

รายงานการสำรวจ สถานภาพการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2547



จัดทำโดย
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ร่วมกับ
สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

รายงานการสำรวจสภาพ
การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
ประจำปี 2547

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ร่วมกับ

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

รายงานการสำรวจสถานะภาพการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2547

โดย กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ร่วมกับ
สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ISBN 974-229- 725-8

พิมพ์ครั้งที่ 1 (พฤษภาคม 2548)

จำนวน 1,500 เล่ม

เอกสารเผยแพร่

สงวนลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2548 ตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ร่วมกับ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ไม่อนุญาตให้คัดลอก ทำซ้ำ และดัดแปลง ส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือฉบับนี้

นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์เท่านั้น

Copyright©2005 by:

Ministry of Information and Communication Technology and

National Electronics and Computer Technology Center

National Science and Technology Development Agency

Ministry of Science and Technology

112 Thailand Science Park, Phahon Yothin Road, Klong 1, Klong Luang,

Pathumthani 12120, THAILAND.

Tel. +66 2-564-6900 Fax. +66 2-564-6901..2

จัดทำโดย:



กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ร่วมกับ

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

73/1 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-644-8150-9 โทรสาร 02-644-6653

URL: <http://www.nectec.or.th/> e-mail: info@nectec.or.th

ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศเป็นอย่างยิ่ง ความก้าวหน้าของวิทยาการสมัยใหม่ก่อให้เกิดกิจกรรมรูปแบบใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจและสังคม อันเป็นพลังขับเคลื่อนนำพาประเทศสู่สังคมและเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า “สังคม/เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้” (Knowledge-based Society/Economy) และเพื่อให้การปฏิรูปเป็นไปอย่างต่อเนื่องและทั่วถึงในทุกด้าน รัฐบาลจึงได้จัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545-2549 ขึ้น เพื่อวางแนวทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศโดยใช้ไอซีทีเป็นกลไกหลัก ซึ่งจะทำให้มั่นใจได้ว่า ประเทศจะก้าวหน้าไปในทิศทางที่เหมาะสมอย่างมั่นคง ยั่งยืน และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เป็น 1 ใน 5 ยุทธศาสตร์สำคัญที่กำหนดไว้ในนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ พ.ศ. 2544-2553 (IT 2010) ควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์อื่นๆ ได้แก่ e-Industry e-Government e-Education และ e-Society และเป็นมาตรการสำคัญในยุทธศาสตร์ของแผนแม่บท ที่ว่าด้วยการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งที่ผ่านมาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ในการเป็นช่องทางเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ลดต้นทุนการผลิต และขยายฐานลูกค้าสู่ระดับสากล

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ตระหนักดีว่า การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้ก้าวไกลยิ่งขึ้น จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลสถานภาพพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศในเชิงลึก เพื่อนำมาวิเคราะห์ประกอบการกำหนดนโยบายและวางแผนกลยุทธ์สำหรับภาครัฐในการพัฒนา และส่งเสริม

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้เข้มแข็งและยั่งยืน สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ ด้วยเหตุนี้ ศูนย์ฯ จึงจัดให้มีการสำรวจสถานภาพผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเริ่มขึ้นครั้งแรกในปี 2546 เพื่อติดตามความก้าวหน้าและประเมินสถานภาพธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละปี

โอกาสนี้ ศูนย์ฯ ขอขอบคุณกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ รวมทั้งผู้ประกอบการทุกท่านที่ร่วมให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และมีส่วนช่วยให้การสำรวจครั้งนี้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ศูนย์ฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านผู้อ่านจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากรายงานฉบับนี้ ไปใช้ประกอบการวางแผน การดำเนินนโยบาย หรือการตัดสินใจใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวมมากที่สุด

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ร่วมกับ

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

พฤษภาคม 2548

บทสรุปผู้บริหาร

บทที่ 1 บทนำ 13

บทที่ 2 ระเบียบวิธีการสำรวจ 15

บทที่ 3 ผลสำรวจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

3.1 ข้อมูลพื้นฐานทางธุรกิจ 19

3.2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 22

3.3 ระดับความก้าวหน้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 27

บทที่ 4 ผลสำรวจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขั้นก้าวหน้า

4.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ 29

4.2 จำนวนลูกค้า/สมาชิก 31

4.3 ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้าและส่วนหลัง 34

4.4 เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 37

4.5 กลยุทธ์การตลาด 43

4.6 มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 48

4.7 อุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจและแนวทางการช่วยเหลือ
จากภาครัฐ 52

บทที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม 55

ภาคผนวก

คำอธิบายศัพท์ 60

แบบสำรวจ 64

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 1	รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	19
แผนภาพที่ 2	จำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลา	20
แผนภาพที่ 3	เงินทุนจดทะเบียน	20
แผนภาพที่ 4	จำนวนคอมพิวเตอร์ในธุรกิจ	22
แผนภาพที่ 5	อัตราส่วนของจำนวนพนักงานต่อคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง	22
แผนภาพที่ 6	อัตราส่วนของอีเมลต่อจำนวนพนักงาน	23
แผนภาพที่ 7	รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	24
แผนภาพที่ 8	อัตราความเร็วของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	24
แผนภาพที่ 9	อัตราความเร็วของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จำแนกตามขนาดธุรกิจ	25
แผนภาพที่ 10	ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ	26
แผนภาพที่ 11	งบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปรียบเทียบกับงบประมาณทั้งหมด	27
แผนภาพที่ 12	ระดับความก้าวหน้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	28
แผนภาพที่ 13	ช่วงเวลาที่เริ่มนำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้	29
แผนภาพที่ 14	ลักษณะการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	30
แผนภาพที่ 15	รูปแบบการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	30
แผนภาพที่ 16	จำนวนลูกค้า/สมาชิกที่ลงทะเบียนในเว็บไซต์	31
แผนภาพที่ 17	จำนวนลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ ในช่วงเวลา 1 เดือน	32
แผนภาพที่ 18	จำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าซ้ำมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	33

แผนภาพที่ 19	จำนวนลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในแต่ละเดือน	33
แผนภาพที่ 20	ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า ด้านการให้บริการ ทั่วไปของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	34
แผนภาพที่ 21	ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า ด้านการให้บริการ ซื้อขายสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	35
แผนภาพที่ 22	ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า ด้านการให้บริการ ความเชื่อมั่นของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	36
แผนภาพที่ 23	ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหลังของธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	37
แผนภาพที่ 24	รูปแบบการรับคำสั่งซื้อสินค้า	38
แผนภาพที่ 25	รูปแบบการรับชำระเงินออนไลน์	39
แผนภาพที่ 26	รูปแบบการรับชำระเงินออฟไลน์	39
แผนภาพที่ 27	รูปแบบการจัดส่งสินค้า	40
แผนภาพที่ 28	การมีเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	41
แผนภาพที่ 29	การเปลี่ยนแปลงในการลงทุนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์หรือ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	42
แผนภาพที่ 30	การเปลี่ยนแปลงในการลงทุนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์หรือ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำแนกตามขนาดธุรกิจ	43
แผนภาพที่ 31	งบประมาณด้านการตลาด เปรียบเทียบกับงบประมาณ ทั้งหมดของธุรกิจ	44
แผนภาพที่ 32	งบประมาณด้านการตลาด เปรียบเทียบกับงบประมาณ ทั้งหมดของธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ	45

แผนภาพที่ 33	สัดส่วนมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของธุรกิจ B2B จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม	49
แผนภาพที่ 34	สัดส่วนมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของธุรกิจ B2C จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม	49
แผนภาพที่ 35	ที่มาของรายได้ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	50
แผนภาพที่ 36	มูลค่าการจัดหาพัสดุโดยวิธีประมูลด้วยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ของหน่วยงานภาครัฐ ปี 2545-2547	51
แผนภาพที่ 37	มูลค่าหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ปี 2543-2547	52

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ประเภทอุตสาหกรรมที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	21
ตารางที่ 2	อันดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ B2B	46
ตารางที่ 3	อันดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ B2C	47
ตารางที่ 4	มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2546	48
ตารางที่ 5	อุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	53
ตารางที่ 6	มาตรการที่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องการให้ รัฐบาลเร่งส่งเสริม	54

บทสรุปผู้บริหาร

การสำรวจสถานภาพผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2547 เป็นโครงการที่ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติจัดทำขึ้น เป็นปีที่ 2 (ครั้งแรกมีขึ้นในปี 2546) โดยครั้งนี้ ศูนย์ฯ ได้จัดส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศจำนวน 880 ราย ระหว่างเดือน พฤษภาคมถึงมิถุนายน 2547 ซึ่งในที่สุด มีแบบสอบถามถูกส่งกลับคืนมาทั้งสิ้นรวม 127 ชุด มีอัตราการตอบกลับ คิดเป็นร้อยละ 14.4

จากผลสำรวจพบว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก เมื่อพิจารณาจากจำนวนพนักงานและเงินทุนจดทะเบียน ธุรกิจร้อยละ 47.2 มีจำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลาน้อยกว่า 5 คน และร้อยละ 31.5 มีเงินทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ธุรกิจส่วนใหญ่มีลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจ ในรูปของบริษัทจำกัด (ร้อยละ 58.3) รองลงมาคือ บุคคลธรรมดา (ร้อยละ 26.8) โดยมีประเภทธุรกิจที่พบมากที่สุดคือ ธุรกิจบริการ ร้อยละ 20.5 และธุรกิจหัตถกรรม ของขวัญ ของแต่งบ้าน ร้อยละ 15.7

เมื่อพิจารณาถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่คำนึงถึงความสำคัญของการมีคอมพิวเตอร์และอีเมล ธุรกิจร้อยละ 75.6 มีอัตราส่วนของจำนวนพนักงานต่อจำนวนคอมพิวเตอร์เป็น 1:1 และร้อยละ 69.3 มีอีเมลให้กับพนักงานเป็นรายบุคคล ผลสำรวจยังพบว่า เทคโนโลยี broadband เริ่มเข้ามามีบทบาทกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศแล้ว โดยมีธุรกิจร้อยละ 48.4 ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ด้วยความเร็วตั้งแต่ 128 Kbps ขึ้นไป

ในด้านของระดับความก้าวหน้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ธุรกิจร้อยละ 70.1 มีเว็บไซต์ที่สามารถรับคำสั่งซื้อสินค้าได้ ขณะที่ร้อยละ 26.8 มี

เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว และร้อยละ 3.1 ไม่มีเว็บไซต์ มีแต่เพียงอีเมลล์

เมื่อวิเคราะห์เฉพาะธุรกิจที่มีเว็บไซต์ที่รับคำสั่งซื้อได้พบว่า เป็นธุรกิจ B2B ร้อยละ 29.2 และธุรกิจ B2C ร้อยละ 70.8 โดยเป็นธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว ไม่มีหน้าร้าน (Pure Internet Company) ร้อยละ 53.9 และธุรกิจที่ทั้งมีเว็บไซต์และหน้าร้าน (Click and Mortar Company) ร้อยละ 46.1 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ไม่มากนัก โดยมีแค่ร้อยละ 13.5 เท่านั้น ที่ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มานานกว่า 4 ปี

เมื่อพิจารณาถึงเว็บไซต์พบว่า ระบบรับคำสั่งซื้อสินค้าทั้ง 3 ประเภท คือ ระบบตะกร้าสินค้า (Shopping Cart) แบบฟอร์ม (Form) และอีเมลล์ (e-Mail) ได้รับความนิยมจากธุรกิจ B2B และ B2C ในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือประมาณร้อยละ 40 ในด้านของระบบรับชำระเงิน การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเป็นวิธีการชำระเงินที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในระดับร้อยละ 60 รองลงมาคือ บัตรเครดิต อย่างไรก็ตามก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่าอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง (Internet Banking) ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร มีเพียงร้อยละ 22.2 ของธุรกิจ B2C และร้อยละ 15.4 ของธุรกิจ B2B เท่านั้นที่ใช้บริการ ในขณะที่รูปแบบการรับชำระเงินผ่านผู้ให้บริการกลางได้รับความนิยมสนใจน้อยมาก

สำหรับการจัดส่งสินค้า รูปแบบการขนส่งที่ธุรกิจ B2C นิยมใช้มากที่สุดคือ ไปรษณีย์ ร้อยละ 44.4 ในขณะที่การว่าจ้างบริษัทขนส่งได้รับความนิยมน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 27.0 ซึ่งตรงกันข้ามกับธุรกิจ B2B ที่วิธีดังกล่าวได้รับความนิยมมากที่สุด ถึงร้อยละ 38.5

การรับรองความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ เป็นอีกสาขาหนึ่งที่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรให้ความสนใจมากขึ้น ผลสำรวจพบว่า มีเว็บไซต์เพียงร้อยละ 35.0 เท่านั้นที่มีเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือจากหน่วยงานชั้นนำต่างๆ

ในด้านการกลยุทธิ์การตลาด เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างประเภทธุรกิจพบว่า ธุรกิจ B2B ให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้าเป็นหลัก โดยเน้นที่การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง และการมีข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด ไร้ข้อบกพร่อง ในขณะที่ธุรกิจ B2C ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และการออกแบบเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังพบว่า ธุรกิจทั้ง 2 ประเภท ประเมินความสำคัญของกลยุทธ์ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมาก โดยธุรกิจ B2B ให้ความสำคัญน้อยมาก ในขณะที่ธุรกิจ B2C ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ

สำหรับมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี 2546 พบว่า มีมูลค่าสูงถึง 63,436 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2545 ที่มีเพียง 52,360 ล้านบาท ประมาณร้อยละ 20 โดยแบ่งเป็นธุรกิจ B2B ร้อยละ 91 ธุรกิจ B2G ร้อยละ 8 และ ธุรกิจ B2C ร้อยละ 1 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ประเภทธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงที่สุดได้แก่ ธุรกิจ B2G โดยในปี 2546 มีมูลค่าธุรกรรมสูงถึงเกือบ 5,000 ล้านบาท ในขณะที่ ปี 2545 มีเพียง 182 ล้านบาท ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานราชการจำนวนมาก โดยเฉพาะรัฐวิสาหกิจหันมาดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) มากขึ้น ตามนโยบายของรัฐบาล

สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอที่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องการให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนช่วยเหลือสามารถสรุปเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้ (1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ (2) ให้การรับรองความน่าเชื่อถือแก่เว็บไซต์ พร้อมทั้งเป็นตัวแทนภาคเอกชนไทยในการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดในตลาดต่างประเทศ (3) ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนและสิทธิพิเศษทางภาษีแก่ผู้ประกอบการ (4) เร่งดำเนินการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนในวงกว้างควบคู่กันไป และ (5) วางแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเริ่มตั้งแต่เยาวชน

รายงานการสำรวจสถานภาพการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2547 เป็นสรุปผลการสำรวจข้อมูลทางธุรกิจของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ที่ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติจัดทำขึ้น โดยปีนี้เป็นปีที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามและประเมินสถานภาพธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบาย และวางแผนกลยุทธ์สำหรับภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้ยั่งยืนและเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล นอกจากนี้สำหรับภาคเอกชน ข้อมูลเหล่านี้ยังมีส่วนช่วยในการประกอบการตัดสินใจในเชิงธุรกิจต่างๆ อีกทั้งเอื้อประโยชน์ต่อการคาดการณ์แนวโน้มและสภาวะการณ์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตอีกด้วย

การสำรวจในปี 2547 นี้จัดทำควบคู่ไปกับการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งดำเนินการโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ รายงานการสำรวจสถานภาพการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2547 ฉบับนี้จึงเป็นเพียงการสรุปข้อมูลเชิงสถิติที่สำคัญที่ได้จากการสำรวจเท่านั้น สำหรับผู้ที่สนใจผลการสำรวจฉบับสมบูรณ์พร้อมบทวิเคราะห์เชิงลึกของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวมและรายอุตสาหกรรมสามารถดูได้จากรายงานผลโครงการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (<http://www.dbd.go.th>)

สำหรับผู้สนใจรายงานฉบับนี้หรือข้อมูลสถิติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอื่นๆ สามารถดาวน์โหลดได้ที่เว็บไซต์ <http://www.nectec.or.th/pld/indicators/index.html> และหากท่านมีข้อสงสัยในผลการสำรวจหรือมีข้อเสนอแนะต่อรายงานฉบับนี้ กรุณาส่งมายัง phumisak.smutkupt@nectec.or.th หรือติดต่อที่

หมายเลขโทรศัพท์ 02-644-8150-9 ต่อ 622

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติขอแสดงความขอบคุณกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ฐานข้อมูลผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเนื้อหาภายในแบบสอบถามบางส่วน รวมทั้งผู้ประกอบการทุกท่านที่เสียสละเวลาร่วมให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ที่ทำให้การศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ศูนย์ฯ หวังว่าจะได้รับความร่วมมือเช่นนี้อีกในการสำรวจครั้งต่อไป

บทที่ 2 ระเบียบวิธีการสำรวจ

วิธีการสำรวจ

การสำรวจครั้งนี้เป็นการสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีจำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการศึกษาทั้งสิ้น 880 ราย ซึ่งมาจากฐานข้อมูลผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่มีชื่อและที่อยู่ถูกต้องชัดเจน จำนวน 818 ราย และผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รายสำคัญ (Key Players) ในฐานข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติที่ไม่ซ้ำกับของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าอีก 62 ราย

เครื่องมือการสำรวจ

การสำรวจครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกันพัฒนาขึ้น มีทั้งสิ้น 12 หน้า และใช้ระยะเวลาในการตอบโดยเฉลี่ยประมาณ 10-15 นาที

เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การประเมินธุรกิจในด้านต่างๆ ดังนี้

- การเรียนรู้และการพัฒนา
- ลูกค้า
- กระบวนการภายใน
- การตลาด
- เทคโนโลยีสารสนเทศ
- การเงิน
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 การแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ได้กระจายแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการทั่วประเทศผ่านทางไปรษณีย์ (อีเมลและโทรสารบ้างตามความสะดวกของผู้รับ) ในระหว่างวันที่ 19 พฤษภาคม ถึง 30 มิถุนายน 2547 และเมื่อครบกำหนดมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งสิ้น 135 ชุด แต่ที่ใช้ได้จริงมีเพียง 127 ชุด อัตราการตอบกลับ (Response Rate) คิดเป็นร้อยละ 14.4

การวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผล

แบบสอบถามที่ได้กลับมาทั้งหมดถูกนำมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อทำการแจกแจงความถี่ (Frequency) คำนวณค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

แนวคิดและคำนิยามของธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การสำรวจครั้งนี้ใช้คำนิยามธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบแคบ (Narrow Definition) ขององค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development: OECD) เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ในการรวบรวมมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยคำนิยามดังกล่าวระบุว่า “ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบแคบ หรือ Internet Transaction (I-Transaction) หมายถึง การซื้อหรือขายสินค้าหรือบริการระหว่างภาคธุรกิจ ภาคครัวเรือน ภาคบุคคล หรือองค์กรต่างๆ ที่เกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต การสั่งซื้อสินค้าหรือบริการต้องเกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต แต่การชำระเงินหรือการจัดส่งสินค้าจะเกิดขึ้นออนไลน์หรือออฟไลน์ก็ได้” สรุปได้ว่ามูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะนับเฉพาะมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่เกิดจากการสั่งซื้อที่ผ่านอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์เท่านั้น ไม่คำนึงถึงรูปแบบของการชำระเงินและการจัดส่ง แนวคิดดังกล่าวได้รับความนิยมไปทั่วโลก หลายประเทศได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เช่นเดียวกัน เพื่อความสามารถในการเปรียบเทียบข้อมูลในระดับสากล

ข้อพึงระวังในการใช้ข้อมูล

1. ข้อมูลที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้อาจมีความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากสาเหตุต่างๆ เช่น การมีอัตราการตอบกลับที่ต่ำ หรือผู้ตอบไม่ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ภาวะผู้วิจัยได้พยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด
2. มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้เป็นข้อมูลในปี 2546 ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ยอมเปิดเผยข้อมูลจำนวน 61 รายเท่านั้น คณะผู้วิจัยไม่สามารถประมาณค่าที่ได้กลับไปเป็นมูลค่าของทั้งอุตสาหกรรมเพื่อนำเสนอในภาพรวมของประเทศได้เนื่องจากข้อจำกัดบางประการของฐานข้อมูล
3. มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้ไม่ได้นับรวมมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเข้าไว้ด้วยเหมือนเช่นข้อมูลของปี 2545 ทำให้มูลค่าธุรกรรมของธุรกิจ B2C ในปี 2546 ลดลงกว่าปี 2545 อย่างมาก
4. ผู้ประกอบการบางรายไม่ได้จำแนกรายรับที่เกิดจากสินค้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางปกติ (ออฟไลน์) หรือผ่านทางเว็บไซต์ (ออนไลน์) ไว้ ทำให้ไม่สามารถให้ข้อมูลของมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นจริงได้อย่างถูกต้อง
5. สินค้าและบริการบางประเภท เช่น การจองที่พัก ในเบื้องต้นมีการสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ แต่ไม่ได้ชำระเงินทันทีเนื่องจากต้องผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น เจรจาต่อรอง ทำให้การชำระเงินเกิดขึ้นภายหลังจากวันที่สั่งซื้อสินค้านานหลายวัน และบางครั้งการชำระเงินก็ไม่ได้เกิดขึ้นผ่านทางเว็บไซต์ ทำให้ผู้ประกอบการไม่นับธุรกรรมดังกล่าวว่าเป็นธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตามคำนิยาม ของ OECD จะถือว่าธุรกรรมดังกล่าวเป็นธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากคำสั่งซื้อครั้งแรกเกิดขึ้นผ่านทางเว็บไซต์ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์ที่รวบรวมได้อาจมีมูลค่าน้อยกว่าความเป็นจริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการสำรวจครั้งต่อไป

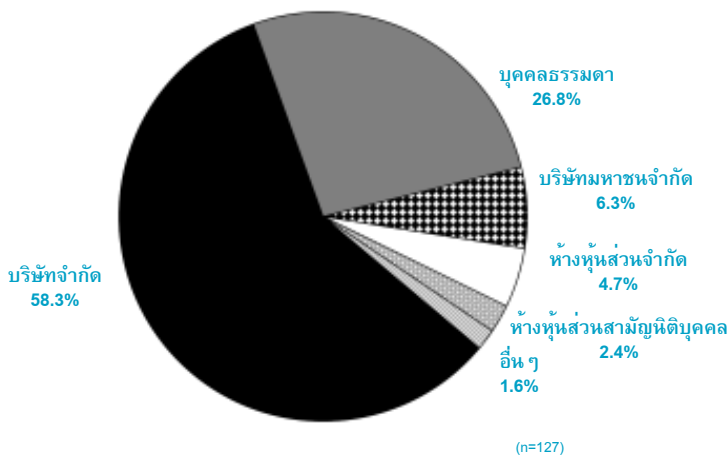
1. ปรับปรุงฐานข้อมูลธุรกิจ (Business List) ให้สมบูรณ์และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลประเภทต่างๆ เพื่อความสามารถในการจำแนกข้อมูลตามเงื่อนไข (Criteria) ที่ต้องการ เช่น ประเภทอุตสาหกรรมเงินทุนจดทะเบียน และจำนวนพนักงาน เป็นต้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. ปรับปรุงแบบสอบถามให้สั้นและมีความซับซ้อนน้อยลงเพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ (Response Rate)

บทที่ 3 ผลการสำรวจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

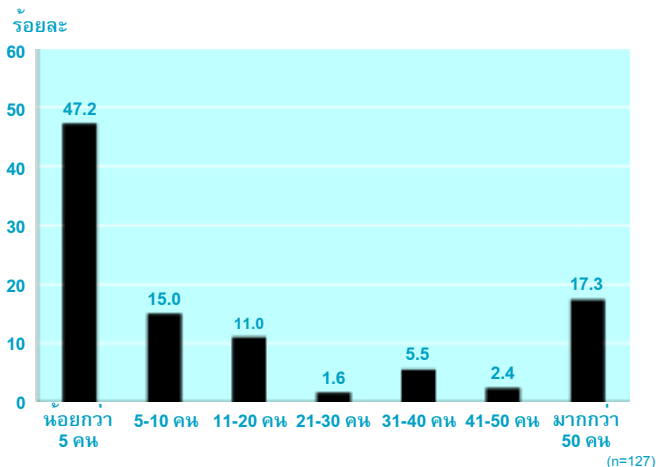
3.1 ข้อมูลพื้นฐานทางธุรกิจ

จากข้อมูลของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 127 ราย พบว่า ธุรกิจ ร้อยละ 58.3 จัดทะเบียนในรูปแบบของบริษัทจำกัด รองลงมาคือ บุคคลธรรมดา ร้อยละ 26.8 และบริษัทมหาชนจำกัด ร้อยละ 6.3 และเมื่อพิจารณาถึงขนาดของ ธุรกิจ โดยดูจากจำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลาในธุรกิจนั้นพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ มีขนาดเล็ก โดยร้อยละ 47.2 มีจำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลาน้อยกว่า 5 คน และมีเพียงร้อยละ 17.3 เท่านั้น ที่มีจำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลามากกว่า 50 คน

แผนภาพที่ 1 รูปแบบการจัดทะเบียนธุรกิจ

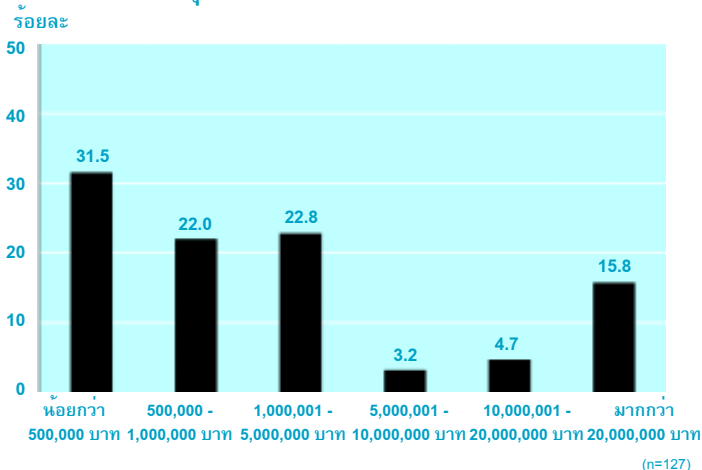


แผนภาพที่ 2 จำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลา



เมื่อพิจารณาถึงเงินทุนจดทะเบียน พบว่าธุรกิจร้อยละ 31.5 มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 5 แสนบาท ร้อยละ 22.0 มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5 แสนถึง 1 ล้านบาท และร้อยละ 22.8 มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1 ล้านถึง 5 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาทก็มีส่วนในการสำรวจครั้งนี้เช่นกัน โดยมีถึงร้อยละ 15.8

แผนภาพที่ 3 เงินทุนจดทะเบียน



สำหรับประเภทอุตสาหกรรม ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 26 ราย หรือร้อยละ 20.5 อยู่ในอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งเป็นการบริการทั้งในระดับธุรกิจและบุคคล โดยส่วนใหญ่มาจากด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เช่น ออกแบบเว็บไซต์ หรือเว็บไซต์ting สำหรับประเภทอุตสาหกรรมรองลงมา ได้แก่ หัตถกรรม ของขวัญ ของแต่งบ้าน ร้อยละ 15.7 และการท่องเที่ยวและขนส่ง ร้อยละ 8.7

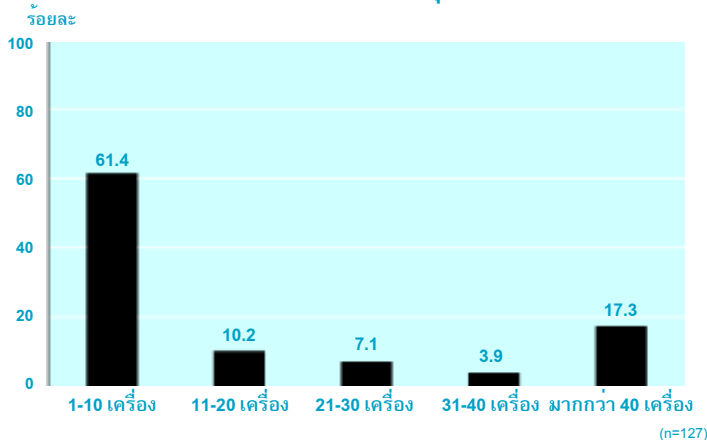
ตารางที่ 1 ประเภทอุตสาหกรรมที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (หน่วย:ราย)

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจบริการ	26	20.5
หัตถกรรม ของขวัญ ของตกแต่งบ้าน	20	15.7
ท่องเที่ยว ขนส่ง	11	8.7
ซีดีเพลง ภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์	10	7.9
ผู้ให้บริการระบบและตลาดกลาง	10	7.9
อาหาร เครื่องดื่ม	6	4.7
การเงิน การประกัน	6	4.7
เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	6	4.7
อุปกรณ์สื่อสาร	6	4.7
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เสริม	6	4.7
หนังสือ สิ่งพิมพ์	5	3.9
สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม	4	3.1
สินค้าเกษตรกรรม ดอกไม้	3	2.4
เว็บพอร์ทัล บันเทิง	3	2.4
อัญมณีและเครื่องประดับ	2	1.6
วัสดุก่อสร้างและเคหะภัณฑ์	2	1.6
อื่นๆ	7	5.5
รวม	127	100

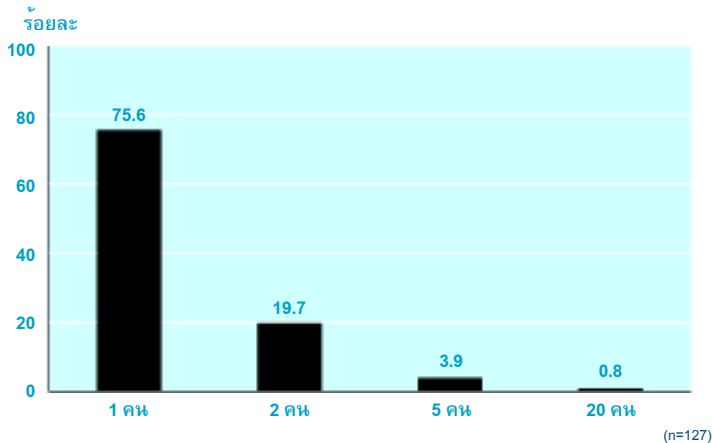
3.2 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

เมื่อพิจารณาถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่คำนึงถึง ความสำคัญของการมีคอมพิวเตอร์และอีเมล ธุรกิจร้อยละ 75.6 มีอัตราส่วนของ จำนวนพนักงานต่อจำนวนคอมพิวเตอร์เป็น 1:1 และร้อยละ 69.3 มีอีเมลให้กับ พนักงานเป็นรายบุคคล

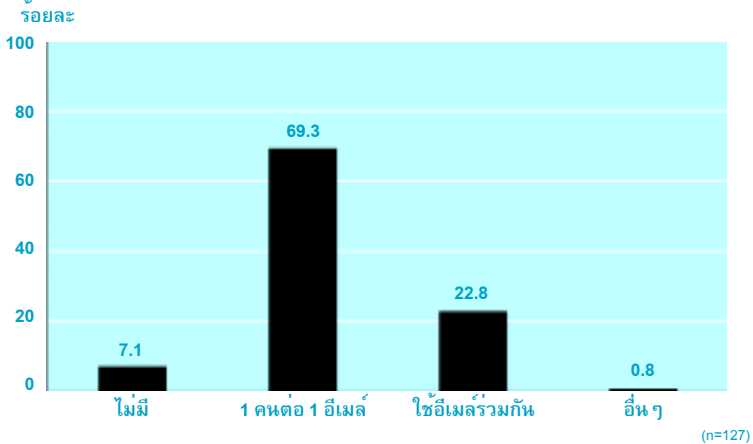
แผนภาพที่ 4 จำนวนคอมพิวเตอร์ในธุรกิจ



แผนภาพที่ 5 อัตราส่วนของจำนวนพนักงานต่อคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง



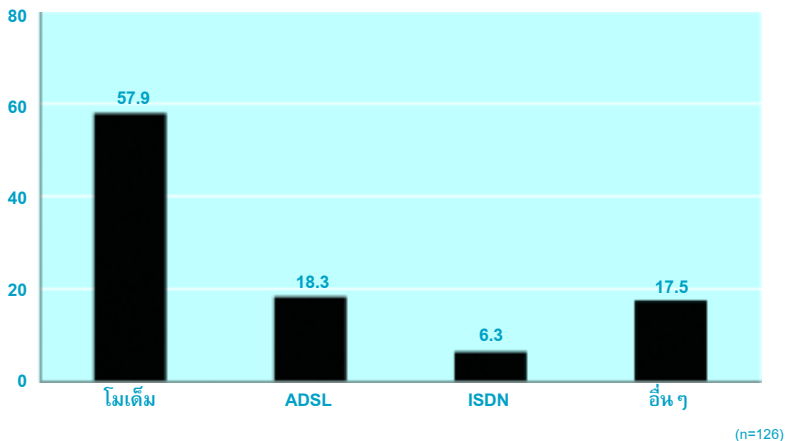
แผนภาพที่ 6 อัตราส่วนของอีเมลต่อจำนวนพนักงาน



ในด้านของรูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต พบว่า โมเด็มเป็นช่องทางการเชื่อมต่อที่ธุรกิจนิยมใช้มากที่สุดถึงร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ADSL ร้อยละ 18.3 และ ISDN ร้อยละ 6.3 และเมื่อพิจารณาถึงความเร็วในการเชื่อมต่อ พบว่า ความเร็วในระดับที่ไม่เกิน 56 Kbps เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ ร้อยละ 48.4 รองลงมาคือ 256 Kbps ร้อยละ 18.3 อย่างไรก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่า สัดส่วนของธุรกิจที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วตั้งแต่ 128 Kbps ขึ้นไป รวมแล้วมีมากถึงร้อยละ 46.8 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวนไม่น้อยได้นำเทคโนโลยี broadband มาใช้ในการดำเนินธุรกิจแล้ว

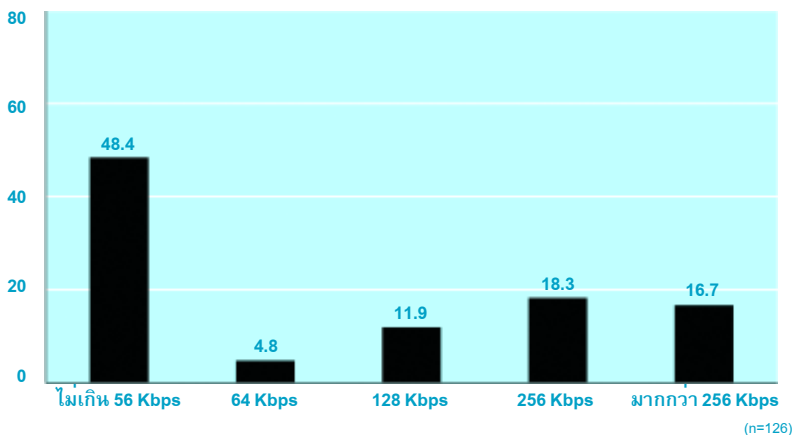
แผนภาพที่ 7 รูปแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

ร้อยละ



แผนภาพที่ 8 อัตราความเร็วของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

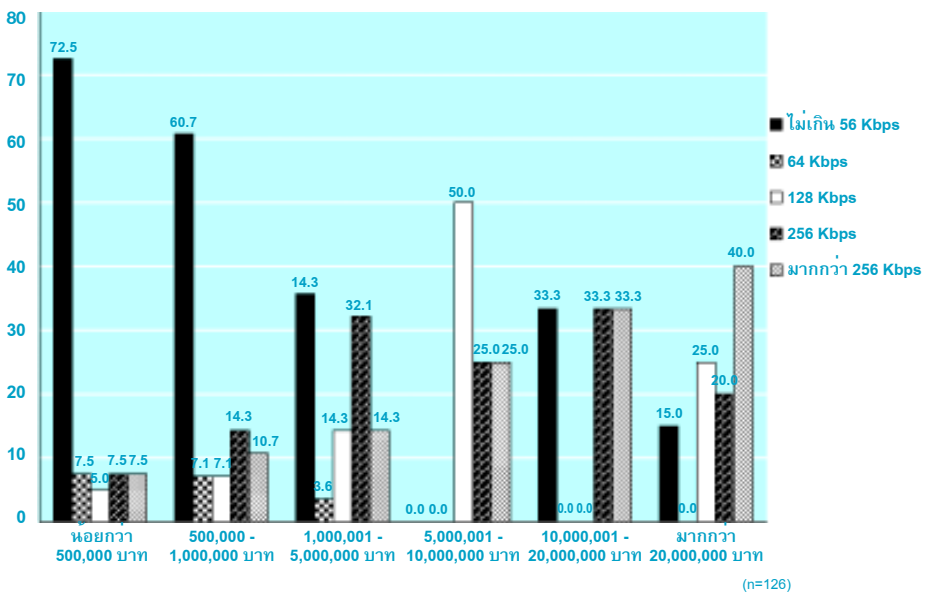
ร้อยละ



เมื่อพิจารณาความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของแต่ละธุรกิจ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนแล้ว พบว่า ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามเงินทุนจดทะเบียนของธุรกิจ กล่าวคือธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนน้อย

ส่วนใหญ่นิยมเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วต่ำ และธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากขึ้นส่วนใหญ่มักจะเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วที่สูงขึ้น ดังจะเห็นได้จากกลุ่มธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาท ที่ร้อยละ 72.5 เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วไม่เกิน 56 Kbps ในขณะที่มีเพียง ร้อยละ 20.0 เท่านั้นที่ใช้เทคโนโลยีบรอดแบนด์ ในทางตรงกันข้าม กลุ่มที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 20 ล้านบาท ร้อยละ 85.0 ใช้เทคโนโลยีบรอดแบนด์ โดยมีเพียงร้อยละ 15.0 เท่านั้นที่เชื่อมต่อด้วยความเร็วพื้นฐาน

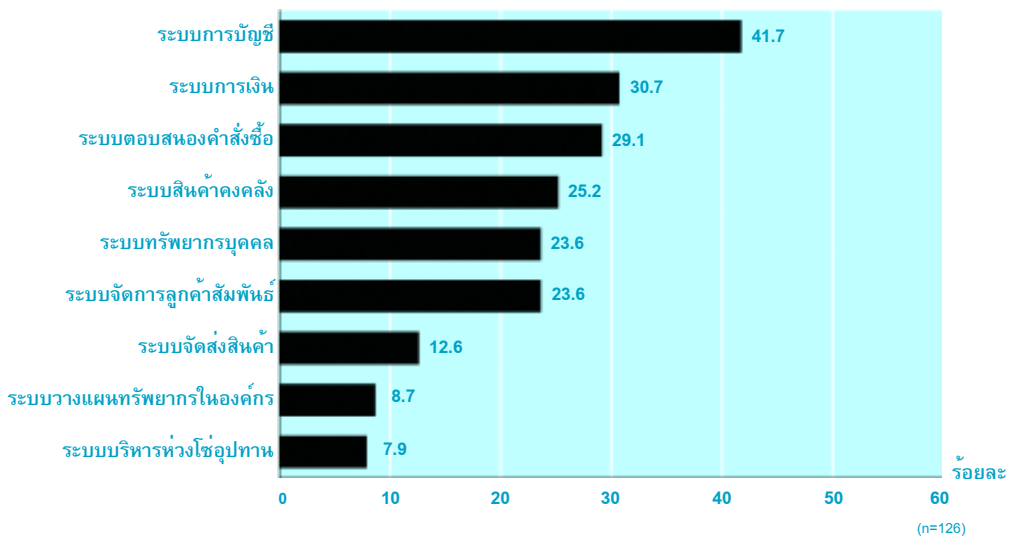
แผนภาพที่ 9 อัตราความเร็วของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจำแนกตามขนาดธุรกิจ



ระบบสารสนเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุด นอกจากระบบพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการเงินแล้ว (ได้รับความนิยมร้อยละ 41.7 และร้อยละ 30.7 ตามลำดับ) ระบบตอบสนองคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment) ก็เป็นอีกหนึ่งระบบที่ธุรกิจจำนวนมาก

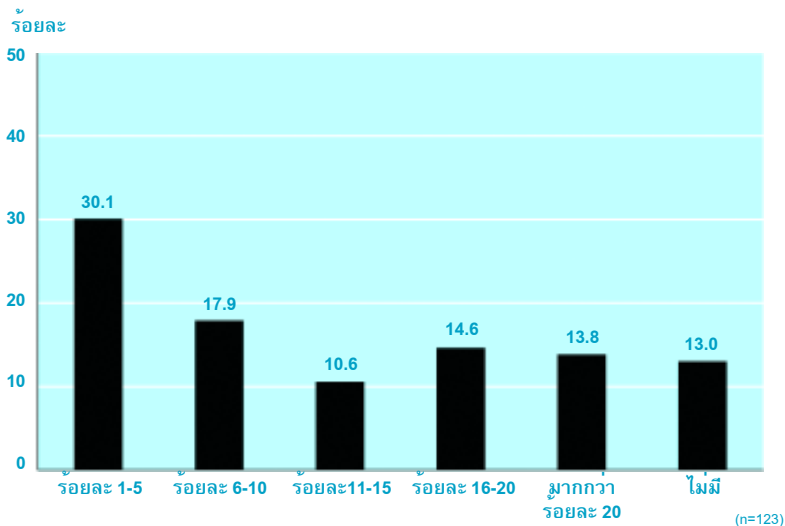
ให้ความสนใจ โดยมีธุรกิจที่ใช้ระบบดังกล่าวถึงร้อยละ 29.1 ตามด้วยระบบสินค้าคงคลัง ร้อยละ 25.2 และระบบทรัพยากรบุคคลและระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เท่ากันที่ร้อยละ 23.6 สำหรับระบบที่ได้รับความสนใจน้อยที่สุดได้แก่ ระบบวางแผนทรัพยากรในองค์กร (Enterprise Resource Planning: ERP) และระบบบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) ที่มีธุรกิจนำมาใช้เพียงร้อยละ 8.7 และ 7.9 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10 ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ



สำหรับงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ผลสำรวจพบว่า ธุรกิจร้อยละ 30.1 มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 1-5 ของงบประมาณทั้งหมด รองลงมาคือช่วงระหว่างร้อยละ 6-10 และร้อยละ 16-20 อย่างไรก็ตามก็ดีจะเห็นว่า มีธุรกิจเพียงร้อยละ 13.0 เท่านั้นที่ไม่มีการจัดสรรงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไว้อย่างชัดเจน

แผนภาพที่ 11 งบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปรียบเทียบกับ งบประมาณทั้งหมด



3.3 ระดับความก้าวหน้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

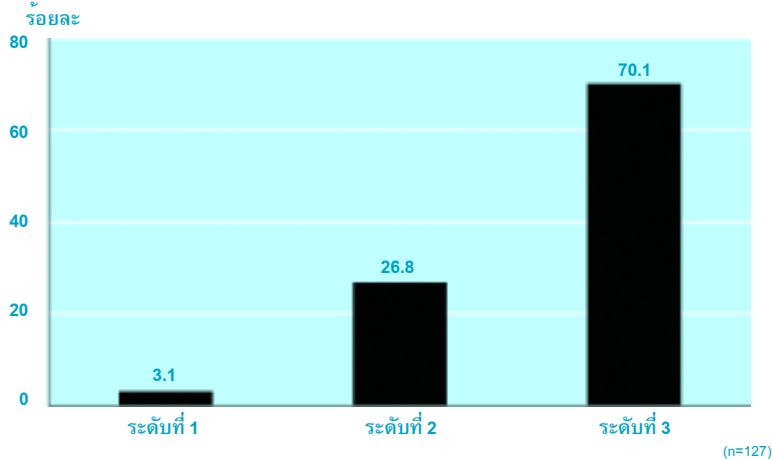
การสำรวจครั้งนี้ได้แบ่งระดับความก้าวหน้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็น 3 ระดับ ตามการมีอยู่ของเว็บไซต์ และความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้าของเว็บไซต์ ดังนี้

ระดับที่ 1 ธุรกิจที่มีอีเมลเพียงอย่างเดียว ไม่มีเว็บไซต์ผู้ประกอบการใช้อีเมลในการดำเนินธุรกิจ

ระดับที่ 2 ธุรกิจที่มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถรับคำสั่งซื้อสินค้าได้ การรับคำสั่งซื้อต้องกระทำผ่านทางอีเมล

ระดับที่ 3 ธุรกิจที่มีเว็บไซต์ที่สามารถรับคำสั่งซื้อสินค้าได้

แผนภาพที่ 12 ระดับความก้าวหน้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจ 89 ราย หรือประมาณร้อยละ 70 เป็นธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีความก้าวหน้าในระดับที่ 3 รองลงมาคือ ระดับที่ 2 จำนวน 34 ราย หรือร้อยละ 26.8 และระดับที่ 1 ซึ่งมีเพียง 4 ราย หรือ ร้อยละ 3.1 เท่านั้น

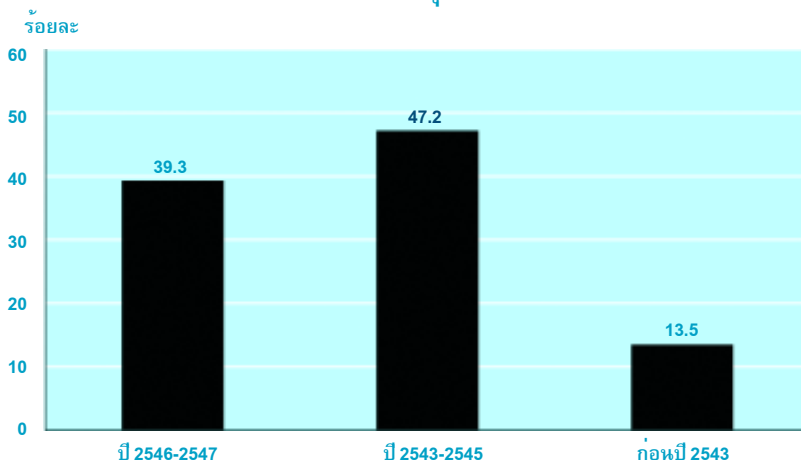
บทที่ 4 ผลการสำรวจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขั้นก้าวหน้า

ข้อมูลที่น่าสนใจในบทนี้ มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในระดับ 3 คือ กลุ่มที่มีเว็บไซต์ที่สามารถรับคำสั่งซื้อได้จำนวน 89 ราย เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเข้มข้น จึงเหมาะสมที่สุดที่จะเป็นตัวแทนที่สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ที่แท้จริงของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ

4.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่มากนัก ร้อยละ 39.3 ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาได้ไม่ถึง 2 ปี ร้อยละ 47.2 ทำมาประมาณ 2-4 ปี และมีเพียงร้อยละ 13.5 เท่านั้นที่ทำมานานกว่า 4 ปี และเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจพบว่า เป็นธุรกิจประเภท B2B 26 ราย หรือ ร้อยละ 29.2 และธุรกิจ B2C 63 ราย หรือร้อยละ 70.8

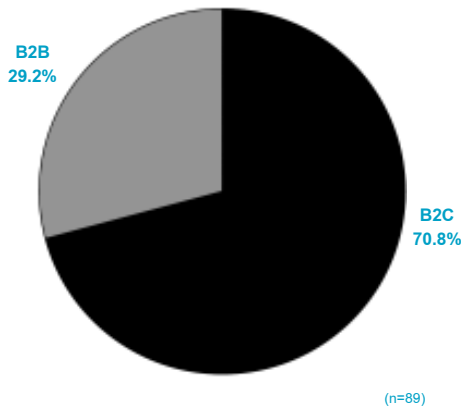
แผนภาพที่ 13 ช่วงเวลาที่เริ่มนำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้



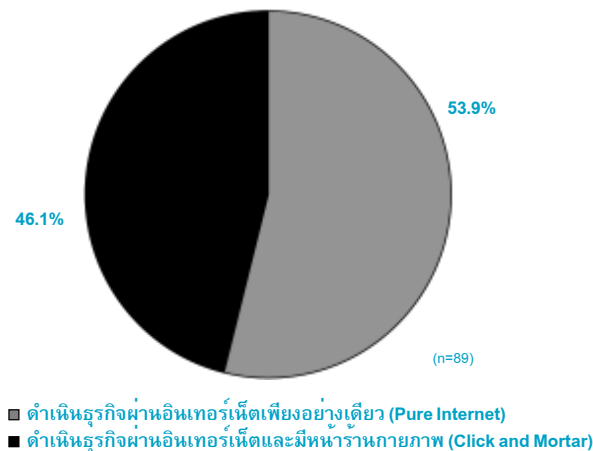
(n=89)

นอกจากนี้ ผลสำรวจยังแสดงให้เห็นด้วยว่า ช่องทางจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการ มีรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ ธุรกิจร้อยละ 53.9 มีการจำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว (Pure Internet Company) และอีกร้อยละ 46.1 เป็นธุรกิจที่มีหน้าร้านทางกายภาพควบคู่ไปด้วย (Click and Mortar Company)

แผนภาพที่ 14 ลักษณะการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



แผนภาพที่ 15 รูปแบบการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

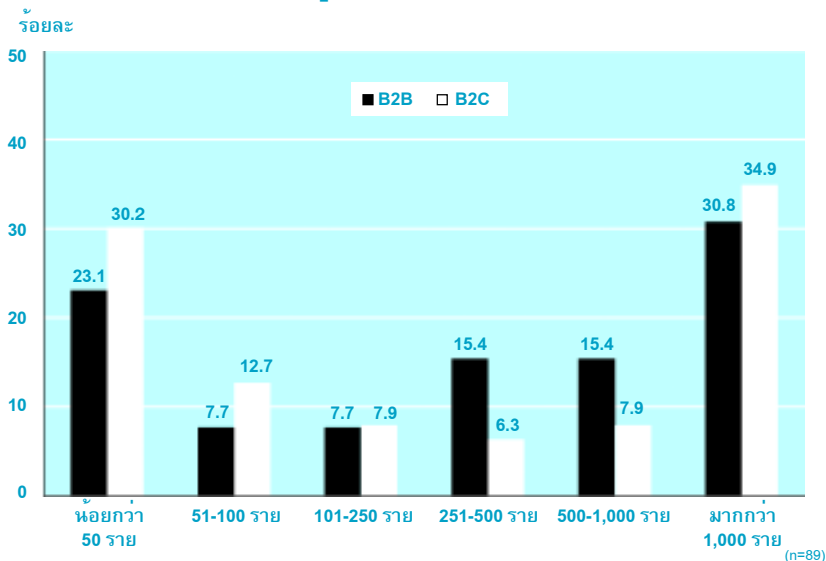


4.2 จำนวนลูกค้า/สมาชิก

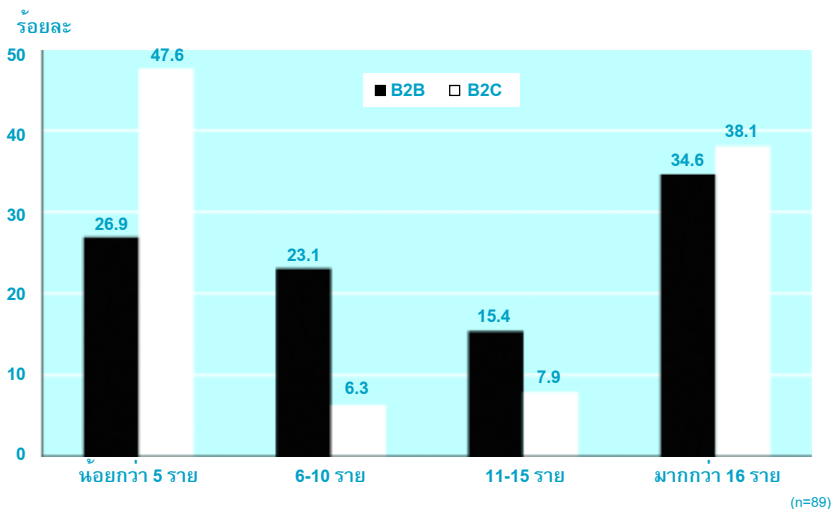
เมื่อพิจารณาจากจำนวนลูกค้า/สมาชิกที่ลงทะเบียนในเว็บไซต์แล้ว สามารถแบ่งเว็บไซต์ได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มเว็บไซต์ที่มีจำนวนลูกค้า/สมาชิกน้อยกว่า 50 ราย และกลุ่มที่มีจำนวนลูกค้า/สมาชิกมากกว่า 1,000 ราย โดยทั้งสองกลุ่มมีอัตราใกล้เคียงกัน ในธุรกิจ B2B เว็บไซต์ที่มีลูกค้า/สมาชิกน้อยกว่า 50 ราย มีร้อยละ 23.1 เทียบกับกลุ่มที่มีลูกค้า/สมาชิกมากกว่า 1,000 ราย มีร้อยละ 30.8 สำหรับธุรกิจ B2C เว็บไซต์ที่มีลูกค้า/สมาชิกน้อยกว่า 50 ราย มีร้อยละ 30.2 ในขณะที่เว็บไซต์ที่มีลูกค้า/สมาชิกมากกว่า 1,000 ราย มีร้อยละ 34.9

และเมื่อพิจารณาถึงจำนวนลูกค้าที่ทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์นั้น พบว่าธุรกิจ B2B ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 34.6) มีลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ในช่วง 1 เดือนมากกว่า 16 ราย ตรงข้ามกับธุรกิจ B2C ที่ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.6) มีลูกค้าซื้อสินค้าในแต่ละเดือน น้อยกว่า 5 ราย

แผนภาพที่ 16 จำนวนลูกค้า/สมาชิกที่ลงทะเบียนในเว็บไซต์



แผนภาพที่ 17 จำนวนลูกค้าที่มีการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ ในช่วงเวลา 1 เดือน

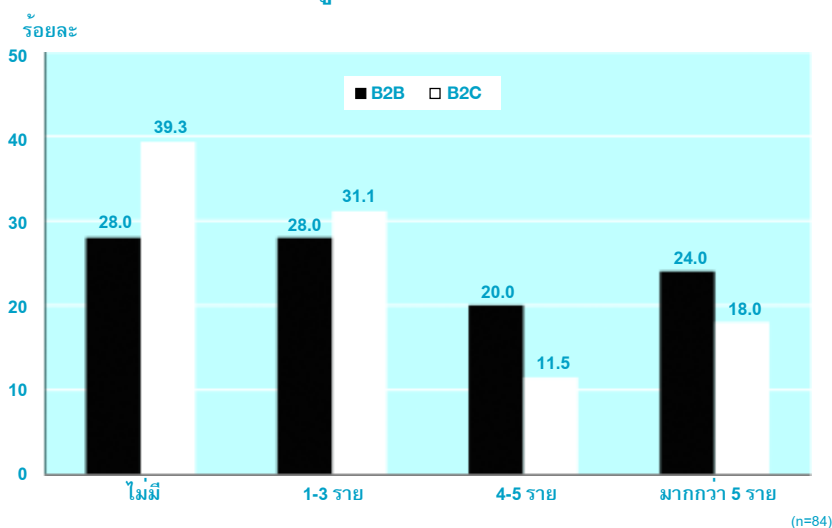


สำหรับจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าซ้ำมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน พบว่าในธุรกิจ B2B มีการกระจายตัวใกล้เคียงกันคือ ลูกค้าที่ซื้อซ้ำเพียง 1-3 ราย มีร้อยละ 28.0 ที่ซื้อซ้ำ 4-5 รายมีร้อยละ 20.0 และที่ซื้อซ้ำมากกว่า 5 รายมีร้อยละ 24.0 เช่นเดียวกับธุรกิจที่ไม่มีลูกค้าที่ซื้อซ้ำเลยก็มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 28.0

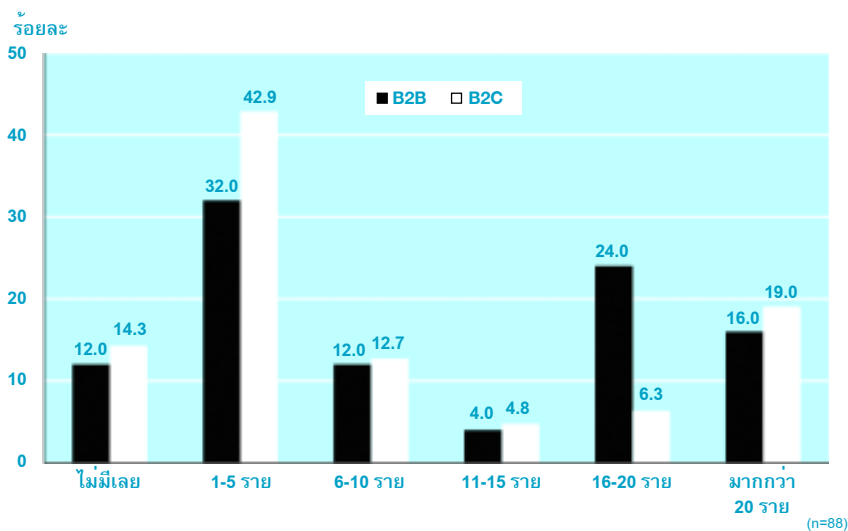
ในส่วนของธุรกิจ B2C กว่ร้อยละ 70 มีลูกค้าซื้อที่สินค้าซ้ำในแต่ละเดือนไม่เกิน 3 ราย โดยร้อยละ 39.3 ไม่มีลูกค้าซื้อซ้ำเลย และร้อยละ 31.1 มีลูกค้าซื้อซ้ำเพียง 1-3 ราย

สำหรับจำนวนลูกค้าใหม่ พบว่าทั้งธุรกิจ B2B และ B2C ส่วนใหญ่ ร้อยละ 32.0 และร้อยละ 42.9 ตามลำดับ มีลูกค้าใหม่ในแต่ละเดือนประมาณ 1-5 ราย

แผนภาพที่ 18 จำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าซ้ำมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน



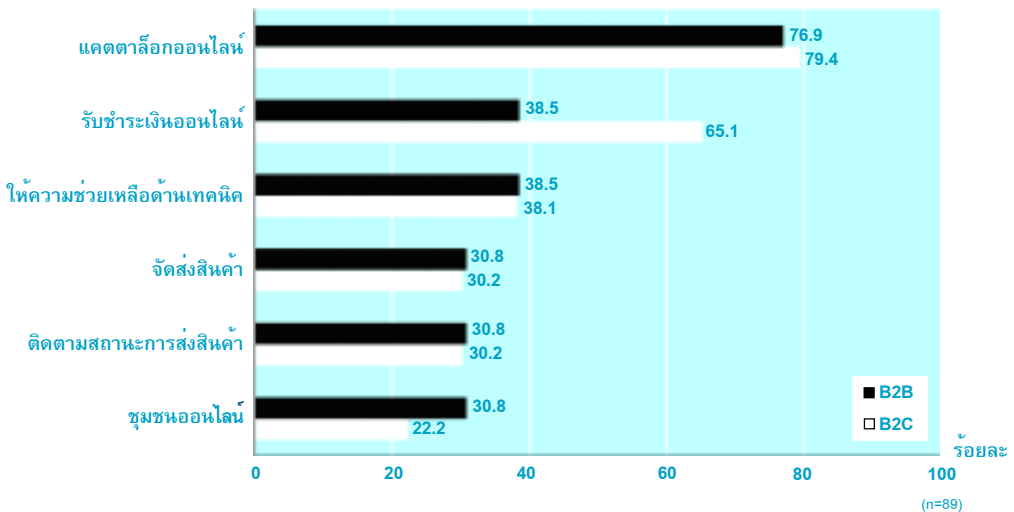
แผนภาพที่ 19 จำนวนลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละเดือน



4.3 ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้าและส่วนหลัง

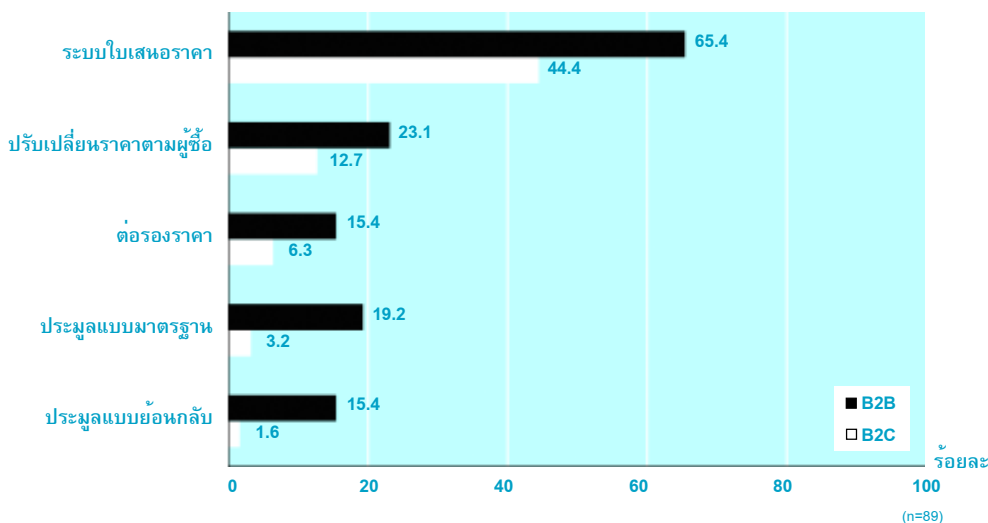
ระบบแคตตาล็อกออนไลน์และระบบชำระเงินออนไลน์ คือระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า (Front Office Information System) ที่พบได้มากที่สุดในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยระบบแคตตาล็อกออนไลน์ได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มธุรกิจ B2B และ B2C ในระดับที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 76.9 และร้อยละ 79.4 ตามลำดับ ในขณะที่ระบบชำระเงินออนไลน์ เป็นที่แพร่หลายเฉพาะในกลุ่มธุรกิจ B2C เท่านั้น เนื่องจากการซื้อขายสินค้าแต่ละครั้งของธุรกิจ B2B มีมูลค่าสูงมาก ทำให้ไม่สะดวกที่จะชำระเงินออนไลน์ จึงทำผ่านช่องทางอื่นแทน เช่น การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร เป็นต้น

แผนภาพที่ 20 ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า ด้านการให้บริการทั่วไปของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



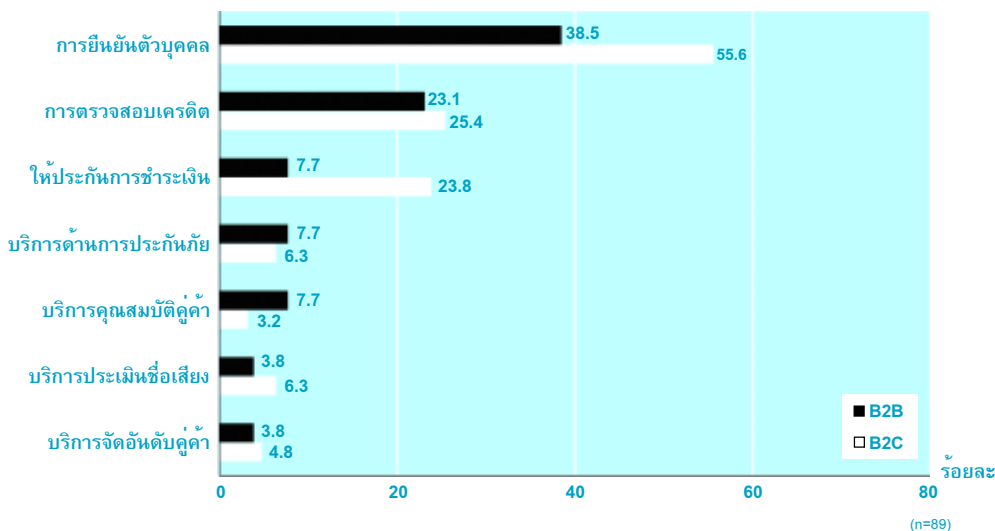
สำหรับระบบการให้บริการด้านการซื้อขายสินค้า ระบบใบเสนอราคา (RFQ/ RFP: Request for Quotation/Proposal) ดูเหมือนว่าจะเป็นระบบที่ได้รับความนิยมมากกว่าระบบอื่นอย่างชัดเจน โดยมีธุรกิจ B2B และ B2C ที่ใช้ระบบดังกล่าวมากถึงร้อยละ 65.4 และร้อยละ 44.4 ตามลำดับ ส่วนระบบที่เป็นที่แพร่หลายรองลงมาคือ ระบบปรับเปลี่ยนราคาตามผู้ซื้อ (Customized Price)

แผนภาพที่ 21 ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า ด้านการให้บริการซื้อขายสินค้าของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



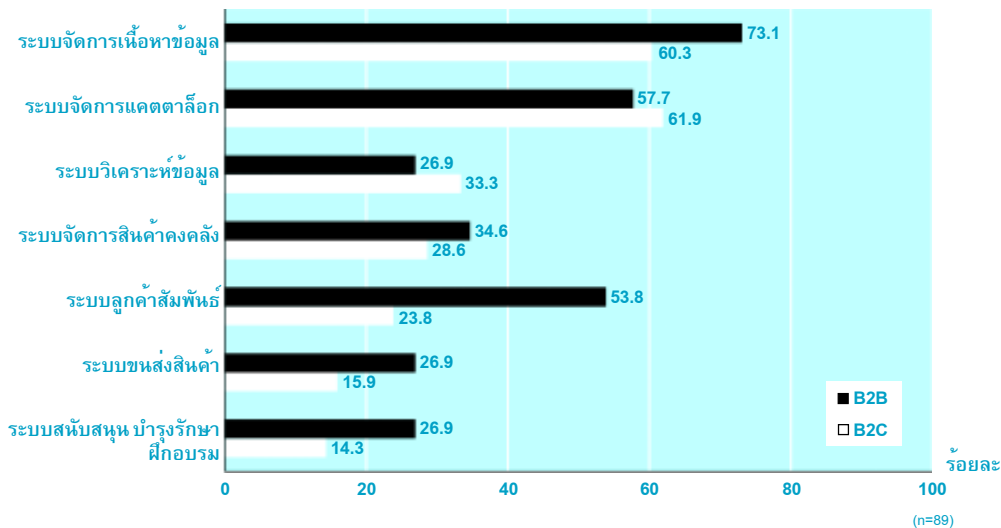
ในด้านของการให้บริการด้านความเชื่อมั่น ระบบยืนยันตัวตนบุคคล (Identity Authentication) เป็นระบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะกับธุรกิจ B2C ที่มีผู้ใช้มากถึงร้อยละ 55.6 ในขณะที่ธุรกิจ B2B มีผู้ใช้เพียงร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ ระบบตรวจสอบเครดิต (Credit Check) และระบบให้ประกันการชำระเงิน สำหรับระบบที่เหลืออื่นๆ มีธุรกิจที่ให้ความสนใจน้อยมาก

แผนภาพที่ 22 ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า ด้านการให้บริการ ความเชื่อมั่นของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



สำหรับระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหลัง (Back Office Information System) ระบบจัดการเนื้อหาข้อมูลและระบบจัดการแคตตาล็อกเป็นระบบที่มีผู้ใช้มากที่สุด กว่าร้อยละ 60-70 ในขณะที่ระบบอื่นๆ มีอยู่ในระดับร้อยละ 20-30 เท่านั้น ยกเว้นระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มธุรกิจ B2B

แผนภาพที่ 23 ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหลังของธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

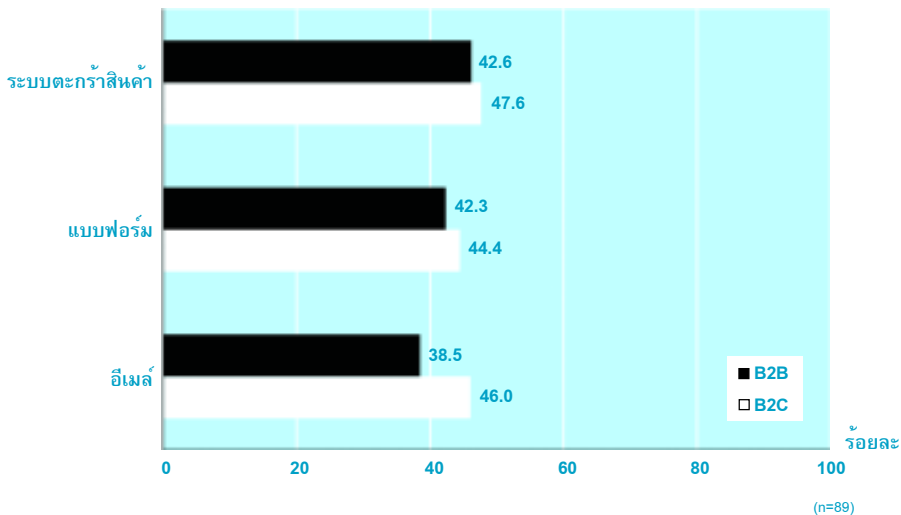


4.4 เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ระบบสั่งซื้อสินค้า

จากการสำรวจพบว่า ระบบสั่งซื้อสินค้าทั้ง 3 ประเภท คือ ระบบตะกร้าสินค้า (Shopping Cart) แบบฟอร์ม (Form) และอีเมล (e-Mail) ได้รับความนิยมจากทั้งธุรกิจ B2B และ B2C เกือบเคียงกัน คืออยู่ในระดับร้อยละ 40

แผนภาพที่ 24 รูปแบบการรับคำสั่งซื้อสินค้า



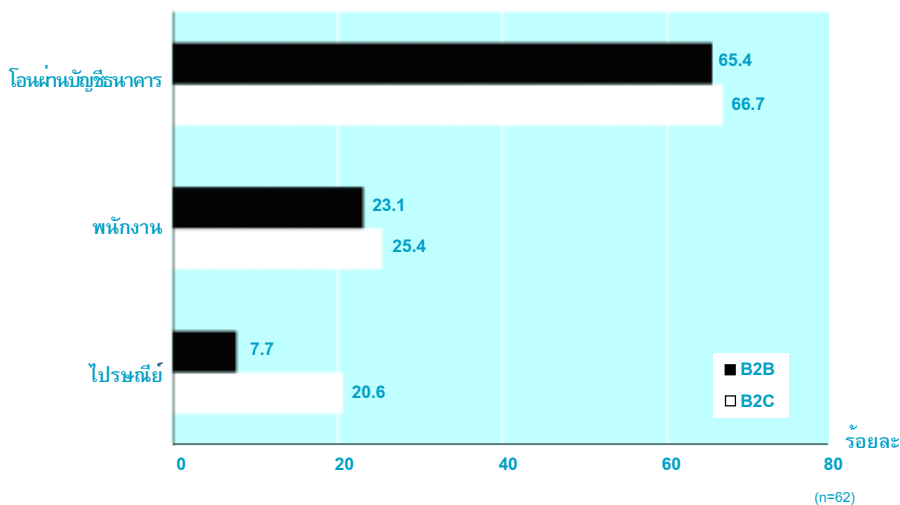
ระบบรับชำระเงิน

เมื่อพิจารณาระบบรับชำระเงินทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์แล้ว พบว่าการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเป็นวิธีการรับชำระเงินที่ได้รับความนิยมมากที่สุดทั้งในธุรกิจ B2B และ B2C โดยมีผู้ใช้มากถึงร้อยละ 65.4 และ 66.7 ตามลำดับ รองลงมาคือ บัตรเครดิตที่ธุรกิจ B2C ใช้มากถึงร้อยละ 57.1 เป็นที่น่าสังเกตว่าระบบรับชำระเงินแบบอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง (Internet Banking) ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร มีเพียงร้อยละ 22.2 ของธุรกิจ B2C และร้อยละ 15.4 ของธุรกิจ B2B เท่านั้นที่ใช้ ในขณะที่รูปแบบการรับชำระเงินผ่านผู้ให้บริการกลาง อาทิ ThaiPay ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ ยังต้องอาศัยเวลาในการสร้างความรู้จักและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าอีกพอสมควร เนื่องจากปัจจุบันได้รับความสนใจน้อยมาก

แผนภาพที่ 25 รูปแบบการรับชำระเงินออนไลน์



แผนภาพที่ 26 รูปแบบการรับชำระเงินออฟไลน์

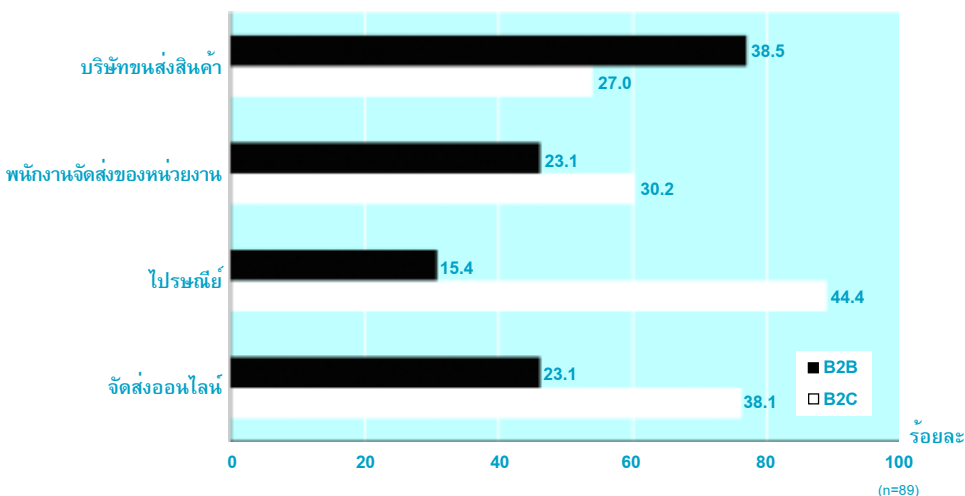


การจัดส่งสินค้า

การจัดส่งสินค้าถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะขาดเสียไม่ได้ รูปแบบการจัดส่งที่ธุรกิจ B2C นิยมใช้มากที่สุดคือไปรษณีย์ ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือการจัดส่งออนไลน์ ร้อยละ 38.1 ซึ่งเหมาะสมกับสินค้าหรือบริการบางประเภทเท่านั้น สำหรับรูปแบบการจัดส่งที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดของธุรกิจ B2C คือการว่าจ้างบริษัทขนส่งสินค้า โดยมีธุรกิจที่ใช้บริการดังกล่าวเพียง ร้อยละ 27.0 ซึ่งตรงกันข้ามกับธุรกิจ B2B ที่การว่าจ้างบริษัทขนส่งเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุด ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ การจัดส่งด้วยพนักงานของตนเอง และจัดส่งออนไลน์ เท่ากันที่ร้อยละ 23.1 ในขณะที่ไปรษณีย์ได้รับความนิยมน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 15.4 เท่านั้น

จากการสำรวจจะเห็นว่าทางเลือกใช้ประเภทการจัดส่งสินค้าเป็นไปตามธรรมชาติของการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง ธุรกิจ B2C ที่ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าในประเทศ และมีปริมาณสินค้าที่ซื้อขายแต่ละครั้งไม่สูงนัก ไปรษณีย์เป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจ B2B มีการซื้อขายสินค้าปริมาณมาก และการตรงต่อเวลาเป็นปัจจัยสำคัญ จึงต้องอาศัยบริษัทจัดส่งสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญและให้ความเชื่อมั่นได้มากกว่า

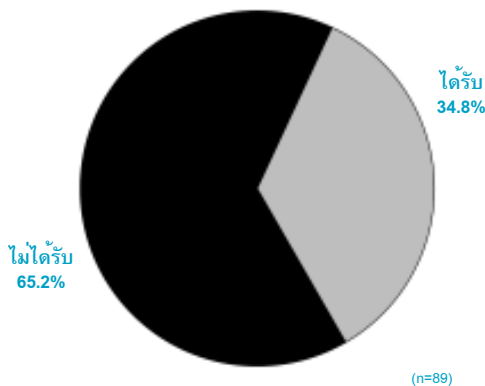
แผนภาพที่ 27 รูปแบบการจัดส่งสินค้า



การรับรองความน่าเชื่อถือ

เมื่อพิจารณาถึงการมีเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์จากหน่วยงานที่มีชื่อเสียงต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น VeriSign Truste และ Thawte เป็นต้น พบว่าร้อยละ 65.2 ของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่มีเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือใดๆ ในจำนวนนี้แบ่งเป็นธุรกิจ B2B 42 ราย และธุรกิจ B2C 16 ราย ในขณะที่เว็บไซต์ที่มีเครื่องหมายรับรองมีเพียง ร้อยละ 34.8 เท่านั้น โดยแบ่งเป็นธุรกิจ B2B 10 รายและธุรกิจ B2C 21 ราย

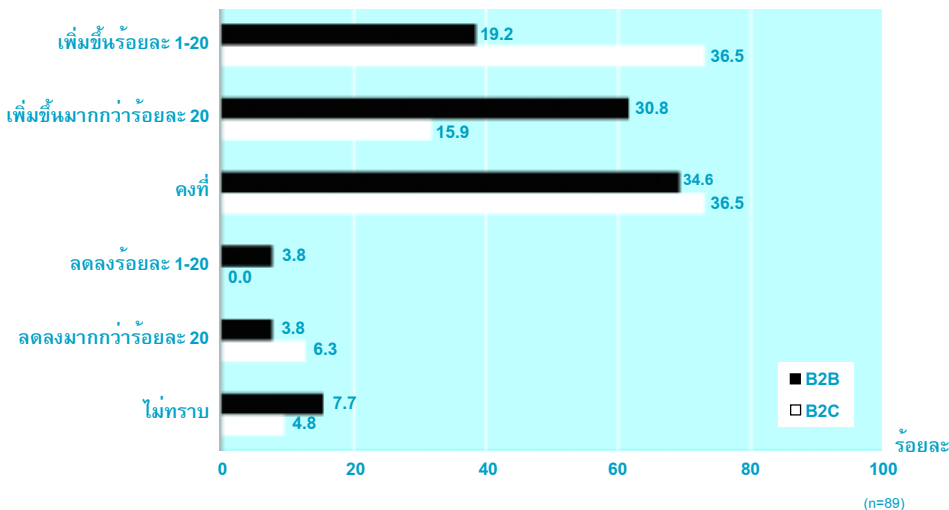
แผนภาพที่ 28 การมีเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



การลงทุนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์

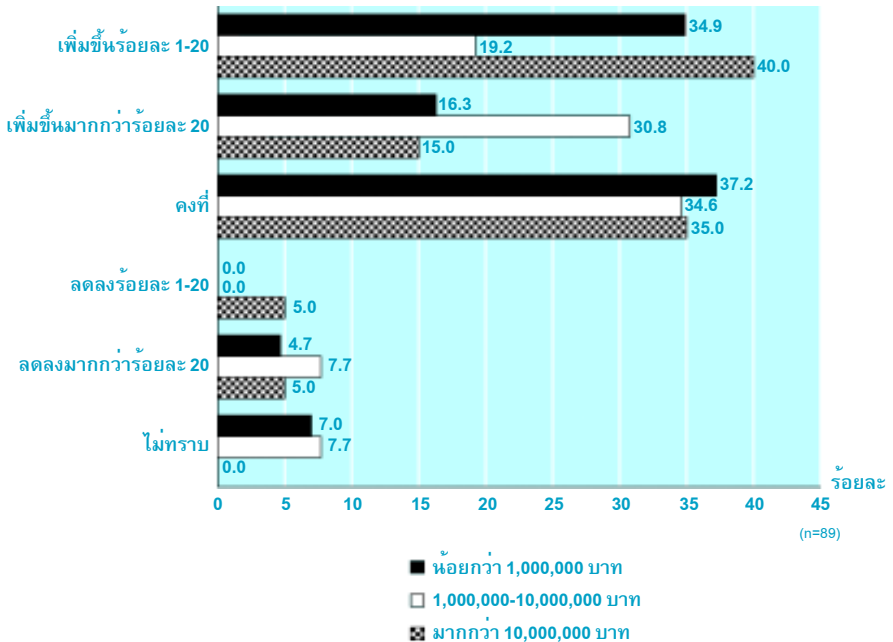
การพัฒนาและปรับปรุงระบบให้ทันสมัยเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญ หากต้องการรักษาขีดความสามารถทางการแข่งขันไว้ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่มีแนวโน้มการลงทุนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์หรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2547 เมื่อเทียบกับปี 2546 เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ เท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้น ธุรกิจ B2B ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 34.6) ระบุว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงในการลงทุน ขณะที่ธุรกิจ B2C ร้อยละ 36.5 ระบุว่ามีการลงทุนเท่าเดิม และอีกร้อยละ 36.5 ระบุว่ามีการลงทุนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1-20

แผนภาพที่ 29 การเปลี่ยนแปลงในการลงทุนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์หรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



และเมื่อพิจารณาจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนแล้ว พบว่า แต่ละประเภทธุรกิจไม่มีความแตกต่างกันมากนัก กล่าวคือธุรกิจส่วนใหญ่มีการลงทุนคงที่หรือเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 1-20 เท่านั้น อย่างไรก็ตาม พบว่าร้อยละ 30.8 ของธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1-10 ล้านบาท มีการลงทุนพัฒนาเว็บไซต์มากกว่าเดิมถึงร้อยละ 20 หรือมากกว่า เทียบกับธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาทที่มีเพียง 15.0 เท่านั้น

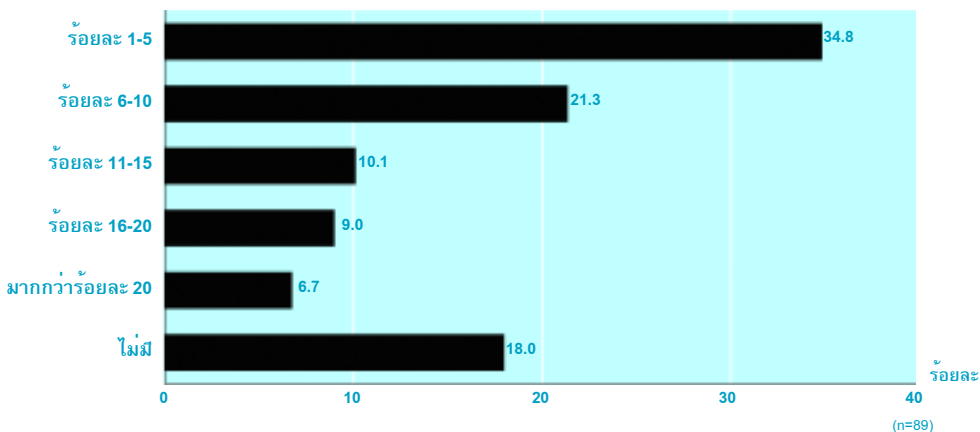
แผนภาพที่ 30 การเปลี่ยนแปลงในการลงทุนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์หรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจำแนกตามขนาดธุรกิจ



4.5 กลยุทธ์การตลาด

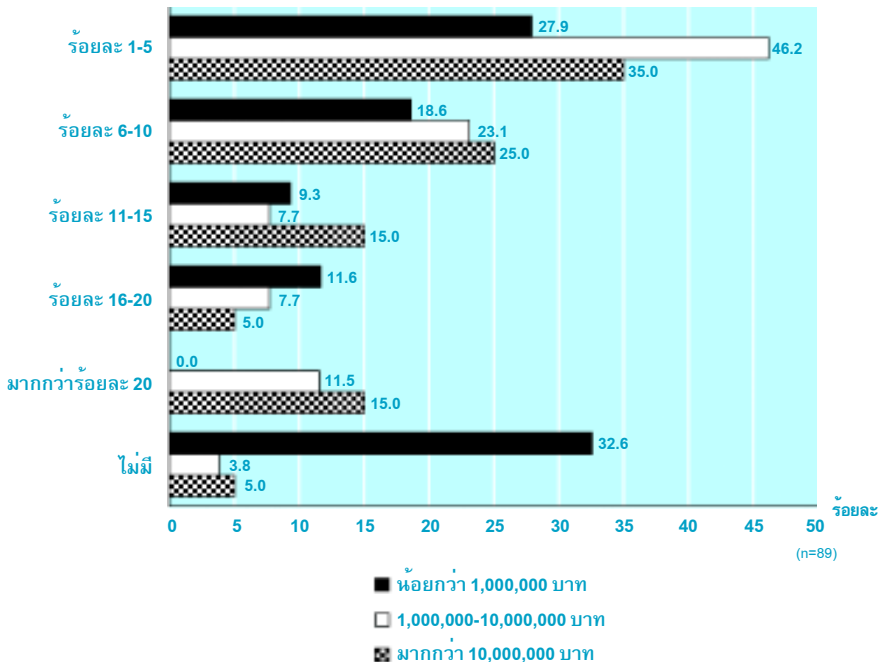
จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 34.8) มีงบประมาณด้านการตลาดเมื่อเทียบกับงบประมาณทั้งหมด อยู่ในสัดส่วนร้อยละ 1-5 รองลงมาคือ ร้อยละ 6-10 (ร้อยละ 21.3) และร้อยละ 11-15 (ร้อยละ 10.1) ในขณะที่มีธุรกิจมากถึงร้อยละ 18 ที่ไม่มีการระบุงบประมาณด้านการตลาดแยกออกจากงบประมาณทั้งหมด

แผนภาพที่ 31 งบประมาณด้านการตลาด เปรียบเทียบกับ งบประมาณทั้งหมดของธุรกิจ



ซึ่งเมื่อพิจารณาจำแนกตามทุนจดทะเบียนแล้ว (แผนภาพที่ 32) พบว่า ธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1 ล้านบาท ร้อยละ 32.6 ไม่มีการระบุงบประมาณด้านการตลาด ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด เทียบกับร้อยละ 3.8 และ 5.0 ของธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1-10 ล้านบาท และมากกว่า 10 ล้านบาท ตามลำดับ

แผนภาพที่ 32 งบประมาณด้านการตลาดเปรียบเทียบกับงบประมาณทั้งหมดของธุรกิจ จำแนกตามขนาดธุรกิจ



และเมื่อพิจารณาการจัดอันดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ B2B และ B2C¹ พบว่า ธุรกิจ B2B ให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้าเป็นหลัก โดยเน้นที่การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง และการให้ข้อมูลของสินค้าอย่างครบถ้วน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้ซื้อ ในขณะที่ธุรกิจ B2C ให้ความสำคัญกับการสร้างความ น่าเชื่อถือและความปลอดภัยของเว็บไซต์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการออกแบบเว็บไซต์ให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้า ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า ธุรกิจทั้ง 2 ประเภท ประเมินความสำคัญของกลยุทธ์ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมาก โดยธุรกิจ B2B ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์นี้เป็นอันดับสุดท้าย ในขณะที่ธุรกิจ B2C ให้ความสำคัญสูงเป็นอันดับที่ 4

¹ จัดอันดับจากคะแนนที่ได้จากการให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจตน 5 อันดับ โดยอันดับที่ 1 ได้ 5 คะแนน อันดับที่ 2 ได้ 4 คะแนน จนถึงอันดับที่ 5 ได้ 1 คะแนน

ตารางที่ 2 อันดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ B2B

อันดับที่	กลยุทธ์
1	บริการลูกค้าแบบ 24x7 ลูกค้าสามารถติดตามสถานะของสินค้าและการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา
2	ความสะดวกรวดเร็วในการรับใบสั่งซื้อและจัดส่ง
3	ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบและบริการ
4	การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าอย่างครบถ้วนพร้อมทั้งสามารถดูสินค้าได้เต็ม 360 องศา
5	การเน้นการสร้างพันธมิตรกับธุรกิจคู่ค้าเพื่อปันส่วนค่าใช้จ่ายและทรัพยากรต่างๆ
6	การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อลดขั้นตอนการทำงานของพนักงาน
7	เสนอขายสินค้าหรือบริการที่ไม่มีขายในร้านกายภาพ เช่น สินค้าที่ไม่มีจำหน่ายในประเทศ
8	การให้บริการอย่างครบวงจร เช่น การค้นหาผู้ซื้อขาย การเจรจาต่อรอง เป็นต้น
9	การได้รับการรับรองทางธุรกิจจากภาครัฐและหน่วยงานที่เชื่อถือได้
10	การทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาลงทะเบียนและใช้งานผ่านเว็บไซต์
11	เสนอราคาที่ดีกว่าร้านกายภาพ (ท้องตลาด) ที่มีอยู่

(n=23)

ตารางที่ 3 อันดับความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ B2C

อันดับที่	กลยุทธ์
1	ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของเว็บไซต์
2	การทำโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น แบนเนอร์ เว็บไซต์ อีเมล และเว็บบอร์ดต่างๆ
3	ความสวยงามและดึงดูดใจของเว็บไซต์
4	การกำหนดราคาให้ต่ำกว่าท้องตลาด
5	การบริการลูกค้า และการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)
6	การให้ความสะดวกในการชำระค่าสินค้าด้วยวิธีต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์
7	การทำตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)
8	การสร้างยี่ห้อสินค้า (Brand) ให้กับธุรกิจ
9	การจดทะเบียนกับเครื่องมือสืบค้น (Search Engine)
10	การลดปริมาณสินค้าคงคลัง (Reduced Inventory)
11	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Affiliation)
12	การโฆษณาผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุ และโทรทัศน์
13	การแจกฟรีสินค้าหรือคูปอง
14	การสร้างพันธมิตรกับบริษัทจัดส่งสินค้า

(n=53)

4.6 มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4 มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประจำปี 2546

(หน่วย: ล้านบาท)

	มูลค่า	ร้อยละ
มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ^๑	63,436.42	100
ธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B)	57,812.23	91
ธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C)	716.93	1
ธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับภาครัฐ (B2G) ^๒	4,907.26	8

หมายเหตุ: ^๑ ไม่รวมมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ออนไลน์ และรวบรวมจากข้อมูล 2 แหล่ง คือ ข้อมูลจากการสำรวจ (B2B และ B2C) และข้อมูลจากการสอบถามไปยังกรมบัญชีกลาง (B2G)

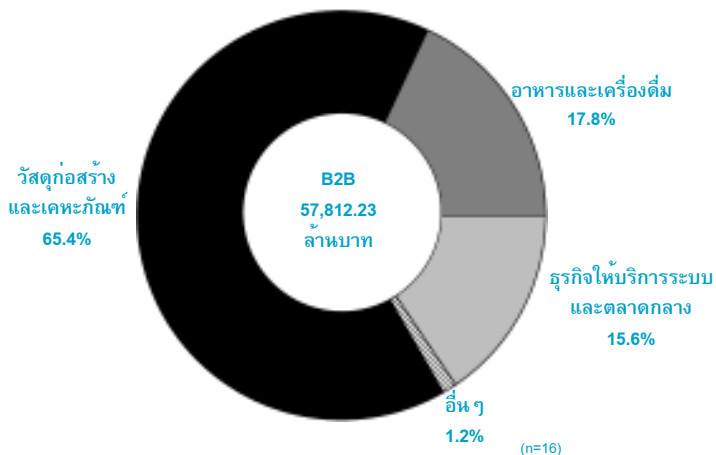
^๒ ข้อมูลจากกรมบัญชีกลาง

1. B2B และ B2C

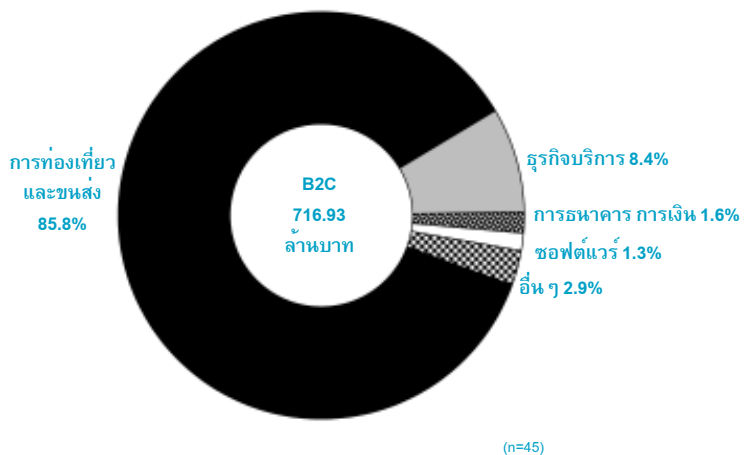
มูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจ B2B และ B2C ที่เกิดขึ้นในปี 2546² มีประมาณ 58,529.16 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นของธุรกิจ B2B ร้อยละ 99 หรือ 57,812.23 ล้านบาท โดยมาจากอุตสาหกรรมหลัก 3 ประเภท ได้แก่ วัสดุก่อสร้างและเคหะภัณฑ์ อาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจให้บริการระบบและตลาดกลาง ขณะที่มูลค่าธุรกรรมของธุรกิจ B2C ที่มีประมาณ 716.93 ล้านบาท มาจากธุรกิจท่องเที่ยวและขนส่งมากที่สุด คือร้อยละ 85.8 รองลงมาคือธุรกิจบริการ ร้อยละ 8.4

² ข้อมูลจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 61 รายที่ยอมเปิดเผยข้อมูล จากทั้งหมด 89 ราย

แผนภาพที่ 33 สัดส่วนมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ของธุรกิจ B2B จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

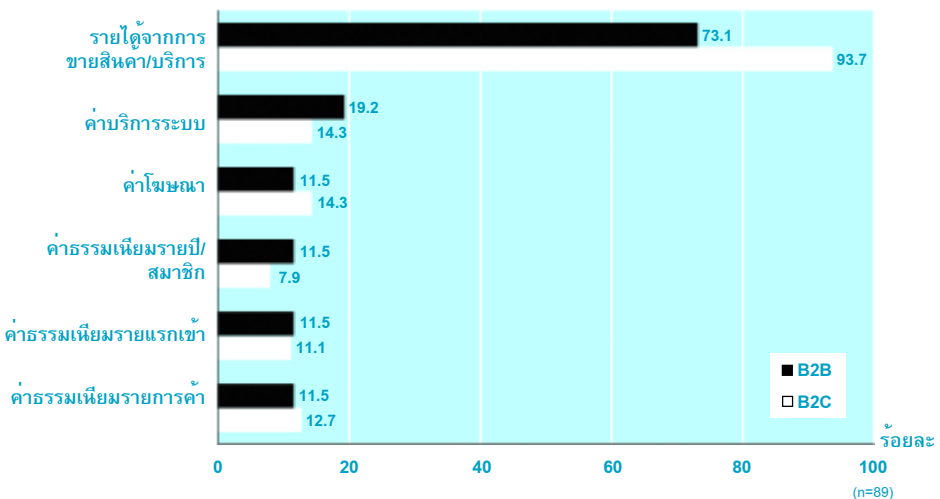


แผนภาพที่ 34 สัดส่วนมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ของธุรกิจ B2C จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม



ในส่วนของรายได้ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่มีรายได้มาจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการเป็นหลัก โดยธุรกิจ B2C มีธุรกิจที่สร้างรายได้ด้วยวิธีดังกล่าว ถึงร้อยละ 93.7 ในขณะที่ธุรกิจ B2B มีเพียงร้อยละ 73.1

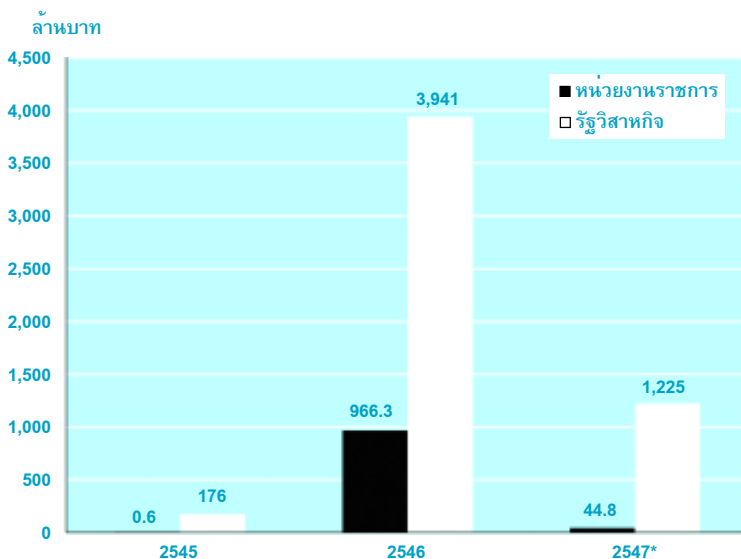
แผนภาพที่ 35 ที่มาของรายได้ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



2. B2G

จากข้อมูลของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับ ดูแลการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Procurement พบว่าในปี 2546 การจัดหาพัสดุโดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ของหน่วยงานภาครัฐ มีมูลค่าทั้งสิ้น 4,907.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8 ของมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวม โดยมูลค่าดังกล่าว แบ่งเป็นการประมูลโดยส่วนราชการ 966.3 ล้านบาท (ร้อยละ 20) และรัฐวิสาหกิจอีก 3,940.9 ล้านบาท (ร้อยละ 80) สำหรับปี 2547 เมื่อสิ้นสุดไตรมาสแรก พบว่ามีการประมูลออนไลน์ไปแล้วทั้งสิ้น 1,269.8 ล้านบาท โดยเป็นของส่วนราชการ 44.8 ล้านบาท (ร้อยละ 4) และรัฐวิสาหกิจ 1,225 ล้านบาท (ร้อยละ 96)

แผนภาพที่ 36 มูลค่าการจัดหาพัสดุโดยวิธีประมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction) ของหน่วยงานภาครัฐ ปี 2545-2547



ที่มา: กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

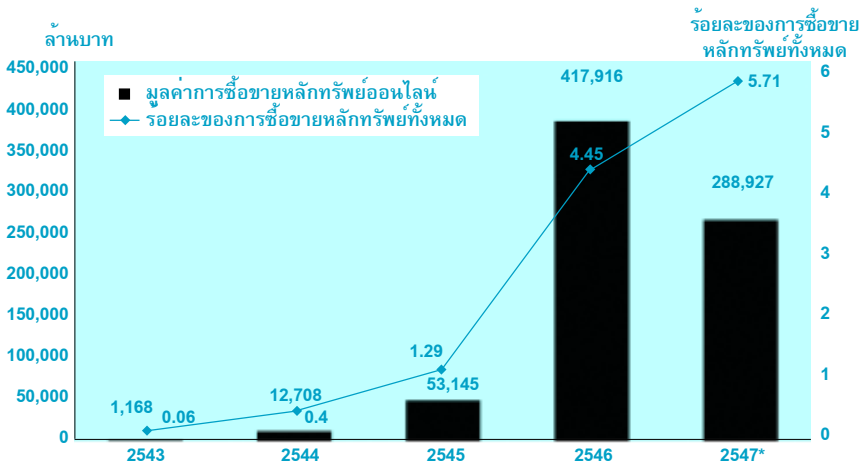
หมายเหตุ: * ข้อมูลสิ้นสุด ณ เดือนมีนาคม 2547

3. การซื้อขายหลักทรัพย์ออนไลน์

ในปี 2546 จากข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า หลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 417,916 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.45 ของมูลค่าการซื้อขายรวมในตลาดหลักทรัพย์ เพิ่มขึ้นจากปี 2545 กว่าร้อยละ 680 สาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักลงทุนหันมาให้ความสนใจในการซื้อขายด้วยวิธีนี้ เนื่องจาก อินเทอร์เน็ตเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในราคาที่ลดลง อีกทั้งจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่ให้บริการประเภทนี้ก็เพิ่มมากขึ้น จาก 12 รายเมื่อต้นปี 2545 เป็น 25 รายเมื่อสิ้นสุดปี 2546

สำหรับในปี 2547 คาดว่าแนวโน้มการซื้อขายหลักทรัพย์ออนไลน์จะยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลสิ้นสุด ณ เดือนพฤษภาคม พบว่าหลักทรัพย์ที่ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตไปแล้วมีมูลค่ากว่า 288,927 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.7 ของหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายทั้งหมด

แผนภาพที่ 37 มูลค่าหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ปี 2543-2547



ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: * ข้อมูลสิ้นสุด ณ เดือนพฤษภาคม 2547

4.7 อุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจและแนวทางการช่วยเหลือจากภาครัฐ

จากการสำรวจพบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 5 อันดับแรก ได้แก่ ความไม่พร้อมที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าหรือคู่ค้า งบประมาณที่ได้รับไม่เพียงพอ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ขาดการสนับสนุนที่ดีจากรัฐบาลเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจและความไม่เชื่อมั่นในระบบรักษาความปลอดภัย ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 อุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

อุปสรรค	คะแนนเฉลี่ย ³
ลูกค้า/คู่ค้าไม่พร้อมที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.52
งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนไม่เพียงพอ	3.51
ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ	3.36
รัฐบาลไม่ได้สนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจมีความคล่องตัว	3.12
ไม่เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัย	3.00
มีความกังวลใจในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	2.78
ปัญหาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์	2.73
ระบบที่จัดทำอยู่ ยุ่งยาก และแก้ไขยาก เนื่องจากข้อมูลมาจากต่างประเทศ	2.70
สินค้าและบริการที่ทำอยู่ไม่เหมาะสม	2.26

(n=78)

สำหรับมาตรการที่ต้องการให้รัฐบาลเร่งส่งเสริมเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 5 อันดับแรก ได้แก่ การพัฒนาระบบที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นสากล การจัดให้มีหน่วยงานที่ให้การรับรองความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการ การกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน การพัฒนาให้มีการศึกษาด้านสารสนเทศตั้งแต่ปฐมวัย และการเร่งส่งเสริมและผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถออกสู่สังคม ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเสนอให้ภาครัฐเข้ามาให้ความช่วยเหลือในด้านเงินทุน ภาษี และการตลาดอีกด้วย

³ คัดจากคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากการให้ผู้ประกอบการเรียงลำดับความสำคัญของอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของตน 5 อันดับ โดยอันดับที่ 1 ได้ 5 คะแนน อันดับที่ 2 ได้ 4 คะแนน จนถึงอันดับที่ 5 ได้ 1 คะแนน

ตารางที่ 6 มาตรการที่รัฐกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องการให้ รัฐบาลเร่งส่งเสริม

มาตรการ	คะแนนเฉลี่ย ³
พัฒนาระบบที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นสากล	3.43
จัดให้มีหน่วยงานที่ให้การรับรองความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค	3.30
กำหนดตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน	3.23
พัฒนาให้มีการศึกษาด้านสารสนเทศตั้งแต่ปฐมวัย	3.10
ส่งเสริมและผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ	3.00
จัดทำการประชาสัมพันธ์ ให้ทุกฝ่ายเข้าใจในระบบ	2.74
จัดให้มีการอบรมอย่างจริงจังสู่บุคลากรทุกระดับ	2.65
อื่นๆ	2.27

(n=81)

บทที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้รวมแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่อรัฐบาลในการพัฒนาและส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปได้เป็นประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

1. โครงสร้างพื้นฐาน

- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ระบบโทรคมนาคม อินเทอร์เน็ต และระบบสารสนเทศต่างๆ ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ
- จัดให้มีโครงการคอมพิวเตอร์เอื้ออาทรต่อไป พร้อมทั้งขยายรูปแบบสู่โครงการซอฟต์แวร์เอื้ออาทร
- เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในราคาถูก หรือแม้กระทั่งฟรี อินเทอร์เน็ต (Free Internet)
- วางโครงสร้างระบบการชำระเงินออนไลน์ให้เป็นมาตรฐาน เพื่อลดความยุ่งยากในการติดต่อประสานงานกับธนาคารต่างๆ

2. การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

- จัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้ประกอบการ นิสิต และนักศึกษาที่สนใจ โดยเน้นไปยังส่วนภูมิภาค ให้มีการหมุนเวียนจัดตามจังหวัดใหญ่ๆ
- ปลุกฝังเยาวชนให้รู้จักการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในทางที่เกิดประโยชน์
- บรรจุวิชาคอมพิวเตอร์เป็นหลักสูตรหนึ่งของการศึกษาขั้นพื้นฐาน

3. เงินลงทุนและภาษี

- จัดตั้งกองทุนกู้ยืมอัตราดอกเบี้ยพิเศษให้กับผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีบางประเภทให้กับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีการค้า และภาษีบำรุงท้องที่
- จัดทำเอกสารเผยแพร่เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องของภาษีที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4. การตลาดและประชาสัมพันธ์

- รัฐบาลควรให้การรับรองเว็บไซต์ที่มีคุณภาพของไทย และทำหน้าที่เป็นตัวแทนช่วยประชาสัมพันธ์เว็บไซต์เหล่านั้นในตลาดต่างประเทศ เพื่อขยายช่องทางการตลาดและสร้างความน่าเชื่อถือในระดับสากล
- พัฒนาเว็บไซต์กลางขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- จัดตั้งบริษัทจัดส่งสินค้าราคาประหยัด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการส่งออกให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อขายสินค้าออนไลน์
- จัดตั้งศูนย์ให้ความรู้และคำปรึกษาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้ประกอบการและบุคคลที่สนใจ
- ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการประมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Auction)
- สนับสนุนการจัด Road Show

5. กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- เร่งพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ฉบับอื่นๆ
- สร้างความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนทั่วไปในเรื่องของกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางเอกสารเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ

6. การสร้างความน่าเชื่อถือ

- สร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนทั่วไปถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
- จัดให้มีหน่วยงานที่ออกเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือแก่ผู้ประกอบการ ที่ผ่านการพิจารณา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

ภาคผนวก

คำอธิบายศัพท์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น สั่งจอง ซื้อขายสินค้า หรือธุรกรรมต่างๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่นิยมมากในปัจจุบัน ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต แบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ B2B, B2C, และ B2G

ธุรกิจ B2B (Business-to-Business)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบค้าส่ง เป็นการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ

ธุรกิจ B2C (Business-to-Consumer)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบค้าปลีก เป็นการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้บริโภค

ธุรกิจ B2G (Business-to-Government)

การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างองค์กรธุรกิจกับหน่วยงานรัฐบาลโดยหน่วยงานรัฐเป็นผู้ซื้อ

ผู้ประกอบการ/ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในประเทศไทย ซึ่งประกอบพาณิชย์กิจในเชิงพาณิชย์อันเป็นอาชีพปกติ ดังนี้

1. ซื้อขายสินค้าหรือบริการ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ บุคคลที่มีเว็บไซต์เพื่อทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการ
2. บริการอินเทอร์เน็ต (ISP: Internet Service Provider)
3. ให้เช่าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Web Hosting)

4. บริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (e-Marketplace)

ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การซื้อหรือขายสินค้าหรือบริการระหว่างภาคธุรกิจ ภาคครัวเรือน ภาคบุคคล หรือ องค์กรต่างๆ ที่เกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต การสั่งซื้อสินค้าหรือบริการต้องเกิดขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ต แต่การชำระเงินหรือการจัดส่งสินค้าจะเกิดขึ้นออนไลน์หรือออฟไลน์ก็ได้ (อ้างอิงจาก Internet Transaction ของ OECD)

อินเทอร์เน็ต (Internet)

เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก เมื่อต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับเครือข่ายแล้ว สามารถรับ ส่ง แลกเปลี่ยนข้อมูลประเภทต่างๆ ได้ทั่วโลกผ่านทางอีเมลล์ หรือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ

Integrated Services Digital Network (ISDN)

การต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ที่เชื่อมต่อแบบดิจิทัล ทำให้สามารถส่งข้อมูลภาพ และเสียงได้พร้อมกัน ให้ความเร็วที่สูงกว่าการใช้โมเด็มทั่วไป

Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)

เป็นรูปแบบหนึ่งของ DSL ซึ่งเป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูงผ่านสายโทรศัพท์ธรรมดา ผู้ใช้สามารถเลือกที่จะแบ่งให้ความเร็วของการเชื่อมต่อไปในส่วนของการรับหรือการส่งข้อมูลก็ได้

บรอดแบนด์ (Broadband)

เทคโนโลยีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วสูงตั้งแต่ 128 Kbps ขึ้นไป เช่น ISDN DSL หรือ เคเบิล โมเด็ม (Cable Modem)

Kilobits per Second (Kbps)

หน่วยวัดความเร็วของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งแสดงถึงปริมาณข้อมูลที่ได้รับส่งได้ภายใน 1 วินาที

ระบบตอบสนองคำสั่งซื้อ (Order Fulfillment)

ระบบที่ผู้ขายติดตั้งเพื่อให้ดำเนินขั้นตอนต่างๆ หลังจากที่มีลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเข้ามา เช่น ตรวจสอบสินค้าคงคลัง ออกใบส่งสินค้า และติดต่อบริษัทขนส่ง เป็นต้น

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

เป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธุรกิจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตัวอย่าง เทคโนโลยี CRM ได้แก่ ระบบฐานข้อมูลลูกค้าที่จัดเก็บด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center)

การวางแผนทรัพยากรสำนักงาน (Enterprise Resource Planning: ERP)

การนำระบบสารสนเทศเข้ามาวางแผนกระบวนการทางธุรกิจต่างๆ เพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM)

การนำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่เมื่อสินค้าเริ่มผลิตจนถึงมือลูกค้า

ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า (Front Office Information System)

ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เป็นระบบที่มีลูกค้าต้องใช้เมื่อทำธุรกรรมกับธุรกิจนั้น เช่น ระบบสั่งซื้อสินค้า ระบบชำระเงิน และระบบตรวจสอบเครดิต เป็นต้น

ระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหลัง (Back Office Information System)

ระบบสารสนเทศที่ธุรกิจใช้เพื่อบริหารจัดการระบบภายใน เช่น การจัดการสินค้าคงคลัง และระบบวิเคราะห์ข้อมูลการขาย เป็นต้น

Pure Internet Company

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ดำเนินธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว ไม่มีหน้าร้านทางกายภาพ

Click and Mortar Company

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ดำเนินธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับหน้าร้านทางกายภาพ โดยมากจะเป็นธุรกิจที่เดิมจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้าน แล้วจึงขยายเข้าสู่อินเทอร์เน็ต เพื่อขยายฐานลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เป็นต้น

อินเทอร์เน็ต แบงกิ้ง (Internet Banking)

การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ หรือการดูข้อมูลทางบัญชี ช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และความเป็นส่วนตัวให้กับลูกค้า

แบบสำรวจ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทางธุรกิจ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องสี่เหลี่ยมของแต่ละหัวข้อ หรือกรอกข้อมูลลงในช่องว่างที่จัดเตรียมไว้ให้

1. ชื่อเจ้าของ/ ชื่อธุรกิจ

ตั้งอยู่เลขที่.....ตรอก/ซอย.....ถนน.....

ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์.....โทร.....Fax.....

2. ธุรกิจหลักของท่านอยู่ในอุตสาหกรรมประเภท (โปรดเลือกเพียง 1 คำตอบ)

☐ การท่องเที่ยว โรงแรม

☐ ยานยนต์

☐ เครื่องใช้ อุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น ตู้เย็น พัดลม

☐ อาหาร

☐ การเกษตร

☐ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น
แผงวงจรไฟฟ้า

☐ แฟชั่น สิ่งทอ เครื่องหนัง เสื้อผ้า

☐ สิ่งพิมพ์ หนังสือ

☐ เครื่องสำอางและเคมีภัณฑ์

☐ การธนาคาร การเงิน

☐ ตกแต่งบ้าน

☐ เครื่องประดับ อัญมณี

☐ หัตถกรรม

☐ ซอฟต์แวร์

☐ คอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ลักษณะการจดทะเบียนธุรกิจของท่าน

☐ บุคคลธรรมดา

☐ บริษัทจำกัด

☐ คณะบุคคล

☐ ห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียน

☐ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด

☐ บริษัทมหาชน

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

4. ท่านเริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อปี พ.ศ.

5. ท่านเริ่มดำเนินธุรกิจด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

เมื่อเดือนเมื่อปี พ.ศ.

6. ธุรกิจของท่านมีทุนจดทะเบียน
- ☐ ไม่เกิน 500,000 บาท (โปรดระบุ.....บาท)
- ☐ 500,001 – 1,000,000 บาท ☐ 1,000,001 – 5,000,000 บาท
- ☐ 5,000,001 – 10,000,000บาท ☐ 10,000,001 – 20,000,000 บาท
- ☐ มากกว่า 20,000,000 บาท (โปรดระบุ.....บาท)
7. รูปแบบการบริหารธุรกิจของท่าน อยู่ในลักษณะ
- ☐ แบบครอบครัว ☐ แบบมืออาชีพ (สากล)
- ☐ แบบผสมระหว่างแบบครอบครัวและแบบมืออาชีพ
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ
8. สัดส่วนการขายของท่านเป็นลักษณะใด
- ☐ ขายในประเทศ.....%
- ☐ ขายต่างประเทศ.....% และธุรกิจของท่านส่งสินค้า/บริการไปยังกลุ่มประเทศใด (โปรดใส่ตัวเลขเพื่อเรียง 3 ลำดับแรกสำหรับตลาด 1, 2, 3 ของธุรกิจเท่านั้น)
- ☐ อเมริกาเหนือ (สหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก)
- ☐ ตะวันออกกลาง
- ☐ อเมริกากลางและอเมริกาใต้ (กลุ่มประเทศแคริบเบียน บราซิล
- ☐ ยุโรป (เยอรมนี ฝรั่งเศส ออสเตรีย
- ☐ แอฟริกา (อียิปต์ เคนยา
- ☐ เอเชีย (มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ลาว พม่า สิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม กัมพูชา)
- ☐ เอเชียและแปซิฟิก (ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) ไม่รวมอาเซียน
9. ธุรกิจท่านมีเว็บไซต์ (Website) หรือไม่
- ☐ ไม่มี ☐ กำลังจัดทำอยู่
- ☐ มี โปรดระบุชื่อของเว็บไซต์
1. www
2. www
10. ธุรกิจท่านมีการใช้อีเมลหรือไม่
- ☐ ไม่มี ☐ มี โปรดระบุชื่ออีเมลของท่าน

11. การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในลักษณะใด

- ☐ ใช้อีเมล ในการติดต่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลเท่านั้น
- ☐ ใช้เว็บไซต์ (Website) ในการให้ข้อมูลลูกค้าเท่านั้น
- ☐ ใช้เว็บไซต์ (Website) ในการทำการซื้อขายและแลกเปลี่ยนข้อมูล
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2: การประเมินธุรกิจในด้านต่าง ๆ

การประเมินด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

1. ระดับการศึกษาของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ในธุรกิจท่านอยู่ในระดับ

(ผู้บริหารสูงสุดได้แก่ เจ้าของธุรกิจหรือกิจการ ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารสูงสุดของธุรกิจ เป็นต้น)

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

2. ระดับการศึกษาของพนักงานส่วนใหญ่ ในธุรกิจท่านอยู่ในระดับ

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

3. เมื่อคิดเป็นจำนวนวันต่อปี การอบรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือด้านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉลี่ยของพนักงานในธุรกิจของท่าน

- ☐ ไม่มี ☐ 1 - 10 วัน ☐ 11 - 20 วัน ☐ 21 - 30 วัน
- ☐ 31 - 40 วัน ☐ 41 - 60 วัน ☐ มากกว่า 2 เดือน

4. พนักงานของท่าน เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่ในเรื่อง

- ☐ การตลาด ☐ เทคโนโลยีสารสนเทศ ☐ การเงินการบัญชี
- ☐ การผลิต ☐ การบริหารจัดการ
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

5. ในฐานะที่ท่านเป็นเจ้าของธุรกิจ ท่านมีความเข้าใจและมีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับ

- ☐ น้อยมาก ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ สูง ☐ สูงมาก

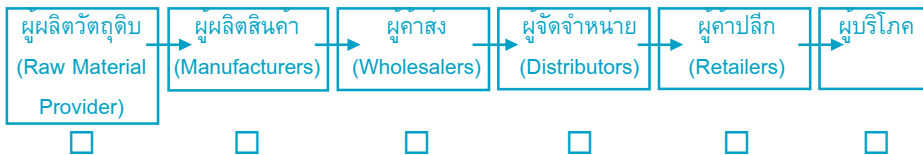
6. จำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลาของธุรกิจท่านมี

- ☐ น้อยกว่า 5 คน ☐ 5 - 10 คน ☐ 11 - 20 คน ☐ 21 - 30 คน
- ☐ 31 - 40 คน ☐ 41 - 50 คน ☐ 51 คนขึ้นไป
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

การประเมินด้านลูกค้า

1. ในแต่ละเดือน ธุรกิจของท่านได้รับการร้องเรียนจากลูกค้าในด้านต่างๆ เช่น การให้บริการล่าช้า การส่งของให้ลูกค้าไม่เป็นไปตามการสั่งซื้อ ลูกค้าของธุรกิจท่านไม่ยอมรับสินค้าและส่งคืนธุรกิจท่าน เป็นต้น
☐ ไม่มีเลย ☐ 1 ครั้ง ☐ 2 ครั้ง ☐ 3 ครั้ง ☐ 4 ครั้ง
☐ 5 ครั้ง ☐ อื่นๆ โปรดระบุครั้ง
2. ในแต่ละเดือน ธุรกิจของท่านมีลูกค้าใหม่ที่ใช้บริการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพิ่มขึ้น
☐ ไม่มีเลย ☐ 1 - 5 ราย ☐ 6 - 10 ราย ☐ 11 - 15 ราย ☐ 16 - 20 ราย
☐ อื่นๆ โปรดระบุ ราย
3. ในแต่ละเดือน มีจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจท่าน
☐ น้อยกว่า 5 ราย ☐ 6 - 10 ราย ☐ 11 - 15 ราย
☐ มากกว่า 16 ราย โปรดระบุรายต่อเดือน
4. ในแต่ละเดือน มีจำนวนลูกค้าที่ซื้อซ้ำมากกว่า 1 Order ต่อเดือนกี่ราย
☐ ไม่มีเลย ☐ 1 ราย ☐ 2 ราย ☐ 3 ราย ☐ 4 ราย
☐ 5 ราย ☐ อื่นๆ โปรดระบุราย
5. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น
☐ บุคคลธรรมดา ☐ นิติบุคคล (ข้ามไป ข้อ 5.3)
- 5.1 ดานเพศและอายุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจท่าน
☐ ลูกค้าชายอายุต่ำกว่า 15 ปี ☐ ลูกค้าชายอายุ 15 ปี - 25 ปี
☐ ลูกค้าชายอายุมากกว่า 25 ปี - 35 ปี ☐ ลูกค้าชายอายุมากกว่า 35 ปี - 45 ปี
☐ ลูกค้าชายอายุมากกว่า 45 ปี โปรดระบุ
☐ ลูกค้าหญิงอายุต่ำกว่า 15 ปี ☐ ลูกค้าหญิงอายุ 15 ปี - 25 ปี
☐ ลูกค้าหญิงอายุมากกว่า 25 ปี - 35 ปี ☐ ลูกค้าหญิงอายุมากกว่า 35 ปี - 45 ปี
☐ ลูกค้าหญิงอายุมากกว่า 45 ปี โปรดระบุ
- 5.2 ระดับการศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจท่าน
☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก
- 5.3 ระดับรายได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจท่าน
☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001 - 15,000 บาท ☐ 15,001 - 30,000 บาท
☐ 30,001 - 35,000 บาท ☐ อื่นๆ โปรดระบุบาท

6. สถานภาพธุรกิจของท่าน มีบทบาทคล้ายคลึงกับลักษณะใดมากที่สุดในห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



การประเมินด้านกระบวนการภายใน

1. กระบวนการจัดส่งของธุรกิจท่าน ลูกค้าสามารถรับสินค้า (การจัดส่งให้ลูกค้าภายในประเทศ)

- ☐ ภายใน 6 ชั่วโมง ☐ ตั้งแต่ 6 - 12 ชั่วโมง ☐ ตั้งแต่ 12 - 18 ชั่วโมง
☐ ตั้งแต่ 18 - 24 ชั่วโมง ☐ ตั้งแต่ 1 - 2 วัน
☐ มากกว่า 2 วันขึ้นไป โปรดระบุวัน

2. กระบวนการจัดส่งของธุรกิจท่าน ลูกค้าสามารถรับสินค้า (การจัดส่งให้ลูกค้าต่างประเทศ)

- ☐ ภายใน 1 วัน ☐ มากกว่า 1 - 3 วัน ☐ มากกว่า 3 - 7 วัน
☐ มากกว่า 7 - 15 วัน ☐ มากกว่า 15 - 30 วัน
☐ มากกว่า 30 วันขึ้นไป โปรดระบุวัน

3. ในแต่ละเดือน ธุรกิจของท่าน มีการส่งของให้ลูกค้าที่ไม่ตรงเวลาคิดเป็น

- ☐ 0% ☐ ต่ำกว่า 1% ☐ ตั้งแต่ 1 - 5% ☐ ตั้งแต่ 5 - 10%
☐ ตั้งแต่ 10 - 15% ☐ มากกว่า 15% โปรดระบุ%

เพราะ

4. ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานของธุรกิจท่านในระดับ

- ☐ ไม่ทราบ ☐ 1 - 5% ☐ ตั้งแต่ 5 - 10% ☐ ตั้งแต่ 10 - 15%
☐ ตั้งแต่ 15 - 20% ☐ มากกว่า 20% โปรดระบุ%

5. Website ของท่าน ได้รับการรับรองความน่าเชื่อถือ เช่น VeriSign, Truste, BBB หรือ อื่นๆ

- ☐ ไม่ได้รับ ☐ ได้รับ โปรดระบุ

การประเมินด้านการตลาด

- เมื่อคิดเป็นจำนวนวันต่อปี การอบรมด้านการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่พนักงานของธุรกิจท่าน
☐ ไม่มี ☐ 1 - 10 วัน ☐ 11 - 20 วัน ☐ 21 - 30 วัน
☐ 31 - 40 วัน ☐ 41 - 60 วัน ☐ มากกว่า 2 เดือน
- ธุรกิจของท่านได้มีการสำรวจทางการตลาดหรือทำการวิจัยทางการตลาดในลักษณะ
☐ จัดทำเอง ☐ จ้างธุรกิจอื่นทำ ☐ จัดทำเองและจ้างธุรกิจอื่นทำ
☐ อื่นๆ โปรดระบุ
- เมื่อคิดเป็นร้อยละของยอดขายรวมของธุรกิจ ค่าใช้จ่ายทางการวิจัยตลาดของธุรกิจท่านอยู่ในระดับ
☐ ไม่มี ☐ ต่ำกว่า 1% ☐ 1 - 2% ☐ 3 - 4%
☐ 5 - 6% ☐ 7 - 8% ☐ มากกว่า 9%
- งบประมาณทั้งหมดที่ใช้ในฝ่ายการตลาด เปรียบเทียบกับจำนวนงบประมาณทั้งหมดของธุรกิจคิดเป็นร้อยละ
☐ ไม่มี ☐ 1 - 5% ☐ 6 - 10% ☐ 11 - 15%
☐ 16 - 20% ☐ มากกว่า 20%โปรดระบุ
- ธุรกิจของท่านได้มีการนำสินค้าจริงมาแสดงและจำหน่าย ในงานแสดงสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการตลาดในระดับ
☐ ไม่เคย ☐ 1 ครั้ง/ปี ☐ 2 ครั้ง/ปี ☐ 3 ครั้ง/ปี
☐ 4 ครั้ง/ปี ☐ 5 ครั้ง/ปี ☐ มากกว่า 5 ครั้ง/ปี
- ความรู้ทางการตลาดต่างประเทศของธุรกิจท่านอยู่ในระดับ
☐ น้อยมาก ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ สูง ☐ สูงมาก
- เมื่อคิดเป็นร้อยละต่อปี จำนวนลูกค้าของธุรกิจมีการเรียกร้องเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของธุรกิจท่านอยู่ในระดับ
☐ ไม่มี ☐ ตั้งแต่ 1 - 5% ☐ ตั้งแต่ 5 - 10% ☐ ตั้งแต่ 10 - 15%
☐ ตั้งแต่ 15 - 20% ☐ มากกว่า 20% โปรดระบุ
- การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีส่วนช่วยให้ยอดขายของธุรกิจท่านเพิ่มขึ้นในระดับ
☐ ไม่เพิ่ม ☐ 1 - 5% ☐ 6 - 10% ☐ 11 - 15% ☐ 16 - 20%
☐ มากกว่า 20% ระบุ

การประเมินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. ธุรกิจของท่านมีฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

☐ ไม่มี

☐ มี

☐ จ้างธุรกิจอื่นดูแล

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

2. ธุรกิจของท่านมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไม่ ถ้ามีจำนวนกี่ครั้งต่อปี

☐ ไม่มี

☐ 1 ครั้ง

☐ 2 ครั้ง

☐ 3 ครั้ง

☐ 4 ครั้ง

☐ 5 ครั้งขึ้นไป ☐ ตลอดปี

3. ธุรกิจของท่านมีเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวนกี่เครื่อง

☐ ไม่มี

☐ 1 - 10

☐ 11 - 20

☐ 21 - 30

☐ 31 - 40

☐ มากกว่า 41 ขึ้นไป โปรดระบุเครื่อง

4. ธุรกิจของท่านได้กำหนดจำนวนอีเมล (E-mail Address) ให้กับพนักงานในลักษณะ

☐ ไม่มี

☐ 1 คนต่อหนึ่งอีเมล

☐ ใช้อีเมลร่วมกัน

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

5. ชนิดของการเชื่อมต่อจากธุรกิจท่านเข้าสู่ระบบ Internet

☐ Modem

☐ ADSL

☐ ISDN

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

6. ความเร็วในการเชื่อมต่อของระบบ Internet

☐ ไม่เกิน 56 Kbps

☐ 64 Kbps

☐ 128 Kbps

☐ 256 Kbps

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

7. ธุรกิจของท่านได้พัฒนาเว็บไซต์ในลักษณะ

☐ มีทีมพัฒนาเอง

☐ จ้างคนอื่นพัฒนาให้

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

8. หลังจากธุรกิจของท่านได้พัฒนาเว็บไซต์แล้ว ท่านให้ใครเป็นผู้ทำการปรับปรุง (Maintenance) เว็บไซต์ของท่าน

☐ มีทีมพัฒนาเอง

☐ จ้างคนอื่นพัฒนาให้

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

9. งบประมาณทั้งหมดที่ใช้ในฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เปรียบเทียบกับจำนวนงบประมาณทั้งหมดของธุรกิจคิดเป็นร้อยละ

☐ ไม่มี

☐ 1 - 5%

☐ 6 - 10%

☐ 11 - 15%

☐ 16 - 20%

☐ มากกว่า 20%โปรดระบุ%.

10. จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนกับจำนวนพนักงาน (ในสำนักงาน) คิดเป็น

- ☐ 1 ต่อ 1 ☐ 1 ต่อ 2 ☐ 1 ต่อ 5 ☐ 1 ต่อ 10 ☐ 1 ต่อ 20

11. ปัจจุบันธุรกิจของท่านใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|---|---|
| ☐ ไม่มี | ☐ SCM |
| ☐ CRM | ☐ ระบบ Order Fulfillment |
| ☐ ระบบทรัพยากรบุคคล (HR) | ☐ ERP |
| ☐ ระบบการเงิน | ☐ ระบบการบัญชี |
| ☐ ระบบ Logistics | ☐ ระบบ Inventory |
| ☐ ระบบอื่นๆ โปรดระบุ | |

12. เหตุผลหลักที่ท่านใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจาก (เลือกเพียงหนึ่งคำตอบหลักเท่านั้น)

- | | |
|--|--|
| ☐ เพื่อความสะดวกในการทำงาน | ☐ เพื่อลดค่าใช้จ่าย |
| ☐ ธุรกิจลูกค้าหรือลูกค้าต้องการให้มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ | |
| ☐ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานที่ดีขึ้น | ☐ เพื่อทัดเทียมกับคู่แข่ง |
| ☐ อื่นๆ โปรดระบุ | |

การประเมินด้านการเงิน

1. ในช่วงปี 2544-2546 กำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้ โดยเฉลี่ยของธุรกิจท่านอยู่ในระดับใดต่อปี

- | | |
|--|--|
| ☐ ขาดทุนไม่เกิน 3 ล้านบาท | ☐ ขาดทุนตั้งแต่ 3 - 6 ล้านบาท |
| ☐ กำไรไม่เกิน 3 ล้านบาท | ☐ กำไรตั้งแต่ 3 - 6 ล้านบาท |
| ☐ อื่นๆ โปรดระบุล้านบาทขึ้นไป | |

2. ในช่วงปี 2544-2546 รายได้ต่อปี โดยเฉลี่ยของธุรกิจท่านอยู่ในระดับใดต่อปี

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 1 ล้านบาท | ☐ ตั้งแต่ 1 - 2 ล้านบาท | ☐ ตั้งแต่ 2 - 3 ล้านบาท |
| ☐ ตั้งแต่ 3 - 4 ล้านบาท | ☐ ตั้งแต่ 4 - 5 ล้านบาท | |
| ☐ 5 ล้านบาทขึ้นไป โปรดระบุล้านบาท | | |

3. ในช่วงปี 2544-2546 รายจ่ายต่อปี โดยเฉลี่ยของธุรกิจท่านอยู่ในระดับใดต่อปี

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 1 ล้านบาท | ☐ ตั้งแต่ 1 - 2 ล้านบาท | ☐ ตั้งแต่ 2 - 3 ล้านบาท |
| ☐ ตั้งแต่ 3 - 4 ล้านบาท | ☐ ตั้งแต่ 4 - 5 ล้านบาท | |
| ☐ 5 ล้านบาทขึ้นไป โปรดระบุล้านบาท | | |

4. แหล่งเงินทุนมาจาก

- ☐ เงินส่วนตัวจากการออม
- ☐ ญาติ/ธนาคาร
- ☐ ญาติ/เพื่อนหรือคนรู้จัก/นอกระบบ
- ☐ เงินส่วนตัวจากการออมและญาติ/ธนาคาร
- ☐ เงินส่วนตัวจากการออมและญาติ/เพื่อนหรือคนรู้จัก/นอกระบบ
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

การประเมินด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. รูปแบบการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของท่านใกล้เคียงกับด้าน (คำตอบเดียว)

- ☐ ธุรกิจ : ธุรกิจ (B2B) ☐ ธุรกิจ : ผู้บริโภค (B2C) ☐ ผู้บริโภค : ผู้บริโภค (C2C)
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

2. ท่านดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์

- ☐ เพิ่มช่องทางการตลาด ☐ อำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค
- ☐ ตามกระแสนิยม และความทันสมัย ☐ ประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการ
- ☐ ลดต้นทุนการบริหารจัดการ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

3. กรณาระบุลักษณะการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของท่าน

- ☐ ดำเนินธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว (Pure Internet Company): มีเว็บไซต์ (Website) และไม่มีหน้าร้าน
- ☐ ดำเนินธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตและมีหน้าร้านทางกายภาพด้วย (Click and Mortar Company): มีเว็บไซต์ (Website) และมีหน้าร้าน

4. กลุ่มลูกค้าของท่าน มีความรู้ความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศเป็นอย่างดี

- ☐ เป็นกลุ่มที่ใช้งานได้อย่างดี
- ☐ เป็นกลุ่มที่พอใช้งานได้ แต่ต้องคอยแนะนำ

5. กรณาระบุจำนวนลูกค้า/สมาชิกทั้งหมดที่ลงทะเบียนในเว็บไซต์ของท่าน (นับถึงธันวาคม 2546)

- ☐ น้อยกว่า 50 ราย (โปรดระบุ.....ราย) ☐ 51 - 100 ราย
- ☐ 101 - 250 ราย ☐ 251 - 500 ราย
- ☐ 501 - 1,000 ราย
- ☐ มากกว่า 1,000 ราย (โปรดระบุ.....ราย)

6. ปัจจุบันท่านคิดว่า บุคลากรของท่านมีความเข้าใจในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างไร
- ☐ มีความเข้าใจในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างดี ทั้งด้านเทคโนโลยีและการบริหารจัดการ
 - ☐ มีความเข้าใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างดีในด้านเทคโนโลยี แต่ขาดความรู้ในด้านการบริหารจัดการ
 - ☐ มีความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยี
 - ☐ ยังขาดความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยี และการบริหารจัดการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
7. เหตุใดที่ทำให้ท่านมั่นใจว่า บุคลากรของท่านเป็นผู้พร้อมในการดำเนินการธุรกิจพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์
- ☐ ผู้บริหารมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - ☐ บุคลากรมีความรู้ และประสบการณ์ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - ☐ บุคลากรแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ
 - ☐ ผู้บริหาร/บุคลากรสามารถนำความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับการประกอบธุรกิจได้ดี
8. ท่านคิดว่า ระดับความพึงพอใจของผลการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของท่านอยู่ในระดับ
- ☐ น้อยมาก ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ สูง ☐ สูงมาก
9. ท่านคิดว่าปัจจัยใดบ้างต่อไปนี้ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (กรุณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เพียง 5 อันดับ เช่น 1 คือ มากที่สุด 5 คือ น้อยที่สุด)
- ☐ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ
 - ☐ งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนไม่เพียงพอ
 - ☐ ลูกค้/ลูกค้า ไม่พร้อมที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - ☐ รัฐบาลไม่ได้สนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจมีความคล่องตัว
 - ☐ สินค้าและบริการที่ทำอยู่ไม่เหมาะสม
 - ☐ มีปัญหาด้านการตลาด/ประชาสัมพันธ์
 - ☐ มีความกังวลใจในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
 - ☐ ไม่เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัย
 - ☐ ระบบที่จัดทำอยู่ ดูยุ่งยาก และแก้ไขยาก เนื่องจากข้อจำกัดต่างชาติ

10. ท่านอยากให้รัฐบาล แรงส่งเสริม ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านใดบ้าง
(กรุณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เพียง 5 อันดับ เช่น 1 คือ มากที่สุด 5 คือ น้อยที่สุด)
- ☐ ส่งเสริมและผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ
 - ☐ พัฒนาระบบที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นสากล
 - ☐ จัดให้มีการอบรมอย่างจริงจังสู่บุคลากรทุกระดับ
 - ☐ กำหนดตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความชัดเจน
 - ☐ จัดทำการประชาสัมพันธ์ให้ทุกฝ่ายได้เข้าใจในระบบ
 - ☐ พัฒนาให้มีการศึกษาด้านสารสนเทศตั้งแต่ปฐมวัย
 - ☐ จัดให้มีหน่วยงานที่ให้การรับรองความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคในการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ
11. กรุณาระบุแหล่งที่มาและสัดส่วนของรายได้จากการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของท่านใน 1 ปีเป็นอย่างไร
- ☐ รายได้จากขายสินค้าหรือบริการ (Product and service charges)%
 - ☐ ค่าธรรมเนียมรายการค้า (Transaction fees)%
 - ☐ ค่าบริการจากการเป็นนายหน้า (Brokerage fees)%
 - ☐ ค่าธรรมเนียมรายแรกเข้า (Setup fees)%
 - ☐ ค่าธรรมเนียมรายปี/ค่าสมาชิก (Annual/membership fees)%
 - ☐ ค่าบริการให้คำปรึกษา (Professional service charges)%
 - ☐ ค่าบริการระบบ (Hosting fees)%
 - ☐ ค่าโฆษณา (Advertising fees)%
 - ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ%
12. ในปี 2546 ธุรกิจของท่านมีการลงทุนในการพัฒนาเว็บไซต์หรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ รวมทั้งสิ้นเท่าใด
- ☐ ไม่เกิน 500,000 บาท ☐ 500,001 - 1,000,000 บาท
 - ☐ 1,000,001 - 5,000,000 บาท ☐ 5,000,001 - 10,000,000 บาท
 - ☐ มากกว่า 10,000,000 บาท โปรดระบุล้านบาท
13. ในปี 2547 การลงทุนในการพัฒนาเว็บไซต์หรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของท่านมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร เมื่อเทียบกับปี 2546
- ☐ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 - 20 ☐ เพิ่มขึ้นมากกว่า ร้อยละ 20 ☐ คงที่
 - ☐ ลดลง ร้อยละ 1 - 20 ☐ ลดลงมากกว่า ร้อยละ 20 ☐ ไม่ทราบ

14. กรุณาระบุจำนวนและมูลค่าของธุรกรรมที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ของท่านในปี พ.ศ. 2546
- 14.1 จำนวนธุรกรรมรวมรายการ
- 14.2 มูลค่าธุรกรรมรวมบาท คิดเป็นร้อยละ.....ของมูลค่าธุรกรรมทั้งหมด
15. ท่านคาดการณ์ว่า มูลค่าธุรกรรมรวมในปี 2547 และ 2548 ที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ของท่านจะเปลี่ยนแปลงไปเช่นไร
- | | |
|--|--|
| ปี 2547 เมื่อเทียบกับปี 2546 | ปี 2548 เมื่อเทียบกับปี 2547 |
| ☐ เพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ..... | ☐ เพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ..... |
| ☐ คงที่ | ☐ คงที่ |
| ☐ ลดลง ประมาณ ร้อยละ..... | ☐ ลดลง ประมาณ ร้อยละ..... |
| ☐ ไม่ทราบ | ☐ ไม่ทราบ |
16. เว็บไซต์ หรือ e-Marketplace ของท่านมีบริการระบบสารสนเทศสำนักงานส่วนหน้า (Front Office Information System) ในรูปแบบใดบ้างต่อไปนี้
(กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) หน้าคำตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ระบบการให้บริการทั่วไป
- ☐ ระบบแคตตาล็อกออนไลน์ (Online Catalogues)
 - ☐ ระบบติดตามสถานะการส่งสินค้า (Order Tracking)
 - ☐ ระบบชำระเงินออนไลน์ (Online Payment System)
 - ☐ บริการชุมชนออนไลน์ เช่น ฟอรัม, ห้องสนทนา (Community Services i.e.forum, chat room)
 - ☐ ระบบจัดส่งสินค้า (Shipping Service)
 - ☐ บริการให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิค (Technical Support)
- ระบบการให้บริการด้านการซื้อขายสินค้า
- ☐ ระบบใบเสนอราคา (RFQ/RFP: Request for Quotation/Proposal)
 - ☐ ระบบต่อรองราคา (Price Negotiations)
 - ☐ ระบบประมูลแบบมาตรฐาน (Standard Auction)
 - ☐ ระบบปรับเปลี่ยนราคาตามผู้ซื้อ (Customized Prices)
 - ☐ ระบบประมูลแบบย้อนกลับ (Reverse Auction)
 - ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

การให้บริการด้านความเชื่อมั่น

- ☐ การยืนยันตัวบุคคล (Identity Authentication)
- ☐ บริการจัดอันดับคู่ค้า (Participant Ratings)
- ☐ การตรวจสอบเครดิต (Credit Checks)
- ☐ บริการประเมินชื่อเสียง (Reputation Assessment)
- ☐ บริการคุณสมบัติคู่ค้า (Partner Qualification)
- ☐ ระบบให้ประกันการชำระเงิน (Payment Guarantees)
- ☐ การออกใบรับรองคุณภาพสินค้า (Quality Certificates)
- ☐ บริการด้านการประกันภัย (Insurance Services)

17. เว็บไซต์ของท่านมีระบบสนับสนุนการดำเนินธุรกิจภายในองค์กร (Back Office Information System) รูปแบบใดบ้างต่อไปนี้

(กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) หน้าคำตอบ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ระบบจัดการแคตตาล็อก (Catalogue Management)
- ☐ ระบบจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement Services)
- ☐ ระบบจัดการเนื้อหาข้อมูล (Content Management)
- ☐ ระบบขนส่งสินค้า (Logistics)
- ☐ ระบบจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Management)
- ☐ ระบบสนับสนุน บำรุงรักษา ฝึกอบรม (Support, Maintenance, Training)
- ☐ ระบบวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)
- ☐ ระบบลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)
- ☐ ระบบพยากรณ์ความต้องการสินค้า (Demand Forecasting)
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

18. เว็บไซต์ หรือ e-Marketplace ของท่านมีรูปแบบการชำระเงินแบบ

- ☐ ชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต
- ☐ ชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ e-banking
- ☐ ชำระเงินออนไลน์ผ่านผู้ให้บริการเช่น Thai ePay Paypal เป็นต้น
- ☐ ชำระเงินออฟไลน์โดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร
- ☐ ชำระเงินออฟไลน์โดยการโอนผ่านไปรษณีย์
- ☐ ชำระเงินออฟไลน์กับพนักงานโดยตรง
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

19. เว็บไซต์ หรือ e-Marketplace ของท่านมีวิธีการส่งจอง/สั่งซื้อสินค้า/บริการอย่างไร
- ☐ ใช้ระบบกรอกฟอร์ม ☐ ใช้ระบบตะกร้า
- ☐ ใช้ระบบอีเมล ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ
20. เว็บไซต์ หรือ e-Marketplace ของท่านมีวิธีการจัดส่งสินค้า/บริการให้ลูกค้าอย่างไร
- ☐ จ้างบริษัทขนส่ง โปรดระบุ ☐ ส่งทางไปรษณีย์
- ☐ ใช้พนักงานขนส่งของหน่วยงานเอง
- ☐ จัดส่งออนไลน์ เช่น Download ผ่านหน้าเว็บไซต์ ส่งทางอีเมล เป็นต้น
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

คำถามชุดต่อไปสำหรับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจ-ธุรกิจ (B2B)

สำหรับผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจ-ผู้บริโภค (B2C) ข้ามไปข้อ 25

21. รูปแบบการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของท่านใกล้เคียงกับลักษณะการดำเนินธุรกิจประเภทใดต่อไปนี้มากที่สุด
- ☐ B2B Private e-Marketplace ☐ B2B Public e-Marketplace
- ☐ B2B e-Commerce
22. กลยุทธ์ใดที่ท่านให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B (เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เพียง 5 อันดับ โดย 1 คือมากที่สุด 5 คือน้อยที่สุด)
- ☐ เสนอราคาที่ต่ำกว่าร้านกายภาพ (ท้องตลาด) ที่มีอยู่
- ☐ บริการลูกค้าเป็นแบบ 24 x 7 ลูกค้าสามารถติดตามสถานะของสินค้าและการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา
- ☐ เสนอขายสินค้าหรือบริการที่ไม่มีขายในร้านกายภาพ เช่นสินค้าที่ไม่มีจำหน่ายในประเทศ
- ☐ การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าอย่างละเอียด พร้อมทั้งสามารถดูสินค้าได้เต็ม 360 องศา
- ☐ ความสะดวก รวดเร็ว ในการรับสั่งซื้อ และจัดส่งสินค้าด้วยความรวดเร็ว
- ☐ การให้บริการอย่างครบวงจร เช่นการค้นหาผู้ซื้อผู้ขาย การเจรจาต่อรอง การสั่งซื้อ การตรวจสอบสินค้า การจัดทำ LC ฯลฯ
- ☐ การทำให้ผู้ซื้อและผู้ขาย มาลงทะเบียนและใช้งานผ่านเว็บไซต์ของท่าน
- ☐ การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อลดขั้นตอนในการทำงานของพนักงาน

- ☐ ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือของระบบและบริการ
- ☐ การเน้นสร้างพันธมิตรกับธุรกิจคู่ค้าเพื่อปันส่วนค่าใช้จ่ายและทรัพยากรต่างๆ (Virtual Corporation)
- ☐ การได้รับการรับรองทางธุรกิจจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เชื่อถือได้

23. จากมูลค่าธุรกรรมทั้งหมดที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ในปีพ.ศ. 2546 กรุณาระบุสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าและรูปแบบการชำระเงิน

กลุ่มลูกค้า		รูปแบบการชำระเงิน	
a. ภายในประเทศ	☐ %	a. ออนไลน์	☐ %
b. ต่างประเทศ	☐ %	b. ออฟไลน์	☐ %
c. ไม่ทราบ	☐ %		

24. กรุณาประมาณสัดส่วนของประเภทสมาชิกต่อไปนี้เทียบกับจำนวนสมาชิกทั้งหมด

- 1) สมาชิกที่ไม่เคยทำการการค้าผ่านเว็บไซต์/e-Marketplace หรือเคยทำแต่น้อยมาก ☐ %
- 2) สมาชิกที่ทำรายการค้าผ่านเว็บไซต์/e-Marketplace แต่ไม่สม่ำเสมอ ☐ %
- 3) สมาชิกที่ทำรายการค้าผ่านเว็บไซต์/e-Marketplace อย่างสม่ำเสมอ ☐ %

รวม 100 %

คำถามชุดต่อไปนี้ เฉพาะธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจ-ผู้บริโภค (B2C)

25. กรุณาประมาณสัดส่วนของประเภทลูกค้าต่อไปนี้ในปีพ.ศ. 2546 เทียบกับจำนวนลูกค้าทั้งหมด

- ☐ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพียงครั้งเดียว ☐ %
- ☐ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าประมาณ 2 - 3 ครั้ง ☐ %
- ☐ ลูกค้าที่ซื้อสินค้ามากกว่า 3 ครั้ง ☐ %

26. จากมูลค่าธุรกรรมทั้งหมดที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ในปีพ.ศ. 2546 กรุณาระบุสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าและรูปแบบการชำระเงิน

กลุ่มลูกค้า		รูปแบบการชำระเงิน	
a. ภายในประเทศ	☐ %	a. ออนไลน์	☐ %
b. ต่างประเทศ	☐ %	b. ออฟไลน์	☐ %
c. ไม่ทราบ	☐ %		

27. กลยุทธ์ใดที่ท่านให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C

(เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เพียง 5 อันดับ โดย 1 คือมากที่สุด 5 คือน้อยที่สุด)

- ☐ การกำหนดราคาให้ต่ำกว่าท้องตลาด
- ☐ การทำโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น แบนเนอร์/โฆษณาผ่านเว็บพอร์ทัล อีเมล และเว็บบอร์ดต่างๆ
- ☐ โฆษณาผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น ป้ายโฆษณา วิทยุ
- ☐ การบริการลูกค้า และการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)
- ☐ ความสวยงามและดึงดูดใจของเว็บไซต์
- ☐ ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของเว็บไซต์
- ☐ การทำตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Niche market, Specialty products)
- ☐ การให้ความสะดวกในการชำระค่าสินค้าในลักษณะต่างๆ ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์
- ☐ การลดปริมาณสินค้าคงคลัง (Reduced inventory)
- ☐ การทำพันธมิตรกับบริษัทจัดส่งสินค้า
- ☐ การจดทะเบียนกับเครื่องมือสืบค้น (Search Engine)
- ☐ แจกฟรีสินค้า คูปอง
- ☐ การสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้า (Affiliation)
- ☐ การสร้าง Brand ให้กับธุรกิจ
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 3: การแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

คำชี้แจง ขอความกรุณา ท่านกรรมการผู้จัดการ หรือผู้บริหารระดับสูง ได้กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ท่านคิดว่ากิจการของธุรกิจท่านมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเหนือบริษัทคู่แข่งในด้านใดบ้าง โปรดอธิบาย

ท่านคิดว่าภาครัฐควรสนับสนุน ในการดำเนินการธุรกิจด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของท่านอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจของท่านสามารถอยู่รอดได้ และมีผลประกอบการเป็นที่พอใจ โปรดอธิบาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ท่านต้องการทราบ ผลการวิจัยในครั้งนี้หรือไม่ ☐ ต้องการ ☐ ไม่ต้องการ

ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือและการอุทิศเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ร่วมกับ

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการการคุ้มครองทางอิเล็กทรอนิกส์
ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

73/1 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02-644-8150..9 ต่อ 670

โทรสาร 02-644-6653

**Ministry of Information and Communication Technology
and**

Electronic Transactions Commission Secretariat

National Electronics and Computer Technology Center

National Science and Technology Development Agency

Ministry of Science and Technology

73/1 Rama VI Rd., Ratchathewi, Bangkok 10400, THAILAND.

Tel. +66 (0)2-644-8150..9 ext. 670

Fax. +66 (0)2-644-6653

ISBN 974-229-725-8



9 789742 297251

เอกสารเผยแพร่

<http://www.mict.go.th/>

<http://www.nectec.or.th/>

<http://www.etcommission.go.th/>