

บทคัดย่อ

ความแพร่หลายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยอยู่ในระดับล้าหลังเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในเอเชีย โดยประเทศไทยมีจำนวนเครื่องแม่ข่ายที่ใช้ในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งสามารถรับการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้อย่างปลอดภัย (SSL Server) ต่อจำนวนประชากรเพียง 0.1 เครื่องต่อประชากร 1 ล้านคน ซึ่งต่ำกว่าของประเทศสิงคโปร์ ฮองกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน มาเลเซีย และเกาหลีใต้ ประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียที่มีระดับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แพร่หลายน้อยกว่าประเทศไทยมีเพียงอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์เท่านั้น

นอกจากนี้ ผู้บริโภคไทยส่วนใหญ่คือประมาณร้อยละ 84 ยังไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมีเพียงร้อยละ 4 เท่านั้นที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ครั้ง เมื่อสอบถามผู้บริโภคที่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเลยจะพบว่า ปัญหาสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคเหล่านั้นวิตกกังวลคือความไม่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าตรงกับที่โฆษณา และการไม่มีวิธีการชำระเงินที่ปลอดภัย โดยผู้บริโภคมากกว่าครึ่งหนึ่งระบุถึงปัญหาดังกล่าว

ในด้านของผู้ประกอบการ บริษัทกว่าครึ่งในการสำรวจยังใช้ประโยชน์จากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในชั้นโฆษณาสินค้าและบริการของตนโดยยังไม่เปิดรับการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการเลย มีเพียงประมาณ 1 ใน 3 เท่านั้นที่เริ่มเปิดรับการสั่งซื้อสินค้าและบริการ และมีเพียงร้อยละ 15 เท่านั้นที่เปิดรับการชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต เหตุผลที่บริษัทของไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กยังไม่ได้ประกอบธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ การไม่มีความพร้อมด้านบุคลากร การไม่มีแนวความคิดในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน และความไม่เข้าใจถึงวิธีการในการทำธุรกิจผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

E-Commerce in Thailand is considered less developed than that in other Asian countries of similar development level. It is found that the number of SSL servers, which is used for secure online payment, is a mere 0.1 per a million population. The number is significantly lower than that of Singapore, Hong Kong, Japan, Taiwan, Malaysia and South Korea.

The research also found that more than 84 per cent of the Thai populations surveyed never bought goods or services online. Among 16 per cent that had the experience, only 4 per cent had bought more than twice. The survey found that consumers are concerned about the quality of goods or services bought online and the security of online payment.

Survey of SMEs also found that only a few companies have made an active use of the Internet beyond advertising. Even in the upwardly biased sample, only one third of the companies were accepting online order and only 15 per cent were ready for online payment. Among the factors prohibiting Thai SMEs from adopting E-Commerce are the lack of qualified personnel, the lack of business ideas, and the lack of technical understanding of E-Commerce.