

# อี-คอมเมิร์ซผลกระทบต่อการปฏิวัติทางการค้าของไทย

หลายประเทศทั่วโลกมีแนวโน้มขยายตัวด้านอี-คอมเมิร์ซเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยก็เช่นกันจำเป็นต้องปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการค้า รวมทั้งการป้องกันการสูญเสียโอกาสทางการค้าในตลาดโลก

ที่ผ่านมาภาครัฐและเอกชนได้มีการสนับสนุนให้กระทรวงพาณิชย์ดำเนินโครงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นำร่องที่เมื่อปี 2541 โดยมีความมุ่งหวังเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มากยิ่งขึ้น ด้วยงบประมาณทั้งสิ้นกว่า 5.7 ล้านบาท ในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีเงินทุนน้อยแต่มีศักยภาพด้านการผลิตสูง สามารถขยายธุรกิจได้ รวมทั้งสามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ด้วยเงินทุนที่ไม่มากนัก

โครงการนี้ก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวในเรื่องอี-คอมเมิร์ซอย่างมาก สังเกตได้จากแหล่งข้อมูลหรือเว็บไซต์ของธุรกิจ ในสาขาต่างๆ ภายในประเทศซึ่งมีไม่น้อยกว่า 2,000 กิจการ แบ่งตามประเภทสินค้าและอุตสาหกรรมธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากอี-คอมเมิร์ซมากที่สุดมี 10 สาขา ได้แก่ การโรงแรม การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ การให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต สื่อสารมวลชน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนธุรกิจ การเงินการธนาคาร ธุรกิจการจำ-

หน่ายหนังสือ และของขวัญ งานหัตถกรรมและอัญมณี โดย 85% เป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการโฆษณาและรับสั่งสินค้าเท่านั้น มีเพียง 15% ที่มีการดำเนินธุรกิจผ่านเครือข่ายแบบครบวงจรภายในห้างสรรพสินค้าหรือ SHOPPING MALL ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น WWW.Shoppingthailand.com ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วงระยะเวลาอันใกล้อี-คอมเมิร์ซจะเข้ามามีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมได้อย่างมาก

อี-คอมเมิร์ซนับเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นช่องทางการค้าระหว่างประเทศให้มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกที่ผู้ผลิตสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดทั้งในตลาดเดิม และตลาดใหม่ รวมทั้งช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้ามามีส่วนร่วมในการใช้ช่องทางนี้เพื่อจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ

การแพร่หลายของอี-คอมเมิร์ซมีผลทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศประเภทใหม่ๆ มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยจะส่งผลให้เกิดอัตราการจ้างงานสูงขึ้น

การปรับตัวเข้าสู่การค้ารูปแบบอี-คอมเมิร์ซต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นการเสริมสร้าง

ขีดความสามารถให้การแข่งขันของภาคการผลิตของไทยให้สูงขึ้น

ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาระบบอี-คอมเมิร์ซในประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งที่เป็นแรงดันที่สำคัญ

ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมที่มีไม่เพียงพอ การกำหนดอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศที่มีราคาแพงอันเนื่องมาจากการผูกขาดทางด้านโทรคมนาคมของภาครัฐ

ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร เป็นปัญหาด้านความปลอดภัยของการค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดต่อการขยายตัวของอี-คอมเมิร์ซ หลายประเทศจึงมีการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและยืนยันสถานภาพของคู่สัญญาที่ประกอบธุรกิจรวมเชิงพาณิชย์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า Certification Authority หรือ CA ส่วนของประเทศไทยภาครัฐกำลังอยู่ระหว่างการหารือกับภาคเอกชนถึงความจำเป็นของการจัดตั้งองค์กรนี้

ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานบุคลากร ประเทศไทยขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ขาดความคิดสร้างสรรค์งานใหม่ๆ อันเนื่องมาจากเป็นผู้ที่ลอกเลียนแบบมานาน

ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานด้านกฎหมาย ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะสำหรับดูแลเรื่องอี-คอมเมิร์ซโดยตรง โดยเฉพาะการคุ้มครองความปลอดภัยทางการค้า

โดยอยู่ระหว่างการร่างกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอยู่ภายใต้การรับผิดชอบของเทคโนโลยีการรับผิดชอบของเทคโนโลยี

อย่างไรก็ตาม มีการมองแนวทางการแก้ไขปัญหาของการพัฒนาอี-คอมเมิร์ซไว้หลายข้อ ไม่ว่าจะเป็นส่งเสริมให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ด้วยการบรรจุหลักสูตรการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตให้กับนักเรียน นักศึกษาในสถาบันการศึกษาต่างๆ รวมทั้งมีโครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับฝึกอบรมบุคลากรให้เข้าใจอี-คอมเมิร์ซ ทั้งยังมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่ออี-คอมเมิร์ซสำหรับรองรับธุรกรรมที่เกิดขึ้น เช่น ขยายโครงสร้างทางโทรคมนาคมหรือการใช้กฎหมายข้างเคียงที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันที่ครอบคลุมทั้งในส่วนของการค้าเงิน ธุรกรรมและการให้ความคุ้มครอง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

อี-คอมเมิร์ซเป็นหนึ่งในหนทางเป้าหมายที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมของไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ SMEs ขายขอบข่ายของธุรกิจของตน อันจะส่งผลให้เกิดการฟื้นฟูภาวะเศรษฐกิจของประเทศได้ในที่สุด ■

**เรียบเรียงจากเอกสารศูนย์ประสานงานลูกค้าสัมพันธ์ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย**