

บทที่ 3

สภาพการณ์ปัจจุบัน

3.1 ความหมาย

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อิเล็กทรอนิกส์ คอมเมิร์ซ (Electronic Commerce) หรือที่เรียกกันว่า อีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) คือ การดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทุกชนิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กร เช่น ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ใช้เครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine = ATM) เพื่อช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารมีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น หรือบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ในการโฆษณาสินค้าและบริการ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าเช่าทำเลที่ตั้ง ค่าจ้างพนักงานขายพนักงานต้อนรับ และพนักงานแนะนำสินค้า อีกทั้ง ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาทำการ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารได้ทั้งภาพและเสียง รวมถึงผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ในพื้นที่ตลอด 24 ชั่วโมง

ในพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ให้ความหมายการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ว่าเป็นธุรกรรมที่กระทำขึ้นโดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วน (www.wikipedia.com หัวข้อในการสืบค้น พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2554)

3.2 ความเป็นมา

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) เกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2513 จากการใช้ระบบโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Fund Transfer) ของบริษัทขนาดใหญ่กับสถาบันการเงินในต่างประเทศ ภายหลังได้รับการพัฒนาระบบให้สามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange) การซื้อขายหุ้น การสำรองที่พัก เป็นต้น

โดยบริษัททั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ได้ทำการออกแบบระบบการใช้งานเพื่อรองรับกับการดำเนินธุรกิจ และจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของการใช้อินเทอร์เน็ตในภาคครัวเรือนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้มีใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบอีคอมเมิร์ซเกิดขึ้น ซึ่งเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

3.3 วิธีการประกอบธุรกิจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การประกอบธุรกิจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถดำเนินการ 2 รูปแบบ ดังนี้

3.3.1 แบบไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง

เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นธุรกิจ มีสินค้าไม่มาก และไม่มี ความชำนาญด้านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถทำได้โดยการนำรายละเอียดของสินค้าไปลงประกาศในเว็บไซต์ที่ให้ บริการประกาศซื้อขายสินค้า เช่น www.thaisecondhand.com www.dealfish.co.th www.pantipmarket.com เป็นต้น โดยเว็บไซต์เหล่านี้ให้บริการ 2 รูปแบบ ได้แก่ แบบไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งผู้ประกาศต้องดำเนินการปรับปรุงรายละเอียดของประกาศเพื่อไม่ให้ประกาศหายไปจากหน้าเว็บไซต์ และแบบมีค่าใช้จ่าย เพื่อให้ประกาศอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นเด่นชัดและไม่หายไปจากหน้าเว็บไซต์

3.3.2 แบบมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง

เหมาะสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการกำหนดชื่อเว็บไซต์ของตนเองเพื่อความสะดวกในการจดจำ อีกทั้ง เป็นการยืนยันการมีตัวตนเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และสามารถเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ ซึ่งมีการดำเนินการ 2 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 ดำเนินการผ่านเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซสำเร็จรูป ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ผู้ให้บริการได้ทำการออกแบบส่วนประกอบต่าง ๆ ของเว็บไซต์ไว้ก่อนแล้ว ซึ่งผู้ประกอบการสามารถใส่รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าและบริการในเว็บไซต์ได้ทันที รวมถึงปรับเปลี่ยนรูปภาพสินค้า และกำหนดเจตสีของเว็บไซต์ได้ตามความต้องการ โดยที่ระบบต่างของเว็บไซต์สำเร็จรูปนี้ไม่มีความซับซ้อน สามารถเรียนรู้และดำเนินการได้โดยไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์การออกแบบเว็บไซต์

รูปแบบที่ 2 ดำเนินการจัดตั้งเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ ซึ่งมีขั้นตอนที่ซับซ้อนต้องอาศัยความรู้ความชำนาญในการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเริ่มต้นดำเนินการด้วยการออกแบบส่วนต่าง ๆ ของเว็บไซต์ ได้แก่ ระบบเนวิเกชัน (navigation) ซึ่งช่วยให้การเข้าชมส่วนต่าง ๆ ของเว็บไซต์

เกิดความสะดวก จัดทำโฮมเพจ (home page) ที่ใช้เป็นหน้าแรกของเว็บไซต์ และจัดทำเว็บเพจ (web page) ซึ่งเป็นหน้าเอกสารที่อยู่ในเว็บไซต์ ซึ่งภายในเว็บเพจอาจประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อความ รูปภาพ และคลิปวิดีโอ ซึ่งเว็บเพจแต่ละหน้าจะมีการเชื่อมโยงถึงกันเพื่อความสะดวกในการใช้งาน เมื่อจัดสร้างเว็บไซต์เรียบร้อยแล้ว ให้ดำเนินการเช่าเว็บโฮสติ้ง (web hosting) และจดชื่อโดเมน (domain name) จากผู้ให้บริการซึ่งมีอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ผู้ประกอบการสามารถจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะได้รับเครื่องหมาย DBD Registered สำหรับนำไปแสดงบนเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า ซึ่งการขอใช้เครื่องหมายดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ ดังนี้

1. ผู้ขอใช้เครื่องหมายจะต้องเป็นเจ้าของเว็บไซต์ และมีโดเมนเนมเป็นของตนเอง
2. เว็บไซต์จะต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย
3. เว็บไซต์จะต้องแสดงข้อมูล รายละเอียดเจ้าของเว็บไซต์ ที่ตั้งสำนักงาน หมายเลขโทรศัพท์ และโทรศัพท์มือถือ พร้อมช่องทางร้องเรียนการซื้อขายและส่งมอบสินค้าบริการ ทั้งในระบบออฟไลน์ และออนไลน์ หรือเมนู contact us
4. สินค้าหรือบริการที่จะนำขึ้นขายบนช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย และความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
5. สินค้าหรือบริการจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
6. การนำเสนอสินค้าและบริการ จะต้องมีความชัดเจน สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ เช่น ชนิดของสินค้า ราคา วิธีการชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น
7. จะต้องมีนโยบายดูแลบริการลูกค้าหลังการขาย ที่แสดงไว้หน้าเว็บไซต์อย่างชัดเจน

3.4 ประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สมาคมธุรกิจอินเทอร์เน็ตไทยได้กำหนดประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

3.4.1 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจกับผู้บริโภค หรือ บีทูซี (B to C = Business to Consumer) คือ การติดต่อซื้อ - ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อการบริโภค

2. ธุรกิจกับธุรกิจ หรือ บีทูบี (B to B = Business to Business) คือ การติดต่อซื้อ - ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกันที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อการทำกำไร

3. ธุรกิจกับหน่วยงานราชการ หรือ บีทูจี (B to G = Business to Government) คือ การติดต่อซื้อ - ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานราชการที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อใช้ประโยชน์ในราชการ

4. หน่วยงานราชการกับหน่วยงานราชการ หรือ จีทูจี (G to G = Government to Government) คือ การติดต่อซื้อ - ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างหน่วยงานราชการด้วยกันที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อใช้ประโยชน์ในราชการ

5. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค หรือ ซีทูซี (C to C = Consumer to Consumer) คือ การติดต่อซื้อ - ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้บริโภคด้วยกันที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภค

3.4.2 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจกับผู้บริโภค หรือ บีทูซี (B to C = Business to Consumer) คือ การติดต่อซื้อ - ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อการบริโภค

2. ธุรกิจกับธุรกิจ หรือ บีทูบี (B to B = Business to Business) คือ การติดต่อซื้อ - ขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกัน ที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อการทำกำไร

3. อีคอมเมิร์ซภายในองค์กร คือ การใช้อีคอมเมิร์ซในบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

3.4.3 แบ่งตามประเภทของสินค้าสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. สินค้าดิจิทัล (Digital) เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ เช่น ซอฟต์แวร์ เพลง วิดีโอ หนังสือ ที่เป็นรูปแบบดิจิทัล โดยสามารถส่งสินค้าเป็นไฟล์ (File) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2. สินค้าที่ไม่ใช่ดิจิทัล เป็นสินค้าที่จับต้องได้ เช่น เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับ และของใช้ต่าง ๆ โดยการส่งสินค้าผ่านระบบไปรษณีย์ หรือส่งมอบให้แก่ผู้ซื้อโดยตรง

3.4.4 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. การขายปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์ หรืออีเทลลิง (E - tailing = Electronic Retailing)หรือร้านค้าเสมือนจริง (Virtual Storefront)
2. การวิจัยตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์หรือมาร์เก็ตรีเสิร์ช (Market E - research) คือ การใช้อินเทอร์เน็ตในการวิจัยตลาด ซึ่งบริษัทหรือห้างร้านต่าง ๆ สามารถเก็บข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายจากการลงทะเบียนเข้าใช้เว็บไซต์ (Web site) หรือการทำแบบสอบถามผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งการวิจัยตลาดผ่านระบบอินเทอร์เน็ตถือเป็นส่วนหนึ่งของอีคอมเมิร์ซ
3. อินเทอร์เน็ตดีไอ หรือการส่งเอกสารตามมาตรฐานดีไอผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการส่งเอกสาร
4. โทรสารและโทรศัพท์อินเทอร์เน็ต คือ การใช้โทรสารและโทรศัพท์ทางไกลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการใช้โทรสารและโทรศัพท์แบบปกติ
5. การซื้อ - ขายสินค้าและบริการระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้ประกอบการธุรกิจผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
6. ระบบความปลอดภัยในอีคอมเมิร์ซ เป็นการใช่วิธีการต่าง ๆ ในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น เอสเอสแอล (SSL = Secure Socket Layer) เซ็ต (SET = Secure Electronic Transaction) อาร์เอสเอ (RSA = Rivest, Shamir and Adleman) ดีอีเอส (DES= Data Encryption Standard) และดีอีเอสสามชั้น (Triple DES) เป็นต้น

3.4.5 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) แบ่งตามแนวคิด ดังนี้

1. Customer Relationship Management (CRM) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เนื่องจากลูกค้าเป็นพื้นฐานในการประกอบธุรกิจและมีความสำคัญกับธุรกิจ โดยธุรกิจไม่สามารถพัฒนาได้หากไม่ได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า จึงควรมีการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้า
2. Supply Chain Management (SCM) เป็นแนวคิดการผสมผสานทุกทางธุรกิจทั้งหมด ตั้งแต่การนำวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิตจนถึงการส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค ให้มีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ
3. Enterprise Resource Planning (ERP) เป็นระบบการบริหารทรัพยากรภายในองค์กร โดยการเชื่อมโยงระบบต่าง ๆ ไว้ด้วยกัน ตั้งแต่ระบบงานด้านบัญชีการเงิน ระบบงานด้านทรัพยากรบุคคล ระบบบริหารการผลิต จนถึงระบบการกระจายสินค้า โดยมีการเก็บข้อมูลทั้งหมดไว้ในที่เดียวกันเพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนของข้อมูล

3.5 สถานการณ์ปัจจุบัน

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) ถือเป็นนวัตกรรมใหม่ของการซื้อขายสินค้าและบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขายได้ในหลายด้าน เช่น สามารถค้นหาและเปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งร้านค้า เป็นต้น ทำให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นและยังสามารถพัฒนาให้มีความก้าวหน้าต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากผลการสำรวจในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากหลายสำนักพบข้อมูลในทิศทางเชิงบวก เช่น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำรวจจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ พบว่า มีผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มสูงขึ้นในทุกปี กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำรวจความพึงพอใจในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ ในปี 2555 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากร้านค้าที่เข้าร่วมการสำรวจเฉลี่ย 4.1 คะแนน (คะแนนเต็ม 5) คิดเป็นร้อยละ 82 และสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พบว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีมูลค่าการซื้อขายสูงขึ้น อีกทั้ง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่า ในปี 2555 ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะมีมูลค่าการซื้อขายสูงถึง 73,000 ล้านบาท เนื่องจาก มีการใช้อุปกรณ์ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอื่น ๆ นอกเหนือจากคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (desktop computer) หรือคอมพิวเตอร์วางตั้ง (notebook computer) เช่น โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน (smartphone) แท็บเล็ต (tablet) และเน็ตบุ๊ก (netbook) ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้ล้วนมีขนาดเล็กสามารถพกพาได้อย่างสะดวก และใช้การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ซึ่งมีสัญญาณครอบคลุมในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยผู้ใช้งานสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกในทุกที่ทุกเวลา ทำให้ผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ต่างพากันเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควบคู่ไปกับการจำหน่ายสินค้าในช่องทางปกติ เช่น ห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกที่มีขนาดใหญ่ ได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ www.tescolotus.com โดยมีการจำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สินค้าทั่วไป สินค้าประเภทอาหาร ซึ่งรวมถึงอาหารสด อาหารแช่เย็น อาหารแช่แข็ง พร้อมทั้งมีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านหรือที่พักอาศัยอีกด้วย

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีรายงานว่า ขณะนี้ มีผู้ประกอบการที่ได้ทำการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว จำนวนรวม 9,164 ราย แบ่งเป็นประเภทนิติบุคคล จำนวน 2,617 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.56 และประเภทบุคคลธรรมดา จำนวน 6,547 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.44 และมีเว็บไซต์ที่ทำการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 10,695 เว็บไซต์ แบ่งตามหมวดหมู่ของสินค้าดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนเว็บไซต์ที่ได้รับการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

หมวดหมู่	จำนวนเว็บไซต์	ร้อยละ
การศึกษา	192	1.80
กีฬา และสันทนาการ	66	0.62
เกมส์/ของเล่นเด็ก/ของขวัญ/เบ็ดเตล็ด	577	5.4
ข่าว - สื่อ	104	0.97
ท่องเที่ยว	937	8.76
การเงิน กฎหมาย และบัญชี	153	1.43
บันเทิง และนันทนาการ	196	1.83
บุคคล/สังคม/มนุษยวิทยา	130	1.22
เครื่องมือสื่อสาร/กล้อง	177	1.65
ยานยนต์	217	2.03
ศิลปะ และวัฒนธรรม	111	1.04
การแพทย์ และสุขภาพ	1091	10.2
คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต	2207	20.64
อาหารและเครื่องดื่ม	236	2.21

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

หมวดหมู่	จำนวนเว็บไซต์	ร้อยละ
แพชั่น/เครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ	1534	14.34
อสังหาริมทรัพย์/ออกแบบ/ตกแต่ง/บ้านและสวน	318	2.97
เครื่องมือเครื่องใช้อุตสาหกรรม	500	4.67
ค้าปลีก	28	0.26
อื่น ๆ	1921	17.96
<u>รวม</u>	<u>10,695</u>	<u>100.00</u>

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ยังมีนโยบายให้การสนับสนุนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ในหลักสูตรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักสูตรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น หลักสูตรการวิเคราะห์และจัดทำแผนธุรกิจรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) และหลักสูตรพัฒนากลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น พร้อมกับเสริมสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการออกเครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Registered) และเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified) ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อเป็นการยืนยันการมีตัวตนซึ่งเครื่องหมายดังกล่าวจะปรากฏบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการตามเงื่อนไขที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดไว้

นอกจากนี้ ธนาคารและสถาบันการเงินต่าง ๆ ได้ทำการพัฒนาระบบการชำระเงินเพื่อรองรับกับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ธนาคารกสิกรไทย ได้ทำการพัฒนาให้บัตรเดบิตทุกประเภทของธนาคารสามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการที่จำหน่ายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

และมีการแจ้งเตือนรายละเอียดการใช้จ่ายทุกครั้ง ด้วยข้อความทางโทรศัพท์มือถือ ทำให้ผู้ใช้งาน มีความมั่นใจในความปลอดภัย ซึ่งระบบดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เป็นอย่างดี โดยในปี 2555 มีการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรเครดิต มากถึง 5,600 ล้านบาท ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ que เริ่มต้นเข้าสู่วัยทำงาน

จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้งพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึง ระบบการซื้อขายสินค้า ที่นำเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมาใช้ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยการนำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว มีความแตกต่างจากวิธีการทำธุรกรรมที่มีกฎหมายรองรับอยู่ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทำให้กฎหมายพาณิชย์ของไทยไม่อาจตอบสนองต่อการทำธุรกรรมดังกล่าวได้ ภาครัฐจึงได้ดำเนินการปรับปรุงกฎหมายพาณิชย์ เพื่อรองรับกับระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยยกร่างกฎหมายขึ้น จำนวน 6 ฉบับ ดังนี้

1. กฎหมายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Law) มีวัตถุประสงค์เพื่อ รับรองสถานะทางกฎหมายของข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ให้เสมือนกับหนังสือหรือหลักฐานที่เป็น หนังสือ และรองรับวิธีการส่งและรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ผลของกฎหมายฉบับนี้จะทำให้ผลของ ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ และก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ มีความสอดคล้องกับมาตรฐานที่ทุกประเทศยอมรับ สามารถเทียบเคียงได้กับรูปแบบของ United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)

2. กฎหมายลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signatures Law) มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินการได้อย่างแพร่หลาย โดยใช้เทคโนโลยีลายมือ ชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ให้เสมือนกับการลงลายมือชื่อแบบธรรมดา กฎหมายฉบับนี้วางหลักเกณฑ์และ วิธีการที่เชื่อถือได้ในการสร้างลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถระบุถึงตัวบุคคลผู้ลงลายมือ ชื่อและแสดงให้เห็นว่าบุคคลดังกล่าว เห็นชอบด้วยกับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลายมือชื่อ อิเล็กทรอนิกส์ประกอบ ซึ่งกฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้ค่อนข้างมีความสลับซับซ้อน ทางด้านเทคนิค ซึ่งจะต้องมีหน่วยงานผู้ประกอบการรับรอง (Certification Authority) และ คณะกรรมการลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ได้มาถึงหลักการที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อมูลมีความ ครบถ้วนจริง (Data Integrity) สามารถระบุตัวตนได้จริง (Authentication) มีวิธีการห้ามปฏิเสธ ความรับผิดชอบ (Non - repudiation) และกฎหมายฉบับนี้ไม่ยึดติดกับเทคโนโลยีแบบหนึ่งแบบใด (Technology neutrality)

3. กฎหมายอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Crime Law) มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงจากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อกำหนดโทษของผู้กระทำความผิด ซึ่งจะใช้กระบวนการต่าง ๆ ที่มีความสลับซับซ้อนเพื่อสืบหาผู้กระทำความผิด เนื่องจากในปัจจุบันมีการลักลอบเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย และยังไม่มีความหมายฉบับใดที่จะสามารถเอาผิดต่อผู้กระทำได้

4. กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Fund Transfer Law) มีวัตถุประสงค์เพื่อวางกฎเกณฑ์ให้ธุรกรรมทางการเงินสามารถดำเนินไปได้อย่างสะดวกและมีความปลอดภัยบนพื้นฐานของการพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองเพิ่มมากขึ้น

5. กฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Law) ในปัจจุบันมีการนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นไปใช้ในทางไม่ชอบ เนื่องจากระบบคอมพิวเตอร์สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลได้ง่าย และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

6. กฎหมายลำดับรองของรัฐธรรมนูตามมาตรา 78 เกี่ยวกับการจัดการโครงสร้างพื้นฐานของระบบสารสนเทศให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน (Universal Access Law) เพื่อลดช่องว่างระหว่างผู้ที่ได้เปรียบจากการให้สื่อสารสนเทศกับผู้ด้อยโอกาส ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุด้านภูมิศาสตร์ ระบบโทรศัพท์ การโทรคมนาคม และการใช้อินเทอร์เน็ต

ในสถานการณ์ปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่า ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เพราะเป็นเทคโนโลยีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการรับ - ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E - mail) การติดตามข้อมูลข่าวสาร การค้นหาข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ การชมละคร โทรทัศน์หรือภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกรรม ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีและผู้ประกอบการขนาดย่อมที่มีเงินทุนในการประกอบกิจการไม่มากนัก ทำให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอัตราการขยายตัวอย่างอย่างรวดเร็ว และมีมูลค่าการซื้อขายสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก