวิทยาลัยขอนแก่น)
- .co - องค์กรทางด้านการค้า เช่นเดียวกับ .com เช่น thairath.co.th (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ)

#### Domain ที่เป็นชื่อย่อของประเทศ

- au - Australia
- fr - France
- hk - Hong Kong
- jp - Japan
- uk - United Kingdom
- sg - Singapore

#### บริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต

##### 1. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail – E-mail)

เป็นการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นโดยการส่งข้อความไปถึงผู้อื่น ลักษณะเช่นเดียวกับการเขียนจดหมายแล้วส่งผ่านไปรษณีย์ การส่งจดหมายทางอินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาเพียงไม่กี่วินาทีก็ถึงผู้รับปลายทาง ไม่ว่าผู้รับจะอยู่ไกลแค่ไหน และหากไม่มีผู้รับจดหมายนั้น จดหมายจะถูกตีกลับมายังผู้ส่งโดยทันทีเช่นกัน การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ก็จำเป็นต้องมีที่อยู่ของผู้รับด้วย ซึ่งที่อยู่นี้จะเรียกว่า E-mail Address ผู้ใช้แต่ละรายก็จะมีที่อยู่ที่ไม่ซ้ำกัน ตัวอย่างเช่น

[tohi@chaiyomail.com](mailto:tohi@chaiyomail.com)

ประโยชน์ของ E-mail คือทางผู้ประกอบการนั้นสามารถที่จะสร้างกลุ่ม E-mail ของลูกค้าของตน ซึ่งจะทำให้สามารถติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

##### 2. บอร์ดข่าวสาร (Usenet)

เป็นบอร์ดข่าวสารที่ผู้ใช้ทั่วโลกสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความคิดเห็นของตนเองกับผู้อื่นได้ โดยลักษณะการจัดเป็นกลุ่มข่าว มีหัวข้อต่างๆ เช่น การเลี้ยงสัตว์ ต้นไม้ รถยนต์ เป็นต้น ผู้ใช้บริการสามารถเลือกหัวข้อได้ตามความสนใจ

3. การโอนย้ายไฟล์ข้อมูล (File Transfer Protocol - FTP)  
เป็นการโอนย้ายไฟล์ข้อมูลจากเครื่องหนึ่งมายังอีกเครื่องหนึ่ง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก เช่น การโอนย้ายโปรแกรมใช้งานรุ่นใหม่ ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อย รูปแบบการใช้ FTP มีอยู่ 2 ประเภท คือ การ download เป็นการโอนย้ายจากคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นมายังเครื่องของเรา ส่วนอีกประเภทหนึ่งคือ การ Upload เป็นการโอนย้ายจากเครื่องของเราไปยังเครื่องอื่น หนึ่งใน web site ที่มี programs ให้ download ได้แก่ [www.download.com](http://www.download.com)
4. การสนทนาบนอินเทอร์เน็ตอย่างทันทีทันใด  
เป็นการสนทนาโดยใช้เสียง เหมือนกับการโทรศัพท์ติดต่อสื่อสาร เพียงแต่ไม่ได้ใช้โทรศัพท์ เป็นการใช้ไมโครโฟนที่ต่อเข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์แทน ในอนาคตผู้เขียนมีความเห็นว่าบริษัทสามารถจัดห้องสนทนาซึ่งจะประกอบไปด้วย คู่ค้า ลูกค้า และผู้ที่สนใจที่จะซื้อสินค้าแต่ต้องการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าก่อน ในห้องสนทนาบุคคลเหล่านี้สามารถที่จะพูดคุย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นได้เกี่ยวกับตัวสินค้าได้ ซึ่งการได้สื่อสารร่วมกันนี้อาจนำไปสู่การประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัท และสุดท้ายนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้
5. การสื่อสารด้วยข้อความอย่างทันทีทันใด (Chat)  
เป็นการติดต่อสื่อสารที่เหมือนกับการส่ง E-mail แต่สามารถสื่อสารถึงกันได้ในขณะที่นั้นเลย อาจเป็นการสนทนาเพียงสองคนหรือเป็นกลุ่ม ผู้ใช้บริการนี้สามารถเห็นข้อความที่ตนพิมพ์และผู้อื่นพิมพ์ เหมือนการนั่งคุยกัน รูปแบบการสื่อสารนี้กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก หรือมักเรียกกันว่า Chat room
6. การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)  
บริษัทต่างๆ เริ่มให้ความสนใจกับบริการนี้ เนื่องจากเป็นการค้าที่เปิดกว้าง และกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก รูปแบบก็คือ เป็นร้านขายของบนอินเทอร์เน็ต ผู้ที่สนใจสินค้าก็เข้ามาเลือกสินค้าและซื้อได้ทันทีโดยไม่ต้องไปซื้อและจ่ายเงินที่ร้าน ในปัจจุบัน E-Commerce ได้มีการพัฒนาไปอย่างมากทั้งในด้านระบบฐานข้อมูลสินค้าและข้อมูลลูกค้า การโฆษณาผ่านสื่อ multimedia ออนไลน์ การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การตลาดแบบขายตรง และการพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยในการชำระเงินบน Internet สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ E-Commerce [www.geocities.com/ec2543](http://www.geocities.com/ec2543)

## 7. ศูนย์รวม Programs และ Games

บริษัทผู้ผลิตซอฟต์แวร์ต่างๆ ก็จะนำโปรแกรมของตนมาเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อที่ลูกค้าจะได้ลองใช้ และสามารถ Download มาใช้งานได้ มีทั้งแบบฟรีและเสียค่าใช้จ่าย หรืออาจให้ทดลองใช้ในช่วงเวลาหนึ่งแล้วถ้าหากว่าพอใจที่จะใช้ software ต่อก็ต้องจ่ายเงิน ทั้งนี้มี software เกี่ยวกับการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (การจัดร้านค้าออนไลน์ และการสร้างระบบชำระเงิน) ให้ลองใช้ด้วย สำหรับผู้อ่านท่านใดที่สนใจ software เหล่านี้ให้ไปดูที่ web site – [www.shareware.com](http://www.shareware.com) หรือ [www.download.com](http://www.download.com) หลังจากที่เข้าไปอยู่ใน web site แล้วให้ไปค้นหาคำว่า E-Commerce หรือ E-business หรือ Electronic Commerce.

## 8. World Wide Web (WWW)

เป็นบริการที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับอย่างมากเช่นกันในปัจจุบัน ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะบริการ WWW เนื่องจากว่าเป็นบริการที่มีประโยชน์อย่างมากในระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ อย่างที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น

อะไรคือ World Wide Web (WWW) ?

WWW คือบริการหนึ่งที่มีบน Internet ประกอบด้วยข้อมูลมากมาย ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ตัวอักษร หรือที่เรารู้จักกันว่า Web

เว็บไซต์ (Web site) คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่จัดเก็บเก็บเว็บเพจ (Web page) ในเว็บไซต์หนึ่งจะประกอบด้วย เว็บเพจจำนวนหลายหน้า หน้าแรกของเว็บเพจเราจะเรียกว่า Home Page คือ ซึ่งเปรียบเสมือนสารบัญของหนังสือ และเป็นหน้าที่เชื่อมต่อไปยังเว็บเพจต่างๆ ในเว็บไซต์นั้นด้วย เว็บเพจโดยส่วนใหญ่จะถูกสร้างขึ้นจากภาษาคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า HTML

การใช้บริการ WWW จำเป็นต้องรู้จักคำต่างๆ เหล่านี้ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สำคัญในการใช้บริการ WWW

Web Browser

Web Browser คือ Program ที่ใช้ในการท่องไปในโลกของ WWW ในปัจจุบัน Web Browser สามารถแสดงข้อความและ multimedia อื่นๆ ได้ มีคนกล่าวว่า Web Browser คือ ประตูสู่โลกของ WWW ซึ่งในปัจจุบัน Web Browser มีอยู่อย่างมากมายให้เราเลือกใช้ แต่ที่เป็นที่นิยม เช่น

Internet Explorer ของบริษัทไมโครซอฟท์

Netscape Communicator ของบริษัท Netscape Communication

Web Browser จะทำการติดต่อกับเว็บไซต์นั้นเพื่อให้มีการโอนย้ายข้อมูลมาแสดงที่เครื่องของเรา ในระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์นั้น Web browser มีบทบาทที่สำคัญมาก เพราะ web browser ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือที่เป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้าบน Internet

#### URL

การที่เราจะเข้าไปยังเว็บไซต์ต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตได้ สิ่งที่จะต้องรู้จักก็คือ URL (Uniform Resource Locator) ซึ่งเป็นตำแหน่งเจาะจงที่ต้องระบุจึงจะเข้าไปยังเว็บไซต์นั้นได้ เช่น หากต้องการเข้าไปค้นหาข้อมูล E-Commerce ต้องระบุ URL ของเว็บไซต์ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับ E-Commerce คือ <http://www.geocities.com/ec2543/index.html>

#### HTTP

ในการใช้บริการ WWW อีกสิ่งหนึ่งที่ต้องรู้จักก็คือ HTTP (Hypertext Transfer Protocol) เป็นโปรโตคอลที่ใช้สำหรับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อการเข้าไปยังข้อมูลของเว็บไซต์ต่างๆ โดยที่โปรโตคอลนี้จะทำหน้าที่รับส่งเอกสารหรือแฟ้มข้อมูล HTTP ถูกใช้ในบริการ www ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 และเป็นโปรโตคอลที่เป็นที่นิยมและมีการใช้งานมากที่สุด

#### HTML

เป็นภาษามาตรฐานที่ใช้ในการเขียนเอกสาร (Web pages) บน Internet โดยที่ web browser จะทำหน้าที่แปลง HTML เป็นภาพ และตัวอักษร หรือข้อมูล multimedia ด้วยภาษา HTML นี้ผู้ประกอบการสามารถที่จะนำเสนอสินค้าของตนบน Internet โดยใช้สื่อหลายชนิดรวมกันได้

#### การเตรียมเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อพร้อมใช้งานอินเทอร์เน็ตและ E-Commerce

ข้อควรพิจารณา คุณสมบัติของเครื่องหากมีประสิทธิภาพที่ไม่เพียงพอหรือไม่ดีพอ ก็จะส่งผลให้การติดต่อสื่อสาร หรือโอนย้ายข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ

#### อุปกรณ์ที่ต้องเตรียม

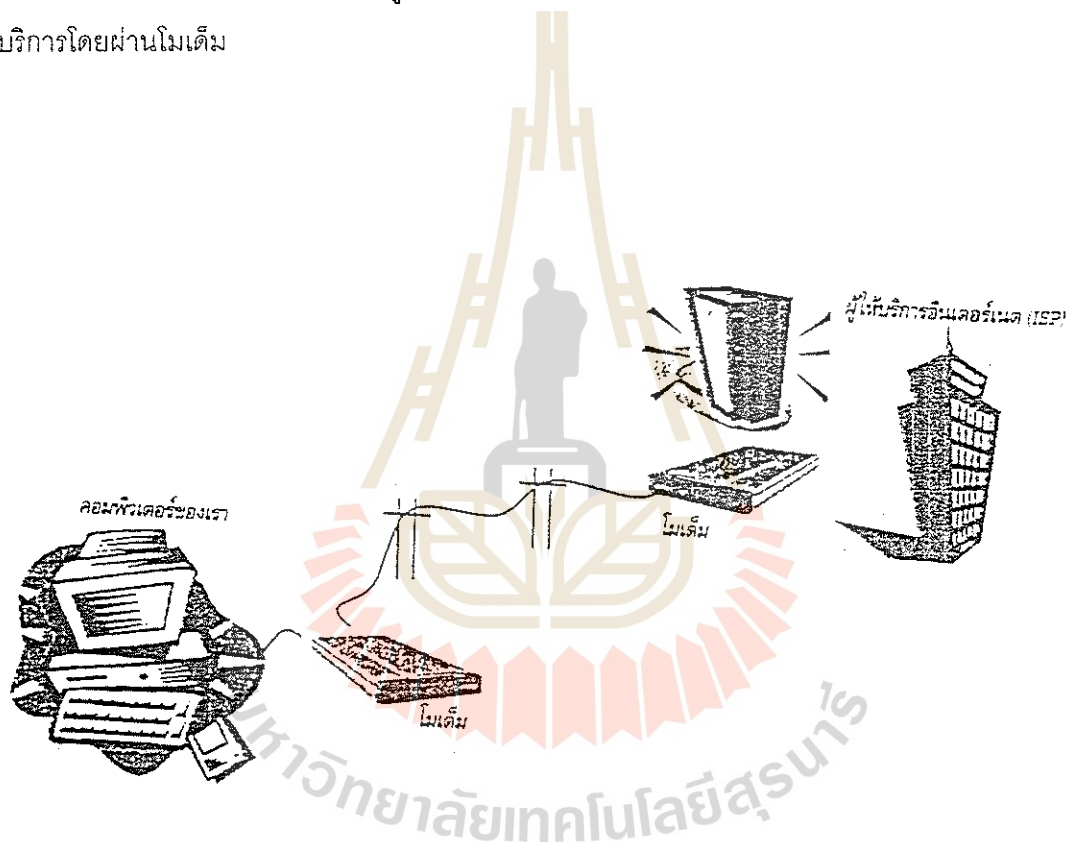
1. Computer ที่มีความเร็วอย่างน้อยรุ่น 200 MHz ขึ้นไป หน่วยความจำอย่างน้อย 32 MB ขึ้นไป
2. เนื้อที่ว่างในฮาร์ดดิสก์อย่างน้อย 1 GB ขึ้นไป
3. ระบบ Multimedia ได้แก่ การ์ดเสียง ลำโพง
4. Software ที่จำเป็น (Web Browser, Windows) Software ที่ใช้ในการจัดตั้งห้างร้านบน Internet



5. หากเป็นไปได้ควรซื้อ Printer และ Scanner ด้วย  
สำหรับการเชื่อมต่อส่วนบุคคล
6. Modem (ความเร็วอย่างน้อย 28.8 Kbps)
7. สายโทรศัพท์ (แนะนำให้ใช้แบบ ISDN)
8. ผู้ให้บริการ Internet Service Provider (ISP)

### การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ทั่วไป

การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ทั่วไปต้องใช้สายโทรศัพท์เป็นตัวเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ของเรากับผู้ให้บริการโดยผ่านโมเด็ม



ภาพที่ 3 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ทั่วไป

### ISP คืออะไร?

ISP (Internet Service Provider) คือ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ให้บริการในประเทศไทยอยู่หลายหลาย หากในองค์กรของเรามีศูนย์คอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว เราก็สามารถติดต่อกับศูนย์คอมพิวเตอร์ของเราได้โดยตรง

สิ่งที่ต้องพิจารณาในการเลือกผู้ให้บริการ คือ

1. ความเร็วของสายสัญญาณหลักที่ ISP เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต
2. จำนวนของสมาชิกของ ISP
3. ความสะดวกและรวดเร็วในการให้คำปรึกษา
4. ราคาที่คิดค่าบริการต่อชั่วโมง

การที่ต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ นี้ ก็เพื่อการรับส่งข้อมูลที่รวดเร็ว เพราะหากว่าสายสัญญาณของผู้ให้บริการมีความเร็วสูงแต่มีสมาชิกมากก็จะทำให้มีการแบ่งความเร็วของสายสัญญาณมาก ซึ่งจำทำให้การรับส่งข้อมูลของเราช้าขึ้น และหากเกิดปัญหา ก็ควรมีการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ

#### Thailand Internet User Group

ท่านสามารถดูข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับ ISP แต่ละรายในเมืองไทยได้ โดยการเข้าไปที่ [www.internet.thinet.com](http://www.internet.thinet.com)

จะประกอบไปด้วย การเปรียบเทียบ ISP ด้านต่างๆ เช่น ความเร็ว ความเสถียรภาพของสัญญาณ ราคา และบริการคำแนะนำ จัดทำโดยกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทย

#### โมเด็ม (Modem)

การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้คือ โมเด็ม ซึ่งมีอยู่ 2 ประเภทคือ

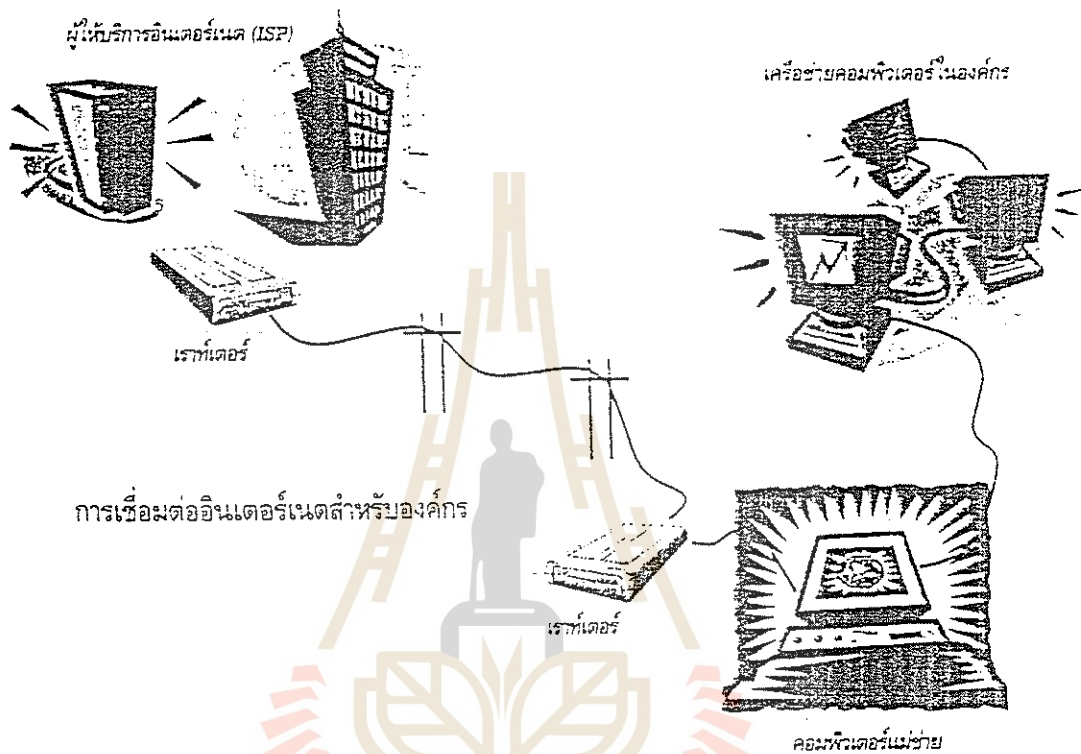
1. โมเด็มแบบ Internal เป็นแผงวงจรที่ต้องนำมาเสียบกับเครื่องคอมพิวเตอร์ ไม่สามารถแยกออกจากเครื่องคอมพิวเตอร์
2. โมเด็มแบบ External เป็นโมเด็มที่แยกออกมาจากเครื่องคอมพิวเตอร์ เชื่อมต่อถึงคอมพิวเตอร์ โดยผ่านสายส่งข้อมูล มีข้อดีคือ สามารถถอดออกจากเครื่องคอมพิวเตอร์หนึ่งไปใส่ที่อีกเครื่องหนึ่งได้อย่างสะดวก แต่มีราคาแพงกว่าแบบ Internal

ความเร็วของโมเด็มมีตั้งแต่ 14.4 Kbps ถึง 56.6 Kbps (สามารถส่งข้อมูลได้ 56600 บิต ใน 1 วินาที - 8 บิต = 1 ตัวอักษร)

#### การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กรที่มีผู้ใช้จำนวนมาก

องค์กรที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมาก เช่น มหาวิทยาลัย หรือบริษัทที่มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์จำนวนมาก อาจเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้สาย Lease Line ซึ่งเป็นสายส่งข้อมูลเช่ารายเดือน (วงจรเช่า) จะเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา การเช่าสายแบบนี้ทำให้การสื่อสารข้อมูลเร็วกว่าแบบใช้สาย

โทรศัพท์ โดยต้องมีอุปกรณ์อื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายที่เชื่อมต่อกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตโดย เราท์เตอร์ (Router) รูปแบบการเชื่อมต่อแบบนี้จะเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าการเชื่อมต่อแบบส่วนบุคคล



ภาพที่ 4 การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กร

Time to Surf (ได้คลีน) the Net!

วิทยากร : คุณวัชรพงศ์ ยะไวทย์

หัวข้อ : จะเริ่มต้นทำ E – Commerce ได้อย่างไร



เวลา : 10.15 – 12.00 น.

วันที่ : 25 มีนาคม 2543

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

รูปแบบการคำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โดย  
วัชรพงศ์ ยะไวทย์  
Max Savings (Thailand) Co., Ltd.



---

---

---

---

---



---

---

---

ลักษณะเฉพาะของการค้าบนเว็บ

- ไม่มีพรมแดน
- เข้าสู่ทุกช่องทางการขายได้โดยตรง
- คำขายได้ 24 ชั่วโมง
- ตัดสินใจซื้อสินค้าจากข้อมูล
- ลงทุนต่ำ ใช้สมอง และความเร็วเป็นหลัก



---

---

---

---

---

---



---

---

รูปแบบการเสนอขายสินค้าบนเว็บ

- Business-to-Business
  - Business-to-Importer
  - Business-to-Distributor/Wholesaler
  - Business-to-Retailer
- Business-to-Consumer
- Business-to-Government
- Consumer-to-Consumer

[www.maxcyber.com](http://www.maxcyber.com)



---

---

---

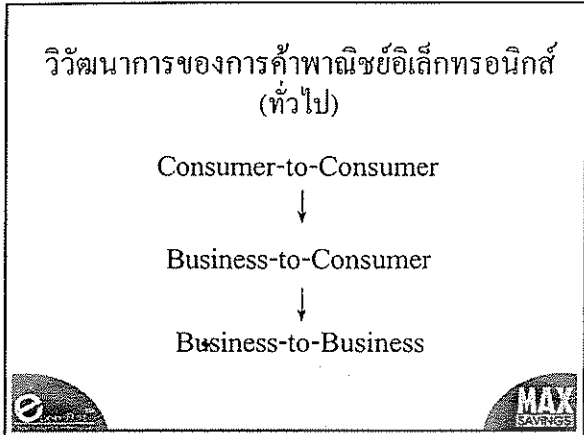
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

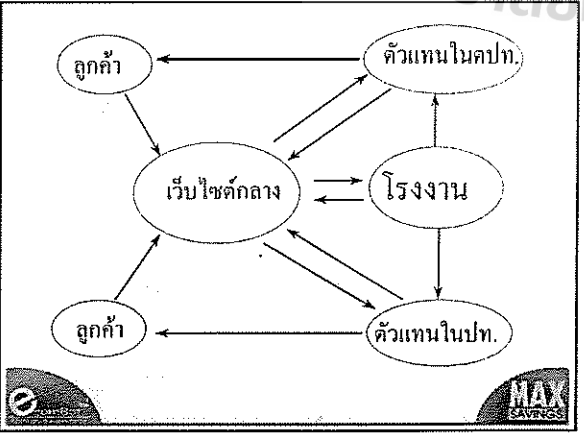
---

---

---

---

---




---

---

---

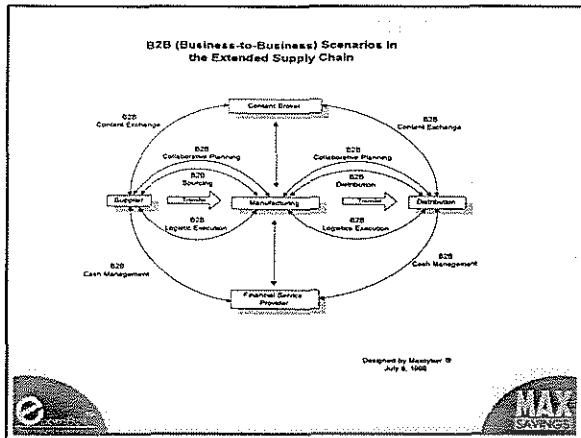
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**ทำ E-Commerce เริ่มต้นอย่างไร ?**

- สำรวจตนเอง
- สำรวจตลาด
- สำรวจคู่แข่ง
- สำรวจเทคโนโลยี

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**“สำรวจตนเอง” หาจุดอ่อน-จุดแข็ง ?**

- เป้าหมาย
- สินค้า-บริการ
- ต้นทุนสินค้า-บริการ
- บุคลากร
- เทคโนโลยี

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

“สำรวจตลาด” หาความต้องการ ?

- กลุ่มเป้าหมาย (แบ่งตามพฤติกรรม)
- ลักษณะสินค้าที่ตลาดต้องการ
- ระดับราคาที่ยอมรับได้
- พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

---

---

---

---

---

---

---

---

“สำรวจคู่แข่ง” เพื่อสร้างจุดต่าง ?

- ลักษณะสินค้า-บริการที่ขาย
- ระดับราคาที่เสนอขาย
- กลุ่มเป้าหมายที่เสนอขาย

---

---

---

---

---

---

---

---

“สำรวจเทคโนโลยี” เพื่อเอาชนะ ?

- ระบบตะกร้าที่คู่แข่งใช้
- ระบบโต้ตอบอัตโนมัติ
- ระบบส่งเสริมการขาย
- ระบบการรับชำระเงิน

---

---

---

---

---

---

---

---



วิธีสำรวจ ทำอย่างไร ?

- คำนจจากเครื่องมือค้นหา
- ทดลองเป็นลูกค้า
- ฝ้าดูอย่างต่อเนื่อง

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

ทำอย่างไร จึงจะเอาชนะคู่แข่ง ?

- สมองความต้องการที่แท้จริง
- ปรับสินค้าให้ตรงความต้องการ
- ผู้ด้วยจุดแข็งของเราเป็นหลัก
- ปรับตัวให้เร็วกว่า

---

---

---

---

---

---

---

---

การคัดเลือกสินค้าที่เหมาะสม

- มีแหล่งกำเนิดในไทย
- ราคาสมเหตุสมผล และให้กำไรสูง
- มาตรฐานระดับโลก
- ง่าย และปลอดภัยต่อการขนส่ง

---

---

---

---

---

---

---

---

การออกแบบและนำเสนอเว็บ โดยทั่วไป

- แค่อัฒนสัมพันธ์บริษัท
- จัดแบบงานแสดงสินค้า
- แบบ Online Catalog
- ทำ E-Commerce สมบูรณ์แบบ

---

---

---

---

---

---

---

---

การออกแบบร้านค้าที่ดี ทำอย่างไร?

- สนองตอบพฤติกรรมผู้บริโภค
- เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว
- เน้นการให้ข้อมูลที่เพียงพอ
- ระบบการสั่งซื้อเข้าใจง่ายและมั่นใจ

---

---

---

---

---

---

---

---

ค่าใช้จ่ายในการเปิดร้านค้าบนเว็บ

- ค่าพัฒนาเว็บเพจ
- ค่าพัฒนาระบบ E-Commerce
- ค่าเช่า Host
- ค่าพัฒนาระบบหลังร้าน

---

---

---

---

---

---

---

---

องค์ประกอบของร้านค้าบนเว็บ

- ส่วนหน้าร้าน
- ส่วนแคตตาล็อก
- ส่วนระบบการสั่งซื้อ (ตะกร้า)
- ส่วนระบบการชำระเงิน
- ส่วนติดตามผลการซื้อ-ขาย
- ส่วนหลังร้าน

---

---

---

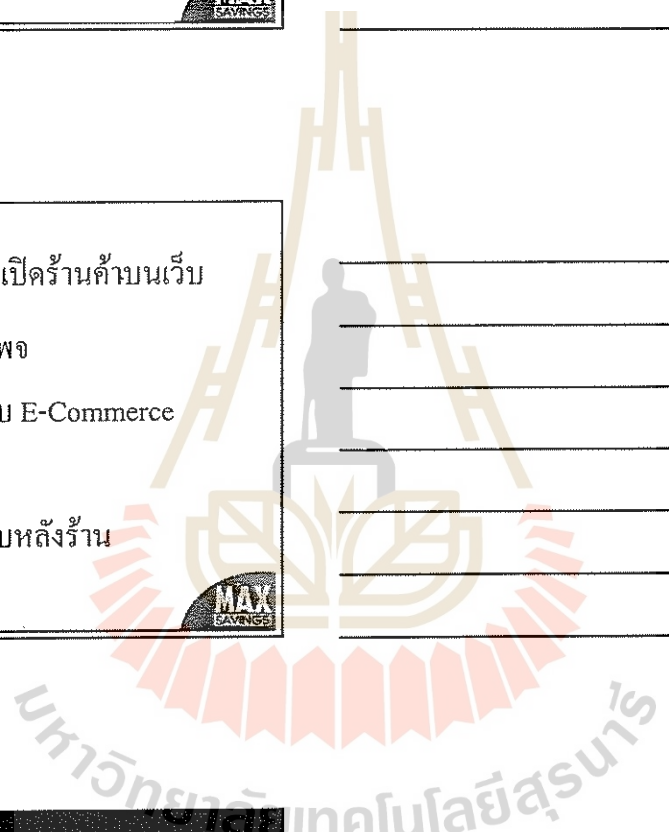
---

---

---

---

---






---

---

---

---

---

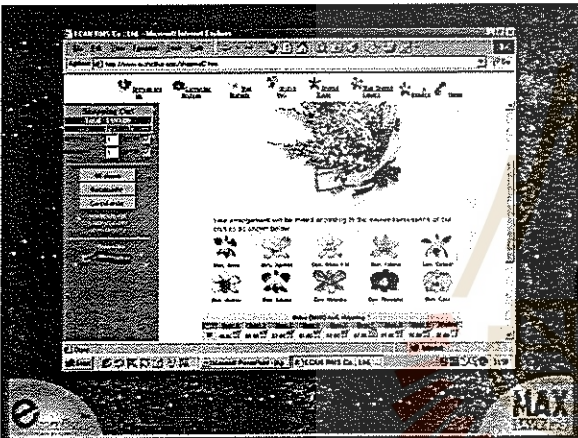
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

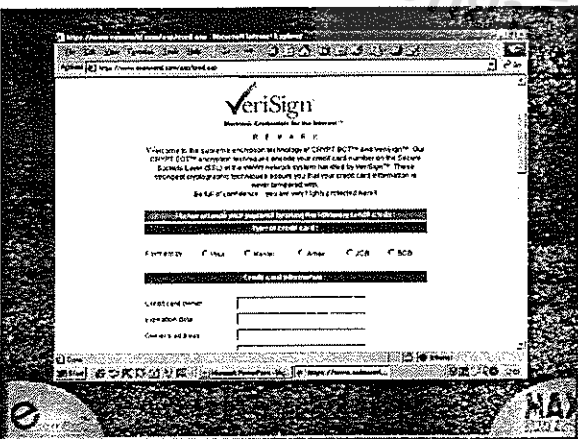
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

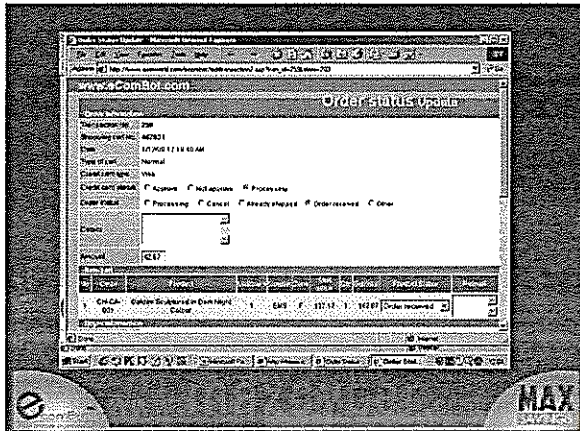
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ระบบสร้างร้านค้าแบบอัตโนมัติ

- สร้างเสร็จภายในเวลาไม่กี่นาที
- ปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลา
- ควบคุมโดยผ่านเว็บเบราว์เซอร์
- เลือกระบบและรูปแบบร้านได้

---

---

---

---

---

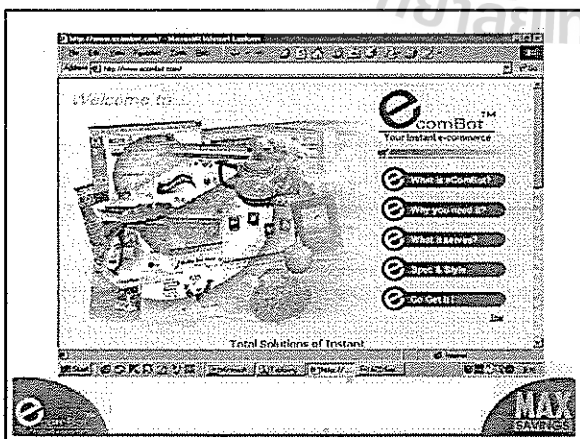
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

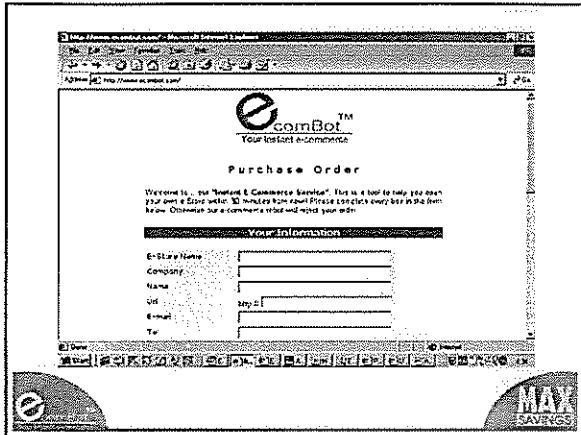
---

---

---

---

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี




---

---

---

---

---

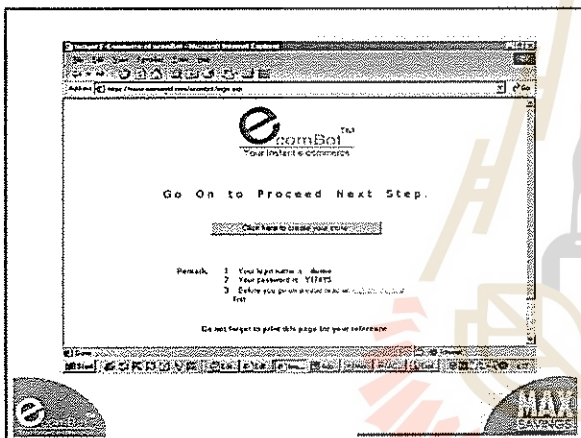
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

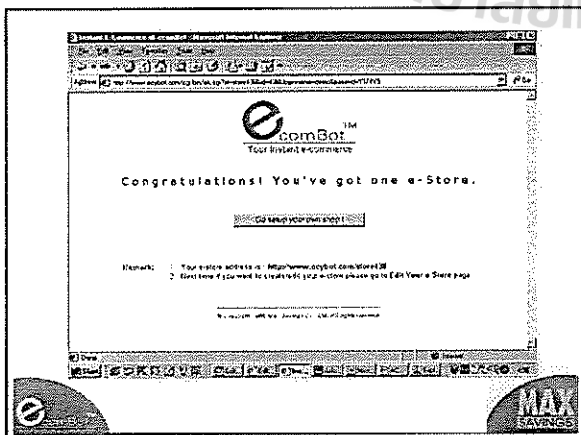
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

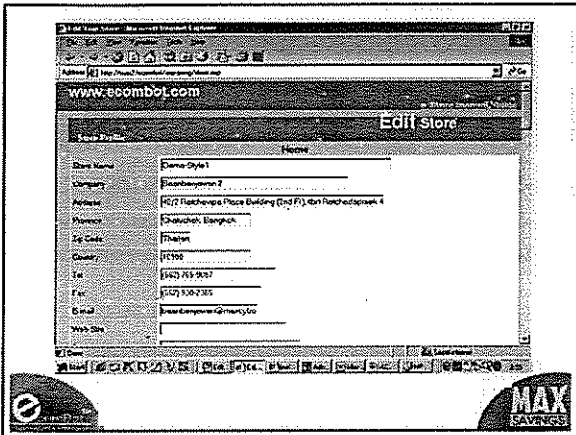
---

---

---

---

---




---

---

---

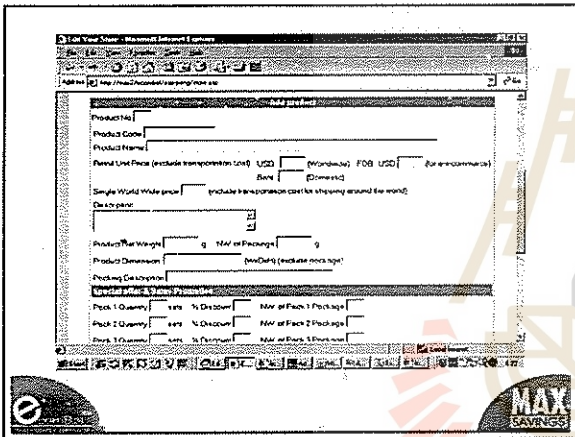
---

---

---

---

---




---

---

---

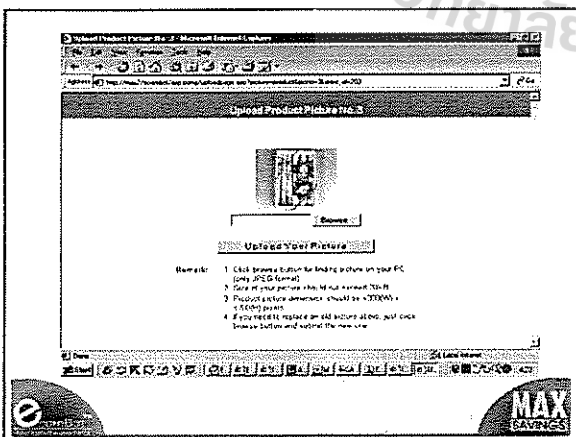
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

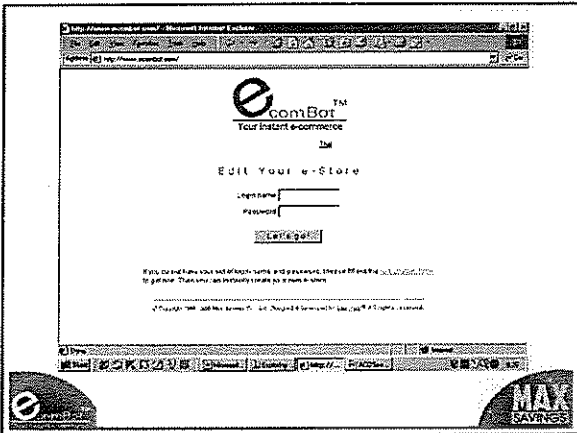
---

---

40/2-6 Ratchavipa Place Building (2nd Fl.), Ratchadapisek 48, Ratchadapisek Rd., Ladyao, Chatuchak, Bangkok 10900, Thailand Tel : (662) 930-2361-4 Fax : (662) 930-2365

E-mail : global@eximworld.com , webmaster@maxcyber.com , marketing@shoppingthai.com

URL : www.eximworld.com , www.maxcyber.com , www.shoppingthai.com , www.thainic.net , www.ecombot.com




---

---

---

---

---

---

---

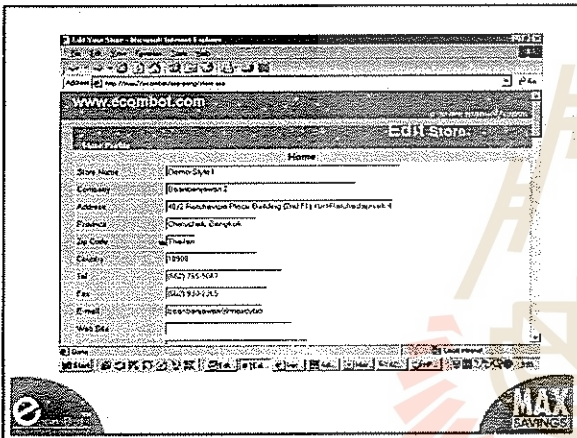
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

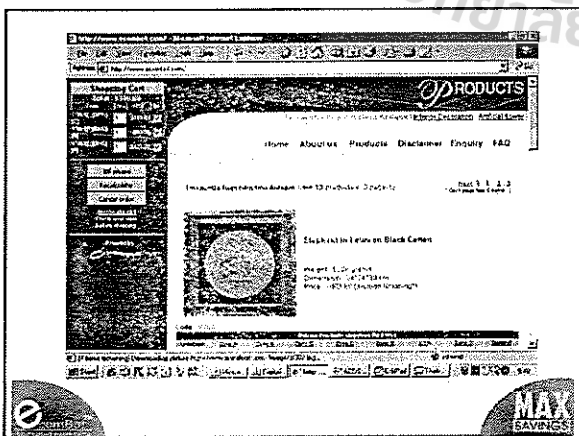
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

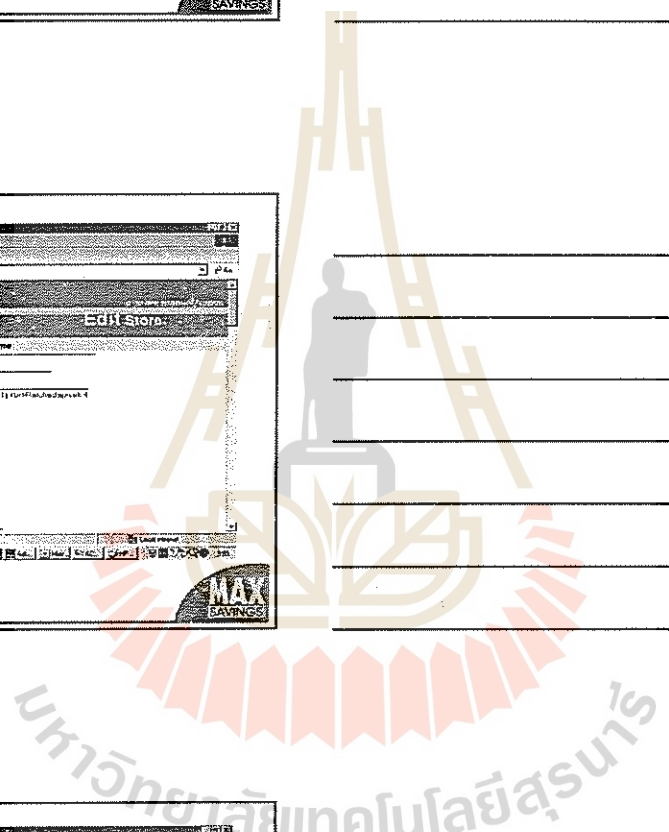
---

---

---

---

---



40/2-6 Ratchavipa Place Building (2nd Fl.), Ratchadapisek 48, Ratchadapisek Rd., Ladyao, Chatuchak, Bangkok 10900, Thailand Tel : (662) 930-2361-4 Fax : (662) 930-2365

E-mail : global@eximworld.com , webmaster@maxcyber.com , marketing@shoppingthai.com

URL : www.eximworld.com , www.maxcyber.com , www.shoppingthai.com , www.thainic.net , www.ecombot.com






---

---

---

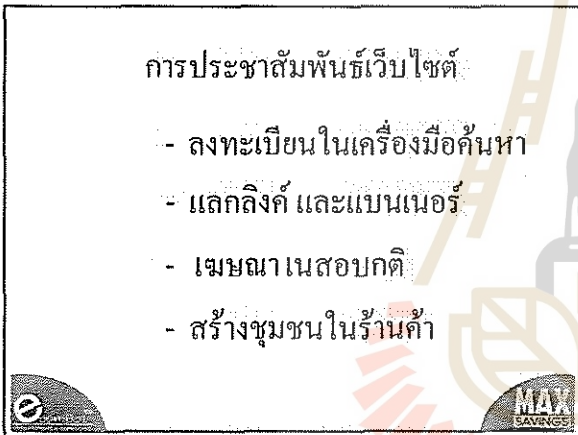
---

---

---

---

---




---

---

---

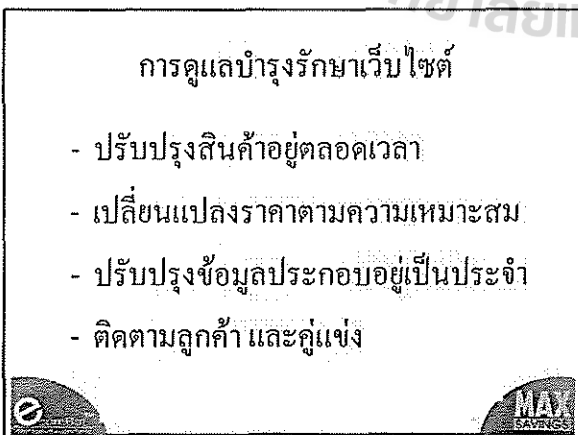
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---


---

---

---

เคล็ดลับของความสำเริง

- ยึดลูกค้าเป็นหลัก
- เน้นสนองตอบที่สินค้าและราคา
- ปรับปรุงตลอดเวลา
- รวดเร็วต่อการสนองตอบ
- ตั้งใจจริง และอดทน



---

---

---

---

---

---

---

---



วิทยากร : คุณวันเพ็ญ เจริญวิจาวัฒน์


หัวข้อ : ระบบการเงินและความปลอดภัยของ E – Commerce

เวลา : 09.00 – 10.30 น.

วันที่ : 26 มีนาคม 2543



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

<b>ELECTRONIC COMMERCE</b>
<p>BY</p>  <p><b>SCB CREDIT CARD CENTER</b></p>

---

---

---

---

---

---

---

---

<b>E-COMMERCE TRANSACTION</b>
<p>มีระบบหลักๆ 3 ตัว คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระบบการตั้งซื้อ</li> <li>2. ระบบการชำระเงิน</li> <li>3. ระบบการขนส่ง</li> </ol>

---

---

---

---

---

---

---

---

<b>วิธีการชำระเงิน</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เช็คบัญชี</li> <li>2. โอนเงิน</li> <li>3. เช็ค หรือ ดร๊าฟ</li> <li>4. เปิด LC</li> <li>5. บัตรเครดิต</li> </ol>

---

---

---

---

---


---

---

---

**ขั้นตอนการสมัครเป็นร้านค้าสมาชิกเพื่อรับบัตร  
เครดิตผ่าน INTERNET**

1. ร้านค้าต้องจัดทำ WEB SITE ให้เรียบร้อย
2. ติดต่อธนาคาร
3. เอกสารประกอบในการสมัคร
  - สำเนาบัตรประชาชนของผู้มีอำนาจลงนาม
  - สำเนาทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจลงนาม
  - สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัท
  - สำเนาทะเบียนการค้า
  - สำเนาทะเบียนภาษี
  - แผนที่บริษัท




---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

**เงื่อนไขต่างๆ**

1. ต้องมีบัญชีกับธนาคารนั้น ๆ โดยเป็นบัญชีออมทรัพย์หรือกระแสรายวัน
2. มีการกัณวงเงินสำหรับร้านค้าที่ไม่เคยติดต่อกับธนาคารมาก่อน
3. อัตราค่าธรรมเนียม 3 - 5%




---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

**ประเภทบัตรเครดิตที่รับ**

1. บัตรเครดิตไทยพาณิชย์
2. VISA
3. MASTERCARD
4. JCB




---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

**ข้อมูลที่ต้องการบนเว็บไซต์**

1. อธิบายลักษณะสินค้าหรือบริการ
2. นโยบายการคืนสินค้าหรือการคืนเงิน
3. บุคคลที่สามารถติดต่อได้, ที่อยู่, E-mail address, เบอร์โทรศัพท์, โทรสาร (พร้อมรหัสประเทศ) ของบริษัท
4. สกุลเงินที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ มีสกุล USD, THB
5. ข้อจำกัดของการส่งออก (ถ้ามี)
6. วิธีการส่งสินค้า
7. ใบสั่งซื้อ (ORDER FORM)



---

---

---

---

---


---

---

---

**การป้องกันการปฏิเสธจากผู้ถือบัตร**

1. อธิบายลักษณะสินค้าให้ชัดเจน
2. มีวิธีการจัดส่งสินค้าที่ดี
3. มีนโยบายการคืนสินค้าและคืนเงินที่ชัดเจน
4. มีการบรรจุหีบห่อที่ดี
5. ตรวจสอบรายการที่น่าสงสัย
6. แจ้งเงื่อนไขต่างๆให้สมบูรณ์ เช่น ภาษีนำเข้า



---

---

---

---

---


---

---

---

**ประเภทธุรกิจที่มียอดซื้อขายผ่าน INTERNET**

1. รับจองโรงแรม
2. ยา
3. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์, เครื่องใช้ไฟฟ้า
4. Software , CD
5. โฆษณา
6. Homepage design , Web Hosting
7. ดอกไม้
8. หนังสือ



---

---

---

---

---

---

---

---

### มูลค่าของการซื้อขายผ่าน INTERNET แบบ B to C ปี 2000

คาดว่าประมาณ 1200-2000 ล้านบาท

- |                                   |                    |
|-----------------------------------|--------------------|
| 1. โทรศัพท์                       | มูลค่า 300 ล้านบาท |
| 2. ของที่ระลึก ดอกไม้             | มูลค่า 15 ล้านบาท  |
| 3. คอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ | มูลค่า 14 ล้านบาท  |
| 4. หนังสือ                        | มูลค่า 12 ล้านบาท  |
| 5. เครื่องใช้ไฟฟ้า                | มูลค่า 12 ล้านบาท  |

ที่มา : The Boston Consulting Group International



---

---

---

---

---

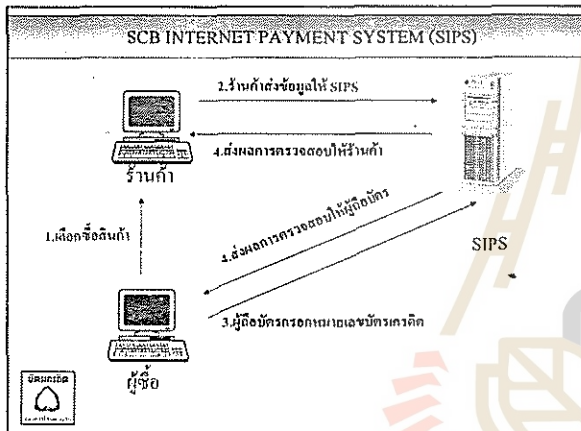
---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### ระบบรักษาความปลอดภัย

1. SSL (Secure Socket Layer)
2. SET (Secure Electronic Transaction)



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

วิทยากร : คุณเริงบุทธิ์ ภูมिरัตน์  
หัวข้อ : โอกาสของ E – Commerce ในอนาคต  
เวลา : 13.00 – 16.00 น.  
วันที่ : 26 มีนาคม 2543

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



โอกาสของอีคอมเมิร์ซในอนาคต<sup>1</sup>

เริงยุทธ ภูมิรัตน์ ประธานชมรมฯ

## 1. โลกยุคโลกาภิวัตน์

มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ส่งผลกระทบอย่างสำคัญต่อประเทศ เช่น ในกว่า 10 ปีที่แล้ว ได้แก่ด้านการขนส่งเพื่อการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้เป็นเพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาทางอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นผลักดันให้ประเทศพัฒนาต้องปรับร่นขนาดของการขนส่งในรูปแบบต่างๆขึ้นโดยเพิ่มวิสัยสามารถให้ขนส่งได้ในปริมาณสูงและเดินทางได้รวดเร็วกว่าเดิมทั้งทางทะเล ทางอากาศ และทางบก พร้อมทั้งทำการวิจัยยกระดับเศรษฐกิจโดยหลักการจัดมาตรฐานการประหยัด (Economy of Scale) ให้รัดกุมยิ่งขึ้น เช่น ลดจำนวนเที่ยวของการขนส่งและปรับปรุงการจัดการด้วยระบบบริหารการขนส่งสมัยใหม่ ประเทศไทยและประเทศกำลังพัฒนาต่างได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางการค้านี้จึงจำเป็นต้องขยายสาธารณูปโภคพื้นฐานของตนเป็นส่วนใหญ่และปรับปรุงให้รองรับการเพิ่มขยายได้อย่างเพียงพอ แต่เนื่องจากการวางแผนพัฒนาของประเทศด้านการลงทุนปรับปรุงขยายท่าเรือ ท่าอากาศยาน เส้นทางขนส่งทางเรือ และเส้นทางขนส่งทางบก มิได้เตรียมแผนงานขึ้นให้ทันต่อการสอดประสานได้อย่างสม่ำเสมอ จึงต้องเสียโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศไปอย่างน่าเสียดาย ซึ่งให้เห็นว่าการวางแผนพัฒนาของประเทศอย่างต่อเนื่องนั้น เป็นสิ่งที่จะต้องสร้างความรู้ทันให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นการล่วงหน้า เพื่อทำหน้าที่ประสานประโยชน์ระหว่างประเทศด้วยการปรับวิสัยสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้อย่างทันการ

โลกในเศรษฐกิจยุคใหม่ได้ปรับการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศเป็นระบบ Digital ที่ได้รับการวิจัยว่าเป็นสิ่งที่มีความหนักเบาเก็บข้อมูลได้มาก สามารถเชื่อมโยงได้จากเครือข่ายเพื่อรับข้อมูลที่รวดเร็วให้ประสิทธิภาพสูงทางเศรษฐกิจ จึงถูกเรียกว่า Digital Economy ซึ่งพัฒนาจาก Economy of Scale ไปสู่ Economy of Speed ด้วยการวิจัยยกระดับทางเศรษฐกิจในทำนองเดียวกัน การเชื่อมโยงเพื่อสื่อสารข้อมูลส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อวิธีการที่นำไปใช้ทำการค้า โดยเฉพาะการทำอีคอมเมิร์ซบนอินเทอร์เน็ตได้ตัดสิ่งทำให้เกิดความล่าช้าออกไป คงเหลือไว้แต่ขั้นตอนที่จำเป็นทางการค้าเท่านั้น เช่น การติดคนกลางออก (Disintermediation) และการทำความตกลงซื้อขายกันโดยตรง ผู้ที่ยังอยากจะทำหน้าที่เป็นคนกลางจะต้องเปลี่ยนบทบาทไปทำหน้าที่อันเป็นประโยชน์อื่น (Facilitator) ต่อสังคมธุรกิจ (Business Community) ในยุคใหม่ เช่น การค้นหาจุดบอดในวงจรธุรกิจ นำมาแสวงหาโอกาสการผลิตหรือการเพิ่มมูลค่าได้อีก การเก็บข้อมูลนั้นไว้ในเครือข่ายทำให้สามารถวิเคราะห์มูลค่าเพิ่ม ซึ่งมักก่อให้เกิดนวัตกรรมสำหรับวงการธุรกิจนั้นได้อยู่ตลอดเวลา

เมื่อกล่าวถึงโลกดิจิทัล บัจจุบันจะถูกเบียดออกไปจนแทบจะไร้ความหมาย ดังนั้นช่วงเวลาทางการค้าสามารถลดให้สั้นลงได้ (Reduction of Life Cycle) รวมทั้งการตัดขั้นตอนบางอย่างออกไปเพื่อร่นเวลาและระยะทาง สร้างขึ้นเป็นเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Networking Economy) ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการเชื่อมโยง ในขณะที่ปัจจัยด้านระยะทางก็จะถูกกำจัดให้ลดลงจนเกิดประสิทธิผลมากที่สุด เช่น ลดขั้นตอนความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customisation) โดยการออกแบบหรือสั่งซื้อของ Online แทน ทำให้เห็นถึงความแปลกแยกจากเส้นทางของการค้าเดิม (Community deconstruction) ได้มากขึ้น ขายได้มากขึ้น เสียเวลาน้อยลง ความเป็นมนุษย์ก็จะน้อยลงไปด้วย ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม อย่างไรก็ตาม การแก้ไขสามารถทำได้ด้วยการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ที่ต้องอาศัยความสามารถของผู้บริหารระดับสูงหรือผู้นำทางธุรกิจ ที่มีทั้งความเข้าใจและ

ความอดทน เพราะอาจจะต้องแสวงหาเส้นทางที่ดีที่สุดสำหรับการดำเนินธุรกิจซึ่งอาจเปรียบเทียบกับ การเดินเรือ (Navigator) เพื่อนำมาตัดสินใจดำเนินการ

นับเป็นโอกาสดีของประเทศไทยที่ได้รับหน้าที่จัดการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ครั้งที่ 10 ขึ้นที่กรุงเทพฯ ในระหว่างวันที่ 12 - 19 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2000 ที่ผ่านมา ซึ่งผู้แทนประเทศไทยทำหน้าที่เป็นประธานในคราวการประชุมนี้ และจะดำเนินการอีกรอบหนึ่งทำนองเดียวกันในอีกสี่ปีข้างหน้า สมาชิกการประชุมในครั้งนี้นำโดยผู้แทนจาก 159 ประเทศ ต่างแสดงความหวังที่จะพึ่งพาทางการค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปได้ด้วยดี โดยอาศัยความร่วมมือในกรอบที่มีความยั่งยืน หนึ่งในความพยายามเปิดการค้าเสรีนั้น มิใช่เพียงการเปิดกว้างทางการค้าแต่ในกลุ่มประเทศยากจนอย่างเดียว กลุ่มประเทศด้อยโอกาสต่างเห็นพ้องต้องกันว่า ความมีใจกว้างของประเทศที่อยู่ในฐานะที่ดีกว่า ย่อมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะอุดช่องว่างการแก้ปัญหาได้ การที่เศรษฐกิจของประเทศไทยถูกเข้าใจว่า ผงกหัวขึ้นได้ในเวลาอันสั้นนั้น คงไม่อาจนอนใจได้ตราบดีที่ยังไม่ประกาศต่อโครงสร้างที่ชัดเจนในการตั้งรับความผันผวนทางการเงินของไทยที่จะต้องรับมือต่อการเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจจะแตกต่างกัน และแผนดำเนินการที่ชัดเจนสำหรับโครงการสำรองเงินทุน IMF ของชาติ อย่างไรก็ตาม ที่ประชุมองค์การได้สะท้อนให้เห็นถึงพลังของชาติไทยที่ได้รับการหล่อเลี้ยงและพัฒนาโดยพระมหากษัตริย์ผู้ทรงได้รับความรักที่ยั่งยืน และได้รับการเทิดทูนอย่างลึกซึ้งจากประชาชน ทั้งนี้เพราะทรงเป็นผู้นำประเทศที่มีความหวังโยใน พลศกนิกรที่แท้จริง ทรงวางรากฐานและสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ ซึ่งได้กลายมาเป็นแม่แบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในหน้าต่อไปของการพัฒนาประเทศ โดยใช้หลักการเดินสายกลางที่ทุกคนต่างจะต้องพึ่งพาตัวเองได้อย่างมั่นคงต่อไป

ในการประชุมขององค์การที่กรุงเจนีวาในปี 2541 ได้กล่าวถึงการปฏิวัติที่แท้จริงรวมทั้งการเติบโตอย่างรวดเร็วของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นองค์ประกอบหลักนั้น (Internet-based Component) ในหลายกรณีกลุ่มที่อยู่ในวงการที่เล็กกว่าซึ่งหมายถึงธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งส่วนใหญ่ของธุรกิจในประเทศกำลังพัฒนาต่างมองว่า การที่ตนจะมีส่วนร่วมในอีคอมเมิร์ซของโลกได้อย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับวิสัยความสามารถที่เพียงพอในการต่อเชื่อมกับอินเทอร์เน็ต (Internet Connectivity) เท่านั้น ซึ่งหลักฐานที่มีอยู่ชี้ให้เห็นว่าการเติบโตของการต่อเชื่อมในขณะนี้ของประเทศที่การพัฒนา มีความเติบโตในอัตราที่สูงมาก แสดงได้เป็นตัวเลขยกกำลัง (Exponential Growth) สิ่งที่เป็นความกังวลก็คือเมื่อการขยายตัวทางการค้าเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยปัจจัยที่ไม่เท่าเทียมกัน คลื่นวิกฤตการณ์ทางการเงินระลอกใหม่ก็จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศด้อยโอกาสได้ในระยะต่อไป การที่ประเทศพัฒนาเป็นแหล่งความก้าวหน้าที่สุดสมควรเป็นเวลานานติดต่อกันในเรื่องกำลังในการผลิต การเก็บข้อมูล และการแพร่ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต จึงเป็นกลุ่มที่ครองความเป็นผู้นำในเรื่อง IT ตลอดมา ยากที่จะสลัดเป็นอย่างอื่นในขณะที่โครงสร้างของแกนราคาที่เป็นอยู่ในขณะนี้ยังไม่มีการปรับตัวหรือมีขีดจำกัดแต่อย่างใด ส่งผลให้การต่อเชื่อมกับอินเทอร์เน็ตยังเป็นช่องว่างสำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่ยังเป็นผู้ต้องจ่ายแพงอยู่ตลอด ดังนั้นการมีส่วนร่วมในอินเทอร์เน็ตของภาคเอกชนจึงถูกจำกัดตามไปด้วย การทำประชาพิจารณ์เรื่องอีคอมเมิร์ซครั้งแรกที่จังหวัดขอนแก่นไม่ได้ชี้กรอบที่ชัดเจนของอีคอมเมิร์ซ มุมมองการให้สิทธิในการประกอบธุรกิจโทรคมนาคมในอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นการให้สิทธิการกำกับดูแลที่ประชาสังคมเห็นว่าขาดความโปร่งใส จึงไม่สมควรที่ กสท. (การสื่อสารแห่งประเทศไทย) จะอ้างสิทธิตามสัมปทานได้ โดยการเข้าไปถือหุ้น (โดยไม่ต้องลงทุน) ในทุกผู้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ตถึง 32 % และอีก 8 % สำหรับพนักงานของ กสท. นอกจากนั้นค่าบริการเชื่อมต่อสายสัญญาณระหว่างไทยกับผู้ให้บริการด้านโทร

คมนาคมระหว่างประเทศ เช่น Teleglobe, Global One ที่ กสท. คิดค่าบริการจากไอเอสพียังเป็นราคาที่สูง  
ค่อนข้างสูง เมื่อต้นเหตุเป็นดังนี้ ค่าบริการอินเทอร์เน็ตย่อมมีราคาสูงอยู่

### การเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ต

วันที่ทำการสำรวจ	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต, Y <sup>(X)</sup> (1,000 ล้านราย)	(X)
1995 Jan	5,846	1.000
Jul	8,200	1.039
1996 Jan	14,352	1.103
Jul	16,729	1.122
1997 Jan	21,819	1.150
Jul	26,053	1.173
1998 Jan	29,670	1.187
Jul	36,739	1.212
2000 by year	100,000	1.327
2002 by year	320,000	1.462

ที่มา : International Data Corporation (IDC), Report by the UNCTAD Secretariat

### การเติบโตของบริการ Internet Server ในเขตการค้าของโลก

ประเทศ	จำนวนประชากร / Server
ฟินแลนด์	25
สหรัฐอเมริกา	50
ออสเตรเลีย	60
แคนาดา	70
เนเธอร์แลนด์	90
สิงคโปร์	125
สหราชอาณาจักร	130
เยอรมันนี	180
อิสราเอล	185
ฮ่องกง	310
ญี่ปุ่น	470
แอฟริกาใต้	930
เกาหลี	1,550
บราซิล	8,000
ไทย	15,000
อินโดนีเซีย	87,000
จีน	561,000

อินเดีย	1,200,000
---------	-----------

ที่มา : Killen & Associates; Network Wizards จากรายงาน UNCTAD Secretariat, Geneva, 23 Nov. 1998

ต่อประเด็นที่มีการแสดงความคิดเห็นมากที่สุด คือ เพราะเหตุใดการทำอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย จึงยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร แม้หลายบริษัทในระดับ SMEs ต่างมีความต้องการอย่างจริงจังก็ตาม แต่ต่อมาได้เกิดความลังเลใจขึ้น เพราะขาดความเชื่อมั่นในเรื่องต่างๆ บางรายก็ถึงกับเลิกไปเลย ในขั้นนี้ จึงใคร่แสดงความเห็นว่า บทบาทของภาครัฐในลักษณะที่ใช้อำนาจผูกขาดที่ทำให้ไทยต้องเสียโอกาสทางเศรษฐกิจไปนั้น ทำให้ประชาสังคมไม่เกิดความมั่นใจต่อการวางแผนตามวิสัยทัศน์ของภาครัฐ

## 2. ตลาดโทรคมนาคมเอเชียเปิดเสรี

การประชุมครั้งแรกที่สิงคโปร์ ในปี 2539 สมาชิก WTO 43 ประเทศ รวมทั้งไทย ได้ตกลงร่วมกันที่จะยกเลิกการจำกัดเก็บภาษีนำเข้าสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหมดให้ได้ภายในปี 2543 ตามปฏิญญาว่าด้วยความตกลงเปิดเสรีเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Agreement : ITA) ของ WTO แต่ประเทศในกลุ่มกำลังพัฒนา เช่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และไทย กลับขอผ่อนผันยืดเวลาออกไปจนถึงปี 2548

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะต่างกลัวกระแสเปิดเสรีการโทรคมนาคมของนานาประเทศที่กำลังทะลักเข้ามาผนวกกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในต่างประเทศที่จะนำมาใช้กับระบบโทรคมนาคมได้เจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การแข่งขันมีความเข้มข้นขึ้น จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นการเสียโอกาสที่จะแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีใหม่หรือไม่ที่ไทยควรร่วมด้านกระแสนี้ ทั้งๆที่ไม่มั่นใจว่าภาครัฐของตนจะเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงยุคโลกาภิวัตน์ได้ดีอย่างไร ในขณะที่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซไทย เช่น การท่องเที่ยว การขายของผลิตภัณฑ์ของไทย ฯลฯ โดยชาวต่างประเทศ หรือคนไทย หรือโดยการร่วมทุนกันก็ตาม ไปเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เสียค่าบริการต่อเชื่อมอินเทอร์เน็ตที่ถูกกว่าเปิดบริการ Server ในประเทศเพราะจะเกิดความมั่นใจได้มากกว่า เห็นได้ชัดว่าการเปิดเสรีโดยทางอ้อมนี้อาจเป็นเส้นทางการเปลี่ยนแปลงที่ช่วยการตัดสินใจในธุรกิจตามแนวทางของปฏิญญา ซึ่งหากเข้าใจได้อย่างเท่าเทียมกันแล้ว ปฏิญญาแห่งความรู้ทันโลกาภิวัตน์ย่อมจะเกิดขึ้น ต้องอย่าลืมนำสินค้าที่ขายในอินเทอร์เน็ตนั้นเชื่อถือได้แต่จับต้องไม่ได้ จึงไม่มีความยอมรับทางกฎหมาย อย่างเช่น สินค้าที่จะต้องเสียภาษีขาเข้านั้นจะบังคับได้ต่อเมื่อผู้รับสินค้าตอบสนองด้วยการแสดงใบรับสินค้านั้น ซึ่งเป็นเรื่องที่จะนำมายืนยันการเสียภาษีขาเข้าต่อไป ที่น่าสนใจก็คือ โอกาสทางเศรษฐกิจถูกหยิบยื่นให้แล้ว แต่ประเทศกำลังพัฒนามักจะล่อที่จะปฏิบัติตามปฏิญญา โดยไม่เฉลียวใจต่อการที่จะเสียโอกาสทางเศรษฐกิจไป ขณะที่กระแสในประเทศพัฒนามิได้เป็นเช่นนั้น เพราะถือว่าการเปิดเสรีทางการค้าเท่ากับการบอกเลิกอำนาจผูกขาดและทำการค้าแข่งขันกันในตลาดที่ให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทั้งในการแลกเปลี่ยน (Trade) ภูมิปัญญาและการจัดการต่างๆ รวมทั้งในเรื่องราคาที่จะต้องถูกลง บทบาทนี้หลายประเทศมักถ่วงระยะเวลาการพัฒนาให้สั้นลงให้มากที่สุด เพื่อจะได้รับคว่ำโอกาสทางเศรษฐกิจเข้ามาพัฒนาประเทศ

ฮ่องกง ประกาศให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแก่บริษัทจำนวน 17 แห่ง กล่าวคือให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคมพื้นฐาน 5 แห่ง ที่เหลือเป็นบริษัทให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคมแบบไร้สายระบบ WAP ที่อาศัยระบบสื่อสารผ่านดาวเทียม รวมทั้งให้การส่งเสริมการค้าอีคอมเมิร์ซ

ไต้หวัน ประกาศผ่อนผันให้นักลงทุนต่างชาติสามารถถือหุ้นในบริษัทโทรคมนาคมแต่ละแห่งได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 60 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด นอกจากนี้เตรียมเปิดเสรีกิจการโทรศัพท์ในเดือนนี้แทนการผูกขาดโดย ซุง هوا เทเลคอม

สิงคโปร์ ประกาศเปิดเสรีอย่างเต็มตัวในเดือนเมษายนที่จะถึง โดยเลื่อนเวลาให้เร็วขึ้นกว่าเดิม 2 ปี เพราะเล็งเห็นว่า หากใช้นโยบายชะลอการเปิดเสรีต่อไปคงจะส่งผลเสียมากกว่าผลดี และเกรงว่าจะเสียตำแหน่งดาวเด่นศูนย์กลางการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศเอเชียไป การพลิกแผนเปิดเสรีโทรคมนาคมอย่างฉับไวยิ่งขึ้นร่วมกับการจัดกำแพงขวางกั้นธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม มีดังนี้

- ไม่จำกัดสัดส่วนการถือหุ้นโดยชาวต่างชาติในกิจการโทรศัพท์
- ไม่จำกัดจำนวนผู้ประกอบการ
- อนุญาตให้บริษัทต่างชาติดวงสายเคเบิลเชื่อมโยงเครือข่ายการติดต่อสื่อสารระหว่างสิงคโปร์กับเครือข่ายต่างประเทศได้ และบริษัทต่างชาติสามารถให้บริการสื่อสารทางไกลได้โดยไม่ต้องผ่านบริษัท สิงเทล ที่รัฐบาลมีหุ้นส่วนเป็นผู้ถือหุ้น
- อนุญาตให้การสื่อสารโทรคมนาคมผ่านดาวเทียมกระทำได้อย่างเสรี
- ในขณะที่เดียวกันเปิดเกมเชิงรุกสู่ตลาดคมนาคมต่างประเทศไปพร้อมๆกัน

ไทย การประกาศร่าง พรบ. โดยวิสาหกิจที่รับผิดชอบ ได้สร้างความไม่มั่นใจต่อระบบการโทรคมนาคมของประเทศที่ยึดหลักการใช้อำนาจผูกขาดของรัฐ ทำให้บริษัทสื่อสารโทรคมนาคมของไทยต้องปรับกลยุทธ์รับกระแสโลกด้วยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การให้บริการภายในประเทศ และยกระดับธุรกิจสู่ต่างประเทศ โดยทำการควบรวมกิจการกับบริษัทในสิงคโปร์ และฮ่องกง อย่างเช่น บริษัท ซิบ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นของบริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด ในส่วนที่บริษัทสามารถถือครองอยู่

อังก์ถัด (องค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา) ในการประชุมอังก์ถัด ครั้งที่ 10 ที่ผ่านมา ได้ยกตัวเลขอันมีนัยสำคัญต่อการทำอีคอมเมิร์ซส่วนใหญ่ของโลกขึ้นพิจารณาซึ่งเป็นมูลค่าถึง 200 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 3 พันล้านเหรียญสหรัฐ นับเป็นมูลค่าทางการค้าอีคอมเมิร์ซทั้งหมดของโลกที่จะเพิ่มขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า หรือเป็นประมาณร้อยละ 20 ของมูลค่าทางการค้าทั้งหมดในโลก

การป้องกันวิกฤตการณ์ทางการเงินของโลกที่อาจเกิดขึ้นเป็นคลื่นลูกต่อไปตามที่เสนอในที่ประชุมอังก์ถัดครั้งที่ 10 จึงมุ่งไปที่การพิจารณาการจัดสถาปัตยกรรมด้านเงินลงทุนระหว่างประเทศ ด้วยเห็นว่า Digital Economy เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วมาก เพราะนี่คือการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งแรกในประวัติศาสตร์ของมนุษย์ ที่การถดถอยในเชิงแกนราคายังมีข้อจำกัดต่อผลที่จะทำให้ราคาอินเทอร์เน็ตถูกลงได้

อย่างพอเพียงเท่าที่จะช่วยประเทศที่กำลังพัฒนาได้ ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องที่รัฐบาลควรรายงานให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและตระหนักต่อบทบาทที่ชัดเจนของรัฐบาลไทย ที่กำลังทำหน้าที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของชาติ ที่จะยังความมั่นใจและความร่วมมือให้เกิดขึ้นอย่างจริงจังได้จากประชาสังคมในประเทศ

ต่อการไม่เห็นด้วยในเรื่องที่กลุ่มประเทศพัฒนาที่มักมุ่งหาประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าอย่างขาดความเห็นใจนั้น การเจรจาจึงเป็นสิ่งจำเป็นในอันที่จะลดช่องว่างดังกล่าวลง หรือชี้ให้ประเทศพัฒนาหันมาให้ความช่วยเหลือประเทศเล็กที่ด้อยโอกาสในรูปแบบต่างๆ ให้มากขึ้น ซึ่งเชื่อว่าการบรรลุได้ในจุดนี้จะยังความสันติสุขให้เกิดขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ ภาครัฐเองจะต้องมีกระบวนการที่เหมาะสมต่อการกระตุ้นให้เกิดทิศทางการพัฒนา เช่น การวางกรอบการพัฒนาที่เห็นว่าจะมีความเหมาะสมต่อประเทศ หรือภาครัฐควรจะต้องดึงเอาแต่สิ่งดีที่ได้จากคราวการประชุมนี้มาบรรจุไว้เป็นนโยบายการพัฒนาหรือจุดประกายในสิ่งที่ประชาสังคมต้องการ โดยเฉพาะในองค์กรประเภท KBO (Knowledge Base Organisation) ที่ภาครัฐของไทยเห็นสมควรให้นำมาใช้เป็นโอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมอีคอมเมิร์ซของไทย ซึ่งไม่ถือว่าเป็นเรื่องยากเมื่อเทียบกับปัญหาด้านการพัฒนาสังคม ในขณะที่เดียวกันภาครัฐจะต้องเร่งสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นกับประชาสังคมของไทย ผู้ซึ่งควรได้รับโอกาสสัมผัสกับความมีประสิทธิภาพในระบบธรรมาภิบาลของรัฐโดยปราศจากการใช้อำนาจที่ไม่เป็นธรรมต่อธุรกิจของภาคเอกชน ภาครัฐควรจะทำหน้าที่แต่ในส่วนที่ภาคธุรกิจของเอกชนเห็นชอบและได้รับการปกป้องดูแลด้วยศักดิ์ศรีของรัฐบาลอย่างในอารยประเทศ

### 3. การเติบโตของรายได้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การค้าอีคอมเมิร์ซเป็นธุรกิจสมัยใหม่ เพราะมี Know-how และประสบการณ์ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจอยู่พร้อมมูล จึงปลอดภัยจากข้อขัดแย้งหรือช่องว่างที่เป็นปัญหาในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ยังได้ประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการเรียนรู้เทคโนโลยีต่างๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายบนอินเทอร์เน็ตทำให้ทางเลือกของธุรกิจเปิดออกกว้างขึ้น โดยเฉพาะจะได้ประโยชน์จากการควบรวมธุรกิจเข้ากับส่วนที่เป็นความสามารถของกิจการด้านการค้นคว้าวิจัย (R&D) โดยไม่ต้องลงทุนสูง อาจกล่าวได้ว่าร้านค้าใดไม่มีหน้าโฮมเพจในอินเทอร์เน็ตก็เท่ากับร้านนั้นไม่มีตัวตนเลยทีเดียว เพราะจะไม่มีใครรู้จักทำมาค้าขายด้วย

การทำอีคอมเมิร์ซบนฐานอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเริ่มการทำหายกาปฏิวัติทางการค้าและการพัฒนา ระหว่างประเทศ โดยมีเหตุผลดังนี้

- มีศักยภาพที่จะลดค่าใช้จ่ายจากการทำกิจกรรมก่อนการเกิดรายได้ และลดค่าใช้จ่ายที่ไม่พึงประสงค์ทางภูมิศาสตร์ลง เช่น อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับระยะทาง
- ทำหน้าที่ลดจำนวนตลาด เพราะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customisation) และการทำสัญญาระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อได้โดยตรง (Disintermedation) ทั้งยังสามารถทำให้เกิด

การควมรวมบรรดาผู้แข่งขันทางการค้า ในหลายต่อหลายตลาดทำให้บริษัทขนาดย่อมสามารถเป็นผู้แข่งขันที่ประสบผลสำเร็จได้ในตลาดโลก

- ด้วยการที่เป็นฐานของเครือข่ายข้อมูลและการไหลของข้อมูล จึงทำให้เกิดความโปร่งใสในตลาดโดยทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายตระหนักถึง ราคา คุณภาพ และการส่งมอบสินค้าที่เสนอเข้ามาโดยผู้เข้าแข่งขันในตลาด

การคาดการณ์รายได้จากอีคอมเมิร์ซในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในปี 2001

ประเทศ	รายได้จากอีคอมเมิร์ซ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)
มาเลเซีย	1,000
สิงคโปร์	800
ไทย	200
อินโดนีเซีย	< 200
ฟิลิปปินส์	< 200

ที่มา : IDC Research, 1997

การเติบโตของอีคอมเมิร์ซเป็นไปอย่างมั่นคงตลอดช่วง 1980s จนกระทั่งราวถึงศตวรรษต่อมา (Mid - 1990s) ภาคเอกชนได้นำระบบ VANs (Value-added Networks) มาช่วยดำเนินกิจกรรมทางการค้าประเภทระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ซึ่งเป็นธุรกรรมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่นสินค้ารถยนต์และชิ้นอุปกรณ์ขายปลีกที่จะต้องสั่งผ่านผู้ขาย (Suppliers) ในขณะที่องค์กรของภาครัฐก็จะลงแรงความหาผู้เข้าประกวดราคาด้วยโดยผ่านระบบ VANs จึงมีทั้งผู้บริโภคนและผู้ให้บริการออนไลน์เข้ามาชุมนุมอยู่ในเครือข่ายนี้อย่างคึกคัก และได้ขยายเครือข่ายแพร่การให้บริการด้วยระบบ VANs เข้าไปในต่างประเทศ

เริ่มต้นในปี 1994 มีการให้บริการด้านการซื้อขายข้อมูลลงใน World Wide Web (www.) และได้มีบริษัทตั้งขึ้นทำการค้าระหว่างผู้บริโภค ซึ่งมีสินค้าอุตสาหกรรมเกิดขึ้นมากมาย ผลการสำรวจปรากฏว่ารายได้ทั้งสิ้นที่เกิดจากอีคอมเมิร์ซบนอินเทอร์เน็ตในปี 1997 มีมูลค่าถึง 8 - 9 พันล้านเหรียญสหรัฐ นักวิเคราะห์อย่าง Forrester Research ทำนายว่ารายได้ของอีคอมเมิร์ซระหว่างธุรกิจด้วยกัน B2B อาจขยับตัวขึ้นถึง 327 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2002 อย่างไรก็ตามระดับของการคาดการณ์ตามรายความเจริญของประเทศต่างๆย่อมแปรผันได้อย่างมีนัยสำคัญ

การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ขาย (Suppliers) ในการทำธุรกรรมซื้อขายประจำปีด้วยการสร้างเครือข่ายหรือการขยายเครือข่ายการขายในลักษณะลูกโซ่ (Supply Chain) ของการค้ามูลค่าสูง เช่นเครือข่ายซัพพลายเชนสำหรับอุตสาหกรรมรถยนต์ซึ่งเป็นระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำธุรกิจ

ระหว่างพันธมิตรด้วยกันทางการค้าในตลาดออนไลน์ ที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายได้อย่างมหาศาล และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจผ่านระบบเครือข่ายการบริหารที่แพร่กระจายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต ผสมกับการทำอีบิซิเนส (E-business) เป็นการขยายมูลค่าเพิ่มให้กับระบบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เช่น ในธุรกิจการผลิต หรือการปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร

อีคอมเมิร์ซประกอบด้วยขั้นตอนดำเนินธุรกิจเสมือนจริง (Virtually Presentation) รวมถึงการจัดหน้าร้านและการจัดหน้าโฆษณาสินค้าพร้อมรายละเอียดคุณภาพที่เพิ่มขึ้นเพื่อความสะดวกในการซื้อขาย มีการส่งมอบสินค้าและวิธีการชำระเงินที่มีความปลอดภัยที่ใกล้เคียงกับที่เกิดขึ้นจริง (Real Time) ได้มากที่สุด โดยที่ผู้ซื้อสามารถเข้าไปดูรายละเอียดประกอบสินค้าในอินเทอร์เน็ตได้ โดยเฉพาะในหน้าอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถกรอกข้อมูลถาม - ตอบแบบปฏิสัมพันธ์ได้ (Interactive) และผู้ซื้อสามารถติดต่อสอบถามหารายละเอียดคุณภาพสินค้า ส่วนลด ระยะเวลาส่งมอบ และการติดต่อบริการหลังการขายได้ ส่วนการชำระเงินโดยผ่านบัตรเครดิตนั้นทางธนาคารจะตัดไปทำหน้าที่ตรวจสอบและกำกับความปลอดภัยแก่เจ้าของบัญชีก่อนที่จะแจ้งให้ผู้ขายทราบ การตัดต่อหน้าที่ให้บริการผู้ซื้อก่อนแจ้งการโอนเงินแก่ทางธนาคารมีผลต่อการป้องกันตัวจากนักเจาะข้อมูลทางการเงิน และเมื่อผ่านขั้นตอนนั้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว การส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้ซื้อก็จะดำเนินต่อไปโดยวิธีการสากลอย่างนอนใจได้

อีคอมเมิร์ซเป็นการค้าที่อาศัยการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ต้องการบริหารการค้าออนไลน์ซึ่งการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตจะเกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการพัฒนาที่สร้างสรรค์สังคมได้ในระยะยาว ในยุคแรก อินเทอร์เน็ตพันธุ์แท้ของสหรัฐอเมริกาจะเข้าสู่เครือข่ายได้แต่ในรูปแบบของโมเด็มผ่านสัญญาณโทรศัพท์เพียงสื่อสารข้อมูลได้เป็นตัวหนังสือ เพราะในขณะนั้นยังไม่มีเทคนิคการโฆษณาแพร่ภาพผ่านอินเทอร์เน็ตมารองรับ แต่บัดนี้โฉมหน้าอุตสาหกรรมการพิมพ์มีบูรณาการสูงขึ้น นำไปสู่อุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การสื่อสารข้อมูลสารสนเทศจึงเจริญก้าวหน้าขึ้นได้เป็นอย่างดีหลายประเทศได้นำบริการสารสนเทศในรูปแบบต่างๆ มาเสนอไว้ในเครือข่ายเดียวกันเรียกว่า ISDN (Integrated Service Digital Network) ที่สื่อข้อมูลทั้งเป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง ไปยังบ้านเรือนและสถานประกอบการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ระบบดิจิทัลที่ให้ประโยชน์มหาศาล การติดต่อการค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีดังนี้

- 1) ระบบโทรศัพท์พร้อมการส่งภาพ
- 2) ระบบโทรสาร (ไม่สื่อข้อมูลปฏิสัมพันธ์ จึงนับเป็นระบบที่เข้าไปแล้ว)
- 3) ระบบเทเลเท็กซ์ ส่งผ่านสัญญาณโทรศัพท์เข้าเครือข่ายโทรทัศน์
- 4) ระบบวิดีโอเทกซ์ ส่งจากสถานีผ่านสัญญาณโทรศัพท์ไปยังจอภาพคอมพิวเตอร์ของผู้รับที่ต่อพ่วงไว้ให้กระจายข่าวและแพร่ภาพออกทางเครื่องรับโทรทัศน์ (มสธ. กำลังรุดหน้าทำการพัฒนาระบบนี้อยู่ VITAL (Video Integrated Teaching and Learning))



- 5) ระบบวิดีโอแฟกส์ส่งผ่านสัญญาณโทรศัพท์พร้อมด้วยกล้องโทรศัพท์ขนาดเล็กส่งภาพไปยังผู้ชมทางจอโทรศัพท์
- 6) ระบบการประชุมทางไกลวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ โดยอาศัยวีดิทัศน์ที่มีระบบเครื่องส่งและเครื่องรับในแต่ละแห่งติดตั้งไว้

การพัฒนาที่ก้าวหน้าไปด้วยการสร้างภาพ ตัวอักษร สี และเสียง ให้ปรากฏบนจอภาพและ Download ได้ มีผลต่อการยอมรับต้นฉบับเอกสาร (Hard Copy) จึงกล่าวได้ว่าบัดนี้เทคโนโลยีการพิมพ์ ได้ถูกพัฒนาเป็นเทคโนโลยีทางภาพได้แล้ว (Imaging Technology) และอยู่ในระดับที่นำมาใช้งานได้ค่อนข้างจะสมบูรณ์ซึ่งองค์การที่เกี่ยวข้องของภาครัฐกำลังจะประกาศกฎหมายให้การรองรับในเร็ววัน

ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่กระทรวงพาณิชย์จัดเตรียมขึ้นสำหรับผู้สนใจทำการค้าอีคอมเมิร์ซ มีดังนี้

วัตถุประสงค์	Website
การเข้าร่วมในโครงการนำร่อง	thaiecommerce.net/ecom.htm
การจดทะเบียนร้านค้า	thaiecommerce.net
การจดทะเบียนทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ	thaiecommerce.net/company/addcompa.htm
ให้ข้อมูลการส่งออกและจดทะเบียนร้านค้าอีคอมเมิร์ซ	export.org
ข้อมูลการส่งออกทั่วไป	dep.moc.go.th
ข้อมูลการส่งออกของไทย (อังกฤษ)	thaitrade.com
ข้อมูลนิทรรศการการส่งออก	thaitradefair.com
ศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรม	industry.go.th

#### 4. ช่องทางการทำธุรกิจที่อาศัยเว็บไซต์

การสร้างเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการที่จะนำเสนอ ที่ เป็นความต้องการในตลาดโลก มีดังนี้

- 1) คุณสมบัติการใช้งาน คุณภาพ และราคาที่แข่งขันได้
- 2) การวางแผนขายในต่างประเทศ (ระบุลูกค้า ตลาด และวิธีการเข้าตลาดในต่างประเทศ)
- 3) ระบุต้นทุนและรายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากการส่งออก
- 4) การเตรียมต้นทุนเพิ่มเติมเพื่อการส่งออก
- 5) ความรู้ในกฎหมายและข้อบังคับของแต่ละประเทศ
- 6) วิธีการส่งสินค้า

สิ่งเหล่านี้จะต้องจัดทำขึ้นเป็นแผนปฏิบัติการ ซึ่งจะต้องมีการตรวจสอบโดยรอบคอบเป็นการล่วงหน้า วิธีที่ง่ายได้แก่การเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นใช้เป็นศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จากต่างประเทศ หรือติดต่อรับคำปรึกษาจากกรมส่งเสริมการส่งออก

วัตถุประสงค์ของการมีเว็บไซต์ มีดังนี้

- 1) เพิ่มช่องทางขายหรือการเสนอผลิตภัณฑ์ออกสู่กลุ่มลูกค้า
- 2) ใช้เป็นสื่อโฆษณาและเผยแพร่ข่าวสาร เมื่อต้องการแจ้งข่าวสินค้าและบริการตัวใหม่ รวมทั้งกิจกรรมหรือข่าวการเคลื่อนไหวของบริษัทโดยไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการทำสื่อเพิ่มขึ้น
- 3) เสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร แสดงวิสัยทัศน์และความทันสมัยของผู้บริหาร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ลูกค้าสามารถให้ข้อมูลและให้การแก้ไขข้อข้องใจได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลา
- 5) รับทราบข้อคิดเห็นหรือปฏิกิริยาตอบสนอง โดยอาจเปิดหน้าต่างแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ
- 6) ค่าใช้จ่ายในการทำเว็บเพจขึ้นอยู่กับ ปริมาณข้อมูล จำนวนหน้า และลักษณะที่ต้องการนำเสนอ

#### 5. แนวทางดำเนินธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

อีคอมเมิร์ซให้ผลดีซึ่งต่อหลายองค์การของภาคเศรษฐกิจ และจะส่งผลกระทบต่อกิจกรรมอีคอมเมิร์ซตามแนวธุรกิจต่างๆ

- 1) อีคอมเมิร์ซระหว่างธุรกิจ - ต่อ - ธุรกิจ (B2B) ซึ่งส่วนมากเป็นการทำการค้าจากระบบแลกเปลี่ยนข้อมูล (EDI) สู่เครือข่าย Internet (www.)

การทำการค้าอีคอมเมิร์ซเป็นช่องทางการค้าที่ทำกันมาหลายปีแล้วโดยบริษัทและองค์กรของรัฐ เพื่อการถ่ายโอนรายได้จากการค้า สำหรับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อมที่ใช้ระบบที่ใช้ EDI เป็นฐาน การใช้ระบบ VANS ในปัจจุบันถือว่ามีค่าใช้จ่ายสูง เว้นแต่ว่าองค์กรของผู้ซื้อต้องการจะระบุให้ใช้ระบบ VANS ซึ่งบ่อยครั้งอาจทำให้เกิดรายได้สูงจากการแปลข้อมูล EDI ออกมาในรูปโทรสาร เพราะต้องการแสดงหลักฐานในรูปอยู่บนกระดาษ

ข้อได้เปรียบของเครือข่ายนี้ให้การสนับสนุนด้านการสร้าง Supply Chains ให้แก่โรงงานผู้ผลิต ซึ่งเป็นการสร้างฐานธุรกิจให้กับผู้ซื้อรายใหญ่ หรือสร้างความมั่นใจให้ผู้จำหน่ายต่อสินค้า

ค้าบางอย่าง เช่น ผู้ผลิตส่วนประกอบของตัวสินค้าหรือโรงงานผลิตของตามสัญญา นอก  
จากนั้น การเข้าเป็นสมาชิกในระบบ VANs ก็เพื่อที่จะได้รับเชิญให้นำสินค้ามาเสนอขายจากผู้  
ซื้ออุตสาหกรรม

ความมุงอกงามของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยังผลให้ความนิยมใช้ระบบอื่นในอีคอมเมิร์ซต้อง  
ถดถอยไป และเมื่อนำระบบอินเทอร์เน็ตมาปรับใช้เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่าย  
Supply Chain ที่ทำให้เปิดธุรกิจได้เพิ่มขึ้น ก็เป็นการง่ายที่ผู้ใช้เพียงต้องการแต่ Standard  
Web Browser เท่านั้น ก็จะสามารถเข้าสู่การเชื่อมต่อกับเครือข่ายข้อมูลและธุรกิจได้

ทุกวันนี้เครือข่าย TON (Trade Opportunity Networks) บนอินเทอร์เน็ต (www.) มีอยู่เป็น  
จำนวนหลายเครือข่าย ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับองค์กรหรือสมาคมนานาชาติ เช่น ลดราคาการ  
จัดผลิตผลิตภัณฑ์ลงเหลือเพียง 30 % โครงการนี้จึงนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายโดยทั้งบริษัท  
ขนาดใหญ่ เช่น HP Textron และ Chrysler และบริษัท SMEs ทั่วโลกอีกกว่า 1,400 แห่ง  
ซึ่งทำเงินได้ปีละกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

รัฐยังมีเรื่องที่จะต้องขบคิดอีกมากในเรื่องของสังคมการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนั้นยังมี  
เรื่องกฎหมายการพาณิชย์และกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวกับความถูกต้องทางกฎหมาย เอกสาร  
อิเล็กทรอนิกส์และลายเซ็นดิจิทัลนั้นยังมีเรื่องที่จะต้องจัดการอีกมาก เหล่านี้ล้วนเป็นภาระ  
ต่อรายได้จากการค้าระหว่างประเทศ

- 2) อีคอมเมิร์ซระหว่างธุรกิจ - ต่อ - ผู้บริโภค (B2C) ซึ่งส่วนมากเพื่อวัตถุประสงค์ด้าน  
Global Shopping เป็นเรื่องที่ตั้งมากและมีการเจริญเติบโตอย่างเห็นได้ชัด ใน 2 ศตวรรษที่  
ผ่านมา การสั่งซื้อของจากแคตาล็อก ซึ่งได้แก่แคตาล็อกเพื่อการขายปลีกตามที่สื่อ TV ผ่าน  
www. เพราะสินค้าสามารถทำการส่งมอบโดยไปรษณีย์ภัณฑ์ หรือ Download ทางอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนั้นจะมีการขาย เช่น ไร่่งุ่นเสมือนจริง ขายรถ และ CD โดยถือโอกาสที่  
จะไม่ให้ข้อมูลในรายละเอียด ผู้ค้าเหล่านี้ เช่น amazon.com และผู้ขายดอกไม้ ได้พัฒนา  
บริการให้แก่ผู้ซื้อในต่างประเทศด้วยการให้ข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศด้วย

การค้าประเภทนี้จึงขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ การส่งมอบสินค้า และการลงทุนในพื้นที่ของลูกค้า  
ต่างประเทศ

- 3) อีคอมเมิร์ซระหว่างธุรกิจ - ต่อ - รัฐบาล (B2G) จุดสนใจของการค้าตามแนวคิดนี้ ได้แก่  
การที่รัฐบาลอยากที่จะเพิ่มการใช้ระบบ VANs และการใช้อินเทอร์เน็ตในการจัดหาสินค้าและ  
บริการที่ต้องการ วิธีการก็คือทำการคัดเลือกรายชื่อเบื้องต้นของผู้ค้า หรือต่อมาก็คือการทำ  
กระดานข่าว online เพื่อสอบถามความต้องการซื้อสินค้าที่ทางราชการต้องการ อย่างไรก็ตาม

ตามวิธีนี้มักต้องการให้ผู้เสนอจ่ายเงินซื้อของเพื่อยื่นความจำนงค์ด้วย ในที่สุดระบบ VANs ก็ได้ทำการกระจายการแจ้งความโดยให้ผู้ค้าที่เป็นสมาชิกเครือข่ายการใช้ Server และเป็นผู้ที่มีความสามารถในการซื้อโดยได้ตอบข้อมูล หรือใช้ความพยายามที่จะ Download แบบสอบถาม อย่างไรก็ตามในเรื่องนี้ได้มีการพัฒนาเครือข่ายขึ้นเพื่อสื่อสารกับบรรดาผู้ค้า ดังนี้

- Australia : Transigo ( [www.transigo.net.au/wci/home](http://www.transigo.net.au/wci/home) )
- Canada : MERX ( [www.merx.cebra.com](http://www.merx.cebra.com) )
- European Union : Tenders Electronic Daily  
( [www2.echo.lu/echo/databases/ted/en/ted](http://www2.echo.lu/echo/databases/ted/en/ted) )
- Hong Kong China : Government Supplies Department  
( [www.info.gov.hk/gsd/tender.htm](http://www.info.gov.hk/gsd/tender.htm) )
- Poland : Office of Public Procurement ( [www.uzp.gov.pl/a\\_index.html](http://www.uzp.gov.pl/a_index.html) )
- United States : General Services Administration ( [www.fss.gsa.gov/lncrex.html](http://www.fss.gsa.gov/lncrex.html) )

บทบาทของรัฐบาลควรอยู่ในฐานะเป็นผู้ซื้อ Online เพราะอาจช่วยดึงให้ผู้จำหน่ายหันเข้ามาสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ โดยเฉพาะในรายชื่อของผู้ค้าขนาดเล็กซึ่งเป็นผู้ที่มีอุปสรรคบางประการต่อการลงทุน ในกรณีที่ผู้ซื้อที่มีฐานที่กว้างกว่า โดยภาครัฐเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ด้วยตนเองแล้วอาจเสนอทาง Online ให้ดึงเอา Suppliers ในกลุ่มของตนเข้ามาทำการค้าในระบบอีคอมเมิร์ซด้วย

บทบาทที่ดีของภาครัฐก็คือ การสร้างผู้ซื้อ Online ให้มีจำนวนมาก (Massive) นั้น เพื่อที่จะพัฒนาสุขภาพของสังคมอีคอมเมิร์ซของประเทศของตน ด้วยการเข้าไปเกี่ยวข้องอย่างจริงจัง ไม่ใช่แต่เพียงการกำกับดูแล นั่นคือทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของการค้าที่แท้จริง นอกจากนั้นยังควรทำหน้าที่เป็นศูนย์ให้การฝึกอบรมและให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่บริษัทที่ทำกิจการอีคอมเมิร์ซตามสมควร

- 4) อีคอมเมิร์ซระหว่างผู้บริโภค - ต่อ - รัฐบาล (C2G) ในที่นี้ยังไม่กล่าวถึง เพราะยังเป็นเรื่องที่ประชาสังคมยังไม่มีความชัดเจน

## 6. แนวทางดำเนินธุรกิจแบ่งกลุ่มตามความเหมาะสมของการซื้อข้อมูล

- 1) การค้าที่อาศัยการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจหรือการสื่อสารภายในองค์กร โดยทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ วีดีโอคอนเฟอเรนซ์ กลุ่มสนทนา (chat) กระดานข่าว (Bulletin Board) ฯลฯ

- 2) การซื้อขายสินค้าและการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้บริโภคซึ่งสามารถซื้อขายสินค้าและแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้ในขณะเดียวกัน รวมถึงข้อตกลงและการจ่ายเงิน
- 3) การจัดการด้านการเงิน เช่น ผู้บริโภคฝากหรือถอนเงินจากธนาคาร ซื้อขายกับผู้ค้าหุ้นหรืออู่เทรค รวมถึงข้อตกลงและการจ่ายเงิน
- 4) การจัดพิมพ์เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-publishing) ช่วยในการออกแบบเอกสาร จัดพิมพ์ และแจกจ่ายเอกสาร ได้รวดเร็วในราคาประหยัด
- 5) การขายปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-tailing = Electronic Retailing) รวมถึงการเสนอราคาต่อหน่วย และราคาที่มีส่วนลดเมื่อซื้อจำนวนมาก
- 6) การวิจัยตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์ (Market E-research)
- 7) อินเทอร์เน็ต อีดีไอ (Electronic Data Interchange) ที่ส่งเอกสารตามมาตรฐานอีดีไอ ตัดความยุ่งยากต่อจำนวนและความล่าช้าในการใช้เอกสารทางกระดาษ และพิธีการตรวจผ่านทางศุลกากร เป็นระบบสากลของการขนส่งหลายรูปแบบ (Multi-modal Transports) ทั้งที่ผ่านท่าเรือและสนามบิน ระบบนี้ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการขนส่งที่กำจัดความล่าช้าของพิธีการศุลกากร
- 8) โทรศัพท์อินเทอร์เน็ต (VoIP = Voice over IP) ได้แก่ การสื่อสารผ่านโทรสารและโทรศัพท์ทางไกลโดยอินเทอร์เน็ต Phone เพื่อกระชับข้อตกลงในการซื้อขาย
- 9) ความปลอดภัยในอีคอมเมิร์ซ ปัจจุบันถือว่ามีระบบ SSL = Secure Socket Layer เป็นระบบที่ให้ความปลอดภัยที่เชื่อถือได้

## 7. หลักของการตลาดและลูกค้า

การทำอีคอมเมิร์ซก็เช่นเดียวกับการทำธุรกิจอื่นที่เจ้าของเป็นผู้สร้างแนวคิดสะท้อนวัตถุประสงค์และเป้าหมายดำเนินการจากทักษะในวิชาชีพที่ตนถนัดและพอใจ เจ้าของธุรกิจเป็นผู้มีวิสัยทัศน์<sup>2</sup> ด้านบวกจึงหวังที่จะให้ผู้ร่วมงานได้คล้อยตามจนเกิดความเชื่อมั่นหลังจากที่พบว่าเมื่อลงมือปฏิบัติตามแล้วได้ผล ดังนั้นจึงนิยมนำวิสัยทัศน์ของเจ้าของมาแปลความหมายออกเป็นวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานให้ผู้บริหารและผู้ร่วมงานใช้เป็นพื้นฐานการกำกับดูแลและการปฏิบัติงาน

เจ้าของธุรกิจมีหน้าที่จะต้องระบุส่วนแบ่งของตลาดและลูกค้าเป้าหมายที่ตนจะเข้าไปแข่งขัน การมองตัววัดที่สะท้อนผลสำเร็จ ได้แก่ การวัดความพึงพอใจของลูกค้านั่นเอง เพราะเป็นข้อมูลที่สอดคล้องกับด้านการรักษาฐานลูกค้า การสรรหาลูกค้าใหม่ และความสามารถในการทำกำไรเป็นรายลูกค้า โดยปกติลูกค้าจะคำนึงถึงสิ่งที่จะเพิ่มคุณค่าให้แก่ตนยิ่งขึ้น เช่น การปรับปรุงระดับบริการของผู้ขาย (Operational Measures) การลดเนื้อเวลาในการเข้าถึงลูกค้า (Cycle Time) การส่งมอบสินค้าแม้จะ

---

*คุณสมบัติการเป็นผู้นำ ด้านการจัดการ สหวิทยาการ การผลิต การยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรที่เป็นกำลังแรงงานของประเทศ มีความชำนาญในวิชาชีพและเทคโนโลยีทันสมัย มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ และสร้างคุณค่าที่ให้แก่สังคม*

เป็นสินค้าชนิดเดียวกันก็ตามแต่หากความมีรสนิยมและมีสินค้าพร้อมด้วยคุณภาพอันทันสมัยผู้ซื้อถือว่าได้รับการดูแลก็ย่อมจะสร้างความพึงพอใจเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์และบริการเมื่อนำมาผสมผสานกับนวัตกรรมตามจังหวะอันควร ย่อมแสดงถึงความสามารถต่อการคาดคะเนรสนิยมของลูกค้า หรือกลยุทธ์ที่สะท้อนความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริหารระดับสูงที่เน้นความสำคัญของลูกค้าและตลาดที่เป็นปัจจัยการสร้างผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจได้ในระยะยาว

ในการบริหารธุรกิจจะต้องไม่ลืมแนวคิดและวิสัยทัศน์ของเจ้าของธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวบ่งบอกเป้าหมายที่จะทำให้กิจการมีความเจริญก้าวหน้า ส่วนการจัดให้มีกลยุทธ์อย่างไรนั้นเป็นมาตรการที่จะกำหนดขึ้นเพื่อดำเนินการไปสู่เป้าหมายสูงสุด ธุรกิจสมัยใหม่ได้แก่ธุรกิจที่ควรพิจารณาคัดสรรมาลงทุนหรือสานต่อธุรกิจเดิม หรือแม้แต่การเข้าครอบครองกิจการก็ตาม การทำอีคอมเมิร์ซจะต้องคำนึงถึง เงินลงทุน จุดแข็งที่มีอยู่ ขนาด ความสามารถของบุคลากร และจังหวะของวงจรธุรกิจ จึงจะนับว่าเป็นการวางแผนธุรกิจที่เป็นไปด้วยความรอบคอบ

## 8. หลักในการตรวจสอบการปฏิบัติการภายใน

**แบบเดิม** เป็นมุมมองด้านตัวเงินที่สะท้อนการปฏิบัติงานภายใน เพราะสามารถชี้เหตุผลทางเศรษฐกิจที่เกิดจากกระบวนการทำงานต่างๆที่นำมาสรุปความเข้าใจเป็นตัวเลขได้ และใช้ระบุผลการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่กำลังก่อให้เกิดผลกำไรตามมาอย่างไร วัตถุประสงค์ของการวัดผลเป็นตัวเงินจะชี้ให้เห็นความสามารถของกิจการในการทำกำไรที่วัดได้ในรูปต่างๆ เช่น กำไรจากผลการดำเนินงาน ผลตอบแทนต่อการลงทุน มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การเติบโตของยอดขาย และความสามารถต่อการก่อให้เกิดกระแสเงินสด มุมมองเหล่านี้หากพบว่าเกิดผลในทางบวกก็จะสร้างความพึงพอใจให้แก่เจ้าของกิจการที่มุ่งเน้นการกำกับดูแลและการปรับปรุงงานเพียงกระบวนการที่มีอยู่เท่านั้น

การวัดผลการปฏิบัติงานภายในเป็นตัวเงินนั้นมีความหมายอยู่บ้างในยุคอุตสาหกรรมเฟื่องฟู แต่ในยุคไฮเทคจะไร้ความหมายต่อการกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงความสามารถหรือทักษะของพนักงานในภาวะการแข่งขันสูง เช่น จะขาดการคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ การตลาด และจำนวนหน่วยธุรกิจ ในลักษณะที่มักต้องการความหลากหลายของตลาด (Market Mixed) นอกจากนั้นยังขาดแรงกระตุ้นสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ การมองตัววัดทางการเงินจึงเป็นเพียงการหวังผลในระยะสั้น

ระบบปฏิบัติงานแบบเดิมมุ่งเน้นไปยังกระบวนการที่หยิบยื่นผลิตภัณฑ์และบริการเท่าที่มีอยู่ในอดีตหรือในวันนี้ไปยังลูกค้า โดยพยายามที่จะควบคุมและปรับปรุงเพียงการดำเนินงานในด้านต่างๆที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้นเท่านั้น จึงเป็นการสร้างคุณค่าด้วยคลื่นลูกสั้น เช่น เริ่มต้นด้วยการรับคำสั่งซื้อสินค้าหรือบริการที่มีอยู่โดยอาศัยจำนวนลูกค้าเดิม และจบลงด้วยการส่งมอบสินค้าและให้บริการหลังขายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เดิมเหล่านั้นต่อลูกค้าเป็นรายๆไป ซึ่งดูเหมือนการทำธุรกิจที่ขาดความเข้าใจ

**แบบใหม่** เป็นมุมมองของเจ้าของกิจการที่ต้องการเห็นธุรกิจของตนก้าวไปสู่ความเป็นเลิศ จึงจำเป็นต้องระบุนโยบายการสำคัญๆ ที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความตื่นตัวและมีความกระตือรือร้น อันเป็นองค์ประกอบสำคัญของการปฏิบัติการในยุคใหม่ ที่ผลักดันให้ธุรกิจหยิบยื่นข้อเสนอแนะความเข้าใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ทั้งที่มีอยู่เดิมและที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนตั้งความคาดหวังการตอบสนองเกี่ยวกับผลตอบแทนเป็นตัวเงินจำนวนมหาศาล

กระบวนการปฏิบัติงานภายในจะเผยให้เห็นถึงความแตกต่างขั้นพื้นฐานระหว่างการปฏิบัติงานแบบเดิมและแบบใหม่ การวัดผลเป็นตัวเงินแบบเดิมจะมุ่งเน้นแต่การกำกับดูแลและการปรับปรุงสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต แต่วิธีการแบบใหม่จะมุ่งเน้นการกำหนดกระบวนการใหม่ขึ้นทั้งหมด จึงเป็นกระบวนการปรับสภาพของกิจการให้ดำเนินสู่ความเป็นเลิศ ทั้งที่เป็นวัตถุประสงค์ทางการเงินและด้านการให้บริการที่เข้าใจลูกค้าไปพร้อมๆ กัน

การวัดผลของการปฏิบัติการแบบใหม่ เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารที่ใช้กลยุทธ์ระยะยาวด้วยการแปลงวิสัยทัศน์ไปสู่การกระทำจริงที่สอดคล้องกับการสืบทอดเจตนารมณ์ของการดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูง (Chief Information Officer = CIO) ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของธุรกิจ การแปลเจตนารมณ์ของเจ้าของธุรกิจไปสู่เป้าหมายหลักของธุรกิจด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนจะกำหนดจุดเน้นด้านกลยุทธ์ไปได้เอง ดังนั้นการวางวัตถุประสงค์จึงควรประกอบด้วยมุมมองไปข้างหน้าอย่างมั่นคง

การซื้อขายหรือการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดการสร้างซัพพลายเชน ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์แบบสายโซ่ที่เพิ่มมูลค่า (Value Chain) ก่อให้เกิดการผลิตซึ่งเป็นอีกกระบวนการหนึ่งเรียกว่า E-business การสร้าง Website ในกรณีที่ครอบคลุมกระบวนการที่กล่าวนี้เรียกว่าการจัด Electronic Community สำหรับผู้ซื้อและผู้ขายขึ้นสื่อธุรกรรมด้วย Webpage ซึ่งถือว่าเป็นข้อมูลทางการค้าที่สำคัญ ส่วนการกำหนดวิธีการจ่ายเงินอาจทำขึ้นในระหว่างการตกลงซื้อขายกันต่อไป

กระบวนการปฏิบัติการภายในที่สำคัญอีกประการหนึ่งจำเป็นต้องผสมผสานกับกระบวนการนวัตกรรม ไม่ว่าจะกรณีใดการจัดตั้งกิจการจะต้องกำหนดโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ขึ้นก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อเป็นพื้นฐานนำไปสู่การเติบโตและการพัฒนากิจกรรมในระยะต่อไป การมุ่งเน้นสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ขึ้นเพื่อสนองกระแสความต้องการใหม่ของลูกค้าตามวาระ ด้วยการสร้างกระบวนการนวัตกรรมถือได้ว่าเป็นคลื่นลูกยาวในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งจะกลับมาเป็นแรงผลักดันให้เกิดผลตอบแทนทางการเงินที่มีสุขภาพ

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซนั้นจำเป็นต้องลงทุน เพราะต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการจัดระเบียบวิธีการทำงานประจำให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ทางด้านการเงิน ด้านลูกค้า และกระบวนการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้น การเพิ่มคุณค่าด้านนวัตกรรมให้แก่ลูกค้า สิ่งเหล่านี้เมื่อนำมารวมเข้าเป็นการดำเนินการทั้งหมด จะชี้ช่องว่างระหว่างขีดความสามารถของพนักงาน ความด้อยประสิทธิภาพ

ภาพของระบบและช่องว่างอื่นๆ ให้ติดตามได้เพื่อนำมาหาทางแก้ไขปรับปรุงทั้งวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ไปสู่  
แนวทางการเจริญเติบโตของธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน

9. **เคล็ดลับการทำอีคอมเมิร์ซที่จะครองความเป็นเลิศ**

แนวคิดธุรกิจที่กล่าวมานี้ อาจสรุปเคล็ดลับให้แก่ผู้บริหารได้ ดังนี้

- 1) ทำธุรกิจในแนวที่ตนชอบและถนัด เริ่มด้วยการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทรัพยากรมนุษย์ เครื่องมือและอุปกรณ์ และการจัดระเบียบการดำเนินการเพื่อการเติบโตในอนาคต
- 2) สร้างขึ้นให้เป็นธุรกิจที่เร้าใจ ก่อให้เกิดความตื่นเต้นทั้งผู้ประกอบการและลูกค้า
- 3) ธุรกิจจะต้องมีรูปแบบและเป้าหมายที่ชัดเจน มีความคิดที่เป็นขบวนการและดำเนินการตาม ขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนประสบความสำเร็จ
- 4) กล้าตัดสินใจและกล้าลงทุน และต้องทำใจหากเกิดความผิดพลาด
- 5) หมั่นศึกษาและติดตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคนิคและเทคโนโลยี ตลอดจนการจัด นวัตกรรมที่ให้ผลบวกต่อการทำธุรกิจ
- 6) การมุ่งหวังทำกำไรแต่น้อยเป็นระยะยาวเป็นวิธีการสร้างลูกค้าเป้าหมายที่ยั่งยืน
- 7) เจ้าของธุรกิจที่ดีจะต้องรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นด้วยความอดทน

10. **บทสรุป**

การเข้ามีส่วนร่วมในอีคอมเมิร์ซของประเทศกำลังพัฒนา มีประเด็นสำหรับการวางกรอบนโยบาย  
อีกหลายประการ รวมทั้งประเด็นต่อไปนี้

- 1) เสนอกรอบของกฎระเบียบ งบประมาณ และเศรษฐกิจ เพื่อนำมาแก้ไขโครงสร้างราคาการ ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นอยู่ พร้อมทั้งแจ้งให้ผู้ใช้บรรดา SMEs ได้ตระหนัก ปรับปรุงยกระดับการ แข่งขันเชิงธุรกิจในกลุ่มผู้ให้บริการ ISPs และให้ความมั่นใจต่อผู้ที่มีความชำนาญและให้การ อุปถัมภ์ต่อการสร้างทรัพยากรบุคคลตลอดจนการให้การฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการ ถือว่า เป็นนโยบายที่มีวัตถุประสงค์ที่ดี
- 2) อนุญาตตามลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะ เป็นเรื่องที่จะปรับฐานะทางการค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (เช่น ในการจัดหาสินค้า การ ตรวจสอบผ่านพิธีการทางศุลกากร หรือวิธีการจ่ายเงิน) หรือการแข่งขัน (เช่น โดยการระบุนความ



เด่นของผลิตภัณฑ์ หรือการใช้แคตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETOs) กรอบปฏิบัติเหล่านี้จะทำให้เศรษฐกิจของชาติอยู่ในฐานะที่จะเข้าร่วมในอีคอมเมิร์ซด้วยการมีหลักการที่ถูกต้อง

- 3) หนทางการทำอีคอมเมิร์ซส่วนใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนา จะไม่เท่าเทียมกับประเทศที่มีความก้าวหน้าทางอินเทอร์เน็ตคล้ายๆกันใน อเมริกา เยอรมัน และญี่ปุ่น ซึ่งอัตราการขยายตัวของอีคอมเมิร์ซทำเงินได้สูงมาก (ความก้าวหน้าในประเทศที่มีความเจริญแล้ว เกิดจากการสร้างสมเทคโนโลยีด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศ การเก็บข้อมูล การจัดเครือข่าย ฯลฯ ไว้อย่างหนาแน่นและเชื่อถือได้) สถานการณ์ที่เป็นภูมิลักษณ์ (Phenomenon) เช่นนี้จะกลับข้างมาเกิดขึ้นในประเทศด้อยพัฒนาบ้างคงไม่ง่าย จึงเป็นความหวังที่จะได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ
- 4) ปัญหาสังคม สุดท้ายนี้เป็นวิสัยทัศน์การคาดเดาปัญหาที่จะเกิดขึ้นในสหัฐวรรษ
  - การอ่านอีเมลล์จนเพลินฉบับต่ออีกฉบับ ย่อมจำกัดความสามารถของคน โดยปราศจากการพักผ่อนเพราะยังอ่านยิ่งฟุ้ง ทำให้เกิดอารมณ์ผันผวน (Frustration) ดังนั้นคนในยุคสหัฐวรรษจะไม่ค่อยพูด หรือเขียน แม้แต่จะคิดเลขง่ายๆ ก็ต้องพึ่งอินเทอร์เน็ต
  - โลกจะเกิดความวุ่นวาย เช่นในเรื่องการบริหารทุนระยะยาว (LTCM : Long Term Capital Management) หรือกฎแห่งการเกิดขึ้นตามยถากรรม (Randomness) นั้นมีผู้คิดว่าเอาชนะได้แล้ว แต่กลับปรากฏว่าไม่จริงเพราะอะไรจะเกิดก็ต้องเกิด ความมีเหตุผลหรือไม่มีเหตุผลต่อการเกิดหรือไม่เกิด ย่อมเป็นกฎที่ไม่จริง
  - ปัญหาของรัฐบาล ได้แก่การเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ที่เชื่อถือได้นั้นเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน เพราะที่ผ่านมามักติดอยู่กับความลุ่มหลงปักใจเชื่อตัวเอง (Instant Wisdom) ซึ่งไม่อาจใช้เป็นหลักเกณฑ์ได้ตามกฎแห่งยถากรรม
  - ความสำนึกของประชาคม จะถูกต้องหรือไม่ถูกต้องมากขึ้น ย่อมมีความเป็นไปได้

# เอกสารเพิ่มเติม



โดย พิชัย ตรรณบุตร

## ความรู้พื้นฐานธุรกิจก่อนสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Basic of Business Process to E-commerce)

ภายใต้สภาวะโครงสร้างเศรษฐกิจการค้าโลกปัจจุบัน สถานการณ์การผลิต การค้า และบริโภคสินค้าและบริการ เช่น รถยนต์ คอมพิวเตอร์ อาหารสำเร็จรูป (KFC, Mc Donald, Burger King, Pizza Hut, Swensen, Mama, Yum Yum) ห้างสรรพสินค้า (Makro, Lotus) ฯลฯ ได้เริ่มขยายบทบาทมาจากผู้ประกอบการข้ามชาติ ได้สร้างเครือข่ายการผลิตครอบคลุมกว้างขวางไปยังภูมิภาคต่าง ๆ จนถึงระดับเครือข่ายการผลิตระดับโลก สภาพการลงทุนในกระบวนการผลิตสินค้าสำเร็จรูปขึ้นหนึ่งนำไปสู่ขั้นตอนการผลิต สูตรการผลิตและกระบวนการผลิตนำขึ้นส่วนหลังไหลมาจากหลายประเทศหลายภูมิภาค กลายเป็นพันธมิตรผู้ค้าระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน (Supply chain) เริ่มเป็นปัจจัยจำเป็นพื้นฐานที่สามารถสร้างข้อตกลงประโยชน์และอำนาจการซื้อขายสินค้าบริการระหว่างประเทศและไร้พรมแดน

ตลาดการค้าสินค้าและการค้าบริการในประเทศหนึ่ง มีความหมายถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าบริการที่ชุมชนทั่วโลกรู้จัก และมีพฤติกรรมรสนิยมในการอุปโภคบริโภคอย่างเคยชิน คล้ายกันและเหมือนกัน สำหรับประเทศไทย การซื้อขายสินค้าบริการใด ๆ เกิดขึ้น จะส่งผลกระทบต่อเชื่อมโยงไปสู่กระบวนการดำเนินธุรกิจทุกประเภท ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การบริหารและติดตามประเมินสถานการณ์เศรษฐกิจการค้า จะทำให้การกำหนดทิศทางการผลิตการตลาดของนักธุรกิจเกษตรกร เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วยากที่จะคาดคะเนได้

ธุรกิจประเภทต่าง ๆ ซึ่งเริ่มจากกระบวนการผลิตจะมีการค้าระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน การควบคุมสินค้าคงคลัง การบริหารคลังสินค้า การขนส่ง ประกันภัย การส่งมอบสินค้าและบริการ การชำระเงิน ได้เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจด้านต่าง ๆ จะต้องแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ (Know How) และประสบการณ์ (Know Why) ในการรับรู้ความเคลื่อนไหวธุรกิจทุกประเภท ทุกขั้นตอน

ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถและการแข่งขันระหว่างประเภทธุรกิจด้านต่าง ๆ โดยอาจจะสร้างพันธมิตรในด้านการผลิต การค้า ตลอดจนตั้งเป้าหมายหาลูกค้าทั่วโลกได้ง่ายขึ้น

การประเมินเลือกสรรธุรกิจประเภทใด ๆ จะต้องอาศัยกลไกเครื่องมือในการตลาดที่เป็นระบบและครบวงจร เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการแย่งลูกค้าแบบไร้พรมแดน

ในการดำเนินธุรกิจประเภทใด นักธุรกิจจะต้องเรียนรู้กลยุทธ์การค้าที่เป็นสากลและเสรี ซึ่งจะต้องมีการเจรจาการค้าในเวทีเจรจาการค้าหลายระดับ ตั้งแต่เวทีเจรจาการค้าโลก ในองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ในเวทีเจรจาการค้าพหุภาคี (Multilateral) และประเทศคู่ค้าแบบทวิภาคี (Bilateral) และในเวทีความร่วมมือในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regionalism) เช่น APEC, ASEAN, NAFTA, EU เป็นต้น

ทุกครั้งมีการเจรจาการค้าในเวทีต่าง ๆ ส่งผลทำให้นักธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจประเภทต่าง ๆ จะต้องมีการติดตามศึกษา วิเคราะห์ มาตรการกีดกันการค้าสมัยใหม่ ซึ่งประเทศพัฒนาได้เปรียบ และนำมาเป็นกลยุทธ์และเครื่องมือในการประกอบการค้าเป็นสำคัญ

มาตรการกีดกันการค้า การปกป้องผลประโยชน์ทางการค้า ได้มีระเบียบกฎเกณฑ์ทุกประเทศ ทุก ๆ จะต้องไม่เลือกปฏิบัติ โปร่งใส และจัดระเบียบกฎเกณฑ์ทำข้อผูกพันเปิดเสรีการค้าในสาขาต่าง ๆ ตามระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ภายใต้ระเบียบการค้าและภาษีศุลกากรในสินค้าที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ มีการใช้ภาษีศุลกากรเป็นข้อกำหนดในการเพิ่มพันทกธรณีสผูกพัน (Tariff Barrier) เช่น ประเทศคู่ค้ามีการลดภาษีศุลกากรนำเข้าไว้เหลือศูนย์ เปอร์เซนต์ ส่งผลกระทบการเก็บรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งจะต้องมีการเตรียมการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าภายในประเทศ เพื่อป้องกันการนำเข้าและแข่งขันราคาและคุณภาพสินค้าของต่างประเทศที่จะหลั่งไหลเข้ามา ขณะเดียวกัน การค้าบริการประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีส่วนทำความตกลงเกี่ยวกับข้อบังคับ และวินัยภายใต้เงื่อนไขโปร่งใส ภายใต้ข้อบังคับภายในของแต่ละประเทศ ซึ่งประเทศกำลังพัฒนาย่อมเสียเปรียบประเทศพัฒนา เพราะเป็นการพัฒนาการแข่งขันขีดความสามารถในระดับบุคคล และนิติบุคคล ที่จะมีคุณภาพ และเคลื่อนย้ายการค้าบริการแข่งกับประเทศพัฒนา เช่น นักวิทยาศาสตร์ แพทย์ นักวิศวกร นักบัญชี และนักกฎหมาย นักคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

## การเน้นทำธุรกิจทุกประเภททุกกิจกรรม

ก่อนที่จะเข้าสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักธุรกิจ หรือผู้ที่จะเป็นนักธุรกิจ จะต้องยอมรับและถามตัวเอง ดังนี้

1. ความจำเป็นต้องการทำธุรกิจที่เป็นอยู่ให้ เป็นธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออะไร
2. ตนเองมีความถนัดธุรกิจอะไร จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในกิจกรรมธุรกิจนั้น ๆ ให้ชัดเจนก่อนที่จะตัดสินใจ ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. หลักการธุรกิจทุกประเภท ทุกชนิด จะต้องมีการลงทุน จะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ จะต้องมีการวิเคราะห์ความคุ้มทุน (Break Even Point)
4. ลำดับเทคโนโลยีเพื่อเป็นเครื่องมือที่เราจะเลือกสรรเพื่อเข้าสู่แวดวงธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการติดตามศึกษา วิเคราะห์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการประยุกต์ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ (E-business) และกระบวนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) หรือถ้าหากธุรกิจได้มีการใช้ไอทีอยู่แล้ว ก็ควรจะพิจารณาความรู้เพิ่มเติมที่จะประยุกต์ใช้และพัฒนาไอทีที่เหมาะสมกับธุรกิจตนเอง
5. เครื่องมือที่เราเลือกสรรมาดีที่สุดใน คือ กลยุทธ์ที่เป็นความรู้ความเข้าใจในธุรกิจดั้งเดิมของเรามาสวมผสานกับวิธีการประยุกต์ใช้และพัฒนาไอทีเพื่อปฏิรูประบบธุรกิจของเราให้มีประสิทธิภาพ
6. โอกาสธุรกิจใหม่จะเกิดขึ้นกับนักธุรกิจทุกคน คือ นักธุรกิจนั้นสามารถเลือกใช้เครื่องมือ และความรู้จากธุรกิจดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้และพัฒนาธุรกิจ e-business และ e-commerce
7. ตารางแสดง เปรียบเทียบธุรกิจเดิมกับการสร้างพันธมิตรธุรกิจ e-business

ธุรกิจเดิม	การสร้างพันธมิตรธุรกิจ e-business
1. เครือข่ายธุรกิจเฉพาะกลุ่ม	1. เครือข่ายธุรกิจข้ามชาติระดับโลก
2. ลูกค้าที่เกิดขึ้นภายในกิจการธุรกิจเท่านั้น	2. ทุกครั้งมีลูกค้าต้องการผลิตภัณฑ์เพิ่ม จะนำไปสู่ลูกค้าทั่วโลก สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้พร้อม ๆ กัน
3. ความยากการบริหารพนักงานในองค์กรทุกครั้ง เมื่อมีการขยายระบบงาน จะต้องรับการลงทุนโดยตัวเอง ได้เสียอยู่ที่ธุรกิจตัวเอง	3. อาศัยพันธมิตรระหว่างธุรกิจสาขาต่าง ๆ ทั่วโลก ทำงานร่วมกัน แบ่งผลประโยชน์ร่วมกัน การบริหารง่าย การรับและให้พนักงานลาออกง่าย การขยายระบบงานสามารถแบ่งการลงทุนร่วมกันได้ง่าย
4. แต่ละหน่วยงานต้องมีการควบคุมศูนย์ข้อมูลจริง ภายใต้เครือข่ายข้อมูลภายใน และผู้ใช้งานต่อการใช้รหัสใช้งานและรหัสลับ	4. มีขั้นตอนยอมรับการควบคุมความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลทั่วโลก โดยการใช้รหัสเข้าและถอดรหัสผ่านศูนย์เครือข่ายเสมือนจริง (Virtual Web Sites)
5. ผลิตภัณฑ์สินค้าบริการจับต้องได้ การติดต่อธุรกิจต้องเดินทางไปหาผู้กันพบกัน จึงจะเกิดความเชื่อถือนั้น มีข้อจำกัดด้วยการเดินทางและรับข้อมูลข่าวสารช้า	5. ผลิตภัณฑ์สินค้าบริการเป็นแค่รูปแบบเสมือนจริง ซึ่งต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารด้วยระบบโทรศัพท์เชื่อมโยงกับภาพและเสียงแบบ Video conferencing หรือภาพเสมือนผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างความเชื่อถือนั้นและตัวตนอิเล็กทรอนิกส์



โดย พิชัย ตระกานบุตร

## ความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (What is Electronic Commerce)

..... ความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเกิดขึ้นได้ จะต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ หรือรับรู้พื้นฐาน การทำธุรกิจให้ถูกต้องและเชื่อถือระหว่างพันธมิตรธุรกิจด้วยกันก่อน ..... " Trust Network "

ภารกิจหลักของธุรกิจ (Core Business) หรือกระบวนการทำธุรกิจ หรือการดำเนินธุรกิจจะมีขั้นตอนสรุปคร่าวๆ คือ การลงทุนเพื่อการผลิต - การค้า - การตลาด - ผู้บริโภคในสินค้าบริการที่จะเกิดขึ้นในเศรษฐกิจสังคม

นิยามพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเกณฑ์พิจารณาหลายแง่มุม ขึ้นกับว่าความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในกระบวนการธุรกิจขั้นตอนไหน จึงนิยามความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในแง่มุมกว้าง ดังนี้

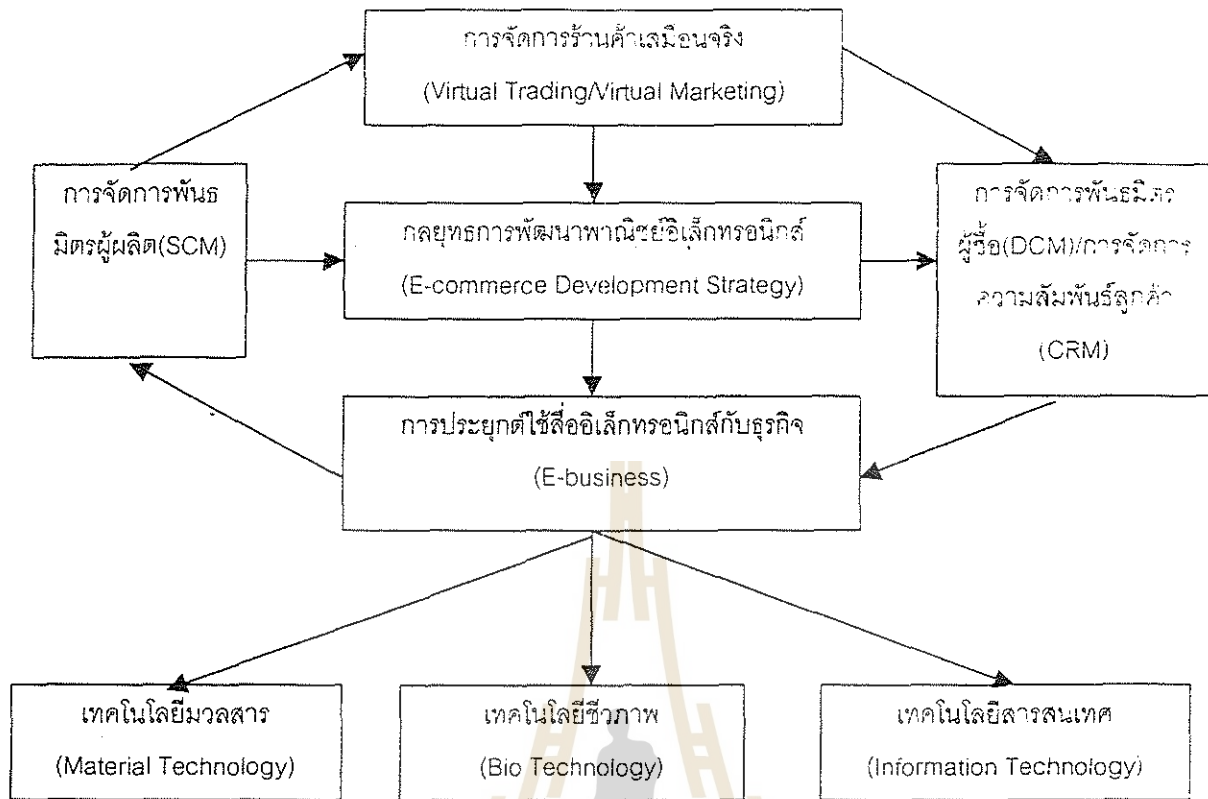
1. ความหมาย e-business คือ การประยุกต์ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ โดยบริษัทไอบีเอ็มได้ประกาศไว้ในเดือนตุลาคม ปี 1997 ว่า การทำธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่ใช่เป็นเพียงแค่การซื้อขายสินค้าและบริการ แต่จะรวมถึง การให้บริการลูกค้าและรวมกันเป็นพันธมิตรธุรกิจ<sup>1</sup> เช่น พันธมิตรธุรกิจระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน (Supply chain) นอกจากนี้ กระบวนการ e-business จะเป็นการให้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI) เพื่อสนับสนุนประยุกต์ใช้และพัฒนาการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอน ด้วยเหตุผลคือ

1.1 ความรู้เกี่ยวกับ e-business คือ การประยุกต์ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะมีความหมายถึงระบบสื่อสารโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์ โทรสาร ดาวเทียม โยแก้วนำแสง ระบบคอมพิวเตอร์ และเครื่องโทรทัศน์และวิดีโอ เป็นต้น ทั้งนี้ สามารถพิจารณาความหมาย e-business ได้ดังนี้

ประการที่หนึ่ง e-business ยังเป็นวิธีการประยุกต์ใช้และพัฒนาไอทีให้เกิดการเริ่มกระบวนการธุรกิจพื้นฐานอย่างง่าย แต่มีแผนที่จะเติบโตเร็ว สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างและพัฒนาในธุรกิจที่ตัวเองมีอยู่เดิมแล้ว ให้เกิดการปฏิรูปธุรกิจเสียใหม่ (Re-inventing) จะนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และแข่งขันแย่งชิงลูกค้าภายใต้กระบวนการค้าสากลที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

ประการที่สอง กระบวนการของ e-business เน้นกรรมวิธี 3 ขั้นตอน คือ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร (Customer Relationship Management: CRM) หรือการบริหารพันธมิตรผู้ซื้อ (Demand Chain Management : DCM) การบริหารพันธมิตรผู้ผลิตด้วยกันอย่างไร (Supply Chain Management : SCM) และการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไร (E-commerce) ดังผังภาพ

<sup>1</sup> ดู Web site :<http://whatis.com/>



ประการที่สาม กระบวนการทำงานของ e-business จะเป็นการประสานการทำงานร่วม การศึกษาความเป็นไปได้ร่วมระหว่างเทคโนโลยีทั้ง 3 คือ เทคโนโลยีวัสดุสาร เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีสารสนเทศ จะสามารถนำมาสร้างความรู้พื้นฐานธุรกิจก่อนเข้าสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไร หรือเป็นการผสมผสานธุรกิจดั้งเดิม ที่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระดับต่ำ เช่น โทรสาร โทรเลข ให้สามารถผ่านระบบ EDI และอินเทอร์เน็ตได้อย่างไร

- 1.2 กระบวนการทำงานของ e-business สามารถมีแนวทางพัฒนาตามขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ
  1. ทบทวนความเข้าใจการแปลงรูปในกระบวนการทำงานภารกิจหลักของธุรกิจเป็นอย่างไร (Transforming core business processes)
  2. สร้างและขยายกรอบการทำงานในกระบวนการธุรกิจหลัก ให้เกิดการประยุกต์ใช้และพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในกรรมวิธีของกระบวนการธุรกิจหลัก (Building flexible expandable e-business applications)
  3. ลงมือทำงานภายใต้กรอบธุรกิจหลักที่เป็นไปได้และปลอดภัย (Running a scalable available, safe environment)
  4. ใช้ความรู้และสารสนเทศเป็นฐานผลักดันภูมิปัญญาทางธุรกิจ ให้เกิดการออกแบบกระบวนการธุรกิจหลัก ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องใน e-business (Leveraging Knowledge and Information you've gained through e-business systems)

ตัวอย่างในกระบวนการ e-business ทั้ง 4 ไม่จำเป็นต้องรอลำดับขั้นตอนก่อนหลัง ขึ้นกับความเหมาะสมที่เราจะเน้นธุรกิจหลักที่เราต้องการปรับเปลี่ยน โดยเฉพาะปัจจัยหลักก็คือ ลูกค้าคือใคร เช่น ถ้าหากลูกค้าคือผู้ผลิตด้วยตนเอง แล้วก็ SCM ก็จะถูกหยิบยกขึ้นมาพิจารณาพัฒนา ก่อน จึงจะมีการสร้าง CRM เกิดขึ้น ผลจะมีการดำเนินธุรกิจ ใน E-commerce ต่อไป

กิจกรรม CRM หรือ DCM จะเกิดขึ้นภายใต้การริเริ่มนำร่องโดย SCM นั้น แสดงว่าพนักงานและบริษัทที่ทำหน้าที่องค์กรธุรกิจจะต้องมีบัญชีรายชื่อลูกค้าของตนเอง เพื่อสร้างพันธมิตรธุรกิจและผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อทำหน้าที่กิจกรรมธุรกิจในเรื่องต่าง ๆ คือ การจัดซื้อจัดหาทรัพยากรในการผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง การบริหารคลังสินค้า การพยากรณ์การขาย และกระบวนการขนส่งบำรุง

ในการทำงานธุรกิจ กิจกรรมทุกเรื่องจะมีวิธีการประสานเรื่องต่าง ๆ ให้เข้าสู่กระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง และเป็นระบบ ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะทุกเรื่องมีขั้นตอน รายละเอียด และความซับซ้อนของมัน ดังนั้นแนวทางและวิธีการที่จะสร้าง e-business ก็คือ การเปลี่ยนเรื่องกระบวนการธุรกิจทุกเรื่อง (Business Process : BP) ที่ซับซ้อน ให้เปลี่ยนจาก BP มาเป็น e-business โดยให้พนักงานและบริษัทจะต้องทำหน้าที่นำไอทีมาประยุกต์ใช้และพัฒนาการจัดการทุกขั้นตอน เพื่อบรรลุผล สร้างความเชื่อถือ ความมั่นใจ และลดความเสี่ยงให้กับลูกค้าและพนักงานในบริษัท ถ้าหากการดำเนินการธุรกิจ e-business นี้สำเร็จ แสดงว่าขั้นตอนต่อไปพนักงานบริษัทและบริษัท ก็ต้องมีความพร้อมในการผสมผสาน E-commerce เข้ากับระบบการพาณิชย์โดยผ่านเทคโนโลยีอีไอและอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดกระบวนการแปลงรูปสภาพคล่องทางการเงินขององค์กร ภายใต้สมมติฐานที่ต้องคำนึงว่า เทคโนโลยีทั้ง 3 คือ เทคโนโลยีมวลสาร เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีสารสนเทศ จะเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทุก ๆ แ่งมุมที่มีการทำงานอาจจะทำให้รายได้และโครงสร้างการลงทุนเปลี่ยนแปลงทุก ๆ วินาที ด้วยระบบการชำระเงินและธุรกรรมเอกสารถืออิเล็กทรอนิกส์

1.3 กลยุทธ์ในการดำเนินงาน e-business จะต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ หรือรับรู้พื้นฐานการทำธุรกิจให้ถูกต้องและเชื่อถือระหว่างพันธมิตรธุรกิจด้วยกันก่อน จุดเริ่มต้นครั้งแรก เราจะหาวิธีการจัดการผลประโยชน์ร่วมกับลูกค้าของเราได้อย่างไร ซึ่งมีคำตอบง่าย ๆ เบื้องต้นดังนี้

1. ลูกค้าต้องช่วยเหลือตัวเองได้ (Customer self-service)
2. ติดตาม ตรวจสอบ สมรรถนะความพร้อมของลูกค้า ที่จะมีส่วนร่วมในการประยุกต์ใช้และพัฒนาไอทีในกระบวนการธุรกิจของเขาหรือไม่ ค้นหาความจำเป็นขั้นพื้นฐาน อัปเดต-ประโยชน์ และพลังอำนาจการซื้อขายสินค้าบริการในกิจการของลูกค้า
3. การสร้างเครื่องมือให้ลูกค้า เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการ e-business ซึ่งมีประเด็นปลีกย่อยพิจารณาได้ คือ



- ก. ปรับส่วนต่าง ๆ ในเรื่องกิจกรรมธุรกิจที่มีปัญหา ให้กลับมาเริ่มต้นในกระบวนการ ทำงานที่ถูกต้องของระบบ
- ข. ปรับความใกล้ชิดระหว่างลูกค้ากับเราให้เกิดความมีศักดิ์ศรีร่วมกัน
- ค. ปรับปรุงความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในบริการของเรา
- ง. เพิ่มการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ระหว่างเรากับลูกค้า ซึ่งต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายดำเนินการ
- จ. แสดงศักยภาพความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของลูกค้ากับกระบวนการธุรกิจอื่น ๆ
- ฉ. การเพิ่มทิศทางการกำไรที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้า โดยการพัฒนาวิธีประยุกต์การใช้ไอทีให้บริการลูกค้า (e-services) ด้วยกระบวนการจัดการเรื่องการให้บริการหน้าร้านและหลังร้าน (Back End and Front End) เช่น ข้อเสนอแนะและที่ปรึกษาในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า การสร้างและพัฒนาเครื่องมือและกลยุทธ์ e-business ให้กับลูกค้า การรองรับโครงการนำร่องให้กับลูกค้าและมองถ้ายั่งยืน

2. พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ในมุมมองโครงสร้างธุรกิจทั้งการผลิต-ค้า-บริโภค สามารถให้ความหมายพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินการธุรกิจทุกขั้นตอนโดยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อพัฒนาการผลิต การจำหน่าย การตลาด การขาย และการจัดส่งสินค้า การชำระเงิน การบริการหลังการขาย ให้มีคุณภาพ รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ โดยการใช้เทคโนโลยี 3 ประเภท ในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ คือ

2.1 เทคโนโลยีมวลสาร เพื่อใช้เครื่องจักรกลในการผลิตสินค้าบริการที่มีมาตรฐานสากล ลดการใช้แรงงานเด็ก และสตรี ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

2.2 เทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อให้การผลิตสินค้าบริการมีคุณภาพไม่เป็นพิษเป็นภัยต่อผู้บริโภค ไม่ทำลายสุขภาพอนามัยของผู้บริโภคทั่วโลก

2.3 เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนติดต่อสื่อสารในกิจกรรมธุรกิจทุกประเภทของผู้ผลิต-ผู้ซื้อ-ผู้ขาย และผู้บริโภค โดยใช้วิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) และอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถลดขั้นตอนในการพูด เขียน และแสดงตัวตนระหว่างผู้ผลิต-ผู้ซื้อ-ผู้ขาย-ผู้บริโภค-ตัวสินค้าและบริการ

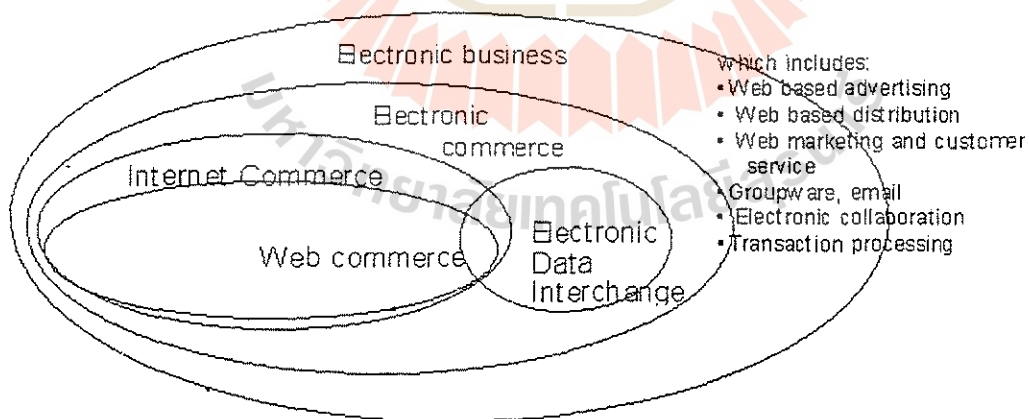
ทั้งนี้ วิธีการ EDI และอินเทอร์เน็ตประกอบด้วยอุปกรณ์ที่นักธุรกิจต้องลงทุนอย่างน้อย คือ

1. คอมพิวเตอร์ขนาดความจำอย่างน้อย 64 MB ความเร็ว 250 MHz ฮาร์ดดิสขนาด 4 GB จอภาพเมาส์ และแป้นพิมพ์
2. อุปกรณ์เชื่อมคอมพิวเตอร์กับโทรศัพท์ เรียกว่า Modem ความเร็วอย่างน้อย 33.6 Kbps
3. อุปกรณ์ถ่ายภาพ แคตตาล็อกสินค้า คือ Scanner สี พร้อมเครื่องพิมพ์สีแบบ Laser Printer
4. เป็นสมาชิกของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP) ซึ่งจะได้รับสมาชิกผู้ใช้ (User Name) และรหัสลับ (Password) หมายเลขโทรศัพท์ที่จะเชื่อมโยงใช้อินเทอร์เน็ตจาก ISP
5. มีโทรศัพท์ของตัวเอง

3. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในมุมมองเรื่องการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อินเทอร์เน็ต ความหมายสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะรวมถึงการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ โทรสาร วิทยุทัศน์ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับขั้นตอนหนึ่งเท่านั้น แต่สื่อที่นิยมใช้มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพราะอินเทอร์เน็ตจะมีระบบการรักษาความปลอดภัย โดยการเข้ารหัสและถอดรหัสระหว่างผู้ซื้อ-ผู้ขาย-ผู้บริการ และสามารถตรวจสอบตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้บริการ ได้ทั่วโลก อย่างไรก็ตามในอนาคต สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในบ้านและสำนักงานสามารถเชื่อมโยงติดต่อใช้งานรวมกัน เช่น โทรศัพท์แบบดิจิตอล โทรศัพท์แบบดิจิตอลเชื่อมกับอินเทอร์เน็ต สามารถเปิดบริการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย ได้ตลอดเวลา วัน ๆ ละ 24 ชั่วโมง ทั้งสัปดาห์ เดือน และตลอดปี ซึ่งทำให้เกิดภาพเสมือนจริง (Virtual) ทำให้คนทั่วโลกเข้ามาเยี่ยมชมร้านค้าในรูปแบบสื่อภาพ แสง เสียง ข้อมูลตัวเลขและภาพได้หลายมิติ

ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับธุรกิจ (E-business) จะเป็นธุรกิจพื้นฐานของนักธุรกิจต้องมี (Needs) และเริ่มต้นด้วยกระบวนการ คือ ประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ มีตลาดกลางค้าด้วยอิเล็กทรอนิกส์ มีช่องทางการค้นหาสินค้าบริการในตลาดกลางด้วยอิเล็กทรอนิกส์ มีศูนย์กลางอิเล็กทรอนิกส์บริการลูกค้า มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เช่น Groupware, E-mail, มีทีมงานร่วมมือด้านเทคนิคอิเล็กทรอนิกส์ และมีการทำงานธุรกรรมในธุรกิจเป็นแผนงานประจำวันและต่อเนื่อง

หลังจากมี E-business แล้ว นักธุรกิจจึงจะเริ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ซึ่งใช้เทคโนโลยี 2 ส่วน คือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยสื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI) ซึ่งจะทำให้เกิดศูนย์กลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบเว็บครอบคลุมไปทั่วโลก ตามผังภาพ ผลประกอบการสัมมนาของคณะทำงานในกลุ่มความร่วมมือเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (APEC-PECC) ตามผังภาพต่อไปนี้



Source: Cowan, Keith, C. 1998. Electronic Commerce: Why do we need to do anything?

Presentation to the APEC-PECC Seminar on Electronic Commerce, Bandar Seri Begawan, Brunei, 10 March 1998.