

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) นั้นถือได้ว่าเป็นช่องทางการตลาดที่มีความสำคัญมากทางหนึ่ง เนื่องจากสามารถทำให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตสามารถติดต่อซื้อขายกันได้โดยตรงทั่วโลก ปราศจากเงื่อนไขทางด้านเวลาและระยะทางซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการค้าขายแบบดั้งเดิม โดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะสามารถช่วยองค์กรธุรกิจลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

จากการสำรวจของสถาบันวิจัย Forrester Research พบว่าในปี พ.ศ. 2542 มูลค่าการซื้อขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก อยู่ที่ประมาณ 96 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ในสหรัฐอเมริกามีส่วนการซื้อขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุดคือ 70% รองลงมาคือสหภาพยุโรป(14%) แคนาดา (8%) เอเชียแปซิฟิก (5%) และอื่นๆ (3%) มีการคาดการณ์มูลค่าของการซื้อขายรวมในตลาดโลกไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2546 จะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 14 – 32 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ โดยรูปแบบการซื้อขายระหว่างภาคธุรกิจกับภาคธุรกิจ หรือที่เรียกกันว่า B-To-B (Business To Business) จะมีมูลค่า 80% ของมูลค่าตลาดรวม ในขณะที่การทำธุรกิจระหว่างภาคธุรกิจกับผู้บริโภค หรือ B-To-C (Business To Consumer) อยู่ที่ 15% และการธุรกิจระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐ หรือ B-To-G (Business To Government) อยู่ที่ 5%<sup>1</sup>

สำหรับการซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเอเชียนั้น จากการสำรวจของ eMarketer.com ได้มีการคาดคะเนว่า มูลค่าการซื้อขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเอเชียจะมีแนวโน้มสูงขึ้น คือ ในปี พ.ศ. 2543 มีมูลค่า 3.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2544 มีมูลค่า 6.9 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2545 มีมูลค่า 12 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2546 มีมูลค่า 20 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนในปี พ.ศ. 2547 คาดว่าจะมีมูลค่าถึง 30 หมื่นล้านเหรียญ

<sup>1</sup> อัจฉรา จันทรวงศ์อร่าม และ ศรีรัตน์ จงเจริญมณีกุล. เคสศึกษาการหาเงินทุนทำธุรกิจ E-Commerce (กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2543), หน้า 11.

สหรัฐ นอกจากนี้ยังคาดคะเนอีกว่าในปี พ.ศ. 2544 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบบภาคธุรกิจกับภาคธุรกิจ B-To-B (Business To Business) นั้นจะมีสัดส่วนถึง 89% ของมูลค่าการซื้อขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเอเชีย และยังคงมีการรักษาสัดส่วนเดิมจนถึงปี พ.ศ. 2547<sup>2</sup> สำหรับประเทศไทยนั้น จากข้อมูลของบริษัทอินฟอร์เมชันค้ำแดนเซอร์ ได้คาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2546 ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยจะมีมูลค่าถึง 50,920 ล้านบาท<sup>3</sup>

จากแนวโน้มดังกล่าว ทางภาคธุรกิจต่าง ๆ ทั่วโลกจึงหันมาให้ความสนใจกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ามีหลายบริษัททั่วโลกได้ดำเนินการจัดทำ เว็บไซต์ในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวอยู่มากมาย และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต โดยในประเทศไทย จากการสำรวจล่าสุด<sup>4</sup> ในปี พ.ศ. 2544 มีผู้ประกอบการรวมทั้งสิ้น 6,460 เว็บไซต์ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการทำเว็บไซต์ 10 อันดับแรก มีดังนี้ การท่องเที่ยว คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอาง ขายดอกไม้ หัตถกรรม ค้าปลีก ค้าส่ง เครื่องประดับ บ้านหิ้ง ร้านอาหาร และสิ่งพิมพ์ มีการใช้บริการของบริษัทที่พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากมายในประเทศไทย แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา รวมถึงค่าบริการการซื้อขายโดยผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณการซื้อขายสินค้า

บริษัท ไทยโพลีแฮนด์ จำกัด ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้เริ่มก่อตั้งโดยกลุ่มบุคคลจำนวน 10 คน ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง เพื่อเป็นตัวกลางในการซื้อขายสินค้าประเภทหัตถกรรมระหว่าง ผู้ผลิตสินค้าในประเทศไทยกับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้วิธีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ทั้งในด้านการลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มความรวดเร็วและความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือผู้ผลิต รวมถึงระบบการชำระเงินออนไลน์ที่เพิ่มความสะดวกในการค้าขาย โดยทางบริษัทจะดำเนินการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เอง เพื่อลดค่าใช้จ่าย ในการบำรุงรักษา และค่าบริการการซื้อขายโดยผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

<sup>2</sup> "eMarketer: B2B e-commerce in Asia" 2001. [Online]. Available

[http://www.ebusinessforum.com/index.asp?layout=rich\\_story&doc\\_id=3823&country\\_id=TH&title=eMarketer%3A+B2B+e%2Dcommerce+in+Asia&channelid=5&categoryid=15&country=Thailand](http://www.ebusinessforum.com/index.asp?layout=rich_story&doc_id=3823&country_id=TH&title=eMarketer%3A+B2B+e%2Dcommerce+in+Asia&channelid=5&categoryid=15&country=Thailand) ( 26 Jun 2001).

<sup>3</sup> ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2546. "ธุรกิจ e-commerce ปีนี้โค่นห้าหมื่นล้าน" [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ecommerce.or.th/news/news-180403.html> (3 กันยายน 2546).

<sup>4</sup> เรื่องเดียวกัน

จากเหตุผลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะพัฒนาโปรแกรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของ บริษัท ไทยโพลีแซนด์ จำกัด เพื่อให้การดำเนินงานทางธุรกิจ สามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น โดยในที่นี้จะเน้นทางด้านสินค้าหัตถกรรมเท่านั้น

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อพัฒนาโปรแกรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับธุรกิจตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ไทยโพลีแซนด์ จำกัด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

- 1) ได้โปรแกรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการพัฒนา มาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ ของบริษัท ไทยโพลีแซนด์ จำกัด
- 2) เป็นแนวทางสำหรับธุรกิจตัวแทนจำหน่ายอื่นในการพัฒนา โปรแกรมพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

### นิยามศัพท์

**การพัฒนาโปรแกรม (Software Development)**<sup>5</sup> หมายถึง การวิเคราะห์ ออกแบบ ทดสอบและพัฒนาชุดคำสั่งสำหรับควบคุมการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ ตั้งแต่ในระดับ ความคิด ไปจนถึงการนำไปใช้งานเพื่อให้สามารถทำงานได้ตามที่ผู้พัฒนา โปรแกรมต้องการ

**พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)**<sup>6</sup> หมายถึง การทำการค้าโดยใช้ เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่เชื่อมต่อเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อาศัย โปรแกรมประมวลผลที่สร้างขึ้นอยู่ในเว็บไซต์ เป็นตัวกลางสำหรับอำนวยความสะดวก ในการค้าและการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

**บริษัท ไทยโพลีแซนด์ จำกัด** หมายถึง บริษัทที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายสินค้า หัตถกรรม ระหว่างผู้ผลิตสินค้าในประเทศไทยกับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตั้งอยู่ที่ 101/16 ซอย 3 ถนน เมืองสมุทร ตำบล ช้างม้อย อำเภอ เมือง จังหวัด เชียงใหม่

<sup>5</sup> อัจฉรา ภูมิทำโพธิ์, “การพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ประยุกต์ เพื่อการบริหารระบบฐานข้อมูลของกองทุนสวัสดิการ พนักงานฝ่ายตลาดของโครงการหลวง”, การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

<sup>6</sup> สุวรรักษ์ สรรเสริญ, อิ-คอมเมิร์ซกับธุรกิจชุมชน (กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สำนักพิมพ์วิทย์บรรณ, 2545), หน้า 11.