

บทที่ 5 การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การปฏิวัติการทางคอมพิวเตอร์ที่มีมาตลอดนี้มีอยู่มากมาย เช่น การโฆษณาโดยใช้สื่อมวลชน การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การใช้หน่วยงานขาย เป็นต้น ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่ยังมีความสำคัญแต่ธุรกิจใหม่มีข้อดีข้อด้อยที่ต่างกันออกไปนี้คือ

1. บริษัททำเป็นต้องใช้งบประมาณมากในการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนซึ่งจะทำให้ไม่เพียงพอที่จะบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบรายต่อรายหรือไม่ ?
2. บริษัทยังจำเป็นต้องใช้พนักงานขายจำนวนมากเหมือนก่อนการนำสารสนเทศมาใช้หรือไม่ ?
3. บริษัทควรลดค่าใช้จ่ายจำนวนมากที่ใช้ในการส่งเสริมการขายโดยเปลี่ยนมาเป็นทางตั้งราคาต่ำแทนหรือไม่ ?

แรงขับเคลื่อนที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบใหม่

แรงขับเคลื่อนที่สำคัญมาทางสำคัญในการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก ประกอบด้วย เทคโนโลยี กระแสโลกาภิวัตน์ และการลดข้อจำกัดทางการค้า แรงขับเคลื่อน 4 ประการนี้จะช่วยสร้างรากฐานให้เศรษฐกิจแบบใหม่มีความแข็งแกร่งมากขึ้น มีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบการติดต่อสื่อสารด้วยสัญญาณดิจิตอลและระบบการเชื่อมต่อ

ตัวอย่างของการตลาดสำหรับเศรษฐกิจแบบใหม่

M-commerce (Mobile commerce) เป็นการค้าขายสินค้าและบริการผ่านอุปกรณ์ไร้สาย เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือคอมพิวเตอร์มือถือ (PDA : Personal Digital Assistant) เข้ามาช่วย ผู้ใช้สามารถใช้บริการ M-commerce ได้ในขณะเดินทาง เช่น ตรวจสอบราคาหุ้น สภาวะอากาศ ผลการแข่งขันทennis การส่งของขวัญอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์และชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต

เทคโนโลยีที่เป็นรากฐานของระบบ M-commerce คือ ระบบ Wireless Application Protocol (WAP) ซึ่งเป็นระบบที่มีแนวคิดในการรวมการสื่อสารโทรคมนาคมกับการสื่อสารข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบเดียวกัน

นอกจากนี้ยังมี Browser ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ออกแบบมาเพื่อใช้ค้นหาข้อมูลต่างๆในอินเทอร์เน็ตโดย M-commerce จะใช้ Browser แบบ Web-ready micro-browser ที่พัฒนามาจาก Web-enabled smart phone ซึ่งทำให้สามารถใช้อินเทอร์เน็ต E-mail และโทรศัพท์ที่อยู่ในระบบเดียวกันได้ ส่งผลให้ M-commerce ได้ขยับขยายมากขึ้นตามการขยายตัวของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ประเทศที่ใช้ระบบ M-commerce มากที่สุดคือ ประเทศแถบยุโรปและญี่ปุ่น ซึ่งผู้ประกอบการจะมุ่งความสำคัญที่กลุ่มผู้ใช้ M-commerce โดยตรงคือ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้บริหารที่ต้องเข้าถึงตลาดมวลชนธุรกิจหรืออุตสาหกรรม M-commerce มาใช้ได้แก่

1. สถาบันการเงิน รวมถึงธนาคารเคลื่อนที่และการซื้อขายหลักทรัพย์
2. ธุรกิจโทรคมนาคม
3. ธุรกิจบริการและการค้าปลีก
4. การบริการสารสนเทศ
5. การใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาตำแหน่งร้านค้า
6. การส่งข้อความจากทางโทรศัพท์

2. ระบบการเลิกใช้คนกลางและระบบการไร้คนกลางแบบใหม่

เทคโนโลยีใหม่ๆเป็นสิ่งซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในธุรกิจออนไลน์มากขึ้น โดยคาดว่า จะได้รับผลกำไรอย่างมหาศาล ธุรกิจออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จในยุคแรก เช่น AOL, Amazon, eBay เป็นต้น การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากภาษาดตลตผ่านระบบออนไลน์จึงทำให้ร้านค้าปลีกในปัจจุบันเริ่มมีติดกัังจนถึงขนาดของกิจการ เนื่องจากธุรกิจหลายประเภทเริ่มเข้าสู่ภาษาดตลตเพื่อมตงซึ่งเป็นระบบภาษาดตลตที่เลิกใช้คนกลาง

การใช้คนกลางแบบใหม่ เป็นการใช้คนกลางผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้จัดหา ภาษาดตลตทางอินเทอร์เน็ตให้กับธุรกิจและผู้บริโภค ตัวอย่างคนกลางในระบบนี้ มตตง ได้แก่ mySimon.com, thai2m.com

3. การเจาะจงเฉพาะกลุ่มลูกค้าและการมุ่งความสำคัญที่ลูกค้า

เศรษฐกิจแบบใหม่ให้ความสำคัญกับธุรกิจสารสนเทศ เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้าน ความสามารถสร้างความสะดวกสบายได้ง่าย ตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้าได้เน้นความสัมพันธ์กับส่วนบุคคลมีภาษาดตลตซึ่งรวดเร็ว

4. ระบบภาษาดตลตที่ต่างจากเดิมโดยเน้นความร่วมมือกันระหว่างอุตสาหกรรม

ปัจจุบันยังไม่มีภาษาดตลตกำหนดขอบเขตที่แน่นอนของแต่ละอุตสาหกรรม เช่นบริษัทผลิตยาซึ่งเคยเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทางเคมี แต่ปัจจุบันได้เพิ่มความหลากหลายทางด้านภาษาดตลตซึ่งเน้นจุดประสงค์เพื่อคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น สูตทยา เคื่องสำอาง เวชภัณฑ์ และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ บริษัทผู้ผลิตฟิล์ม เช่น โคต้า เคยเป็นบริษัทที่ผลิตเคมีภัณฑ์ แต่ปัจจุบันได้ขยายสายงาน ไปสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการสร้างฮาร์ดดิสก์

กรณีเหล่านี้เป็นภาษาดตลตเน้นย้ำให้บริษัทต่างๆมองเห็นโอกาสภาษาดตลตใหม่ๆซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ต่างจากเดิมโดยที่บริษัทต้องเรียนรู้ภาษาดตลตและคู่แข่งใหม่ไปพร้อมกันความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ รวมถึงภาษาดตลตวิธีภาษาดตลตดำเนินธุรกิจใหม่ๆในอุตสาหกรรมที่แตกต่างไปจากเดิมด้วย

การเปลี่ยนแปลงของภาษาดตลตปฏิบัติภาษาดตลตทางธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีและเศรษฐกิจจะทำให้เกิดแนวคิดและแนวทางในภาษาดตลตปฏิบัติภาษาดตลตทางธุรกิจ แนวความคิดทางธุรกิจที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบเก่าและแบบใหม่ สภาภาษาดตลต นำมาเปรียบเทียบให้เห็นถึงภาษาดตลตเปลี่ยนแปลงได้ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ระบบเศรษฐกิจแบบเก่า	ระบบเศรษฐกิจแบบใหม่
1. ภาษาดตลตของภาษาดตลตตามผลิตภัณฑ์	1. ภาษาดตลตของภาษาดตลตตามส่วนตลาด (ลูกค้า)
2. ภาษาดตลตมุ่งผลกำไรจากภาษาดตลตทำอุตสาหกรรม	2. ภาษาดตลตมุ่งที่ต้นทุนในส่วนวงจรชีวิตของลูกค้า
3. ภาษาดตลตมุ่งที่ภาษาดตลตประเมินผลด้านภาษาดตลตการเงิน	3. ภาษาดตลตมุ่งที่ภาษาดตลตประเมินผลด้านภาษาดตลตตลาด
4. ภาษาดตลตมุ่งที่ผู้ถือหุ้น	4. ภาษาดตลตมุ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียในผลประโยชน์ของประชาชน
5. แผนภาษาดตลตตลาดเป็นผู้รับผิดชอบงานด้านภาษาดตลตตลาด	5. งานด้านภาษาดตลตตลาดเป็นความรับผิดชอบของทุกคน
6. สหภาษาดตลตต่างสินค้าโดยใช้ภาษาดตลตภาษา	6. ภาษาดตลตสหภาษาดตลตต่างสินค้าโดยเน้นคุณภาพของสินค้า
7. มุ่งที่ภาษาดตลตแสวงหาลูกค้าใหม่	7. มุ่งที่ภาษาดตลตรักษาลูกค้าเดิม
8. ไม่มีภาษาดตลตวัดความพึงพอใจของลูกค้า	8. ภาษาดตลตวัดความพึงพอใจของลูกค้าและอัตราภาษาดตลตคงอยู่ของลูกค้าเดิม
9. ให้คำมั่นสัญญาที่เกินจริง โดยไม่สามารถส่งมอบความพึงพอใจนั้นได้	9. ให้คำมั่นสัญญาที่ที่เหมาะสม โดยสามารถส่งมอบความพึงพอใจที่เหนือกว่าคำมั่นสัญญานั้นได้
10. การใช้เครื่องมือทางภาษาดตลตแบบผสม	10. การใช้เครื่องมือทางภาษาดตลตแบบผสม

โลกยุคใหม่ที่มีกาชงแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทำให้การค้าและการดำเนินงานธุรกิจของโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปตาม
ด้วย หลายๆองค์การที่เกี่ยวข้องพยายามเปลี่ยนแปลงตัวเองให้ก้าวทันสู่ยุคของการค้ารูปแบบใหม่ดังกล่าวนี้ด้วย
เช่นเดียวกัน ซึ่งเราอาจเคยได้ยินคำศัพท์ใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่เสมอ หนึ่งในคำศัพท์ที่ได้ยินบ่อยๆก็คือ Electronics
Commerce หรือที่เรียกกันย่อๆว่า E-Commerceการค้าฉบับสูงงานกาชงตลตให้เข้ากับเศรษฐกิจแบบใหม่ : ธุรกิจ
อิเล็กทรอนิกส์

ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

E-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง รูปแบบการทำธุรกรรมซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยน สินค้า
หรือบริการต่างๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผ่านช่องทางทางการจำหน่ายด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ ซึ่ง
ผู้ซื้อและผู้ขายไม่จำเป็นต้องพบหน้ากันโดยตรงก็สามารถติดต่อซื้อขายสินค้าหรือบริการนั้นได้

ปัจจุบันเราพบเห็นรูปแบบการทำกาชงค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หลายลักษณะด้วยกัน เช่น ระบบ
โทรศัพท์บ้าน (เช่น บริการหมายเลข 1900 ขององค์การโทรศัพท์) ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ (มักเรียกบริการนี้ว่า
Mobile-Commerce หรือ M-Commerce มาจากคำว่า รวมถึงระบบกาชงซื้อขายแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั่นเอง ซึ่งในเนื้อหาในบทนี้จะพูดถึง E-commerce ที่ใช้ช่องทางของอินเทอร์เน็ตเป็น
เครือข่ายมือถือเท่านั้น



ช่องทางจำหน่ายอิเล็กทรอนิกส์

ระบบกาชงซื้อขายแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สำหรับประเทศไทย ภาครัฐบาลเองได้พยายามส่งเสริมให้เกิดกาชงต้นตวและสนับสนุนกาชงค้าแบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์มาอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs (Small and
Medium Enterprises) ที่สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศส่วนหนึ่ง มี
กาชงสนับสนุนให้เกิดกาชงสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ กาชงสร้างผลิตภัณฑ์สินค้ามา
ยได้ชื่อ
OTOP หรือหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยช่องทางกาชงจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนหนึ่ง
สิ่ง
ต่างๆเหล่านี้ถือว่าเป็นนิมิตหมายอันดีที่ผู้ประกอบการทั้งหลายสามารถขยายสินค้าได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

วิวัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

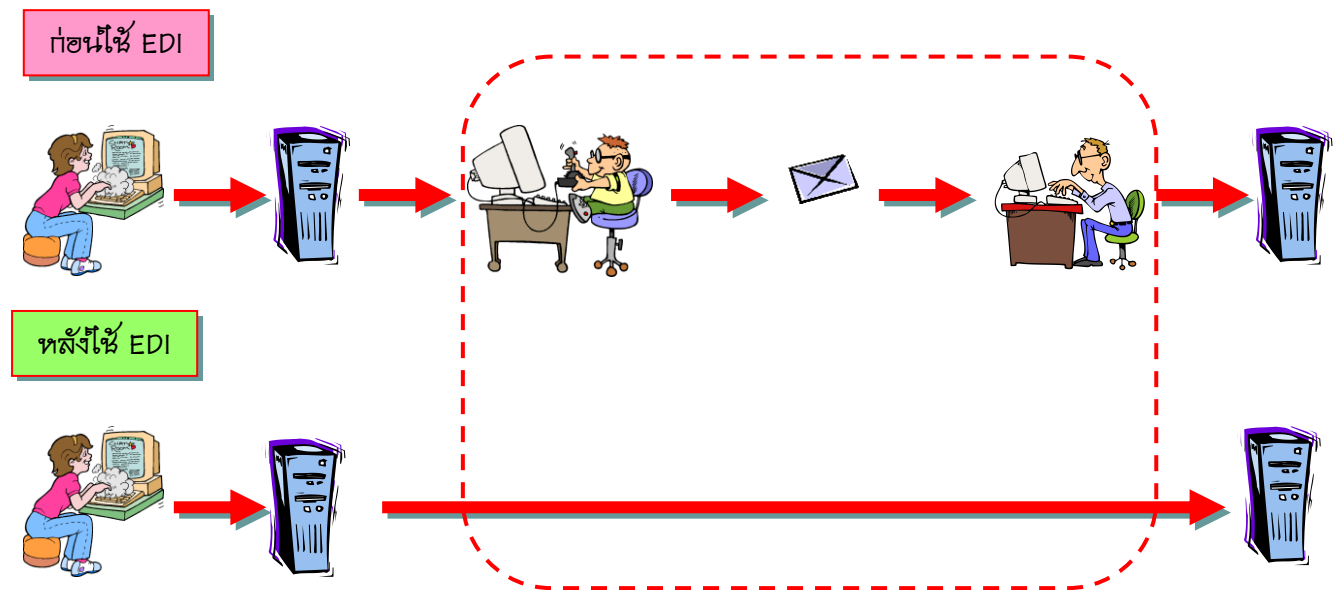
แนวคิดที่จะเอาคอมพิวเตอร์มาเชื่อมโยงกันเพื่อทำกาชงค้านั้นไม่ใช่ของใหม่ แต่เป็นสิ่งที่มีความนานแล้ว
ตั้งแต่สมัยหลายสิบปีก่อนที่เริ่มจะมีกาชงนำคอมพิวเตอร์มาใช้กันไม่ว่าในทางธุรกิจใหม่ๆ ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือใช้ใน
กาชงทำธุรกิจไม่ว่าจะเป็นใบสั่งซื้อ ใบส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ยอดสต็อกสินค้า และข้อมูลอีกหลายอย่างถูกจัดเก็บ
ไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์มานานแล้ว ตั้งแต่สมัยที่มีแค่เครื่องคอมพิวเตอร์ระดับเมนเฟรม แต่ถึงแม้องค์การธุรกิจในยุค
นั้น (ซึ่งมักจะเป็นบริษัทใหญ่) จึงจะมีเครื่องเมนเฟรมไว้) จัดเก็บข้อมูลกาชงค้าของตนเองได้ เมื่อต้องกาชงติดต่อกับ
หน่วยงานภายนอกบริษัทของตน ไม่ว่าจะเป็นกาชงขายของให้ลูกค้าหรือสั่งซื้อของจากซัพพลายเออร์ ก็ยังจำเป็นต้อง
หันมาพึ่งพาพึ่งกาชงดาชงอยู่ดี กล่าวคือ ต้องพิมพ์เอกสารข้อมูลในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใส่อยู่ในซองมาเป็น
หลักฐานบนกระดาษเสียก่อน ฉะนั้นจึงจะจัดส่งตัวพนักงานรับส่งเอกสาร ส่งไปรษณีย์ หรือใช้วิธีแฟกซ์ไปให้ลูกค้า

อีกฝ่ายหนึ่ง เมื่อฝ่ายผู้ค้าได้รับเอกสารมาเป็นกระดาษก็จะต้องมานั่งคีย์ข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของตัวเองซ้ำอีก
รอบหนึ่ง ซึ่งทำให้เสียเวลาในกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างมากพอสมควร

ยุคการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI)

หากความล่าช้าและซับซ้อนข้างต้น ยังได้มีแนวคิดที่จะให้คอมพิวเตอร์ของลูกค้าทั้งสองฝ่ายแลกเปลี่ยน
เอกสารกันทางอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยตรง คือ คอมพิวเตอร์ของอีกฝ่ายหนึ่งจัดส่งเอกสารต่างๆ ที่
เคยต้องพิมพ์ลง
กระดาษนั้นไปให้คอมพิวเตอร์ของอีกฝ่ายหนึ่งในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยฝ่ายระบบเครือข่ายหรือเน็ตเวิร์คแบบที่
จัดส่งข้างขึ้นโดยเฉพาะ (สมัยนั้นอินเทอร์เน็ตยังไม่แพร่หลายเท่าทุกวันนี้) หรือส่งผ่านสายโทรศัพท์ ซึ่งช่วยเพิ่ม
ความเร็วในการทำงานได้มาก แต่ปัญหาที่ตามมาก็มีเช่นเดียวกันคือ ไม่มีเอกสารที่อยู่บนกระดาษเป็นหลักฐานให้
เช่นนี้ถือกำเนิดเหมือนแต่ก่อน นอกจากนี้ระบบหรือโปรแกรมที่จะจัดการกับข้อมูลของแต่ละฝ่ายก็มักจะเป็นโปรแกรมคน
ละอย่างที่ไม่สามารถใช้ด้วยกันได้

ทางแก้ของปัญหาทั้งสองนั้น ในปีพ.ศ. ๒๕๒๖ ได้มีการเข้าหารือเพื่อหาข้อสรุปและส่งเสริมให้มีการ
เข้าหารือกันคือฝ่ายที่เป็นผู้ค้านั้นเอง ไม่ใช่บุคคลอื่น ซึ่งจะทำให้ลดข้อผิดพลาดอันเนื่องมาจากการ
ปกรรมา (วิธีเข้าหารือเฉพาะที่ว่่านี้ ได้มีการวางมาตรฐานในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน นี้ให้เป็นลักษณะที่
เรียกว่า ระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ระบบ EDI (Electronic Data Interchange) ขึ้นมา
นั่นเอง



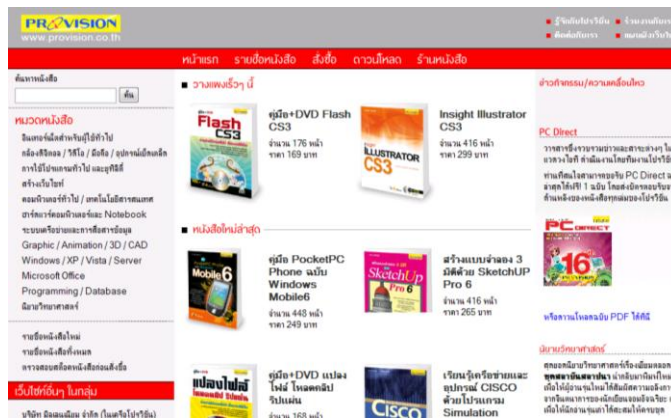
การนำเอาระบบ EDI มาใช้

อย่างไรก็ตามการนำระบบ EDI มาใช้นั้น ยังได้รับความนิยมน้อยกว่า เพราะมีค่าใช้จ่ายในการวางระบบ
และดำเนินงานสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการที่จะให้คอมพิวเตอร์ของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องสามารถรับส่งข้อมูลกัน
ได้อย่างราบรื่น ยังมีฝ่ายที่เกี่ยวข้องมากขึ้นเท่าไร ความยุ่งยากซับซ้อนก็มากขึ้นเท่านั้น ทำให้มีใช้กันเฉพาะ
ในวงการค้าอุตสาหกรรมหรือ อุตสาหกรรมเฉพาะทางที่มีผู้เกี่ยวข้องเพียงไม่กี่ฝ่ายเท่านั้น เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ การ
จัดส่งสินค้าและนำเข้า/ส่งออกผ่านพิธีศุลกากร การเงินและการธนาคาร เป็นต้น

อุปทานอิเล็กทรอนิกส์เชิงพาณิชย์

เมื่อยุคของอินเทอร์เน็ตที่แพร่ขยายอย่างรวดเร็ว แนวคิดที่ใหม่ซึ่งการแลกเปลี่ยน ยินยอม เพื่อการค้าระหว่าง คอมพิวเตอร์ของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยตรงนั้นก็เกิดขึ้น โดยแทนที่จะเป็นเพียงของธุรกิจขนาดใหญ่อย่างการพาณิชย์ ระบบ EDI นั้น ก็กลายมาเป็นการซื้อขายในระดับของผู้บริโภคทั่วไปโดยตรง โครมมีคอมพิวเตอร์ใช้และต่อกับ อินเทอร์เน็ตได้ก็สามารถ เข้าไปมีส่วนร่วมกับกระบวนการค้าอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้โดยทันที ไม่ต้องมีขั้นตอนยุ่งยากใน การประสานงานกันระหว่างแต่ละฝ่ายเหมือนแต่ก่อน

สาเหตุหนึ่งที่ทำให้การค้าอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ตเป็นไปได้ง่ายกว่าระบบ EDI ในอดีต ก็เพราะการ เปลี่ยนแปลงทางด้านซอฟต์แวร์ ซึ่งผู้ใช้ทำงานนั่นเอง โปรแกรมสำหรับเรียกดูข้อมูลหรือ browser (เช่น Internet Explorer) สามารถทำงานได้ค่อนข้างหลากหลายและได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการรับส่งจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมลก็เป็นพื้นฐานของคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว โครงสร้างพื้นฐาน หรือ infrastructure ที่ จำเป็นสำหรับการทำงานแบบเดียวกันนี้ EDI ในสมัยก่อน กลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถหามาใช้และทำความเข้าใจ ได้ได้ง่ายมากขึ้น ผู้ขายเพียงแค่ตั้งเครื่องสำหรับให้บริการข้อมูลสินค้า และรับคำสั่งซื้อพร้อมกับการชำระเงินใน รูปของ เว็บไซต์ (web site) ก็ดำเนินการค้าได้ ซึ่งค่าใช้จ่ายที่ถูกลงมากเมื่อเทียบกับแต่ก่อน



กล่าวโดยสรุปแล้ว เทคโนโลยีทางด้านซอฟต์แวร์และอินเทอร์เน็ตได้ทำให้การค้าอิเล็กทรอนิกส์กลายเป็น Mass คือแพร่หลายมากมาจนทั่วทุกภาค ทำให้ต้นทุนต่างๆที่ต่ำ เน้นการค้าที่เริ่มแต่เดิมมีอยู่สูงมากกลับลดลงตามไป ด้วย

รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โดยทั่วไปการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พบเห็นในปัจจุบัน สามารถแบ่งตามความสัมพันธ์ทางการค้า (Market relationship) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าหรือบริการ ได้ 3 รูปแบบดังนี้

แบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B: Business-to-Business)

มักเรียกย่อๆว่าแบบ B2B เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ดำเนินการธุรกิจด้วยกันเอง เข้ามาทำการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการร่วมกัน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รูปแบบนี้มักพบเห็นในการตกลงซื้อขายสินค้าและบริการในปริมาณมากและมีราคาซื้อขายที่สูงพอสมควร และจะพบเห็นได้ในรูปแบบของตลาดกลางทาง การค้าด้านธุรกิจจำนวนมากจะเข้ามาพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้ารวมถึงบริการต่างๆด้วยกันผ่านช่องทางที่เปิดให้บริการ ที่เป็นเสมือน HUB หรือศูนย์กลางเพื่อทำการตกลงซื้อขายสินค้ากัน ตัวอย่างของผู้ดำเนินการธุรกิจแบบนี้เช่น www.pantavanij.com, www.tradepointthailand.com, www.worldbidthailand.com เป็นต้น

แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C: Consumer-to-Consumer)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทพาณิชย์แบบ C2C มีกิจกรรมการดำเนินงานที่เน้นการติดต่อซื้อขายสินค้าหรือบริการเฉพาะผู้บริโภคคนสุดท้ายมากกว่าแบบ B2B ที่เน้นสำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่แต่เพียงอย่างเดียว โดยขณะนี้ผู้บริโภคและผู้ขายสินค้าจำนวนมากจะเข้ามาเพื่อทำการติดต่อแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มักพบเห็นในการซื้อขายสินค้าประเภทมือสอง หรือสินค้าแบบประมูล โดยการฝากข้อความไว้ตามกระดานข่าวหรือเปิดประกาศเพื่อประมูลซื้อขายสินค้านั้นๆได้ทันที ตัวอย่างธุรกิจประเภทนี้ เช่น www.ebay.com, www.pramool.com, www.thaisecondhand.com เป็นต้น

แบบธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C: Business-to-Consumer)

เป็นรูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พบเห็นมากที่สุดในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นส่วนกลางจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคจำนวนมากเพื่อให้เข้าถึงได้โดยตรงและไม่ต้องผ่านคนกลางเหมือนสมัยก่อน ทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆลดลงตามไปด้วย กิจกรรมการซื้อขายจะเกิดขึ้นโดยร้านค้าหรือบริษัทจะเปิดเว็บไซต์ที่มีรูปแบบร้านค้าเสมือนจริง (Virtual store-front) เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อได้ด้วยตนเองเสมือนว่าได้เดินเข้ามาในร้านค้าจริงๆ รูปแบบของเว็บไซต์จะแสดงรายการสินค้าให้ลูกค้าเลือก พร้อมทั้งอธิบายข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและรูปแบบการประกอบต่างๆที่มีให้อย่างละเอียดสรรพ หากลูกค้าต้องการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าก็สามารถทำได้ทันที สินค้าและบริการที่อาศัยช่องทางประเภทนี้ เช่น การขายที่พิมพ์ตรงกรม การขายตั๋วเครื่องบินโดยสาย การซื้อขายสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้า หนังสือ ซอฟต์แวร์ หรือสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เป็นต้น ตัวอย่างของเว็บไซต์เหล่านี้เช่น www.provision.co.th, www.amazon.com, www.misslily.com เป็นต้น

รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่อีกตัวอย่างข้างต้น เป็นเพียงรูปแบบที่พบเห็นกันในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจเท่านั้น เราอาจเห็นรูปแบบกิจกรรมการให้บริการอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานด้านธุรกิจได้ เช่น การให้บริการของภาครัฐหรือที่เรียกว่า รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government) ซึ่งเป็นบริการของบริการของภาครัฐที่มุ่งนำเสนอข้อมูลให้กับประชาชน รวมถึงการแสวงหารายได้บางประเภทผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ให้กับภาครัฐบาล ตลอดจนใช้เป็นแหล่งข้อมูลกลางสำหรับบริการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยตนเอง ซึ่งมีพบเห็นได้โดยทั่วไป เช่น บริการภาษีของกรมสรรพากร โดยผู้มีหน้าที่เสียภาษีไม่ต้องไปนั่งรอขอข้อมูลและชำระเงินที่สำนักงานสรรพากร ก็สามารถชำระผ่านเว็บไซต์ที่บ้านหรือที่ทำงานได้ หรือบริการข้อมูลของกรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย ที่ได้จัดทำตั้งเว็บไซต์ khonthai.com เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและให้บริการประชาชนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ระบบประตูสู่การบริการภาครัฐหรือ TGW (Thailand gateway) ที่ประชาชนสามารถเข้าไปขอใช้บริการต่างๆ เช่น ตรวจสอบข้อมูลหรือคัดรับของเอกสารทางราชการ เป็นต้น

ขั้นตอนการตั้งค่าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ขั้นตอนการตั้งค่าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่หลากหลายขั้นตอนมาก ซึ่งไม่ได้มีแค่ขั้นตอนซึ่งซื้อขายหรือชำระเงินเพียงเท่านั้น หากแต่รวมถึงกิจกรรมก่อนหน้าและหลังจากนั้นด้วย ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

1 ออกแบบและจัดทำเว็บไซต์



Submission to Search engines

2 โฆษณาและเผยแพร่ข้อมูล

Submit to the following search engines: (required)

Site owner's e-mail: (required)

Goo
 MSN
 AllTH

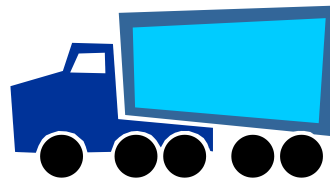
3 ทำรายการซื้อขาย



5 บริการหลังการขาย



4 ส่งมอบสินค้า



กระบวนการการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์

ขั้นตอนนี้เป็นด้านแรกในกระบวนการทั้งหมดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บางบริษัทอาจต้องอาศัยเทคโนโลยีในการสร้างเว็บไซต์ให้ทันสมัย เพื่อดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาเยี่ยมชมและซื้อสินค้าที่ตรงใจได้ โดยให้ทีมงานในบริษัทพัฒนาขึ้นมาเองหรือติดต่อขอใช้บริการของบริษัทที่รับออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ได้โดยตรง ซึ่งมีข้อแนะนำสำหรับ การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ดังนี้

ออกแบบด้วยรูปแบบที่สวยงาม น่าสนใจ

การออกแบบรูปแบบของเว็บไซต์ที่สวยงาม มีรูปภาพประกอบและสีสันต่างๆที่ดึงดูดใจ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและอยากเข้ามาเยี่ยมชมและซื้อสินค้านั้นได้ง่ายกว่า การออกแบบนี้อาจรวมไปถึงการใส่ข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นเชิงมีสติมีเดียง เช่น วัตถุประสงค์ โฆษณา ภาพเคลื่อนไหวต่างๆเข้าไปด้วย แต่ทั้งนี้ต้องไม่มากเกินไปจนทำให้การเรียกดูเว็บไซต์นั้นช้าเกินไปจนทำให้ลูกค้าไม่สนใจแล้วผู้เข้าชมอาจเปลี่ยนใจย้ายไปดูเว็บไซต์อื่นได้ เนื่องจากการใส่ข้อมูลที่มากเกินไปไม่สะดวก และไม่น่าสนใจพอที่จะเสียเวลาขุดคุ้ยโอกาสที่จะทำให้เว็บไซต์เป็นที่ยอมรับและขายสินค้าในนั้นได้ก็พลอยชะงักลงตามไปด้วย

ออกแบบขั้นตอนวิธีที่ง่ายและสะดวก

การออกแบบ “วิธีใช้งาน” หรือ “ขั้นตอน” ที่ดี ทำให้ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายและรวดเร็วขึ้นเพราะจะทำให้ทราบได้ว่าในทางเลือกขงหน้าเว็บเพจที่ตรงตามนั้น ควรจะเลือกไปในทางไหน ในทางตรงข้ามหากการออกแบบเว็บทำให้ผู้ใช้หลงทิศทางและไม่รู้ว่าทำอะไรต่อไป นับเป็นข้อบกพร่องที่ไม่ควรทำอย่างยิ่ง

บางเว็บอาจมีภาพจัดวางส่วนของรูปแบบ navigator (ส่วนที่เป็นเสมือนตัวช่วยนำทาง เช่น เมนู หรือปุ่มเดินหน้าหรือย้อนกลับ เป็นต้น) เพื่อให้ลูกค้าใช้งานได้ง่ายขึ้น เมื่อต้องการกระโดดหรือย้อนกลับไปที่ใดก็ตามทำได้โดยง่าย นอกจากนี้หากเป็นเว็บไซท์ใหญ่ๆ มักจะทำระบบที่เรียกว่าแผนผังไซท์ (site map) เพื่อให้ลูกค้าทราบได้ว่าเนื้อหาหรือเว็บไซท์ทั้งหมดนั้นมีส่วนใดบ้างที่ลูกค้าจะสามารถเข้าไปเยี่ยมชมได้

การออกแบบขั้นตอนวิธีนี้ อาจรวมถึงไปถึงการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาหรือข้อมูลสินค้าภายในเว็บไซท์ด้วย หากแบ่งไว้เป็นอย่างดีแล้ว ก็จะช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงได้โดยง่าย บางเว็บอาจทำระบบเสริมเพื่อเรียกดูข้อมูลที่จำเป็น เช่น การทำดัชนี (index) หรือสร้างระบบช่วยค้นหาข้อมูลเฉพาะภายในเว็บไซท์ของตัวเอง

บางเว็บไซท์ที่มีตัวอย่างรูปภาพประกอบสินค้ามาๆ อาจใช้ภาพขนาดเล็กที่เรียกว่า Thumbnail (แปลตรงๆ ได้ว่ารูปขนาดเล็ก “แปะนิ้วโป้ง”) ไซท์นั้นไว้เป็นตัวอย่าง ก่อนที่จะคลิกดูเป็นภาพขนาดใหญ่ ซึ่งช่วยให้การดึงข้อมูลมาแสดงผลทำให้เร็วมากขึ้น

ออกแบบให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน

เว็บไซท์ที่ดีนั้น ควรจะมีการเปลี่ยนแปลงให้มีอะไรใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งจะทำให้เว็บไซท์ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งไซท์ที่เน้นการค้าขาย) มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เหมือนกับนิยายศาสตร์ที่มักจะมีภาพ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงของเว็บไซท์ ไม่ได้หมายความว่าต้องจะต้องเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาโดยรวมทั้งหมดเพื่อให้ทันสมัย แต่หากหมายถึงการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่จะดึงดูดให้ผู้ใช้เข้ามาเยี่ยมชม ซึ่งโดยปกติก็คือการทำให้หน้าแรกหรือ “โฮมเพจ” (เทียบได้กับหน้าปกของ นิยายศาสตร์) เปลี่ยนแปลงและทันสมัยอยู่เสมอของตนเอง นอกจากนี้ยังอาจมีการบอกกล่าวว่ามีอะไรใหม่ในเว็บไซท์นี้ด้วย

ออกแบบตัวการสร้างความแตกต่าง

“เสน่ห์” หรือความน่าสนใจของแต่ละเว็บไซท์เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ลูกค้าเลือกหรือตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของเว็บนั้นๆ ซึ่งต้องพยายามออกแบบเว็บไซท์ให้มีความแตกต่างและน่าสนใจกว่าคนอื่น ๆ เช่น

- เว็บไซท์ขายหนังสือ โดยหลักการแล้วต้องมีค่าบชขายกับรูปปกไว้ให้ลูกค้าดูอยู่แล้ว แต่หากสร้างให้แตกต่างจากคนอื่น เช่น ปกหน้าของ amazon.com จะมีส่วนที่เป็นคำวิจารณ์หรือ review หนังสือนั้นจากผู้อ่านคนอื่น รวมถึงสร้างระบบค้นหาหนังสือที่ใกล้เคียงกับเรื่องนั้นมาให้ลูกค้าดูด้วย ก็สร้างความน่าสนใจหรือ “เสน่ห์” ให้กับเว็บไซท์ได้ไม่น้อย
- เว็บไซท์ที่ขายรถยนต์ นอกจากจะมีสเปคของรถและรูปลักษณะมาไว้ในภายนอกให้ดูแล้ว การสร้างภาพเคลื่อนไหวโดยการใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้างภาพเหมือนแบบสามมิติในการเลือกสีและรุ่นของรถให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบกันได้นั้นก็สร้างความสนใจได้ไม่น้อยทีเดียว
- เว็บไซท์ขายคอมพิวเตอร์ อาจมีขั้นตอนที่แนะนำให้ผู้ซื้อค่อยๆ เลือกสินค้ากับความต้องการของตนเองเข้าไปก่อนที่ละขั้น เริ่มจากภาพเลือกดูหลักๆ เช่น จะเป็นคอมพิวเตอร์ประเภทไหนบ้างหรือเครื่องตั้งโต๊ะหรือโน้ตบุ๊กหรือเครื่องพกพาแล้วค่อยๆ เข้าไปเลือกว่าจะเอารุ่นใหญ่หรือรุ่นเล็ก อยาพใหญ่หรือเล็ก ซีพียูอะไร หน่วยความจำ และฮาร์ดดิสก์ขนาดเท่าไร และต้องการอุปกรณ์เสริมอะไรบ้าง ฯลฯ จนได้ออกมาเป็นสเปคของเครื่อง เหมือนกับกำลังดูตัวเลือกประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์เอง

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล

ขั้นตอนนี้เป็นสิ่งที่ทำกันแพร่หลายโดยทั่วไปผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาเยี่ยมชมและเรียกค้นหาข้อมูลเพื่อซื้อสินค้าที่ต้องการ ซึ่งอาจต้องอาศัยเทคนิคต่างๆ เช่น

ลงประกาศตามกระดานข่าว

กระดานข่าวหรือ web board เป็นลักษณะของโปรแกรมบนเว็บชนิดหนึ่งที่มีผู้ใช้เข้ามาเพื่อใช้เป็นแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อวิจารณ์ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ซึ่งจะมีผู้คนเข้ามาแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนกันอยู่เสมอ

เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อเน้นขายให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม อาจใช้เทคนิคการลงประกาศไว้ตามกระดานข่าวแบบนี้ได้ ซึ่งในบางกรณีก็สามารถทำได้ฟรี ทำให้แทบไม่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในกาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เว็บไซต์เลย หรือหากมีค่าเช่ารายเดือนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

การลงประกาศที่นิยมกันเป็นส่วนมากจะอาศัยการพิมพ์ข้อความ (text) ที่บอกถึงคุณสมบัติหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการอย่างคร่าวๆรวมทั้งแจ้งตำแหน่ง URL ของเว็บไซต์ด้วย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาเยี่ยมชมได้โดยง่าย หรือให้ผู้บริการบางรายยินยอมให้เผยแพร่รูปภาพตัวอย่างได้ด้วย

จัดทำป้ายโฆษณาออนไลน์

วิธีลงประกาศตามกระดานข่าว มีข้อเสียตรงที่เป็นแค่เพียงตัวอักษรข้อความสั้นๆ หากประกาศหลายบรรทัดหรือข้อความยาวเกินไปอาจทำให้ลูกค้าไม่อ่านข้อความนั้นเลย การใส่รูปภาพซึ่งประกอบความหมายและอธิบายแนวคิดของตัวสินค้ามาใช้แทน จึงอาจดูน่าสนใจกว่า ดังนั้นป้ายโฆษณาออนไลน์หรือ banner จึงนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เราอาจพบเห็นป้ายเหล่านี้ได้หลายขนาด เช่น แบบยาวที่ติดตั้งไว้ส่วนบนและส่วนล่างของหน้าเว็บเพจ หรือแบบสี่เหลี่ยมที่ติดตั้งไว้ส่วนกลางหรือด้านข้างของตัวเว็บไซต์ เป็นต้น

ป้ายโฆษณาอาจมีทั้งข้อความโฆษณาอย่างสั้นๆ รวมถึงรูปภาพหลายๆภาพนำมาเรียงซ้อนต่อเนื่องกันให้เกิดภาพเคลื่อนไหว และอาจเพิ่มสีสันและดึงดูดความสนใจมากยิ่งขึ้นด้วยเทคนิคแปลกๆเหมือนกับการสร้างป้ายโฆษณาจริงๆ เช่น มีไฟล์ส้อมกดและกระพริบเพื่อให้ดูน่าสนใจ หรือใช้สีที่ตัดเด่น เป็นต้น

การโฆษณาเว็บไซต์ด้วยวิธีนี้ อาจมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการลงโฆษณาผ่านกระดานข่าว เนื่องจากต้องไปขอติดตั้งป้ายโฆษณาที่กลุ่มเว็บเป้าหมายนั้นเสียก่อน ซึ่งโดยปกติมักจะต้องเสียค่าธรรมเนียมน้อย

โฆษณาผ่านอีเมล

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล เป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก วิธีนี้จะเป็นการส่งอีเมลในรูปแบบที่คล้ายกับแผ่นพับหรือโบชัวร์ เพื่อให้เข้าถึงข่าวสารให้กับผู้สนใจได้ทราบและเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์เพื่อซื้อสินค้าในภายหลัง ผู้ซื้อสินค้าจะรวบรวมเอารายชื่ออีเมลของลูกค้าจำนวนมาก และส่งอีเมลที่ประกอบด้วยภาพและข้อมูลสินค้าต่างๆ ออกไปให้ลูกค้าเปิดอ่านได้ รวมถึงมีลิงค์ในอีเมลนั้นให้คลิกเปิดเข้ามาที่เว็บไซต์ของผู้ขายได้ทันที

รายชื่ออีเมลที่นำมาใช้นี้ บางบริษัทอาจได้จากกาลงทะเบียนของกลุ่มสมาชิก หรือเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าโดยตรง เช่น เมื่อลูกค้าไปสมัครเว็บไซต์หรือสมัครใช้บริการบางอย่างของเว็บไซต์นั้นเสียก่อน เป็นต้นว่า ครอบครองเที่ยว ดูหนัง หรือไปช้อปปิ้งที่ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ต่างๆเหล่านี้ก็จะถูกรวบรวมไว้เป็นหลักฐานข้อมูลลูกค้าแยกตามกลุ่มเป้าหมายและนำไปใช้สำหรับกิจกรรมทางกาตลาดบางอย่างได้

ถึงแม้ว่าวิธีนี้จะสามารถโฆษณาเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากและเลือกกลุ่มเป้าหมายได้เอง แต่ก็มีข้อเสียที่พบในเชิงลบหากเป็นอีเมลโฆษณาสินค้าที่มีความถี่บ่อยเกินไป อาจทำให้ลูกค้าเกิดความรำคาญและไม่สนใจซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจเลยก็เป็นได้

เผยแพร่ผ่านสื่ออื่นๆ

การโฆษณาด้วยวิธีนี้ เป็นวิธีที่ใช้ง่ายมาอย่างยาวนานและให้ผลดีเช่นเดียวกัน พบเห็นได้กับการเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์หรือ สื่ออื่นๆ เช่น หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งชุดโดยสาขาสื่อมวลชน เป็นต้น การสร้างสื่อจะมีต้นทุนต่ำเป็นอันมากโดยการใช้ภาพ เสียง หรือข้อความที่มีคุณภาพสูง

ทำให้เกิดความต้องการการซื้อสินค้าหรือบริการ วิธีนี้อาจมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าแบบอื่น ๆ เช่น การเดินทางหรือไปรษณีย์

ลงทะเลเบียนกับผู้ใช้บริการค้นหาข้อมูล

ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการค้นหาข้อมูล (search engine) เกิดขึ้นอย่างมากมายทั้งของไทยและต่างประเทศ เช่น Google, Yahoo, Lycos, Astalavista, Sanook หรือ Huna ซึ่งเป็นการค้นหาข้อมูลเว็บไซต์โดยใส่คำค้นหาที่ต้องการ (keyword) ระบบจะไปค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์เหล่านั้นที่ตรงกับคำค้นหานั้นได้โดยอัตโนมัติ

การลงทะเลเบียนเพื่อโฆษณาเว็บไซต์

ด้านค่าโฆษณาต่อคลิกหรือการเข้าชมเว็บไซต์ที่ดำเนินการทำให้แบบเสิร์ชเอนจินและสามารถลงทะเลเบียนกับผู้ใช้บริการค้นหาข้อมูลได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าแบบอื่น ๆ หรือจะแจ้งไปยังผู้ใช้บริการค้นหาข้อมูลนั้นได้โดยตรง ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละแห่งนั้นมีบริการที่ฟรีหรือต้องเสียเงินหรือไม่

ขั้นตอนที่ 3 : การชำระเงินค่าสินค้า

ขั้นตอนนี้นับเป็นหัวใจสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่ดีเยี่ยม เพราะเป็นจุดที่ผู้บริโภคเป็นตัวเงินได้ว่าจะจ่ายได้เท่าไร ผลลัพธ์ที่ได้นั้นคือคำสั่งซื้อหรือ order ซึ่งมีหน้าตาของแบบฟอร์มบนจอให้กรอกข้อมูล ชะแตกต่างกันไปแล้วแต่วิธีการออกแบบของแต่ละแห่ง (หากผ่านกระบวนการชำระเงินแล้ว เช่น การชำระเงินบัตรเครดิตหรือโอนเงินไปรษณีย์บางส่วน) ขั้นตอนนี้ที่อาจเพียงแต่เป็นการยืนยันหรือ confirm การสั่งซื้อ รวมถึงระบุว่าจะซื้อในนามใคร และขอให้จัดส่งอย่างไรเท่านั้น

เว็บไซต์บางแห่งจะมีระบบที่เรียกว่ารถเข็นสินค้า (shopping cart) จัดไว้ให้ลูกค้าใส่ของที่ต้องการ เมื่อคลิกที่สินค้าในรถเข็นก็คลิกปุ่ม Add to shopping cart เพื่อขึ้นใส่รถเข็นไปเรื่อยๆจนกว่าจะเลิกซื้อไปก็คลิกยืนยันรายการของที่ซื้อและชำระเงินเพื่อออกจากระบบ คล้ายๆกับกรณีของการเข้าไปเลือกซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต เมื่อเลือกและหยิบใส่รถเข็นจนพอใจแล้วจึงชำระเงินตามทางออก เป็นต้น

การชำระเงินในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ วิธีที่นิยมมากที่สุดขณะนี้ คือการชำระเงินบัตรเครดิต โดยการชำระเงินของบัตรเครดิตทั้งหมดอายุบัตรเครดิต หมายเลขบัตรเครดิต รวมถึงบัตรชำนวนที่อยู่ที่ด้านหลังของบัตรแบบฟอร์มที่เตรียมไว้ให้

กรณีนี้อาจทำให้ผู้ใช้จำนวนไม่น้อยเกิดความไม่เชื่อใจผู้ขายบางรายได้ว่าจะเอาข้อมูลต่างๆเหล่านี้ไปใช้ทำเงินในรายการอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับ (ซึ่งก็บังเอิญว่ามีผู้ใช้ที่ไม่สุจริตบางรายทำอย่างนี้ นานๆครั้งก็เป็นคดีกันมาแล้ว) ฝ่ายผู้ขายเองก็รู้สึกไม่มั่นใจเช่นเดียวกับที่ผู้ใช้ไม่ใส่ข้อมูลบัตรเครดิตจริง แต่เป็นคนที่แอบเอาบัตรเครดิตคนอื่นมาใช้หรือถึงแม้เป็นของตัวเอง แต่เมื่อได้ส่งของไปแล้ว เมื่อคนมาขอคืนเงินเพื่อขอเงินคืนจากผู้ขายก็ลำบากเพราะผู้ขายไม่

ดังนั้นเพื่อให้เกิดระบบที่เชื่อถือได้และมั่นคงร่วมกันทั้งสองฝ่าย อาจต้องอาศัยการเข้ารหัสที่ปลอดภัยแบบลับคีย์หลายชั้น เพื่อที่ข้อมูลที่ได้รับส่งกันนั้นขั้นตอนนี้มีความปลอดภัยและเชื่อถือได้จากทั้งสองฝ่าย กล่าวคือจะมีวัตถุประสงค์หลักๆดังนี้

- วัตถุประสงค์แรก คือการป้องกันการดักหรือลักลอบอ่านข้อมูลที่ได้รับส่งนี้โดยไม่ได้ขออนุญาต ผู้ซื้อและผู้ขายก็ได้ขออนุญาตเพียงเท่านั้น จึงจะทำการติดต่อกันได้
- เชื่อถือได้ ถึงแม้ว่าการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายนี้ ในระหว่างทางจะมีคนพยายามอ่านข้อมูลต่างๆ ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยเพิ่มเติมแก่ข้อมูลนั้นไปจากเดิมได้ หากมีการแก้ไขข้อมูลใดๆ

โปรแกรมที่รับข้อมูลก็จะหาทราบได้ทันที เพราะผู้ที่ไม่สนใจข้อมูลนั้นจะไม่ส่งมาจดเข้ารหัสใหม่ให้เหมือนตัวเอง

- วิสัยทัศน์ทางวิศวกรรมของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ข้อมูลที่ได้จากทางเข้ารหัสนั้นจะเป็นตัวยืนยันว่าผู้ซื้อหรือผู้ขายเป็นผู้ทำทางเข้ารหัสและส่งเอกสารนั้นออกมาจริงๆ โดยจะตรวจสอบว่าเข้ารหัสมาถูกต้องตามแบบ หรือรหัสเฉพาะตัวที่ผู้ซื้อหรือผู้ขายขายนั้นๆ ผู้ซื้อหรือผู้ขายโดยเฉพาะเพียงผู้เดียวหรือไม่มี ถ้าถูกต้องก็แสดงว่าเป็นข้อมูลที่มาจากผู้ซื้อหรือผู้ขายที่แท้จริงจริงๆ จะปฏิเสธการกระทำใดๆไม่ได้ เพราะมีการยืนยันตัวตนที่ชัดเจน ผู้ซื้อเมื่อได้ทำทางส่งข้อมูลไปแล้วก็ต้องรับข้อมูลไปจริงๆ ผู้ขายเองจะมาเปลี่ยนแปลงราคาที่ขายหรือไม่ยอมส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าที่ไม่ส่งมาจดเข้าได้ (กลไกของทางเข้ารหัสนี้จะต้องเก็บเป็นความลับเฉพาะตัวห้ามเผยแพร่ให้คนอื่นรู้)

ตัวอย่างของทางเข้ารหัสข้อมูล เช่น ระบบ SSL (Secure Socket Layer) ที่นำมาใช้งานกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งในทางซื้อของผู้ซื้อหรือผู้ขายหรือผู้ขายโดยคนอื่นโดยอัตโนมัติสามารถสังเกตได้ว่าเว็บไซต์ที่นั้นๆมีการเข้ารหัสข้อมูลที่ถูกต้องหรือไม่ โดยดูจากมุมด้านล่างของเบราว์เซอร์จะเห็นเป็นรูปกุญแจและสัญลักษณ์อื่นๆให้เห็นอีกทั้งยังสามารถคลิกตรวจสอบได้ว่าหน่วยงานนั้นเป็นใคร ซึ่งจะมีการขอเข้าไปรับซื้อให้โดยเฉพาะ ผู้ใช้จึงควรตรวจสอบก่อนที่ซื้อข้อมูลสำคัญๆ เช่น หมายเลขบัตรเครดิตหรือข้อมูลอื่นๆไปให้กับเว็บไซต์ที่นั้นๆทุกครั้งด้วย

การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเครดิตอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ระบบจะเกี่ยวข้องเชื่อมโยงไปถึงสถาบันการเงินที่เป็นเจ้าของบัตร เพื่อให้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลบัตรที่แจ้งการชำระเงินหรือเงิน การบันทึกยอดขายและตัดบัญชี หรือในบางระบบที่ใช้เพื่อป้องกันลูกค้าเพื่อไม่ให้ถูกผู้ขายโกง ก็อาจมีการเข้ารหัสเพื่อซ่อน ข้อมูลของบัตรเครดิตเอาไว้ในสายการส่งข้อมูลและสายเงินนั้นในแบบที่ผู้ขายถอดรหัสไม่ได้ ถอดได้เฉพาะส่วนที่ว่าซื้ออะไรเท่าไร แต่ในทางหักเงินจะต้องส่งรหัสที่นั้นทั้งหมดให้ธนาคารเจ้าของบัตรเป็นผู้ถอดรหัสเพื่อเรียกเอาจำนวนเงินและเลขที่ต่างๆของบัตรออกมามาดูเพื่อตัดเงินอีกทีหนึ่ง

ปัจจุบันเราสามารถติดต่อเพื่อขอสมัครระบบเชื่อมโยงการชำระเงินกับธนาคารได้เอง แต่เงื่อนไขอาจยุ่งยากบ้างเล็กน้อย เพราะธนาคารจะทำการตรวจสอบและดูข้อมูลส่วนตัวของกิจการเสียก่อนว่าน่าเชื่อถือและสามารถทำการขายการต่างๆได้หรือไม่ การแก้ปัญหาเหล่านี้สามารถทำได้โดยการใช้ผู้ให้บริการที่ให้บริการด้าน payment gateway ได้ โดยอาจเสียค่าบริการเล็กน้อย ซึ่งมีผู้ให้บริการทั้งที่อยู่ในเมืองไทยและต่างประเทศ เช่น www.2checkout.com, www.thaipay.com

กระบวนการชำระเงิน นอกจากรับบัตรเครดิตแล้วยังมีวิธีอื่นๆให้เลือกอีกมากมาย เช่นการชำระเงินรายจ่ายที่มีมูลค่าน้อยๆ เช่นที่ละไม่ถึง 100 บาท ก็อาจใช้กลไกของ "เงินสดดิจิทัล" (digital cash) เข้ามาแทนที่การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ซึ่งก็จะคล้ายกับบัตรพวง Microcash ที่ใช้แทนคูปองตามศูนย์อาหารบางแห่งนั่นเอง เพียงแต่เมื่อผ่านอินเทอร์เน็ตก็ไม่ต้องมีบัตรจริงๆเป็นใบๆ โดยผู้ใช้จำเป็นต้องจ่ายเงินจริงๆไปก่อนเพื่อซื้อเงินสดดิจิทัลนี้เก็บเอาไว้ในมูลค่าคงเงินที่กำหนด (เช่น 500 บาท) เมื่อจ่ายเงินไปก่อนแล้วก็จะได้รับรหัสพิเศษมาแทนเงินดังกล่าวที่จ่ายไป เช่นรหัส 50 ชุด แต่ละชุดแทนเงิน 10 บาท เมื่ออยากจ่ายหรือซื้อสินค้าก็ส่งรหัสเหล่านี้ให้ผู้ขายไปทีละชุดเรื่อยๆจนกว่าจะหมด (เหมือนการหยิบเงินสดในกระเป๋าหยิบจ่ายไปเรื่อยๆนั่นเอง) พอหมดที่ค่อยไปซื้อรหัสที่ใหม่อีก ฝ่ายผู้ขายพอได้รับรหัสมาที่รวบรวมไว้จนมากชุดพอสมควรก็ค่อยไปขึ้นเงินจากผู้ออกรหัสที่เก็บเงินผู้ซื้อไปแล้วอีกทีหนึ่ง

วิธีการชำระเงินนอกจากรูปนี้ บางรายอาจเลือกใช้การชำระเงินผ่านระบบ mobile payment หรือการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นแนวทางเอาเทคโนโลยีการรับส่งข้อความสั้นที่เรียกว่า SMS (short message service) เข้ามาทำการขาย และใช้ระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (interactive voice response) ในทางตรวจสอบรหัสผ่านของผู้ใช้งาน โดยหักเงินกับค่าบริการโทรศัพท์แต่ละงวด เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 : การส่งมอบสินค้า

เมื่อผู้ขายสินค้าได้ชำระเงินด้วยวิธีการต่างๆจากผู้ซื้อในขั้นตอนการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว ก็เป็นหน้าที่ของผู้ขายจะต้องจัดส่งสินค้าต่างๆตามรายการสั่งซื้อนั้นไปให้กับลูกค้าโดยเร็ว ขั้นตอนนี้อาจรวมถึงการติดตามสถานะการขนส่งของสินค้า (tracking) ทั่วราชอาณาจักรที่จัดส่งไปนั้นถึงมือลูกค้าและมีอำนาจควบคุมตรวจสอบการส่งที่ส่งหรือไม่ โดยปกติอาจแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าที่จัดส่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆดังนี้

สินค้าที่จัดส่งได้ (hard goods)

สินค้าที่จัดส่งอยู่ในกลุ่มที่มีตัวตนและจับต้องได้ เช่น หนังสือ เสื้อผ้า ของเก่า เครื่องประดับ สินค้าหัตถกรรมของช่างฝีมือวิธีการส่งตามปกติทั่วไป เช่น ระบบไปรษณีย์ ทางเรือ อากาศ เป็นต้น ซึ่งหากเป็นสินค้าที่เร่งด่วนมาอาจใช้บริการของพัสดุสากลแห่งประเทศไทยหรือ พัสดุไปรษณีย์ ซึ่งมีการจัดส่งได้ทั้งในและนอกประเทศ มีราคาสูงและประหยัดค่าขนส่งได้มาก แต่สำหรับลูกค้าบางรายที่ต้องการให้จัดส่งแบบเร่งด่วน ก็สามารถเลือกใช้บริการของบริการจัดส่งด่วนพิเศษที่มีบริการไปรษณีย์เช่น FedEx, DHL, UPS หรืออื่นๆได้ ซึ่งอาจมีค่าบริการที่แพงกว่าแต่สามารถจัดส่งได้ในเวลาที่รวดเร็ว เป็นต้น (ไม่ว่าจะจัดส่งทางเรือหรือเพื่อซื้อสินค้า ควรมีการแจ้งลูกค้าไว้ให้ชัดเจนว่าจะให้เลือกรูปแบบไหน อย่างไร และใช้บริการของใคร รวมถึงว่าใครจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งด้วย)

สินค้าที่จัดส่งไม่ได้ (soft goods)

สินค้าที่จัดส่งไม่ได้หรือสินค้าที่อยู่ในรูปดิจิทัล เช่น ข้อมูลข่าวสาร เพลง รูปภาพ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ หรือซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ฯลฯ สามารถจัดส่งได้ง่ายกว่าแบบจับต้องได้ เพราะเป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตน และสามารถส่งมอบด้วยวิธีการที่ง่ายที่สุดคือ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั่นเอง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นอาจแตกต่างกันบ้างตามแต่ละประเภทของสินค้า ซึ่งพอจะยกตัวอย่างได้ดังนี้

- ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ อาจใช้วิธีให้ลูกค้าดาวน์โหลด คือ ดึงจากเว็บไซต์ของผู้ขายไปได้เองโดยตรง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเร็วในการเชื่อมต่อข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตด้วย หากดาวน์โหลดแบบธรรมดาที่อาจใช้เวลาอยู่ระหว่าง 5-20 เมกะไบต์ต่อชั่วโมง แต่ถ้าดาวน์โหลดแบบ ADSL ที่อาจใช้เวลาหลายเท่า นอกจากรวดเร็วยังขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของผู้ขาย และสภาพการใช้อินเทอร์เน็ต ตลอดจนเส้นทางในขณะนั้นด้วยว่าคับคั่งมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

โดยปกติไฟล์ทั้งหมดที่ใช้ในการติดตั้งโปรแกรมขนาดเล็กจะถูกอัดรวมเป็นไฟล์เดียวกันในลักษณะที่มีภาพย่อข้อมูล หรือที่เรียกกันว่า Zip file แล้วให้ลูกค้าทำการดาวน์โหลดได้เลย แต่ถ้าโปรแกรมใหญ่เป็นซอร์สโค้ด ปล่อยให้ผู้ใช้สามารถเลือกส่งทางไปรษณีย์แทน คล้ายกับพัสดุส่งสินค้าแบบที่มีตัวตน ซึ่งอาจทำให้ไม่เสียเวลาในการดาวน์โหลดมากนัก บางโปรแกรมอาจมีภาพให้ดาวน์โหลด “ตัวอย่างโปรแกรม” หรือ “รุ่นทดลอง” ไปลองใช้ดูก่อนว่าจะพอใจหรือไม่ แต่ประสิทธิภาพของโปรแกรมอาจไม่ดีเท่าของจริง หรือมีข้อจำกัดอื่นให้ผู้ใช้โปรแกรมนั้นๆจากผู้ผลิตปรากฏหน้าจอลงเสมอ ทำให้ผู้ใช้เกิดความรำคาญได้ ถ้าลองใช้แล้วพอใจและต้องการใช้งานจริงๆก็ให้ติดต่อกับผู้ขายเพื่อชำระเงิน จากนั้นผู้ขายจะจัดส่งไฟล์เฉพาะบางอย่างเพื่อให้สามารถปลดติดตั้งโปรแกรมนั้นให้ทำงานได้เต็มที่ เป็นต้น

- รูปภาพ เพลง เป็นกลุ่มของสินค้าที่จัดส่งไม่ได้และนิยมซื้อขายกันใหม่จำนวนมากพอๆกับกลุ่มของซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ปกติจะเป็นไฟล์ที่ไม่สามารถคัดลอกหรือควบคุมการจำหน่ายในตัวเองได้ มักจะใช้วิธีให้รหัสผ่านเข้าไปยังเว็บไซต์ของผู้ขายเพื่อให้ดาวน์โหลดโดยเฉพาะ ดังนั้นผู้ที่ยังไม่ชำระเงินก็จะเข้าไปดาวน์โหลดไฟล์เหล่านี้ไม่ได้ และเนื่องจากระบบการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ตเมื่อเปิดได้ไม่แน่นอน 100% ผู้ขายจึงมักเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อดาวน์โหลดได้หลายครั้ง (เพื่อส่ายหลตหรือการเชื่อมต่อระหว่างทางเกิดขัดข้องจนดาวน์โหลดให้ครบตามที่ตั้งใจไม่ได้ เช่น
 - จำกัดจำนวนครั้งที่จะดาวน์โหลด เช่น เข้าไปดาวน์โหลดได้ไม่เกิน 5 ครั้ง
 - จำกัดจำนวนวันที่จะดาวน์โหลด เช่น ภายใน 3 วันหลังจากชำระเงิน
 - จำกัดทั้งสองอย่างโดยให้ดาวน์โหลดซ้ำได้แค่ 5 ครั้งภายใน 3 วัน

สินค้าประเภทอื่นต้องไม่ได้ที่เป็นแบบไฟล์รูปภาพ ส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบที่เรียกว่า JPEG ซึ่งจะย่อขนาดของข้อมูลได้มากตั้งแต่ไม่กี่สิบนอนเป็นร้อยเท่า (โดยคุณภาพที่อาจลดทอนลงไปบ้างถ้าย่อมากๆ) ส่วนไฟล์เพลงนั้นในปีขลุบั้นนิยมใช้การย่อแบบ MP3 เพื่อให้มีขนาดที่เล็กลง แต่ทั้งนี้ไฟล์ที่ได้จะตั้งชื่อว่าไปเล่นในเครื่องที่นำมาขลุบเล่น MP3 ได้เท่านั้น เช่น เครื่องพีซีทั่วไป เครื่องเล่น MP3 ตามบ้าน รวมถึงอุปกรณ์เล่นเพลงดิจิทัลขนาดพกพาทั่วไป เช่น เครื่อง iPod ของบริษัท Apple รวมถึงอุปกรณ์ฟังเพลงดิจิทัลขนาดเล็กรุ่นอื่นๆ เป็นต้น

- บริการข้อมูลข่าวสาร เป็นบริการซื้อขายข้อมูลที่ไม่ใช่การขายในครั้งเดียว เช่น การขอเป็นสมาชิกข่าวหรือข้อมูลจากสำนักข่าวหรือสำนักพิมพ์ต่างๆ การส่งมอบข่าวจะอยู่ในรูปของข่าวให้รหัสผ่านเพื่อไปเสียบตาวีไรเลสไฟล์ข้อมูลที่ต้องการจากเว็บไซท์ของผู้ขายได้ตลอดระยะเวลาที่ขอรับบริการนั้นๆ โดยไฟล์เหล่านี้อาจมีทั้งที่เป็นข้อความ หรือภาพถ่ายเอกสารข่าวที่นำมาให้บริการ

ข้อมูลที่ทำให้บริการประเภทนี้ อาจรวมถึงมีสติมีเดียที่มีทั้งภาพและเสียง ซึ่งอาจเปิดดูได้โดยไม่ต้องรับไฟล์มาก่อนทั้งหมด แต่อยู่ในรูปแบบที่ทยอยส่งมาที่ละส่วนตั้งแต่ต้นตอเนื่องกันไปตามลำดับจนจบ ซึ่งเรียกว่าเป็นภาพส่งภาพและเสียงในแบบทยอยส่งเป็นสาย หรือ Streaming เช่นที่ใช้ในโปรแกรม Realplayer หรือ Windows Media Player นั่นเอง ทำให้สามารถหยุดดูขลุบดูขลุบที่ออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ตไปทั่วโลกได้ในทันที

ขั้นตอนที่ 5 : การบริการหลังการขาย

ข้อนี้เป็นสิ่งที่จะต้องทำที่สุด แต่ก็มีความสำคัญไม่น้อยกว่าขั้นตอนอื่นๆ เพราะเป็นขั้นตอนที่จะเสถียรสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้เกิดบริการซ้ำสินค้าและบริการซ้ำและแนะนำต่อไปได้อีก นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่จะรับ feed back หรือข้อคิดเห็นต่างๆจากลูกค้าอีกด้วย ว่าตัวสินค้าและบริการเอง รวมถึงขั้นตอนในการขายและการส่งมอบสินค้าหรือบริการของเธอเป็นอย่างไร ดี / ไม่ดี หรือควรปรับปรุงอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มยอดขายต่อไป

การบริการหลังการขาย มักนำไปใช้กับสินค้าที่มีอายุใช้งานอยู่ยาก ซับซ้อนหรือไม่สามารถซ่อมแซมเข้าไปได้โดยทันที เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ เครื่องจักรหรือเครื่องมืออื่นๆ ซึ่งจะมีบริการให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่เข้ามาให้กับลูกค้าเพื่อให้เห็นประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งอาจทำได้โดยจัดตั้งเป็นศูนย์บริการลูกค้าจริงๆ หรือนิยมเรียกว่า call center ขึ้น เพื่อแก้ไขหรือตอบปัญหา กับลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง บางบริษัทอาจสร้างระบบปัญหาถามบ่อย หรือ FAQ (Frequency Ask Question) ผ่านเครื่องช่วยอินเทอร์เน็ตให้ลูกค้าเข้ามาอ่านได้โดยดรง ซึ่งจะรวบรวมเอาข้อมูลคำถามเกี่ยวกับการใช้งานที่มักเกิดขลุบขลุบๆ หรือเป็นคำถามที่มีผู้ใช้ถามเข้ามาบ่อยๆ และมี คำตอบอธิบายเพื่อช่วยแก้ปัญหานี้เองต้นให้กับลูกค้าได้