

ดูกรรม อิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 1

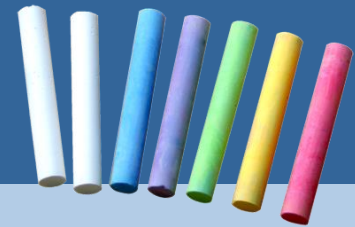
ดูกรรมอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น





- ความหมาย และความสำคัญของระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
- ข้อแตกต่างระหว่างการทำธุรกิจทั่วไปกับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
- ความแตกต่างระหว่าง e-Commerce และ e-Business (e-Marketing)
- รูปแบบธุรกิจ e-Business
- โอกาสใหม่ทางธุรกิจ
- ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คืออะไร



- การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์
- การผลิต การกระจาย การตลาด การขายหรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์
- ธุรกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ทั้งในระดับองค์กรและส่วนบุคคล บนพื้นฐานของ การประมวลและการส่งข้อมูลดิจิทัลที่มีทั้งข้อความ เสียงและภาพ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คืออะไร



- การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับการประมวลและการส่งข้อมูลที่มีข้อความ เสียง และภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์ การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์ ใบตราสาร การประมูล การออกแบบ และวิศวกรรมร่วมกัน การจัดซื้อ จัดจ้างของภาครัฐ การขายตรง การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค, อุปกรณ์ทางการแพทย์) และ บริการ (เช่น บริการขายข้อมูล บริการด้านการเงิน บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข การศึกษา ศูนย์การค้าเสมือน)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คืออะไร



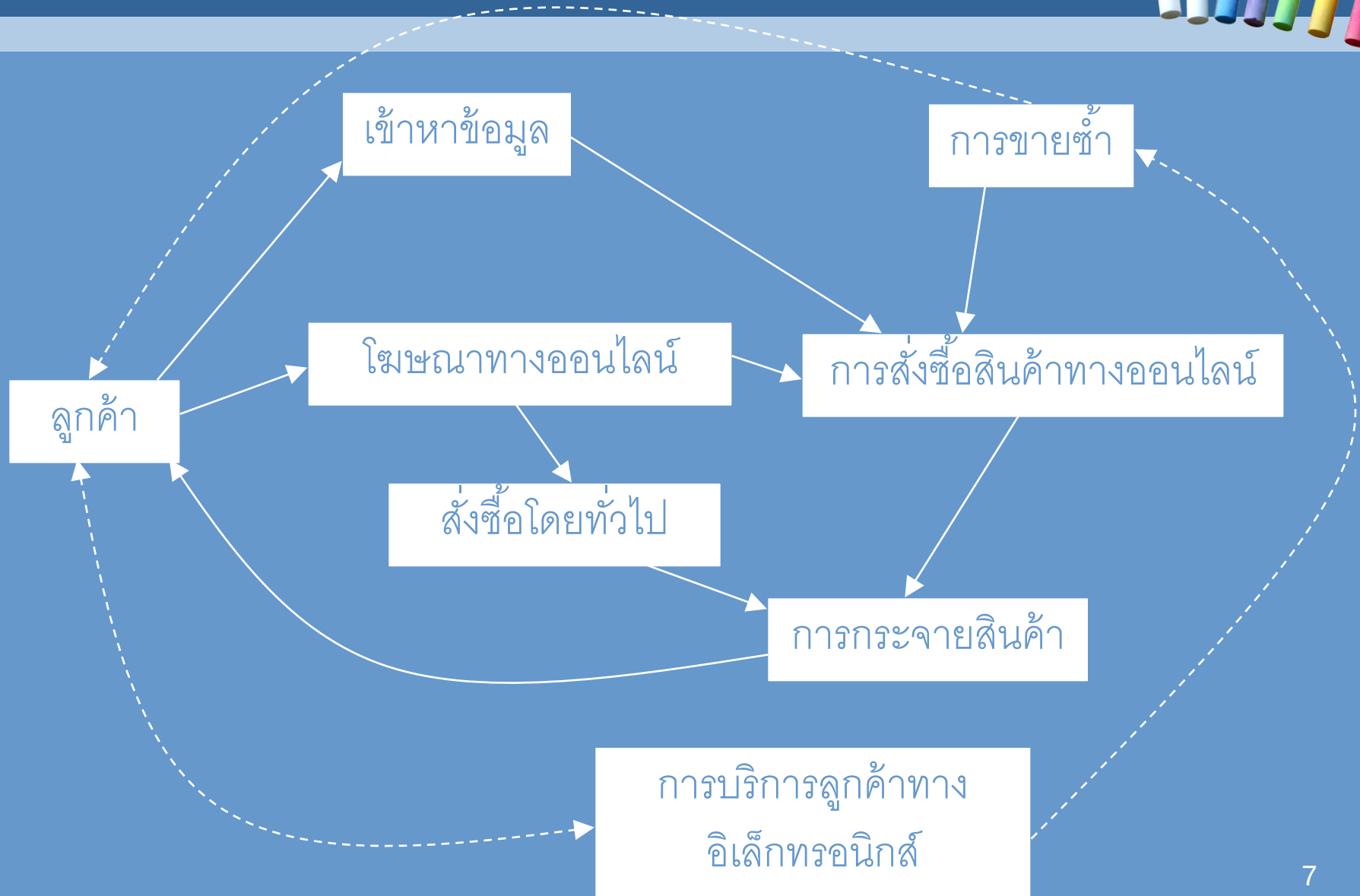
- กระบวนการที่ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อทำธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้เทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ และครอบคลุมรูปแบบทางการเงินทั้งหลาย เช่น ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การค้าอิเล็กทรอนิกส์ อีดีไอ หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โทรสาร แคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ การประชุมทางไกล และรูปแบบต่างๆ ที่เป็นข้อมูลระหว่างองค์กร

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คืออะไร

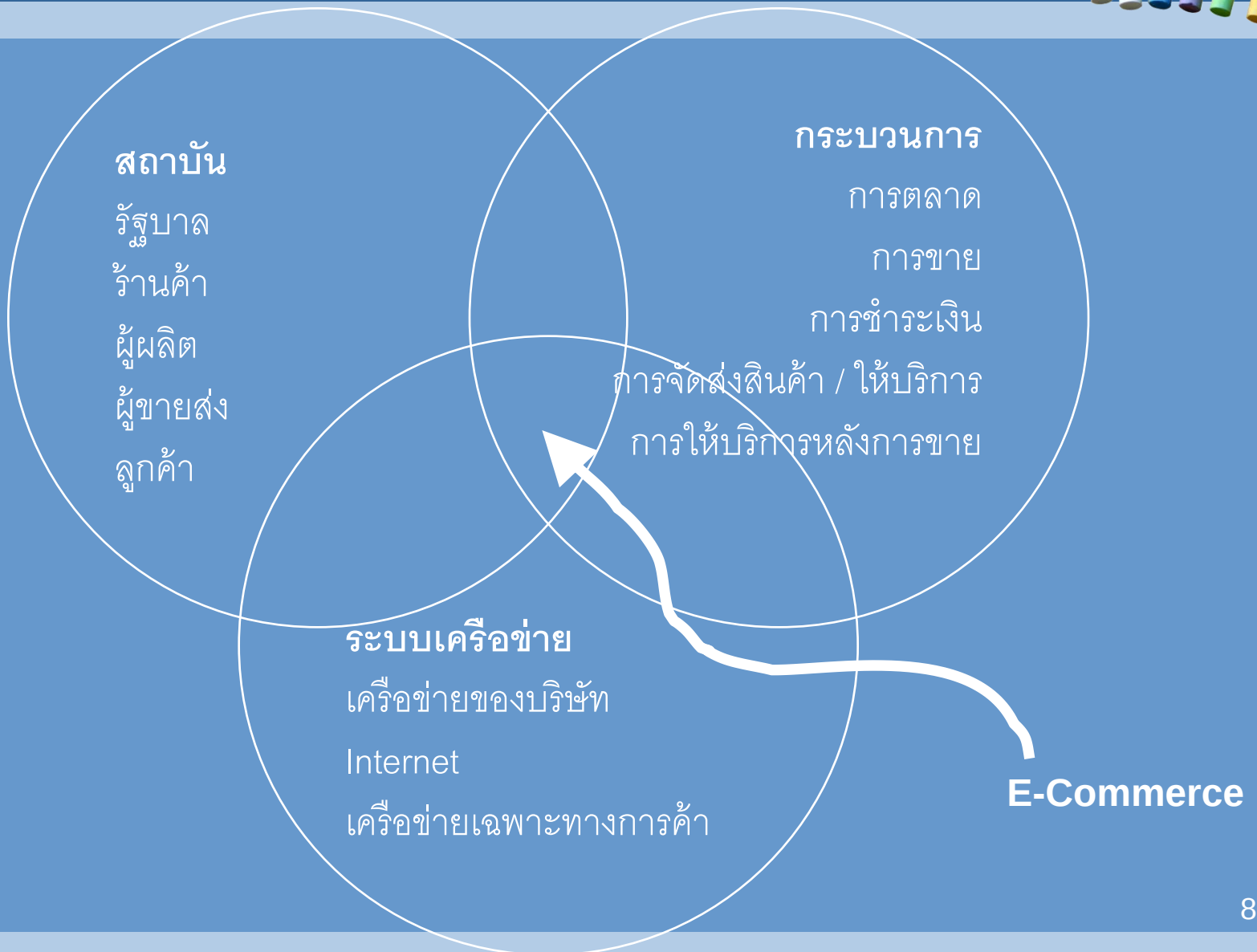


- EDI หรือ Electronic Data Interchange คือระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยให้บริษัทสามารถส่งเอกสารแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อติดต่อทำการค้าระหว่างกันได้
- EFT หรือ Electronic Funds Transfer เป็นระบบที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้ส่งผ่านรายการโอนเงินในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของสถาบันการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วงจรของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ส่วนประกอบของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ความสำคัญของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



- อินเทอร์เน็ตทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในฐานะช่องทางการติดต่อสื่อสารอันทรงประสิทธิภาพ ไร้ขีดจำกัดทางด้านภูมิศาสตร์และค่าใช้จ่ายที่ต่ำ
- รัฐบาลให้ความสำคัญกับการสนับสนุนผู้ประกอบการให้นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมมากขึ้น
- มีการพัฒนาระบบของภาครัฐให้ทันสมัยโดยนำเอาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้มากขึ้น เช่น โครงสร้างการจัดซื้อจัดจ้างและพัสดุภาครัฐผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Procurement) หรือ การพัฒนา e-Government

วิธีการแบบใหม่และแบบเก่าในการซื้อสินค้า



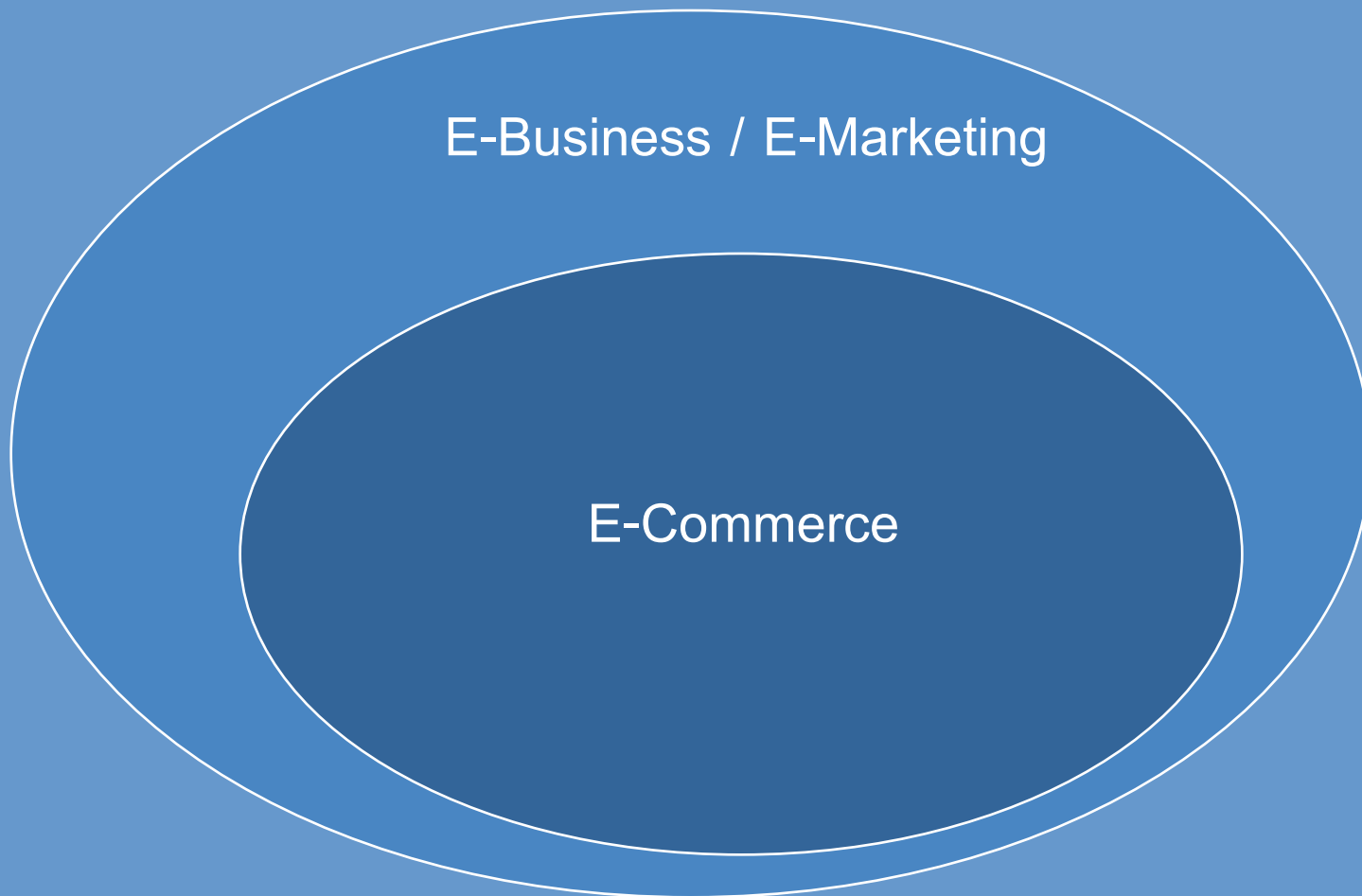
<u>ขั้นตอนการขาย</u>	<u>ระบบเดิม</u>	<u>พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</u>
หาข้อมูลของสินค้า	วารสาร / แคตาล็อก	เว็บเพจ
ตรวจสอบราคา	แคตาล็อก / สิ่งพิมพ์	ออนไลน์แคตาล็อก
ส่งรายการสั่งซื้อ (ผู้ซื้อ)	โทรศัพท์ / โทรสาร	อีเมล / EDI
ตรวจสอบสินค้าในคลัง	แบบฟอร์ม / โทรสาร	ฐานข้อมูลออนไลน์
ยืนยันการรับสินค้า	แบบฟอร์ม	อีเมล
ส่งเงินไปชำระ (ผู้ซื้อ)	ไปรษณีย์	EDI / EFT

ข้อแตกต่างระหว่างการทำธุรกิจทั่วไปกับ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



- ในการค้าแบบธรรมดา เราใช้สื่อหลายแบบในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งทำให้ขั้นตอนการซื้อขายเกิดความล่าช้า เนื่องจากต้องแปลงสื่อต่างๆ ให้เข้ากันในกระบวนการ เช่น พนักงานต้องนำใบสั่งซื้อที่เป็นโทรสารมาคีย์ลงคอมพิวเตอร์ของระบบอีกครั้งหนึ่ง แต่ในระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์นั้นข้อมูลทุกอย่างล้วนอยู่ในรูปดิจิทัล สิ่งที่ต้องมีเพียงอย่างเดียวก็คือโปรแกรมต่างๆ ที่ใช้รับส่งข้อมูลและประมวลผลรายการซื้อขายที่เกิดขึ้น

ความแตกต่าง E-Commerce และ E-Business



ความแตกต่าง e-Commerce และ e-Business



- ผู้คนจำนวนมากเข้าใจว่า e-Commerce คือ e-Business (e-Marketing) และมักใช้สองคำนี้แทนกันอยู่เสมอ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ทั้งสองคำมีความหมายใกล้เคียงกัน แต่ไม่เหมือนกันทีเดียว
- e-Business มีขอบเขตที่กว้างกว่า โดยหมายถึง การทำกิจกรรมในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การซื้อขาย การติดต่อประสานงาน รวมถึงงานธุรการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ภายในสำนักงานด้วย ในขณะที่ e-Commerce หรือ พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์จะเน้นเฉพาะการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตเท่านั้น จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า e-Commerce เป็นเพียงส่วนหนึ่งของ e-Business เท่านั้น

e-Business (e-Marketing) & e-Commerce



e - Business (e - Marketing)

กิจกรรมทางการตลาดที่ใช้ electronics ที่มีความทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน ผสมผสานกับวิธีการทางการตลาดอย่างลงตัว เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง

e - Commerce

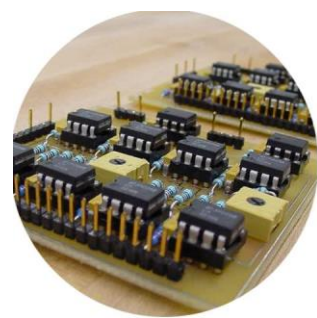
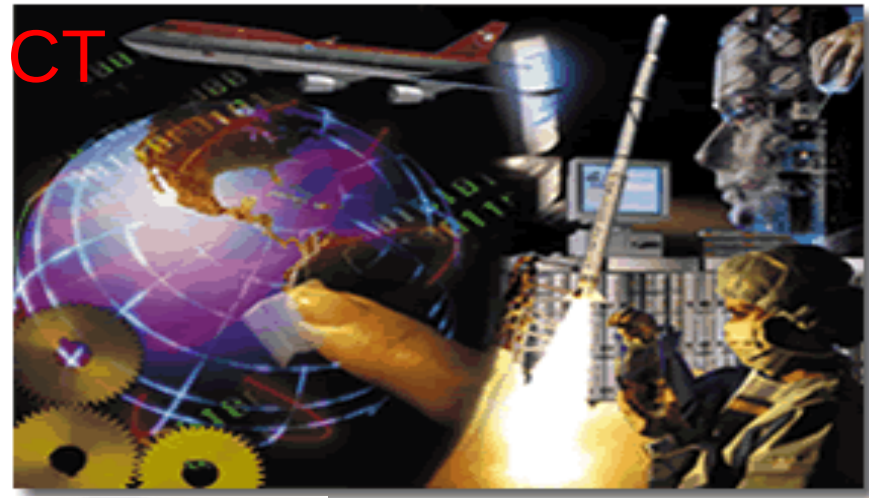
การค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นจุดเริ่มของการทำธุรกรรมแบบ e-Business หมายถึงการค้าแบบ “ซื้อ-ขาย” โดยสื่อด้วยส่วนของหน้าร้านในลักษณะ Web Pages บนระบบอินเทอร์เน็ต

e-Marketing & e-Commerce

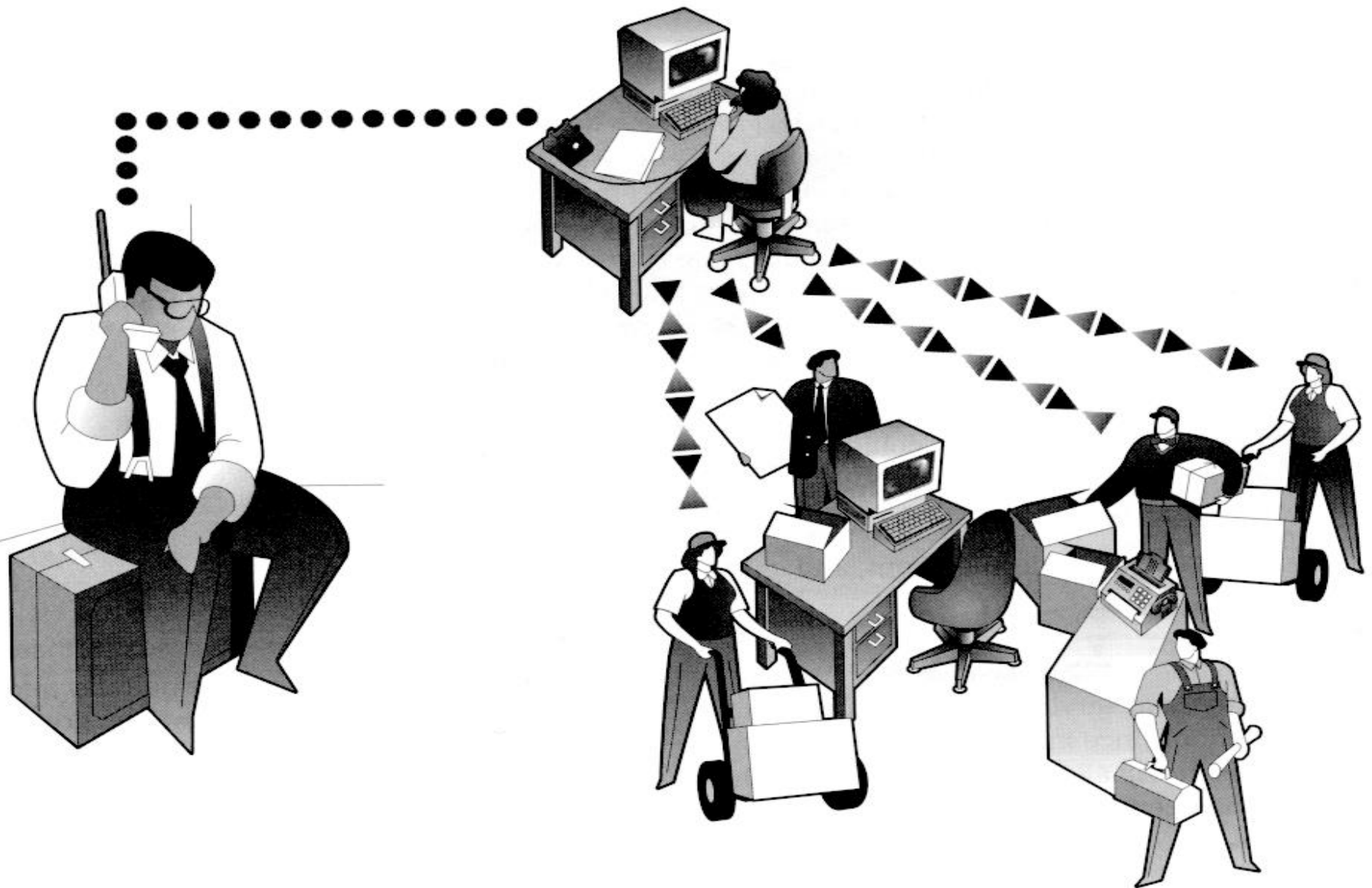


Investing in tomorrow's technology today ...

Revolution of e-commerce by ICT



**"Accommodations
Canada" ***



*** For illustrative purposes only**

The Innovation of Communication



e-Commerce



- e-Commerce ในปัจจุบันที่ได้รับความนิยมเพราะสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสื่ออินเทอร์เน็ตได้ เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อประหยัด ได้ตอบได้ มีทั้งภาพและเสียง ข้อมูลมีมากมาย และปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่อง

e-Commerce



- e-Commerce ก่อให้เกิดนวัตกรรม 3 ประการ คือ
 - **New Market** : ผู้ผลิตสินค้าสามารถจำหน่ายสินค้าของตนเองได้ทั่วโลกโดยไม่ต้องอาศัยคนกลางในอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดตลาดใหม่ขึ้นอย่างมากมาย
 - **New Business Process** : เกิดกระบวนการทำงานแบบใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยควบคุมการทำงานให้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
 - **New Product** : เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้รู้ปลักษณะข้อมูลดิจิทัล (Digital Thing Feature) ที่สามารถส่งผ่านทางด่วนข้อมูลได้ ซึ่งก่อให้เกิดการประหยัด 3 ประการคือ
 - $\text{Marginal Cost} = 0$,
 - $\text{Tax} = 0$
 - $\text{Transportation cost} = 0$

Digital Economy or e-Conomy



Digital Economy or e-Conomy

- หมายถึงเศรษฐกิจยุคใหม่ หรือยุคดิจิทัล หรือยุคอิเล็กทรอนิกส์ ที่เกิดจากกิจกรรมด้าน e-Business และ e-Commerce ที่ซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จนทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศที่เจริญแล้ว มีมูลค่าของสินค้าดิจิทัลอยู่ในสัดส่วนที่เกินกว่าร้อยละ 50 แต่ในขณะเดียวกันมีต้นทุนลดต่ำกว่าเดิมมาก ซึ่งผลที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากเทคโนโลยีแต่เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการไหลเวียนของข่าวสารและความรู้ที่มีประสิทธิภาพด้วย
- ยุคของเศรษฐกิจศาสตร์ที่จะถูกขับเคลื่อนด้วยกลไกทางเทคโนโลยีด้านดิจิทัล เศรษฐกิจใหม่ของโลกจะเคลื่อนไหวด้วยการเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ก่อให้เกิดการรับรู้อย่างโปร่งใส ไม่ปิดบัง ผู้บริโภคจะมีประชาธิปไตยในการรับข้อมูลข่าวสาร (Value Transparencies and Democratization of Information) และสามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง (Self Generated) อิทธิพลของผู้บริโภคจะเริ่มเรื่องอำนาจอีกครั้ง

E-Business Models



- Business to Business ; B2B✓
- Business to Government ; B2G (e-Procurement) ✓
- Business to Consumer ; B2C ✓
- Government to Business ; G2B
- Government to Government ; G2G ✓
- Government to Consumer ; G2C (e-Revenue) ✓
- Consumer to Business ; C2B
- Consumer to Government ; C2G
- Consumer to Consumer ; C2C (Direct Marketing) ✓

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



Business-to-Business (B2B) คือ การทำธุรกรรมระหว่างองค์กร ธุรกิจเพื่อการค้าขาย การจัดการการผลิตหรือวัตถุดิบ เช่น การสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างสรรพสินค้าจากผู้ผลิต หรือการสั่งซื้อชิ้นส่วนที่ใช้ในงานอุตสาหกรรม เป็นต้น ตัวอย่างการดำเนินงานในประเทศไทย ได้แก่ ระบบการนำเข้าและส่งออกระหว่างคู่ค้าโดยใช้อีดีไอผ่านกรมศุลกากร หรือการติดต่อธุรกิจระหว่างสำนักงานใหญ่และตัวแทนจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต ระบบ B2B นี้ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และลดต้นทุนลงได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ



E-Commerce แบบ B to B

เป็นการทำธุรกรรมระหว่างธุรกิจ ซึ่งอาจมีทั้งภายในบริษัท
เดียวกัน (Intra-Company E-Commerce) และระหว่าง
บริษัท (Inter-Company E-Commerce) ซึ่งมีรูปแบบ
ดังนี้

- ❖ Seller-Oriented Marketplace
- ❖ Buyer-Oriented Marketplace



E-Commerce แบบ B to B

❖ Seller-Oriented Marketplace

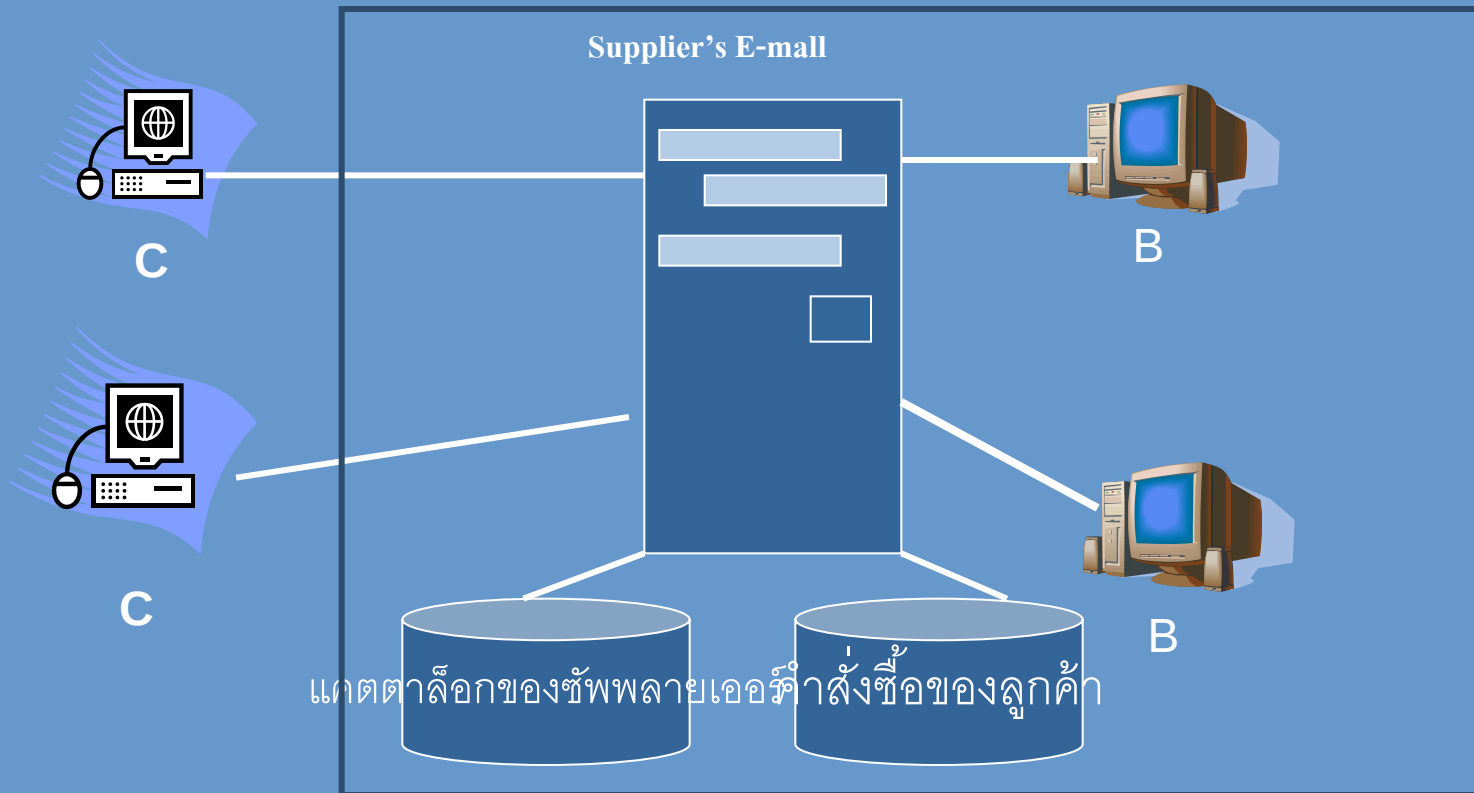
เป็นรูปแบบที่องค์กรขายสินค้าและบริการให้แก่องค์กรอื่นผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือธุรกิจ (ผู้ซื้อ) เข้าไปใน **website** เลือกชมสินค้าในแคตาล็อก และสั่งซื้อสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำ นอกจากนี้ยังมีระบบการสั่งซื้อสินค้า ระบบการจ่ายเงิน ผสมกับระบบลอจิสติกส์ของผู้ขาย

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



E-Commerce แบบ B to B

❖ Seller-Oriented Marketplace





E-Commerce แบบ B to B

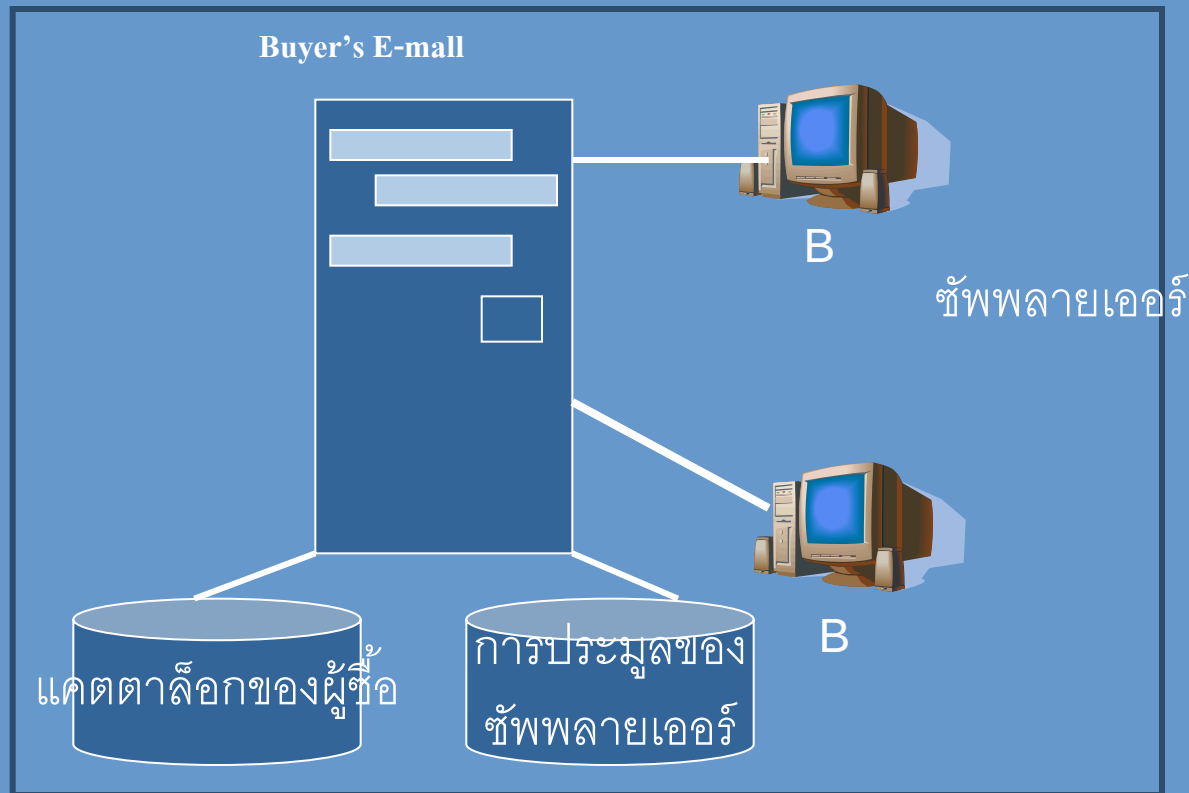
❖ Buyer-Oriented Marketplace

มีจุดมุ่งหมายในการลดต้นทุนของสินค้าที่จะซื้อ หรือในตลาดที่มีการประมูล โดยมีการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ซื้อเพื่อประมวลหาผู้ขายที่ดีที่สุด



E-Commerce แบบ B to B

❖ Buyer-Oriented Marketplace



ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



- **Business-to-Consumer (B2C)** คือ การทำธุรกรรมระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคโดยตรง เป็นการซื้อขายสินค้าตามปกติ เพียงแต่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาแทน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการทุกประเภทสามารถขยายฐานธุรกิจให้กว้างไกลมากขึ้น

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



E-Commerce แบบ B to C

1) ร้านค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Retailing)

เป็นการขายตรงจากธุรกิจถึงลูกค้า ซึ่งมีรูปแบบ 2 ประเภทคือ

- ❑ Solo Storefronts
- ❑ Electronic mall หรือ Cybermall

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



E-Commerce แบบ B to C

2) การโฆษณา

- แบบ Banners
- แบบ E-mail (แต่อาจจะทำให้เกิด Spamming)

3) แคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์

4) ธนาคารไซเบอร์ (Cyber banking หรือ Electronic Banking หรือ Virtual Banking)

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



E-Commerce แบบ B to C

- 5) ตลาดแรงงานออนไลน์ (Online job market)
- 6) การท่องเที่ยว
- 7) อสังหาริมทรัพย์
- 8) การประมูล (Auctions)

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



- **Business-to-Government (B2G)** คือ การทำธุรกรรมระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐ ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่รัฐบาลมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้อย่างแพร่หลาย เช่น กระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกาที่ทำการประกาศและจัดซื้อครุภัณฑ์โดยใช้ระบบอีดีไอ ผู้ที่สนใจจะค้าขายด้วยนั้นต้องสามารถใช้ระบบอีดีไอในการรับส่งข้อมูลได้

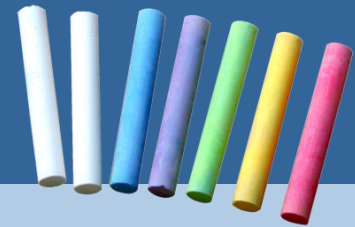
ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government)

เป็นการประยุกต์แนวคิดของ E-Commerce โดยใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการรับ-ส่ง สารสนเทศ และการบริการของรัฐสู่ประชาชน, ภาคธุรกิจ, หรือหน่วยงานของรัฐ ซึ่งรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์มี 3 รูปแบบ คือ

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government)

1) รัฐบาลกับประชาชน (G2C)

(Government-to-Consumer หรือ Government-to-Citizen)

คือการใช้บริการของรัฐไปยังประชาชน เช่น การเสียภาษี online เป็นต้น

2) รัฐบาลกับธุรกิจ (G2B)

เป็นการติดต่อระหว่างภาครัฐกับเอกชน หรือ suppliers เพื่อดำเนินธุรกิจ เช่น การประมูลผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (E-Auction) การจัดซื้อจัดจ้างผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (E-Procurement)

3) รัฐบาลกับรัฐบาล (G2G)

เป็นการติดต่อระหว่างภาครัฐกับรัฐ ในกระทรวงหรือระหว่างกระทรวงก็ได้

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



- **Consumer-to-Consumer (C2C)** คือการทำธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคด้วยกันเอง โดยมากพบในรูปของการประมูลสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางนำผู้บริโภคสองฝ่ายมาเจอกัน ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตกลงรูปแบบการชำระเงินและวิธีการจัดส่งสินค้าเอง โดยเว็บไซต์จะคิดค่าบริการเป็นร้อยละของราคาสินค้าที่ประมูลได้

e-Commerce



- รูปแบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- Online Catalogue
 - E-Tailer
 - Auction
 - Web Board
 - E-Marketplace
 - B2C Supply chain
 - Logistics Service
- mistine.co.th
 - Amazon.com
 - ebay.com
 - Overclockzene.com
 - Foodmarketexchange.com
 - Dell.com
 - Fedex.com, DHL.com

e-Commerce



- การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
 - ยุคที่ 1 พศ. 2537 – 2540
 - ยุคที่ 2 พศ. 2541 – 2543
 - ยุคที่ 3 พศ. 2544 – ปัจจุบัน
 - B2B e-Commerce (Click & Mortar)
 - B2C e-Commerce (Exporting)
 - e-Commerce Service Center & Provider
 - e-Commerce & One Tambon One Product (OTOP)
 - B2G e-Commerce (e-Procurement)
 - GFMIS & e-Government

โอกาสใหม่ทางธุรกิจ



- การทำธุรกิจแบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากทำให้การส่งข้อมูลและสินค้ารวดเร็วแล้วยังทำให้การติดต่อและความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป
- **องค์กรธุรกิจ**
เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของกระบวนการธุรกิจ การใช้ข้อมูลร่วมกัน สร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ จากข้อมูลที่มีอยู่
- **ลูกค้า**
ทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักของลูกค้ามากขึ้น เพิ่มช่องทางการขายใหม่ๆ ทำการตลาดแบบเฉพาะตัว รวบรวมข้อมูลการตลาด
- **บริษัทคู่ค้า**
ลดต้นทุนการทำรายการซื้อขาย สร้างการทำงานร่วมกัน ในลักษณะองค์กรเสมือน (Virtual Organization)

ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งได้ดังนี้

- **สำหรับผู้บริโภค**

- ความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าอย่างครบวงจร
- มีสินค้าและบริการให้เลือกมากขึ้น
- เลือกชมสินค้าได้ตลอดเวลา (24/7)
- สามารถเปรียบเทียบราคาของสินค้า และรับทราบความคิดเห็นของผู้ซื้อรายอื่นต่อสินค้า/บริการนั้น ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ได้ก่อนตัดสินใจซื้อ
- ได้สินค้าที่มีคุณภาพดี และราคายุติธรรม เพราะซื้อสินค้าโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง
- ได้รับสินค้าอย่างรวดเร็วในกรณีที่สินค้านั้นสามารถส่งผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยตรง เช่น เพลง และซอฟต์แวร์ เป็นต้น

ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



- สำหรับผู้ประกอบการ
 - เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก
 - ลดต้นทุนบางประเภท
 - เพิ่มโอกาสในการแข่งขันให้เท่าเทียมกันระหว่างผู้ประกอบการรายเล็กกับผู้ประกอบการรายใหญ่
 - ลดภาระสินค้าคงคลัง
 - สามารถให้บริการและทำการตลาดต่อลูกค้ารายบุคคลได้ (การตลาดแบบ 1 ต่อ 1)
 - ขจัดปัญหาเรื่องทำเลที่ตั้งของบริษัท
 - เพิ่มประสิทธิภาพในการขายและการทำงานภายในสำนักงานโดยนำระบบสำนักงานอัตโนมัติ (office automation) มาใช้

ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



- สำหรับผู้ผลิต
 - เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิต
 - เปิดตลาดใหม่
 - เพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า
 - ลดค่าใช้จ่ายและความผิดพลาดในเรื่องข้อมูลการซื้อขาย
 - เพิ่มประสิทธิภาพดำเนินงาน ตั้งแต่การผลิต จนถึงการจัดส่งสินค้า
 - ลดภาระสินค้าคงคลัง

ประโยชน์ต่อสังคม



- 1) ทำให้คนสามารถทำงานที่บ้านได้ ทำให้มีการเดินทางน้อยลง ทำให้การจราจรไม่ติดขัด ลดปัญหามลพิษทางอากาศ
- 2) ทำให้มีการซื้อขายสินค้าราคาถูกลง คนที่มีฐานะไม่รวยก็สามารถยกระดับมาตรฐานการขายสินค้าและบริการได้

ประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ



- 1) กิจกรรม SMEs ในประเทศกำลังพัฒนาอาจได้ประโยชน์จากการเข้าถึงตลาดที่กว้างขวางในระดับโลก
- 2) ทำให้กิจกรรมในประเทศกำลังพัฒนาสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้
- 3) บทบาทของพ่อค้าคนกลางลดลง ทำให้ต้นทุนการซื้อขายลดลง ทำให้อุปสรรคการเข้าสู่ตลาดลดลงด้วย
- 4) ทำให้ประชาชนในชนบทได้หาสินค้าหรือบริการได้เช่นเดียวกันในเมือง
- 5) เพิ่มความเข้มข้นของการแข่งขัน ทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ข้อจำกัดด้านเทคนิค



- 1) ขาดมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ
- 2) ความกว้างของช่องทางการสื่อสารมีจำกัด
- 3) ซอฟต์แวร์ยังกำลังอยู่ระหว่างการพัฒนา
- 4) ปัญหาความเข้ากันได้ระหว่าง Internet และซอฟต์แวร์ของ E-commerce กับแอปพลิเคชัน
- 5) ต้องการ Web Server และ Network Server ที่ออกแบบมาเป็นพิเศษ
- 6) การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตยังมีราคาแพงและไม่สะดวก

ข้อจำกัดด้านกฎหมาย



- 1) กฎหมายที่สามารถคุ้มครองการทำธุรกรรมข้ามรัฐหรือข้ามประเทศ ไม่มีมาตรฐานที่เหมือนกัน และมีลักษณะที่แตกต่างกัน
- 2) การใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ หรือลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะมีผลทางกฎหมายหรือไม่
- 3) ปัญหาเกิดจากการทำธุรกรรม เช่น การส่งสินค้ามีลักษณะแตกต่างจากที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต จะมีการเรียกร้องค่าเสียหายได้หรือไม่

Drawing by Peter Steiner © 1993 The New Yorker Magazine, Inc. All rights reserved



"On the Internet, nobody knows you're a dog."



ข้อจำกัดด้านธุรกิจ



- 1) วงจรผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) จะสั้นลง เพราะการเข้าถึงข้อมูลทำได้ง่ายและรวดเร็ว การลอกเลียนผลิตภัณฑ์จึงทำได้รวดเร็ว เกิดคู่แข่งเข้ามาในตลาดได้ง่าย จะต้องมีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เสมอ
- 2) ความพร้อมของภูมิภาคต่าง ๆ ในการปรับโครงสร้างเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของ E-Commerce มีไม่เท่ากัน
- 3) ภาษีและค่าธรรมเนียม จาก E-Commerce จัดเก็บได้ยาก ยังไม่มีกฎหมายคุ้มครอง

ข้อจำกัดด้านธุรกิจ



- 4) ต้นทุนในการสร้าง E-Commerce ค่อนข้างสูง เพราะรวมถึงค่า Hardware, Software ที่มีประสิทธิภาพ ระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ การจัดการระบบเครือข่าย ตลอดจนค่าจ้างบุคลากร
- 5) ประเทศกำลังพัฒนาต้องลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสูงมาก ในโครงสร้างพื้นฐาน
- 6) เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิดการฟอกเงินได้ง่าย เนื่องจากการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้การตรวจสอบที่มาของเงินทำได้ยาก

ข้อจำกัดด้านอื่น ๆ



- 1) การให้ข้อมูลที่เป็นเท็จบนอินเทอร์เน็ตมีมาก และมีการขยายตัวเร็วมากกว่าการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตเสียอีก
- 2) สิทธิส่วนบุคคล (Privacy) ระบบการจ่ายเงิน หรือการให้ข้อมูลของลูกค้าทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ขายทราบว่าผู้ซื้อเป็นใคร และสามารถใช้ออฟต์แวร์ติดตามกิจกรรมต่าง ๆ หรือส่ง Spam ไปรบกวนได้
- 3) E-Commerce เหมาะกับระบบเศรษฐกิจที่สามารถเชื่อถือและไว้วางใจได้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อจำกัดด้านอื่น ๆ



- 4) ยังไม่มีการประเมินผลการดำเนินงาน หรือวิธีการที่ดีของ E-Commerce เช่น การโฆษณาผ่านทาง E-Commerce ว่าได้ผลเป็นอย่างไร
- 5) จำนวนผู้ซื้อ / ขาย ที่ได้กำไรหรือประโยชน์จาก E-Commerce ยังมีจำกัด โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งสัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรต่ำมาก และการใช้ E-Commerce ในการซื้อ/ขายสินค้า มีน้อยมาก



Questions?