

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาหัวข้อเรื่อง “ การนำระบบตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-market place) มาใช้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรม ” ของกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม โดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร
- แนวคิดเกี่ยวกับรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์
- แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
- ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมทุกรูปแบบโดยครอบคลุมถึงการซื้อขายสินค้า/บริการ การชำระเงิน การโฆษณาโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต

กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ระบุว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่าน และระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์

องค์การการค้าโลก ให้คำจำกัดความไว้ว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์

E-Commerce คืออะไร

Electronic Commerce หรือ E-Commerce คือ การซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยส่งข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครือข่าย เช่น Internet ถ้าผู้ใช้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ คู่สายโทรศัพท์ โมเด็ม และเป็นสมาชิกของบริการ Internet ก็สามารถทำการค้าผ่านระบบเครือข่ายได้

E-Commerce เป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี Internet กับการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือบริการผ่านทาง Internet สู่คนทั่วโลกภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ทำให้การดำเนินการซื้อขายอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดรายได้ในระยะเวลาอันสั้น

ความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เนื่องมาจากอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัด

ของเรื่องเวลาและสถานที่ การแข่งขันทางการค้าเสรีและระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันและชิงความได้เปรียบกันที่ “ความเร็ว”

ทั้งการนำเสนอสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

กรอบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย 4 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

แอปพลิเคชันของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยทางการบริหาร

โครงสร้างพื้นฐาน

ประเภทสินค้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สำหรับสินค้าที่ซื้อขายในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกได้ดังนี้

สินค้าที่มีลักษณะเป็นข้อมูลดิจิทัล (Digital Products)

สินค้าที่ไม่ใช่ข้อมูลดิจิทัล (Non-Digital Products)

ประเภทของอีคอมเมิร์ซ

มีการแบ่งประเภทอีคอมเมิร์ซกันหลายแบบ เช่น แบ่งอีคอมเมิร์ซเป็น 5 ประเภท แบ่งอีคอมเมิร์ซเป็น 3 ประเภท แบ่งอีคอมเมิร์ซเป็น 6 ส่วน และแบ่ง อีคอมเมิร์ซตามประเภทสินค้าเป็น 2 ประเภท เป็นต้น

อีคอมเมิร์ซ 5 ประเภท ถ้าจะแบ่งอีคอมเมิร์ซเป็น 5 ประเภทก็ได้ดังต่อไปนี้

- 1.ธุรกิจกับผู้ซื้อปลีกหรือปืทุซี (B-to-C = Business-to-Consumer) คือ ประเภทที่ผู้ซื้อปลีกใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าจากธุรกิจที่โฆษณาอยู่ในอินเทอร์เน็ต
- 2.ธุรกิจกับธุรกิจหรือปืทุบี (B-to-B = Business-to-Business) คือ ประเภท ที่ธุรกิจกับธุรกิจติดต่อซื้อขายสินค้ากันผ่านอินเทอร์เน็ต
- 3.ธุรกิจกับรัฐบาลหรือปืทุจี (B-to-G = Business-to-Government) คือ ประเภทที่ธุรกิจติดต่อกับหน่วยราชการ
- 4.รัฐบาลกับรัฐบาลหรือจีทุจี (G-to-G = Government to Government) คือ ประเภทที่หน่วยงานรัฐบาลหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งติดต่อกับหน่วยงานรัฐบาลอีกหน่วยงานหนึ่ง
- 5.ผู้บริโภคกับผู้บริโภคหรือซีทุซี (C-to-C = Consumer-to-Consumer) คือ ประเภทที่ผู้บริโภคประกาศขายสินค้าแล้วผู้บริโภคอีกรายหนึ่งก็ซื้อไป เช่น ที่อเบย์ดอทคอม (Ebay.com) เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคสามารถจ่ายเงินให้กันทางบัตรเครดิตได้

อีคอมเมิร์ซ 3 ประเภท ถ้าจะแบ่งอีคอมเมิร์ซเป็น 3 ประเภทก็อาจจะแบ่งได้ ดังต่อไปนี้

อีคอมเมิร์ซระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจ หรือ บีทูซี (B-to-C = Business-to-Consumer) ซึ่งอาจจะมีตัวอย่างดังต่อไปนี้

- การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจโดยใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ วิดีโอคอนเฟอเรนซ์ กลุ่มสนทนา กระดานข่าว เป็นต้น
- การจัดการด้านการเงิน ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจัดการเรื่องการเงินส่วนตัว เช่น ผาก-ถอน เงินกับธนาคาร ซื้อขายหุ้นกับผู้ค้าหุ้น เช่น อีเทรด (www.etrade.com) เป็นต้น
- ซื้อขายสินค้าและข้อมูล ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อขายสินค้าและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้โดยสะดวก

อีคอมเมิร์ซภายในองค์กรหรือแบบอินทราออร์ก (Intra-Org E-commerce) คือ การใช้อีคอมเมิร์ซในการช่วยให้บริษัทหรือองค์ใดองค์กรหนึ่งสามารถปรับปรุงการทำงานภายในและให้บริการลูกค้าได้ดีขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรจะสะดวกรวดเร็วจะได้ผลดีขึ้น โดยใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ วิดีโอคอนเฟอเรนซ์ และป้ายประกาศ เป็นต้น
- การจัดพิมพ์เอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ หรืออีพับลิชชิง (Electronic Publishing) ช่วยให้บริษัทสามารถออกแบบเอกสาร จัดพิมพ์เอกสาร และแจกจ่ายเอกสารได้สะดวกรวดเร็ว และใช้ค่าใช้จ่ายน้อย ไม่ว่าจะเป็คู่มือข้อกำหนดสินค้า (Product Specifications) รายงานการประชุม เป็นต้น ทั้งนี้โดยผ่านเว็บ

- การปรับปรุงประสิทธิภาพพนักงานขาย การใช้อีคอมเมิร์ซแบบนี้ช่วยปรับปรุงการสื่อสารระหว่างฝ่ายผลิตกับฝ่ายขาย และระหว่างฝ่ายขายกับลูกค้า ทำให้ได้ประสิทธิภาพดีขึ้น

อีคอมเมิร์ซระหว่างองค์กรหรือแบบอินเทอร์เน็ตออร์ก (Inter-Org E-commerce) ซึ่งก็คือแบบเดียวกับแบบที่เรียกว่าบีทูบี (Business to Business) ทั้งนี้โดยมีตัวอย่างต่อไปนี้

- การจัดซื้อ ช่วยให้จัดซื้อได้ดีขึ้น ทั้งด้านราคา และระยะเวลาการส่งของ
- การจัดการสินค้าคงคลัง
- การจัดส่งสินค้า
- การจัดการช่องทางขายสินค้า
- การจัดการด้านการเงิน

อีคอมเมิร์ซ 6 ส่วน ถ้าจะแบ่งอีคอมเมิร์ซเป็น 6 ส่วนก็แบ่งได้ดังต่อไปนี้

การขายปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเทลลิง (E-tailing= Electronic Retailing) หรือร้านค้าเสมือนจริง (Virtual Storefront) ยอดขายปลีกอิเล็กทรอนิกส์ในอเมริกาใน ค.ศ. 1999 มีมูลค่าเป็นหมื่นล้านบาท

การวิจัยตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์หรือมาร์เก็ตอีรีเสิร์ช (Market E-research) คือการใช้อินเทอร์เน็ตในการวิจัยตลาดแบบเดียวกับที่สำนักวิจัยเอแบค-เคเอสซีอินเทอร์เน็ตทำอยู่ จากการใช้อินเทอร์เน็ตนี้บริษัทห้างร้านสามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าปัจจุบัน และผู้ที่อาจจะเป็นลูกค้าในอนาคต ทั้งจากการลงทะเบียนเข้าใช้ เว็บ จากแบบสอบถามและจากการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า การวิจัยตลาด

อินเทอร์เน็ตก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอีคอมเมิร์ซ อินเทอร์เน็ตอีดีไอ หรือการส่งเอกสารตามมาตรฐานอีดีไอโดยใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายต่ำลงก็ถือว่าเป็นอีคอมเมิร์ซประเภทหนึ่ง โทรสารและโทรศัพท์อินเทอร์เน็ต การใช้โทรสารและโทรศัพท์ทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ วีโอไอพี (VoIP= Voice over IP) นั้นมีราคาต่ำกว่าการใช้โทรสารและโทรศัพท์ธรรมดา และอาจจะใช้เป็นส่วนหนึ่งของอีคอมเมิร์ซ

การซื้อขายระหว่างบริษัทกับบริษัท บริษัทต่างๆ จำนวนมากในปัจจุบันติดต่อซื้อขายสินค้ากันโดยผ่านเว็บในอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอีคอมเมิร์ซ

ระบบความปลอดภัยในอีคอมเมิร์ซ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญของอีคอมเมิร์ซทั้งนี้ในปัจจุบันมีการใช้วิธีต่างๆ เช่น เอสเอสแอล (SSL= Secure Socket Layer) เซ็ต (SET = Secure Electronic Transaction) อาร์เอสเอ (RSA = Rivets, Shamir and Adelman) ดีอีเอส (DES= Data Encryption Standard) และดีอีเอสสามชั้น (Triple DES) เป็นต้น

อีคอมเมิร์ซ 2 ประเภท สินค้า ถ้าจะแบ่งอีคอมเมิร์ซตามประเภทสินค้านี้ก็แบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. สินค้าดิจิทัล เช่น ซอฟต์แวร์ เพลง วิดีโอ หนังสือ ดิจิตอล เป็นต้น ซึ่งสามารถส่งสินค้าได้โดยผ่านอินเทอร์เน็ต

2. สินค้าที่ไม่ใช่ดิจิทัล เช่น สินค้าหัตถกรรม สินค้าศิลปะ เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง เครื่องประดับ เครื่องจักรอุปกรณ์ เป็นต้น ซึ่งต้องส่งสินค้าทางพัสดุภัณฑ์ ผ่านไปรษณีย์หรือบริษัทรับส่งพัสดุภัณฑ์

กระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์

มีขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาข้อมูล

ขั้นตอนแรกของการซื้อสินค้าเป็นการค้นหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการ แล้วนำข้อมูลแต่ละร้านมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน โดยใช้เว็บไซต์ที่นิยม หรือ Search Engines เช่น <http://www.google.com> เป็นต้น

2. การสั่งซื้อสินค้า

เมื่อลูกค้าเลือกสินค้าที่ต้องการแล้ว จะนำรายการที่ต้องการเข้าสู่ระบบตะกร้า และจะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนรายการและปริมาณที่สั่งได้

3. การชำระเงิน

เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าที่ต้องการ ในขั้นถัดมาจะเป็นการกำหนดวิธีการชำระเงิน ขึ้นอยู่กับความสะดวกของลูกค้าว่าจะเลือกวิธีไหน

4. การส่งมอบสินค้า

เมื่อลูกค้ากำหนดวิธีการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว จะเข้าสู่วิธีเลือกส่งสินค้า ซึ่งการส่งมอบสินค้าอาจจัดส่งให้ลูกค้าโดยตรง การใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า หรือส่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การดาวน์โหลดเพลง เป็นต้น

5. กาให้บริการหลังการขาย

หลังจากเสร็จสิ้นการส่งสินค้าแต่ละครั้ง ร้านค้าต้องมีบริการหลังการขายให้กับลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็นติดต่อกับลูกค้าผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น อีเมลล์ และเว็บไซต์

1. ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร

ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (Communication Theory of Modernization) เป็นทฤษฎีตะวันตก โดยผู้สร้างทฤษฎีนี้ คือ Daniel Lerner นักวิชาการชาวอเมริกัน คำว่า “ทันสมัย” คือ การพัฒนา หรือความเจริญ ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ความทันสมัยเกิดจากการสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งก่อให้เกิดการขัดเกลาสังคม เป็นตัวทำให้มีการปลูกฝังจินตภาพสมัยใหม่ และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวต่างๆ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความทันสมัยมาสู่สังคม

การสื่อสาร (Communication) ตามทฤษฎีนี้ หมายถึง การติดต่อระหว่างบุคคลต่อบุคคล และระหว่างบุคคลต่อกลุ่มคน หรือกลุ่มต่อคน โดยมีสื่อ (Medium) เข้าช่วย เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ เป็นต้น

ภาวะความเป็นสมัยใหม่ (Modernity) ตามทฤษฎีนี้ เน้นความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ในขณะที่กระบวนการสร้างภาวะความเป็นสมัยใหม่ (Modernization) เป็นพลวัตเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกทอดหนึ่ง ต่างกับคำว่า พัฒนา (Development) หมายถึง คุณภาพของคนและระบบสังคม ซึ่งลึกซึ้งกว่า

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมรวมกัน การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationship) เช่น ขนาด ลักษณะและสถานภาพบทบาทของสังคม และการเปลี่ยนแปลงเฉพาะวัฒนธรรมทางวัตถุและไม่ใช่วัตถุ

จินตภาพใหม่ (New Image) ศัพท์ทางจิตวิทยา จินตภาพ หมายถึง ภาพความทรงจำ ส่วนความหมายในทฤษฎีนี้ หมายถึง ภาพของบุคคลและสังคมสมัยใหม่ที่บุคคลในสังคมวาดขึ้นมาในความคิดสืบเนื่องมาจากการได้รับรู้ข่าวสารจากคมนาคมสื่อสารชนิดใหม่ ทำให้บุคคลพยายามที่จะทำให้อัตนและสังคมของตนเป็นเช่นนั้น ทางหนึ่งที่สังคมทำคือ ถ่ายทอดภาพนี้เข้าไปในกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ทำให้คนรุ่นใหม่เกิดความปรารถนารุนแรง

การเคลื่อนที่ทางสังคม (Social mobility) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงรวมที่เกิดขึ้นกับประชากรจำนวนมากของสังคมที่อยู่ในภาวะไหลลื่นจากสังคมประเพณีไปสู่สังคมสมัยใหม่ การเคลื่อนที่ทางสังคมนี้กับการเคลื่อนไหวกายภาพ (Physical Mobility) และการเคลื่อนที่ทางจิต (Psychic mobility) เกิดจากแรงผลักดันของสื่อสารมวลชนสมัยใหม่

(www.stou.ac.th. สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2007)

ความทันสมัย

ความหมายของคำว่า “ทันสมัย” ในด้านมานุษยวิทยา จิตวิทยา และสังคมวิทยา ความหมายในด้านนี้ได้มีผู้ให้ทัศนะไว้มาก เช่น

1. เออร์วิง แอล. ฮอโรวิทซ์ (Irving L. Horowitz) ให้ทัศนะเกี่ยวกับความทันสมัยทางการสื่อสารไว้ว่า

- เป็นระบบความเชื่อระบบหนึ่งบนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์

- การก่อสร้างหรือการผลิตอย่างน้อยต้องใช้ความรู้ทางวิศวกรรมศาสตร์ประยุกต์ อันมิใช่เกี่ยวกับ
ศาสนา

- เป็นความเชื่อว่า สังคมและเศรษฐกิจนั้นต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

2. เจ. สจิวัด (J. Steward) ให้ความเห็นว่า ความทันสมัยประกอบด้วย

- วัฒนธรรมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์

- การใช้เทคโนโลยีประยุกต์วิทยาในด้านอุตสาหกรรม การขนส่ง การสื่อสาร สุขภาพอนามัยและสาขา
อื่นๆ

- การส่งเสริมให้เอกชนประกอบการโดยอิสระ

- จำนวนคนงานที่ประกอบอาชีพด้วยรายได้เป็นเงินเดือนเพิ่มขึ้น

**3. เจ. แซมมวล วาเลนซูเอลา และอาร์ทีโร วาเลนซูเอลา (J. Samuel Valenzuela and
Arturo Valenzuela)** ได้ให้ความหมายของความทันสมัยว่า เป็น

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทาง สังคมที่สังคมดั้งเดิมยอมรับความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ และเทคโนโลยี
บางอย่างจากสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะจากประเทศทางยุโรปตะวันตกและจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็น
วัฒนธรรมที่เด่นและถ่ายทอดไปยังประเทศโลกที่สาม

4. เอ. อินเคลิสส์ และ ดี. เอ็ช สมิท (A. Inkeles & D. H. Smith) ได้กล่าวถึง ความ
ทันสมัยในผลงานวิจัยว่า เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงในวิถีทางของการมองเห็นการณ์ไกลการแสดงออก
และการเห็นคุณค่าของบุคคลในสิ่งต่อไปนี้

- มีการเปิดรับสิ่งใหม่

- พร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงของสังคม

- มีทัศนคติที่ก้าวหน้า

- มีข่าวสารที่ดี

- ให้ความสำคัญต่อเวลา

- คำนึงถึงประสิทธิภาพ

- มีการวางแผน

- สามารถคิดคำนวณค่าได้

- มีทักษะความชำนาญที่ดีค่าได้

- มีความทะเยอทะยาน

- มีระดับการศึกษาดีและมีวิชาชีพ

- มีเกียรติ

- เข้าใจถึงการผลิต

ความทันสมัยทางด้านมานุษยวิทยา จิตวิทยา และสังคมวิทยา เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง

ทางสังคมจากสังคมดั้งเดิมไปสู่สังคมทันสมัย โดยอาจมีตัวชี้ที่แสดงดังนี้ คือ ความเชื่อปทัสถาน
วิถีชีวิต สถาบันทางสังคม ความเสมอภาคทางสังคม การอ่านออกเขียนได้ การใช้ความรู้ทาง
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ระบบคมนาคมและสื่อสารมวลชน สุขภาพอนามัย การประดิษฐ์คิดค้นสิ่ง
ใหม่ และการใช้เหตุผล ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ก้าวหน้าและดีขึ้นกว่าเดิม

(www.wiruch.com. วิรัช วิรัชนิภาวรรณ . 2007)

2. แนวคิดเกี่ยวกับรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government)

จากแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545-2549 มุ่งเน้นการพัฒนาาระบบการดำเนินงานของภาครัฐให้ก้าวไปสู่รูปแบบของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือในการบริหาร และบริการประชาชน เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว โปร่งใส มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า e-Government คือ วิธีการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ โดยการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของภาครัฐ ปรับปรุงการบริการแก่ประชาชน การบริการด้านข้อมูลและสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ประชาชนมีความใกล้ชิดกับภาครัฐมากขึ้น สื่ออิเล็กทรอนิกส์จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเข้าถึงบริการของรัฐและจะต้องมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดและเต็มใจจากทั้ง 3 ฝ่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาชน

มิติการให้บริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ (1) ภาครัฐไปสู่ภาคประชาชน (Government to Citizen :G2C) (2) ภาครัฐไปสู่ภาคธุรกิจ (Government to Business : G2B) (3) ภาครัฐไปสู่ภาครัฐหรือระหว่างภาครัฐ (Government to Government : G2G) (4) ภายในภาครัฐ (Intra-Government, Internal Efficiency and Effectiveness : IEE) ซึ่งทั้ง 4 มิติ จะเป็นสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญในการให้บริการตามแนวทางรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีเป้าหมาย คือ

- เพื่อปฏิรูปกระบวนการทำงานของภาครัฐสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์
- เพื่อนำบริการของรัฐไปสู่ประชาชนอย่างสะดวก รวดเร็ว
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของภาครัฐ
- เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความรับผิดชอบของภาครัฐต่อประชาชน

2.1กลุ่มตามผู้รับบริการของ e – Government

1. รัฐ กับ ประชาชน (G2C) คือ การบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเป็นได้ทั้งข้อมูลและการให้บริการ โดยกลุ่มผู้รับบริการ คือ ภาคประชาชน (ประชาชน) และประโยชน์สำคัญที่ประชาชนจะได้รับโดยตรง คือ ความเท่าเทียมในการรับบริการ เนื่องจากประชาชนสามารถสื่อสารและรับบริการด้วยตนเองผ่านเว็บไซต์ภาครัฐ เช่น ระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการเสียภาษี (Electronic Revenue : e-Revenue) เป็นต้น

2. รัฐ กับ เอกชน (G2B) คือ การบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเป็นได้ทั้งข้อมูลและการให้บริการ โดยกลุ่มผู้รับบริการ คือ ภาคธุรกิจ และประโยชน์สำคัญที่ภาคธุรกิจจะได้รับโดยตรง คือ ความเท่าเทียมและโอกาสแก่ภาคธุรกิจในการทำธุรกิจหรือทำงานร่วมกับภาครัฐ เนื่องจากภาครัฐสามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับภาครัฐผ่านเว็บไซต์ภาครัฐ เช่น ระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการประมูลงานภาครัฐ (Electronic Auction : e-Auction) เป็นต้น

3. รัฐ กับ รัฐ (G2G) คือ การบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเป็นไปได้ทั้งข้อมูลและการให้บริการ โดยกลุ่มผู้รับบริการ คือ ภาครัฐบาลหรือระหว่างรัฐบาลกับรัฐบาลและประโยชน์สำคัญที่ภาครัฐจะได้รับโดยตรง คือ การลดขั้นตอน ลดเวลาการติดต่อสื่อสาร และความผิดพลาดของ

ข้อมูลจากการดำเนินงาน เนื่องจากสามารถทำงานและเข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่พัฒนาร่วมกันระหว่างรัฐบาลเพื่อเชื่อมโยงบางระบบงานเข้าด้วยกัน เช่น ระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับตรวจคนเข้าเมือง (Electronic Passport : e-Passport) เป็นต้น

4. ภายในภาครัฐ (IEE) คือ การบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเป็นไปได้ทั้งข้อมูลและการให้บริการ โดยกลุ่มผู้รับบริการ คือ หน่วยงานภายในภาครัฐ และประโยชน์สำคัญที่หน่วยงานภายในภาครัฐจะได้รับโดยตรง คือ การลดขั้นตอน ลดเวลาการติดต่อสื่อสาร และความผิดพลาดของข้อมูลจากการดำเนินงาน รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการจัดการและการลดช่องว่างในการทำงานของหน่วยงานภายในภาครัฐ เช่น ระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับส่งสำเนาเงินเดือนผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payslip : e-Payslip) เป็นต้น

จากแนวทางของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนของการบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ไทย อ้างอิงตามระดับของการพัฒนาการด้านการให้บริการ คือ กรมสรรพากรพิจารณาจากเว็บไซต์ของกรมสรรพากรในปัจจุบัน สามารถให้บริการระดับ Catalogue เช่น ส่วนงานบริการข้อมูล และระดับ Transaction เช่น ส่วนงานบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้รับความเชื่อถือจากผู้รับบริการ

(www. eng .ru. ac. th. พิงใจ พิษยนตรรัตน์. 2007)

2.2 ลักษณะการให้บริการของ e - Government

หลักการสำคัญของ e - Government คือ การนำบริการของภาครัฐสู่ประชาชน โดยใช้อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อในการให้บริการ โดยหลักการ คือ

1. ที่เดียว (One-Stop Service) เป็นการบริการ โดยการสร้างเว็บท่า (Web Portal) ที่สามารถบูรณาการบริการต่างๆ ที่เคยอยู่กระจัดกระจายมารวมอยู่ที่เดียวกัน เพื่อให้ง่ายต่อประชาชนในการติดต่อที่เจอเดียว หรือหน้าต่างเดียวเพื่อขอรับบริการได้หลายบริการได้ที่จุดบริการที่เดียวแบบเบ็ดเสร็จ

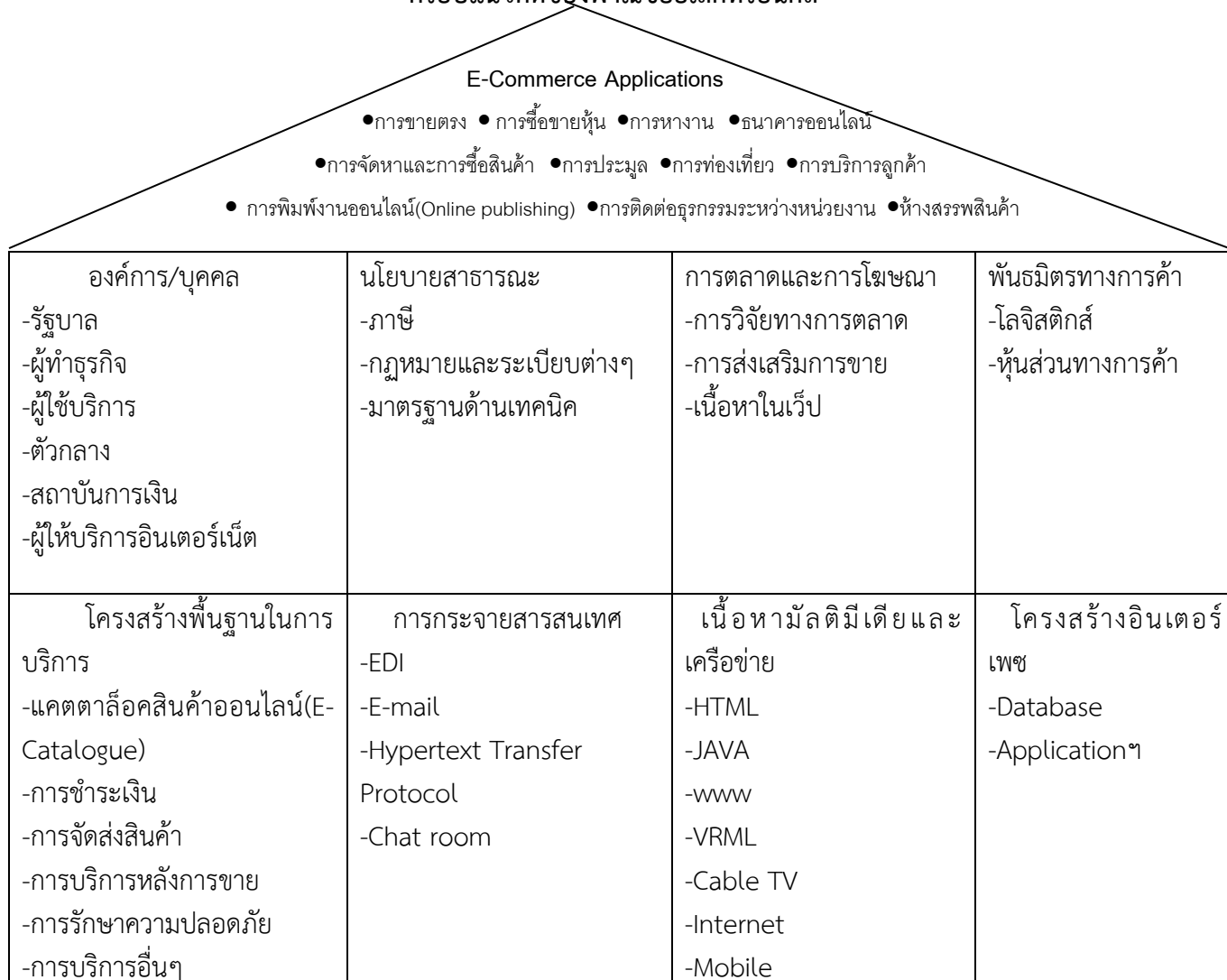
2. ทุกเวลา (Non-Stop Service) เป็นการบริการโดยคอมพิวเตอร์แม่ข่าย และระบบอินเทอร์เน็ต สามารถเปิดได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวันโดยไม่มีวันหยุด แบบเดียวกับตู้ ATM ทำให้บริการต่างๆ ที่เคยต้องทำในเวลาราชการสามารถทำได้ตามที่ประชาชนพร้อมและสะดวก

3. ทั่วไทย (More Access points) การใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้การเชื่อมโยงประชาชนชาวไทย ไม่ว่าจะอยู่ไหนในโลกสามารถใช้บริการ e-Government ที่รัฐบาลไทยจัดทำได้ โดยสามารถรับบริการของรัฐได้จากหลายๆ จุดบริการ ไม่เฉพาะที่ทำการของรัฐเท่านั้น

4. ทั่วถึงและเท่าเทียม การให้บริการ e - Government ทำให้ประชาชน และผู้ด้อยโอกาสจะได้มีโอกาสในการรับบริการ โดยไม่ต้องเดินทาง สามารถรับบริการที่สะดวกสบายเช่นเดียวกับประชาชนในเมืองได้อย่างเท่าเทียมกันอีกด้วย เช่น ช่องทางการชำระเงินภาษีต่างๆ ของกรมสรรพากร ระบบการจัดซื้อจัดจ้างทางอินเทอร์เน็ตของภาครัฐ เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)

กรอบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ที่มา : Kalakota & Whinston , 1997 www.msei.chandra.ac.th. Songkhla Rajabhat University

3.1 ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมาย ดังนี้

- กิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ดำเนินการโดยมีการแลกเปลี่ยน เก็บรักษา หรือสื่อสารข้อมูลข่าวสาร โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ อีเมลล์ และอื่นๆ (Hill,1997)

- การใช้วิธีการอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น EDI การโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ การประมูลอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีการสื่อสารคมนาคมอื่นๆ โทรทัศน์และการใช้อินเทอร์เน็ต (Palmer,1997)

-E-Commerce หมายถึง การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (World Trade Organization : WTO)

-E-Commerce หมายถึง การซื้อขายสินค้า บริการ และสารสนเทศผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์รวมทั้งอินเทอร์เน็ต (Turban et al,2000)

-E-Commerce หมายถึง การทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต หรือการซื้อขาย แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ยีน ภูววรรณ.2545 :133) หรือเป็นการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตขั้นพื้นฐานเพื่อการซื้อขายสินค้า/บริการ และสื่อสารข้อมูลต่างๆ (Heizer and Render. 2004 : 437)

3.2ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มี 4 ประเภทหลักๆ ดังนี้

1.พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business : B2B)

หมายถึง การทำธุรกิจระหว่างธุรกิจ ซึ่งอาจมีทั้งภายในบริษัทเดียวกัน (Intra-Company E-Commerce) และระหว่างบริษัท (Inter-Company E-Commerce) ซึ่งจะมีตัวกลางที่ทำให้การติดต่อซื้อขายระหว่างบริษัทต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะมี 2 รูปแบบ คือ

-Seller-Oriented Marketplace เป็นรูปแบบที่องค์กรขายสินค้าและบริการ

ให้แก่องค์กรอื่นผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ธุรกิจ (ผู้ซื้อ) เข้าไปใน Web site เลือกชมสินค้าใน Catalogue และสั่งซื้อสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำ นอกจากนี้ยังมีระบบการส่งสินค้า ระบบการจ่ายเงิน ผสมกับระบบลอจิสติกส์ของผู้ขาย

-Buyer-Oriented Marketplace เป็นรูปแบบที่มีจุดมุ่งหมายในการลดต้นทุน

ของสินค้าที่จะซื้อ หรือในตลาดที่มีการประมูล โดยมีการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ซื้อเพื่อประมวลหาผู้ขายที่ดีที่สุด

จากการที่บริษัทรถยนต์ยักษ์ใหญ่สามแห่งของสหรัฐฯ ได้แก่ General Motors, Ford และ Chrysler ได้สร้างระบบในลักษณะนี้ขึ้น ให้ชื่อว่า Automotive Network eXchange (ANX) ซึ่งมีเป้าหมายที่จะให้ซัพพลายเออร์ (Suppliers) และดีลเลอร์ (Dealer) ทุกรายที่ทำธุรกิจกับผู้ผลิตรถยนต์ทั้งสามแห่งนี้ ใช้ในการติดต่อประสานงานและทำธุรกรรมต่าง ๆ โดยคาดหวังว่าระบบ ANX นี้จะช่วยลดรอบเวลาในการออกแบบชิ้นส่วนรถยนต์ เพิ่มประสิทธิภาพในการสั่งซื้อชิ้นส่วนรถยนต์และลดค่าใช้จ่ายทางด้านโทรคมนาคมลงได้ถึง 70 เปอร์เซ็นต์

1.พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer : B2C)

หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค เป็นการให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการค้นหาสินค้าได้หลากหลาย และทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องเดินทางออกไปซื้อหาสินค้า เช่น เว็บไซต์ www.webvan.com บริการให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคภายในบ้านได้หลายชนิดตามความต้องการ แล้วทาง Web Van ก็จะมีรถบรรทุกไปส่งสินค้าเหล่านั้นให้ถึงบ้านตามวันเวลาที่ตกลงไว้ หรือเว็บไซต์ www.1800flowers.com เป็นบริการให้ผู้ซื้อสามารถสั่งดอกไม้สำหรับโอกาสพิเศษต่างๆ หรือให้เพื่อนที่อยู่คนละเมืองได้ โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต

1.พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างธุรกิจกับรัฐบาล (Business to Government : B2G)

หมายถึง การทำธุรกิจหรือทำงานร่วมกับภาครัฐ ซึ่งสามารถสื่อสารและทำงานร่วมกับภาครัฐผ่านเว็บไซต์ภาครัฐ เช่น ระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการประมูลงานภาครัฐ (Electronic Auction : e-Auction) เป็นต้น

2.พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer : C2C)

หมายถึง การช่วยให้ผู้บริโภคสามารถนำสินค้าเข้ามาขายและเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้โดยสะดวกและมั่นใจในการซื้อขายได้ว่าจะไม่ถูกฉ้อโกง โดยจุดที่ตัดสินความสำเร็จของธุรกิจ คือ การมีตัวเลือกหลากหลายมากที่สุด ซึ่งโดยทั่วไปแล้วก็เกิดจากการตั้งให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาร่วมในตลาดให้มากที่สุดนั่นเอง เช่น www.ebay.com เป็นผู้บุกเบิกและเป็นตัวอย่างที่โด่งดังที่สุดของธุรกิจประเภทนี้ คู่แข่งของ ebay คือ Yahoo ! Auctions หรือ Amazon Auctions

4. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ

การใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System) หรือที่เรียกว่า MIS ได้ขยายขอบเขตเกี่ยวข้องกับหลายหน้าที่ในองค์กรและเป็นประโยชน์กับบุคคลหลายระดับ ตั้งแต่การใช้งานส่วนบุคคล กลุ่ม องค์กร และระหว่างหน่วยงาน MIS ช่วยให้ผู้ใช้สารสนเทศสามารถแก้ไขปัญหาทางองค์กรที่ยุ่งยาก และซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างโอกาสให้กับหลายองค์กร ดังที่ Kroenke และ Hatch (1994) กล่าวถึง ความสำคัญและผลกระทบของระบบสารสนเทศที่มีต่อองค์กร ดังนี้

- 1.ระบบสารสนเทศช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับการทำงาน
- 2.บุคลากรทุกคนต้องมีความรู้เกี่ยวกับ MIS เนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาและการใช้งานสารสนเทศทั่วองค์กร ตลอดจนขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับปรุงแบบของระบบอย่างต่อเนื่อง
- 3.การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการขององค์กร และการบรรลุเป้าหมายขององค์กรมากขึ้น

ไพบูลย์ เกียรติโกมล (2542, หน้า 40) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ไว้ดังนี้

- 1.ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์
- 2.ช่วยผู้ใช้ในการกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์และการวางแผนปฏิบัติการ โดยผู้บริหารจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศมาช่วยในการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน
- 3.ช่วยผู้ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ผู้บริหารสามารถใช้ระบบสารสนเทศประกอบการศึกษาและการค้นหาสาเหตุ หรือข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน
- 4.ช่วยให้ผู้ใช้สามารถวิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อหาวิธีควบคุม ปรับปรุง และแก้ไขปัญหา สารสนเทศที่ได้จากการประมวลผลจะช่วยให้ผู้บริหารวิเคราะห์ว่าการดำเนินงานในแต่ละทางเลือกจะช่วยแก้ไข หรือควบคุมปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างไร
- 5.ระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดค่าใช้จ่าย ช่วยลดเวลา และแรงงานขององค์กรได้

จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สามารถ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สะดวก รวดเร็วและถูกต้อง จึงส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้

5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ฐานิตย์ บุญยรัตพันธ์, เอกชัย อภิศักดิ์กุล (2558) ได้ทำการศึกษาผลกระทบและปัญหาจากการนำระบบการประมูลงานแบบ e-Auction มาใช้ของบริษัท เอบีซี จำกัด เพื่อกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร สรุปผลได้ดังนี้

แนวทางที่ผู้บริหารเลือกและเห็นว่าเหมาะสมที่สุด คือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ควบคู่กับการพัฒนาคน เนื่องจากเป็นแนวทางที่ได้ประโยชน์ทั้งด้านขององค์กร และด้านของตัวบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถ ซึ่งจะส่งผลดีในการทำกำไรระยะยาวแก่บริษัท สำหรับปัญหาอันเนื่องมาจากการนำระบบการประมูลงานแบบ e-Auction มาใช้ส่งผลให้การประมูลงานของบริษัทมีสัดส่วนการได้รับงานประมูลลดลง เพราะว่ามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในเรื่องของการเสนอราคา ซึ่งบริษัทเองไม่สามารถสู้ราคากับคู่แข่งได้ แต่ในทางกลับกันบริษัทยังคงสามารถปฏิบัติงานและได้รับงานจากหน่วยงานซึ่งเป็นลูกค้ารายเก่า โดยวิธีการจัดจ้างพิเศษมากขึ้นเนื่องจากเป็นงานต่อเนื่อง

วิระ จันทรคง (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพศักยภาพ และวัตถุประสงค์ของระบบสารสนเทศในประเทศไทย พบว่า มีปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

- 1.การเก็บรวบรวมข้อมูล มีความล่าช้า ข้อมูลไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน ผู้ให้ข้อมูลไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ การประสานงานไม่สะดวกและมีความซ้ำซ้อน
- 2.การวิเคราะห์ข้อมูลไม่ทันสมัย ล่าช้า ความร่วมมือจากผู้ช่วยประมวลผลยังไม่ดีพอ ขาดเครื่องมือในการวิเคราะห์ และขาดเทคนิควิธีการในการวิเคราะห์
- 3.การใช้ข้อมูล ผู้บริหาร เรียกใช้ข้อมูลเร่งด่วนเกินไป ข้อมูลที่มีไม่ครอบคลุมความต้องการ ผู้ใช้ยังไม่เข้าใจประโยชน์ของข้อมูลและระบบการจัดข้อมูลยังไม่ดีพอเรียกใช้ไม่สะดวก
- 4.การเผยแพร่ งบประมาณไม่เพียงพอ การสนับสนุนจากผู้บริหารไม่ดีพอ บุคลากรที่ทำหน้าที่มีไม่เพียงพอ คุณภาพไม่ดี มีการย้ายงานบ่อยในบางหน่วยงาน และการมอบหมายงานไม่ชัดเจน

กรณีศึกษาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ตลาดกลางออนไลน์ในอุตสาหกรรมอาหาร คือ เว็บไซต์ www.foodmarketexchange.com ของบริษัท บีส ไตเมนชั่น จำกัด ซึ่งทำหน้าที่เป็นตลาดกลาง (B-to-B Marketplace) ของอุตสาหกรรมอาหารรายแรกของประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2543 โดยการร่วมทุน 300 ล้านบาท ของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารรายใหญ่ในประเทศไทย ที่ต้องการให้ Food Market Exchange เป็นตลาดชุมชนการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ของอุตสาหกรรมอาหารแห่งใหม่ในอินเทอร์เน็ต เพื่อทำธุรกรรมระหว่างบริษัทและบริษัท และในปัจจุบันมีผู้มาลงทะเบียนเป็นสมาชิกทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ประมาณ 150 ราย และคาดว่าในปี 2544 จะมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 500 ราย และมีมูลค่ารวมของยอดขายผ่านออนไลน์ 8,000 ล้านบาท

FoodMarketExchange.com เป็นตลาดกลางออนไลน์ที่ทำหน้าที่ในการนำผู้ขายและผู้ซื้อ มาพบกันหรือเจรจากันให้เกิดการซื้อขายในลักษณะเดียวกันกับพ่อค้าคนกลางหรือนายหน้าโดยไม่มีกรรมสิทธิ์ใดๆ ในสินค้า เมื่อเกิดการขายได้สำเร็จบริษัทจะได้รับค่าธรรมเนียมจากการซื้อขายผ่าน

เว็บไซต์ (Transaction Free) เป็นรายได้ของบริษัท นอกจากนี้ ยังพบว่าโมเดลในการทำธุรกิจของเว็บไซต์นี้ได้เข้ามาช่วยเอื้อประโยชน์ในการซื้อขาย คือ

- เพิ่มประสิทธิภาพในขบวนการซื้อขายให้รวดเร็วขึ้น เช่น ลดการทำงานด้านกระดาษ (Paper Work) ลดปัญหาความแตกต่างของเวลาในการทำงาน (Time Zone)
- ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร
- เก็บค่าธรรมเนียมในการซื้อขายสินค้าในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราของนายหน้า (ประมาณ 0.5-1.5% ของมูลค่าการซื้อขาย)
- ให้บริการที่ครบวงจร (One - Stop Services) เช่น ศูนย์รวมข้อมูลข่าวสาร บริการด้านการขนส่ง การชำระเงิน การประกันภัย เป็นต้น

จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ คือ บริษัทเป็นรายแรก (First Mover) ในการประกอบธุรกิจการเป็นตลาดกลางออนไลน์ ที่เปิดดำเนินการในภูมิภาคเอเชีย และสามารถนำผู้ประกอบการรายใหญ่ชั้นนำของประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ของโลกแห่งหนึ่งเข้ามาทำธุรกรรมบริการออนไลน์ของบริษัท ดังนั้น โมเดลในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นไปในรูปแบบของการนำผู้ขายเข้ามาเป็นสมาชิก เพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อเข้ามาประกอบธุรกิจ

ปัจจัยในความสำเร็จ การประกอบธุรกิจตลาดกลางออนไลน์ของ FoodMarketExchange จะประสบความสำเร็จได้นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของสินค้าใน อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เนื่องจากเป็นจุดเด่นของบริษัทที่สามารถรวบรวมผู้ขายที่เป็นผู้นำตลาดของประเทศไทยเข้าร่วมในตลาด และบริษัทต้องสามารถช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีต้นทุนโดยรวมต่ำกว่าการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม (ไม่ผ่านออนไลน์) เพราะว่าสินค้าบางรายการตลาดมีการแข่งขันสูง และมีคนกลางในรูปแบบเดิมประกอบการอยู่ นอกจากนี้ สินค้าของอุตสาหกรรมอาหารยังมีความแตกต่างของสินค้า เช่น รสชาติ ขนาดสินค้า แหล่งที่มาของสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากในการสร้างความเป็นมาตรฐาน (Standardization) ในการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อ ดังนั้นการสร้างมาตรฐานให้สินค้าจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

2. ตลาดกลางออนไลน์ในอุตสาหกรรมกระดาษ คือ เว็บไซต์ www.PaperExchange.com ของบริษัท Trade Floor จำกัด ซึ่งทำหน้าที่เป็นตลาดกลาง (B-to-B Marketplace) ของอุตสาหกรรมกระดาษแห่งแรก ของประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัทเริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2541 และมีสมาชิกซึ่งเป็นผู้ซื้อและผู้ขาย 250 ราย ในปัจจุบันมีสมาชิกมากกว่า 7,000 ราย ซึ่งรวมบริษัทขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมกระดาษที่ใหญ่ที่สุดในโลก 10 บริษัท และมีสำนักงานขายมากกว่า 1,100 แห่งทั่วโลก สมาชิกของบริษัทซึ่งกระจายอยู่ใน 105 ประเทศ โดย Paper Exchange และตลาดในลักษณะเดียวกันสามารถเอื้อประโยชน์แก่ผู้ซื้อและผู้ขาย คือ

- เพิ่มโอกาสได้พบกับผู้ซื้อจำนวนมากขึ้นโดยการนำเสนอสินค้าผ่านตลาดกลาง
- ลดต้นทุนทางธุรกรรม (Transaction Cost) ในการซื้อขาย
- ลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังเกินจำเป็น เนื่องจากตลาดกลางจะช่วยชี้ให้เห็นแนวโน้มอุปสงค์และอุปทานของสินค้าที่มีการซื้อขายในตลาด
- ได้รับประโยชน์จากบริการเสริมต่างๆ เช่น การขนส่งสินค้า การตรวจสอบเครดิตของผู้ซื้อและการรับชำระเงิน

- ให้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพตลาดในอุตสาหกรรม

จุดเด่นในการดำเนินธุรกิจ คือ เป็นตลาดกลางออนไลน์แห่งแรกและแห่งใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมกระดาษ สามารถดึงดูดผู้ซื้อและผู้ขายให้เข้ามาทำธุรกรรมในตลาดกลางได้มาก โดยรายได้หลักของบริษัทมาจากค่าธรรมเนียม 3% ของมูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์โดยจะเก็บจากผู้ขาย นับตั้งแต่เปิดให้บริการบริษัทสามารถทำรายได้ประมาณ 3.5 ล้านดอลลาร์

ปัจจัยในความสำเร็จ คือ โครงสร้างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการกระจายของผู้ซื้อและผู้ขายอยู่สูง ไม่ใช่ตลาดที่ถูกครอบงำโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่กี่ราย มีการกระจายตัวค่อนข้างมาก เช่น มีโรงงานผลิตวัตถุดิบมากกว่า 2,000 แห่ง และโรงงานแปรรูปกระดาษมากกว่า 300,000 แห่ง กระจายอยู่ทั่วโลก ซึ่งเป็นภาระต่อผู้ซื้อและผู้ขายในการค้นหา ผู้ที่มีสินค้าตรงกับความต้องการซื้อหรือขายของตน ได้รับเงื่อนไขทางราคาที่ดีที่สุด และบริษัทจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งมีกำลังซื้อ หรือมีอำนาจทางการตลาดมากเข้าร่วมเป็นสมาชิกของตลาด ในกรณีของ Paper Exchange บริษัทสามารถชักชวนให้ผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่ที่สุดของโลกเข้าร่วมได้ นับว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก

3. เว็บไซต์จัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาลสหรัฐฯ คือ www.Buyers.gov เป็นเว็บไซต์ของฝ่ายบริการเทคโนโลยี (Federal Technology Service หรือ FTS) ขององค์การบริหารทั่วไป (General Service Administration หรือ GSA) ซึ่งเป็นหน่วยงานผู้ชำนาญการด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) ของรัฐบาลสหรัฐฯ เป็นรูปแบบของ G2B เริ่มขึ้นตั้งแต่กลางปี 2543 ซึ่งรัฐจะไม่สามารถซื้อสินค้าและบริการได้คล่องตัวเหมือนหน่วยงานเอกชน เนื่องจากต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบในการจัดซื้อจัดจ้างหรือระเบียบการพัสดุที่มีอยู่ บริการของ GSA จะอำนวยความสะดวกให้หน่วยงานของรัฐบาลกลางสามารถจัดซื้อจัดจ้างสินค้าหรือบริการได้ง่ายขึ้น โดยสินค้าที่มีการจัดซื้อจัดจ้างผ่าน Buyers.gov จะเป็นสินค้าในกลุ่มไอที (Information Technology Product) โดยจะกำหนดมาตรฐานในการจัดซื้อจัดจ้าง โดยจะถือหลักในการคัดเลือกเฉพาะราคาเท่านั้น และผู้เสนอราคาต่ำที่สุดจะได้รับการคัดเลือก

จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ ในการจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์นั้นอยู่ที่การนำการประมูล ย้อนกลับแบบเรียลไทม์ (Real Time) และการรวบรวมความต้องการ (Demand Aggregation) มาใช้กับสินค้าที่มีการกำหนดมาตรฐานได้ชัดเจน ซึ่งทำให้หน่วยงานรัฐสามารถจัดซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงจากการเพิ่มอำนาจต่อรอง และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดจ้าง คือ ลดรอบเวลา (Cycle Time) ลดการทำงานเอกสาร (Paper Work) และการลดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง ที่สำคัญที่สุดคือ จะช่วยประหยัดงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างให้แก่หน่วยงานรัฐ

ปัจจัยในความสำเร็จ คือ การบริการจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะเดียวกันกับ Buyers.gov จะประสบความสำเร็จได้ คือ

- ซัพพลายเออร์มีความพร้อม โดยซัพพลายเออร์จะต้องมีแค็ตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ (E-Catalogue) ของสินค้าที่ตนจำหน่ายอยู่ในรูปแบบตามมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งสามารถเชื่อมต่อกับระบบของ Buyers.gov

- สินค้าต้องมีมาตรฐาน (Standardization) มาตรฐานของสินค้าจะทำให้ผู้ซื้อและซัพพลายเออร์มีความเข้าใจถึงลักษณะและคุณภาพของสินค้าที่ตรงกัน
- มีกฎระเบียบข้อบังคับที่เอื้ออำนวย การจัดซื้อจัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องไม่เป็นอุปสรรค เช่น ต้องมีกฎหมายที่รองรับการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และมีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการจัดซื้อจัดจ้างในรูปแบบต่างๆ เช่น การประมูลแบบย้อนกลับ และการรวบรวมผู้ซื้อ เป็นต้น