

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สจธ.

การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป
(E-Commerce in the textile and Apparel Industries)



H002894

โดย

นางวินัจฉรินทร์ มณีพงษ์

รหัส 43067266

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.จันทร์มูรณ์ สถิตวิริยวงศ์

วัน เดือน ปี..... 19 มี.ค. 2550
เลขทะเบียน..... 02894
เลขเรียกหนังสือ... ๑๗. ๑๖15ก 2645
"ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สจธ."

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการศึกษาระดับปริญญาตรี
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2545
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อหัวข้อ	การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป
นักศึกษา	นางวินัจฉรินทร์ มณีพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.จันทร์บูรณ์ สถิติวิริยวงศ์
ระดับการศึกษา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
แขนงวิชา	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
ปีการศึกษา	2545

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีการทำธุรกรรม การขายสินค้า บริการ ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า อีคอมเมิร์ซ จุดประสงค์หลักเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้ รวดเร็วกว่าไกล เป็นการลดระยะทางและเวลา ขยายขอบเขตการค้า การดำเนินการจึงเป็นที่ยอมรับและขยายตัวอย่างรวดเร็ว และด้านอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงถึงกันได้ทั่วโลก จึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและดำเนินธุรกิจร่วมกันในด้านต่าง ๆ และรวม เรียกว่า อีบิสิเนส (eBusiness) มีการสร้างพันธมิตร และการดำเนินกิจการประสานกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงเป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ ที่ประเทศกำลังพัฒนาต้องรีบปรับตัว และใช้ประโยชน์จากกลไกทางเทคโนโลยีให้ทัน

Title	E-Commerce in the textile and Apparel Industries
Student	Ms.Venatjarin Maneepong
Advisor	Chanboon Sathitwiriawong, Ph.D.
Level of Study	Master of Science in Information Technology
Major	Information Technology Management
Academic Year	2002

ABSTRACT

At the dawn of the 2nd millennium. International business is moving towards an Internet-based network of companies and institutions, opening up global markets for those willing to join the new waves of Electronic Business (E-Business).

Indeed, buying and selling goods, providing services and exchanging information electronically is becoming more and more popular as companies and consumers all over the world choose to do business on the Internet. From banking to tourism, from textiles and garments to media, from insurance to retailing, E-Business is already changing the way services and industries operate.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการศึกษาระณีพิเศษเรื่องการค้าเงินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูปนี้ ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้สำเร็จไปด้วยดีจากบุคคลหลายฝ่ายดังนั้น จึงใคร่ขอขอบพระคุณ บุคคลต่อไปนี้

1. คณาจารย์ เป็นกลุ่มบุคคลที่พระคุณเป็นอย่างยิ่ง ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้แก่ศิษย์โดยไม่เห็นแก่ความเหน็ดเหนื่อย
2. ดร.จันทร์บูรณ์ สถิตวิริยวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำการทำโครงการ และแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่ได้เกิดขึ้น
3. เพื่อน ๆ ITM 8 ทุกคนที่ได้ช่วยเหลือสนับสนุนเป็นกำลังใจ ทำให้การเรียนในหลักสูตรนี้เป็นไปได้ด้วยดี
4. Mr.Per-Anders Nystrom ได้ให้ความช่วยเหลือทางข้อมูลในด้านต่าง ๆ ของประเทศสวีเดน
5. คุณแม่ ลูกชาย และลูกสาว ที่ให้ความร่วมมือและกำลังใจให้เกิดพลังในการเรียน

วันจันทร์ มณีพงษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง.....	V
สารบัญภาพ.....	VI
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 วัตถุประสงค์.....	1
1.2 หลักการที่เกี่ยวข้อง.....	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	1
2. พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์.....	2
2.1 พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์คืออะไร.....	2
2.2 รูปแบบของการทำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์.....	4
2.3 ข้อดีพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์.....	6
2.4 ข้อจำกัดพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์.....	8
2.5 แนวทางแก้ไข.....	8
2.6 กระบวนการพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์.....	8
2.7 การจัดส่งสินค้า.....	14
3. การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ก่อนทำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์.....	15
3.1 สิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนเริ่มพัฒนา.....	15
3.2 พฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าออนไลน์.....	16
3.3 การเสนอขายสินค้า.....	17
3.4 เปรียบเทียบการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้า.....	18

3.5 การชำระเงิน.....	18
4. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป.....	20
4.1 การศึกษาก่อนทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป	20
4.2 กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อนำไปสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	23
4.3 รูปแบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป.....	25
4.4 พฤติกรรมผู้บริโภคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป.....	32
4.5 เว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปในอุคมคติ.....	38
4.6 การเปรียบเทียบระหว่างร้านเสื้อผ้าบนห้างสรรพสินค้าและร้านออนไลน์.....	40
4.7 ค่าใช้จ่าย	40
4.8 การประเมินการดำเนินกิจการ.....	45
5. แนวทางการพัฒนา.....	47
5.1 การทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป.....	47
5.2 รูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของ Venus.mine.at	49
5.3 การสร้างเว็บไซต์	49
บรรณานุกรม.....	64
ภาคผนวก.....	65
ระบวรรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	65
เสถียรภาพของเว็บไซต์.....	70

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ตารางเปรียบเทียบช่องทางการจัดจำหน่าย.....	20
4.2 แสดงจำนวนของผู้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์พิเศษหญิง	31
4.3 แสดงถึงอันดับความนิยมของเว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์.....	37
4.3 แสดงถึงอันดับความนิยมของเว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์.....	39
4.5 ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเปิดร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง.....	40
4.6 ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเปิดร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์.....	41
4.7 หลักเกณฑ์การประเมินการดำเนินกิจการ.....	43
4.8 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ผ่านThaiNIC.....	44
5.1 ตารางแสดงถึงการใช้บรอดแบนด์ในทวีปยุโรป.....	47

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 รูปแสดงตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่าง B2B, B2C	5
2.2 ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	7
2.3 รูปแสดงขั้นตอนการชำระด้วยบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต.....	10
4.1 รูปแสดงสัดส่วนธุรกิจเสื้อผ้า	19
4.2 แสดงถึงการเติบโตของธุรกิจบนเว็บไซต์.....	21
4.3 รูปแสดง B2B ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากโรงงานไปยังผู้ประกอบการ.....	24
4.4 รูปเว็บไซต์ webcloths.com.....	27
4.5 รูปเว็บไซต์ J.crew.com	29
4.6 แสดงถึงแบบเสื้อและสีส้น.....	33
4.7 แสดงถึงการลดราคามากกว่าหน้าร้าน.....	35
4.8 แสดงถึงการบอกขนาด.....	36
5.1 ซอฟต์แวร์ Code Charge Version 2.0.....	48
5.2 การส่งให้ Code Charge Version 2.0 สร้าง Web application.....	49
5.3 แสดงโครงสร้างของ Website ที่ถูกสร้างขึ้น.....	49
5.4 แสดงโครงสร้างข้อมูลภายในฐานข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้น โดย Code Charge.....	50
5.5 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	51
5.6 แสดงกลุ่มสินค้า Shirt ในเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	52
5.7 แสดงกลุ่มสินค้า Military ในเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	53
5.8 แสดงกลุ่มสินค้า Shorts ในเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	54
5.9 แสดงการเลือกซื้อสินค้าในเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	55
5.10 แสดงการ Login ของสมาชิกเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	56
5.11 แสดง Shopping Cart ในเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	56
5.12 แสดงการลงทะเบียนเพื่อสมัครสมาชิกในเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	57

5.13 แสดงการ Sign out ออกจากเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	57
5.14 แสดงการเรียกดูสมาชิกโดยผู้ดูแลร้าน	58
5.15 แสดงรายละเอียดการสั่งซื้อของสมาชิกแต่ละคน	58
5.16 แสดงการเรียกดูรายการสั่งซื้อทั้งหมด	59
5.17 แสดงการเรียกดูรายการสินค้าทั้งหมด	60
5.18 แสดงการแก้ไขรายการสินค้าแต่ละรายการ.....	61
5.19 แสดงรายการที่ต้องการให้ปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์ Venus.mine.at.....	61
5.20 แสดงการแก้ไขรายการที่ต้องการให้ปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์.....	62



บทที่ 1

บทนำ

ปัจจุบันนี้ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของประชากรโลกได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นองค์กร หน่วยงาน หรือว่า หมู่บ้าน ได้มีการนำธุรกิจของตนเองเข้าสู่มาอยู่บน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต อาทิเช่น พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) การศึกษาทางไกล (e-Education) โทรวเวช (e-Medicine) โทรับันเทิง (e-Entertainment) และการเมืองอิเล็กทรอนิกส์ (e-Politics) รวมไปถึงการจับจ่ายสินค้าแบบเชื่อมต่อตรง (On-line) ซึ่งจะได้ศึกษาในการทำโครงการเรื่องการค้าขายพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูปได้มาจากประสบการณ์จริงที่ได้มาเริ่มทำธุรกิจขายเสื้อผ้า

1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการทำการศึกษาและการวิเคราะห์เกี่ยวกับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต ทางด้านเสื้อผ้าสำเร็จรูป
2. เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับผู้ที่มีความสนใจจะทำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์

1.2 หลักการที่เกี่ยวข้อง

1. ศึกษาเกี่ยวกับข้อดีข้อเสียของการทำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยการใช้การวิเคราะห์ตลาด ความต้องการของลูกค้า
2. หลักในการพัฒนาเกี่ยวกับระบบการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า การจัดสร้างโฮมเพจที่ดี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำโครงการนี้ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป
2. ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและการพิจารณาในการทำธุรกิจพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 2

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คืออะไร

- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ECRC Thailand, 1999)
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (WTO, 1998)
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ขบวนการที่ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำธุรกิจที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กร พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้เทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ และครอบคลุมรูปแบบทางการเงินทั้งหลาย เช่น ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์, การค้าอิเล็กทรอนิกส์, อีดีไอหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์, ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์, โทรสาร, แคมดาดี้ออกอิเล็กทรอนิกส์, การประชุมทางไกล และรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลระหว่างองค์กร (ESCAP, 1998)
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือธุรกรรมทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ในระดับองค์กรและส่วนบุคคล บนพื้นฐานของการประมวล และการส่งข้อมูลดิจิทัล ที่มีทั้งข้อความ เสียง และภาพ (OECD, 1997)
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับประมวล และการส่งข้อมูลที่มีข้อความ เสียง และภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์, การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์, การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์, การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์, ใบตราส่ง, การประมูล, การออกแบบ และวิศวกรรมร่วมกัน, การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ, การขายตรง, การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค, อุปกรณ์ทางการแพทย์) และบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล, บริการด้านการเงิน, บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข, การศึกษา, ศูนย์การค้าเสมือน (Virtual Mall) (European union, 1997)

จากคำจำกัดความข้างต้นที่กล่าวมานั้นสามารถสรุปได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ

การทำ “การค้า” ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยคำว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นจะครอบคลุมตั้งแต่ ระดับเทคโนโลยีพื้นฐาน อาทิ โทรศัพท์ โทรสาร โทรทัศน์ ไปจนถึงเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนกว่านี้ แต่ในปัจจุบันสื่อที่เป็นที่ นิยมและมีความแพร่หลายในการใช้งานคืออินเทอร์เน็ต และมีการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการทำการค้ามาก จนทำให้เมื่อพูดถึงเรื่อง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คนส่วนใหญ่จะเข้าใจไปว่าเป็นการทำการค้าผ่านอินเทอร์เน็ตนั่นเอง นอกจากนี้ปัจจุบันอาจได้ยินอีกหลายๆ คำ อาทิ e-Business, e-Procurement, e-Readiness, e-Government ซึ่งล้วนมีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น ในการที่นำเอา เทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้งาน

e-Business คือ การดำเนินกิจกรรมทาง “ธุรกิจ” ต่างๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารและอินเทอร์เน็ต เพื่อให้กระบวนการทางธุรกิจมีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า และลูกค้าให้ตรงใจ และรวดเร็วและเพื่อลดต้นทุน และขยายโอกาสทางการค้า และการบริการ เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลจะมีคำศัพท์ที่ได้ยินบ่อยๆ อาทิ

BI=Business Intelligence: การรวบรวมข้อมูลข่าวสารด้านตลาด ข้อมูลลูกค้า และ คู่แข่งขัน

EC=E-Commerce: เทคโนโลยีที่ช่วยทำให้เกิดการสั่งซื้อ การขาย การโอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต

CRM=Customer Relationship Management: การบริหารจัดการ การบริการ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจกับทั้งสินค้า บริการ และ บริษัท – ระบบ CRM จะใช้ไอทีช่วยดำเนินงาน และ จัดเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการลูกค้า

SCM=Supply Chain Management: การประสาน ห่วง โซ่ทางธุรกิจ ตั้งแต่ แหล่งวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดส่ง ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก จนถึงมือผู้บริโภค

ERP=Enterprise Resource Planning: กระบวนการของสำนักงานส่วนหลัง และการผลิต เช่น การรับใบสั่งซื้อการจัดซื้อ การจัดการใบส่งของ การจัดสินค้าคงคลัง แผนและการจัดการการผลิต-ระบบ ERP จะช่วยให้กระบวนการดังกล่าวมีประสิทธิภาพและลดต้นทุน

Electronic Commerce หรือ E-Commerce คือการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยส่งข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครือข่าย เช่น Internet ถ้าผู้ใช้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ คู่สายโทรศัพท์ โมเด็ม และเป็นสมาชิกของบริการ Internet ก็สามารถทำการค้าผ่านระบบเครือข่ายได้ E-Commerce เป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี Internet กับการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือบริการผ่านทาง Internet สู่คนทั่วโลกภายในระยะเวลา

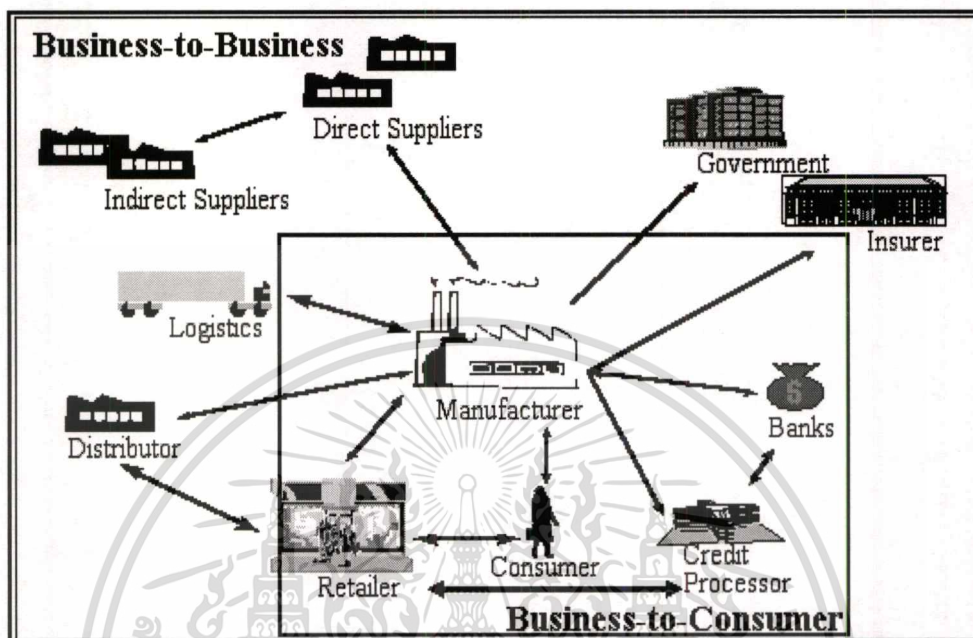
อันรวดเร็ว ทำให้การดำเนินการซื้อขายอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดรายได้ในระยะเวลาอันสั้น

2.2 รูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในการทำการค้ำนั้นต้องประกอบด้วยอย่างน้อย 2 ฝ่ายก็คือผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายนั้นก็จะมีหลายรูปแบบ ทำให้เราสามารถจัดประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ออกเป็นประเภทหลักๆ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการ กับ ผู้บริโภค (Business to Consumer - B2C) คือการค้าระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงลูกค้าซึ่งก็คือผู้บริโภค เช่น การขายหนังสือ ขายวิดีโอ ขายเสื้อผ้า ขายซีดีเพลง เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการ กับ ผู้ประกอบการ (Business to Business – B2B) คือการค้าระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าเช่นกัน แต่ในที่นี้ลูกค้าจะเป็นในรูปแบบของผู้ประกอบการ ในที่นี้จะครอบคลุมถึงเรื่องการขายส่ง การทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain Management) เป็นต้น ซึ่งจะมีความซับซ้อนในระดับต่างๆกันไป
3. ผู้บริโภค กับ ผู้บริโภค (Consumer to Consumer - C2C) ในเรื่องการติดต่อระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคนั้น มีหลายรูปแบบและวัตถุประสงค์ เช่นเพื่อการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ในกลุ่มคนที่มีการบริโภคเหมือนกัน หรืออาจจะทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง ขายของมือสอง เป็นต้น
4. ผู้ประกอบการ กับ ภาครัฐ (Business to Government – B2G) คือ การประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ ที่ใช้กันมากก็คือเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ หรือที่เรียกว่า e-Government Procurement ในประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว รัฐบาลจะทำการซื้อ/จัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย เช่นการประกาศจัดจ้างของภาครัฐในเว็บไซต์ www.mahadthai.com หรือการใช้งานระบบอีดีไอในพิธีการศุลกากรของกรมศุลกากร www.customs.go.th
5. ภาครัฐ กับ ประชาชน (Government to Consumer -G2C) ในที่นี้คงไม่ใช่วัตถุประสงค์เพื่อการค้า แต่จะเป็นเรื่องการบริหารของภาครัฐผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยเองก็มีให้บริการแล้วหลายหน่วยงาน เช่นการคำนวณและเสียภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต, การให้บริการข้อมูลประชาชนผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เช่นข้อมูลการติดต่อการทำทะเบียนต่างๆของกระทรวงมหาดไทย ประชาชนสามารถเข้าไปตรวจสอบว่าต้องใช้

หลักฐานอะไรบ้างในการทำเรื่องนั้นๆ และสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มบางอย่างจากบนเว็บไซต์ได้ด้วย



ภาพที่ 2.1 รูปแสดงตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่าง B2B, B2C

จากการที่แบ่งประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็นประเภทตามข้างบนนั้น ดังนั้นทำให้สามารถจัดประเภทของช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างสองฝ่าย ออกได้เป็น 3 ช่องทางคือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ในที่นี้บุคคลจะหมายถึงทั้งองค์กร บริษัท และตัวบุคคล การติดต่อนั้นทำผ่านได้ทั้ง รูปแบบของโทรศัพท์ โทรสาร และอีเมล
2. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับระบบคอมพิวเตอร์ และระหว่างระบบคอมพิวเตอร์กับบุคคล คือการใช้งานระบบอัตโนมัติในการติดต่อสื่อสารนั่นเอง เช่น ตู้ ATM ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ ระบบ FAX Back ระบบส่งอีเมลอัตโนมัติ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ
3. การติดต่อระหว่างระบบคอมพิวเตอร์ด้วยกันเอง เป็นรูปแบบที่มีความซับซ้อนมากขึ้นในการติดต่อทางธุรกิจ โดยการให้ระบบคอมพิวเตอร์ของทั้งสองฝ่ายทำการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลโดยอัตโนมัติ ตามข้อกำหนดที่ได้ทำการตกลงร่วมกันไว้ อาทิ อีดีไอ ระบบการจัดการห่วงโซ่การผลิต เป็นต้น

2.3. ข้อดีของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การซื้อขายสินค้าแบบ Online สามารถตัดปัญหายุ่งยากในเรื่องของการต่อรองราคาและตัดปัญหาเกี่ยวกับนายหน้า เพราะมีเพียงแค่รหัสบัตรเครดิตที่เปิดบัญชีกับธนาคาร ท่านก็สามารถซื้อสินค้าผ่าน Internet ได้ ข้อมูลของลูกค้าจะถูกเก็บไว้ใน E-Mail บุคคลอื่นไม่สามารถเปิดอ่านได้ นอกจากผู้จัดจำหน่ายเท่านั้น เพิ่มมูลค่าและปริมาณทางการค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ ลดต้นทุน และเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลางและขนาดเล็ก มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้นด้วย ผู้ซื้อสามารถค้นหาข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปถึงร้านค้า หรือผ่านพ่อค้าคนกลางได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกับผู้ซื้อรายอื่น หรือมีโอกาสสัมผัสกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ฟังตัวอย่างเพลง อ่านเรื่องย่อของหนังสือ หรือชมบางส่วนของ VDO ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้ซื้อมีข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น ในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อแบบ Digital Form จะสามารถส่งข้อมูลผ่าน Internet ได้ทันที ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าทั่วโลกได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การจัดตั้งร้านค้า การจัดตกแต่งสถานที่ ค่าใช้จ่ายการจัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้า และยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นๆ ได้อีกด้วย

สรุปจากที่ผ่านมานั้นจะพบว่าจะมีข้อที่เป็นประโยชน์ร่วมกันของทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้ผลิตอยู่ 3 ประเด็นคือ

- ประหยัดค่าใช้จ่าย ลดค่าใช้จ่ายบุคลากรบางส่วน ลดขั้นตอนการประกอบธุรกิจ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อแบบเดิมๆ
- ไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก (หมายความว่าต้องสร้างเว็บไซต์ให้มีข้อมูลเป็นภาษาสากลหรือภาษาที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราใช้มากๆ เช่นภาษาจีน ญี่ปุ่น เป็นต้น)
- ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา สามารถทำการค้าได้ 24 ชั่วโมง 7 วัน ผ่านระบบอัตโนมัติ



ภาพที่ 2.2 ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประโยชน์สำหรับผู้ซื้อ/ผู้บริโภค

- หาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบเรื่องราคา คุณภาพสินค้าและข้อมูลอื่นๆเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ
- อินเทอร์เน็ตมีประโยชน์มาก สามารถเข้าไปในเว็บบอร์ดต่างในการหาข้อมูลได้ง่าย
- มีร้านค้าให้เลือกมากขึ้น
- เพียงแค่พิมพ์คีย์เวิร์ดลงในเครื่องมือค้นหาก็มีสินค้าออกมาให้เลือกมากมาย
- ได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว ในกรณีที่ซื้อสินค้าที่จับต้องไม่ได้ เพราะสามารถได้รับสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้เลย
- สินค้าบางอย่างสามารถลดพ้อค้าคนกลางได้ ทำให้ได้ราคาที่ถูกลง คงไม่ใช่กับทุกสินค้า หรือทุกผู้ผลิตที่มีความต้องการมาทำการขายเอง อาจจะได้กับสินค้าบางชนิด

ประโยชน์สำหรับผู้ผลิตและผู้ขาย

- ลดความผิดพลาดในการสื่อสาร

- จากเดิมที่ในการค้าต้องส่งแฟกซ์ หรือบางทีบอกจดทางโทรศัพท์ รับผิดชอบต่อคำสั่งซื้อแล้วมาคีย์เข้าระบบ ถ้าสามารถทำการติดต่อกันผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งข้อมูลกันได้เลยจะช่วยลดความผิดพลาดในส่วนนี้ไปได้
- ลดเวลาในการผลิต
- นำเอาเทคโนโลยีมาช่วยในการคำนวณเรื่องความต้องการวัตถุดิบ การทำคำสั่งซื้อวัตถุดิบ
- เพิ่มประสิทธิภาพในระบบสำนักงานส่วนหลัง
- เปิดตลาดใหม่ หากู้ค่า ซัพพลายเออร์รายใหม่
- เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง
- เพิ่มความสัมพันธ์กับคู่ค้าให้ดีขึ้น
- สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเว็บไซต์ของบริษัท โดยการสร้างข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า การให้บริการหลังการขายให้คำปรึกษาเรื่องผลิตภัณฑ์ หรือการแก้ไขเบื้องต้นอย่างรวดเร็ว

2.4. ข้อจำกัดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ลูกค้าไม่สามารถจับต้องสินค้าได้ ลูกค้าอาจไม่เชื่อถือเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลของบัตรเครดิตอาจจะเอาชื่อและหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้โดยที่เจ้าของบัตรเครดิตไม่รู้ได้

2.5. แนวทางแก้ไข

สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าโดยมีการรับประกันความไม่พอใจ รับคืนและเปลี่ยนสินค้า ใช้มาตรฐานต่างๆ หน่วยงานที่เป็น Certification Authority (CA) ที่ทำการรับรอง Digital Signature

2.6. กระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.6.1. ขั้นตอนการทำธุรกรรม

ในทุกๆประเภทที่กล่าวมาแล้วก็จะมีพื้นฐานหรือรูปแบบของกระบวนการที่คล้ายๆกัน จะมากหรือน้อย ง่ายหรือซับซ้อนต่างกัน ไปบ้างตามระดับความสำคัญของธุรกรรมนั้นๆ

2.6.2. การหาข้อมูล/การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Searching & Advertising)

วัตถุประสงค์เบื้องต้นในการทำเว็บไซต์ก็คือการให้ข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้นในฝั่งของผู้ส่งสารการที่จะสื่อสารให้ได้ประสิทธิภาพ คือการสร้างข้อมูลให้มีคุณภาพ สามารถสืบค้นได้ง่าย อ่านแล้วเข้าใจง่าย คือหัวใจสำคัญ แต่ในโลกอินเทอร์เน็ตนั้นมีข้อมูลอยู่มากมาย ทำอย่างไรให้สามารถสื่อสารถึงกลุ่มผู้รับที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ส่วนผู้รับสารก็ต้องการความสะดวกในการรับสารที่ต้องการ สามารถได้สารมาโดยง่าย และต้องมีความเข้าใจและตัดสินใจในการรับสารนั้นในเบื้องต้น เพราะฉะนั้นในขั้นตอนแรกนี้คือลูกค้าจะเข้า

มาทำการสืบค้นหาข้อมูลสินค้าในอินเทอร์เน็ตหรืออาจจะช่องทางอื่นๆแล้วแต่ความสะดวก เพื่อประกอบการตัดสินใจในการที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าต่อไป

2.6.3. การทำธุรกรรม(Transaction)

- การทำคำสั่งซื้อ(Ordering)

เมื่อได้ข้อมูลเพียงพอและต้องการจะทำการซื้อสินค้าหรือจะทำธุรกรรมกันแล้ว ในฝั่ง ผู้ขาย ต้องมีระบบที่มีประสิทธิภาพรองรับอยู่ ไม่ว่าจะเป็น ระบบตะกร้าสินค้า(Shopping Carts) ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้ เช่นแสดงรายละเอียดที่ดูได้ง่ายว่า ได้ทำการเลือกสินค้าใดๆไว้บ้างแล้วในตะกร้า รวมแล้วค่าสินค้าเป็นเท่าไร ภาษีค่าจัดส่งต่างๆ ควรแสดงให้เห็นด้วย และต้องสามารถให้ลูกค้าสามารถเก็บข้อมูลรายการสินค้าไว้ได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อทำการสั่งซื้อภายหลัง ตัวอย่างของระบบตะกร้าที่ได้รับความนิยมมากคือของ Amazon.com

- ระบบการชำระเงิน(Payment Systems)

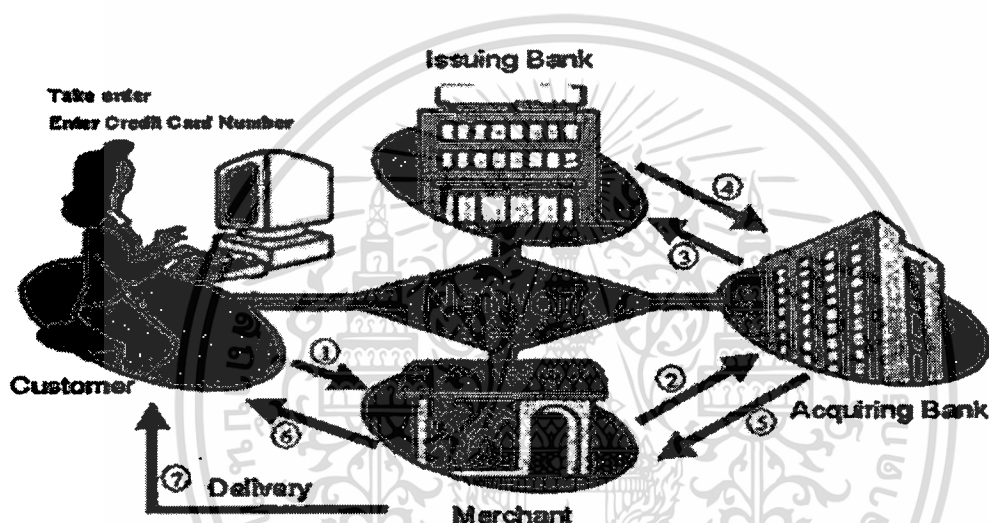
ขั้นตอนที่สำคัญสำหรับทั้งฝั่งผู้ขายและผู้ซื้อสินค้า ในเรื่องการชำระเงินควรมีวิธีการให้ลูกค้าสามารถใช้บริการให้มากที่สุดที่สะดวกกับทั้งทางผู้ค้าและลูกค้า เพราะในบางครั้งลูกค้าต้องการสินค้าของเราแล้ว แต่ไม่สะดวกในเรื่องการชำระเงินก็ไม่ซื้อของจากเราก็ได้ ในการพิจารณาเรื่องวิธีการชำระเงินนั้นให้พิจารณาถึงกลุ่มลูกค้าว่าเป็นใคร เช่นเป็นลูกค้าภายในประเทศ กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน หรือกลุ่มที่อยู่ต่างจังหวัด วิธีที่สะดวกจะมีให้เลือกหลายวิธีทั้งธนาคติ การโอนเงินทางธนาคาร โอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม จ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต

ส่วนในกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ หลายๆ วิธีที่กล่าวมาคงไม่สะดวก ที่นิยมใช้กันก็มีเพียงการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือจะใช้บริการจากผู้ให้บริการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตก็ได้ สำหรับการชำระเงินที่มีมูลค่าสูงนั้น มีผู้บริการที่เรียกว่า Escrow ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการส่งผ่านเงินระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยมีการทำงานคร่าวๆคือ เมื่อผู้ซื้อ เลือกใช้การชำระเงินผ่านบริการของ Escrow แล้ว เมื่อชำระเงินไปนั้นเงินจะไม่ถูกส่งไปที่ผู้ค้าทันทีแต่จะถูกเก็บไว้ที่ Escrow ก่อน เมื่อครบกำหนดแล้วลูกค้าไม่คืนสินค้าหรือว่าตอบตกลงรับสินค้าแล้วจึงจะทำการโอนเงินนั้นให้กับผู้ค้าต่อไป

อย่างไรก็ตามขณะนี้การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ยังคงเป็นวิธีการชำระเงินที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากผู้ใช้บริการ เหตุผลสำคัญที่บัตรเครดิตยังคงได้รับความนิยมมากในทุกวันนี้คือ ผู้ใช้มีความคุ้นเคยและมั่นใจในการใช้บัตรเครดิต นอกจากนี้ปัญหาต่าง ๆ ของวิธีการชำระเงินแนวใหม่ในหลายกรณี กลับเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้คนยังคงนิยมใช้บัตรเครดิตอยู่ เช่น วิธีการเดบิต

จากบัญชีกระแสรายวันของลูกค้าที่มาซื้อสินค้านั้น ลูกค้าต้องมอบข้อมูลส่วนตัวจำนวนมากให้กับ Web site ที่อาจจะยังไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ อีกทั้งวิธีนี้ยังเปิดโอกาสให้ร้านค้าโกงเงินผู้ซื้อได้ง่าย โดยการถอนเงินเกินกว่าราคาสินค้าได้อีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในการใช้ ส่วนวิธีการใช้บัตรชำระเงินล่วงหน้า ยังมีอุปสรรคในการใช้อยู่ คือมีข้อจำกัดที่ว่าผู้ใช้ต้องมีบัตรเครดิตก่อน อีกทั้งในการใช้บัตรชำระเงินล่วงหน้า นั้น ผู้ใช้ยังต้องกรอกข้อมูลส่วนตัวให้กับร้านค้าออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งร้านเช่นกัน

ขั้นตอนการชำระด้วยบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 2.3 รูปแสดงขั้นตอนการชำระด้วยบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต

ในขั้นตอนการชำระเงินนั้นจะเริ่มเมื่อลูกค้าเข้าสู่หน้าการชำระเงิน ระบบจะเริ่มการทำงานในโหมดของ Secure Sockets Layer ผู้ใช้จะสังเกตได้ง่ายๆว่าเริ่มเข้าสู่กระบวนการที่มีระบบความปลอดภัยอยู่ด้วย โดยดูได้จากรูปแม่กุญแจที่ปิดล็อกและสว่างขึ้นที่ menubar และ ด้านล่างของหน้าจอเว็บเบราว์เซอร์

องค์ประกอบในการชำระเงิน

1. ลูกค้า(Customer)
2. ร้านค้า(Merchant)
3. ธนาคารที่ร้านค้าเปิดบัญชีไว้ (Acquiring Bank)
4. ธนาคารผู้ออกบัตร (Issuing Bank)

เมื่อลูกค้าใส่ข้อมูลบัตรเครดิตและกดปุ่ม “ตกลง/ส่ง” ข้อมูลในส่วนของการสั่งซื้อจะถูกส่งไปยังร้านค้า(1) ส่วนข้อมูลของบัตรเครดิตจะถูกส่งไปที่ระบบการชำระเงินของธนาคารที่ร้านค้าสมัครใช้บริการไว้(2) และถูกส่งต่อไปยังธนาคารผู้ออกบัตรเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของบัตรว่ามีวงเงินให้ใช้งานได้หรือไม่ บัตรหมดอายุหรือยัง (3)[แต่ในที่นี้ไม่ได้ตรวจสอบว่าผู้ใช้บัตรนั้นเป็นเจ้าของจริงหรือเปล่า] ถ้าบัตรยังใช้งานได้ก็จะตอบกลับมายังร้านค้าและลูกค้าว่าสามารถทำการชำระเงินในวงเงินดังกล่าวได้(4-6) หลังจากนั้นลูกค้าต้องกดปุ่มตกลงเป็นลำดับสุดท้ายเพื่อยืนยันคำสั่งซื้อและชำระเงิน เมื่อร้านค้าได้รับการแจ้งการชำระเงินก็จะจัดส่งสินค้าต่อไป(7) และลูกค้าก็ชำระเงินที่ใช้ไปตามรอบบัตรเครดิตปกติ

ปัจจุบันผู้ให้บริการชำระเงินแนวใหม่ทั้งหลาย ต่างกำลังพัฒนาระบบ เพื่อแก้ไขปัญหาและจุดอ่อนในวิธีการชำระเงินของตนอยู่ ตัวอย่างเช่น American Express Cobalt Card ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการบัตรชำระเงินล่วงหน้า ได้พัฒนาให้การชำระเงินด้วยวิธีนี้ไม่จำเป็นต้องอาศัยบัตรเครดิตอีกต่อไป โดยจะใช้วิธีออนไลน์ผ่านบัญชีกระแสรายวันแทน นอกจากนี้ทาง American Express ยังมีโครงการที่จะขยายการให้บริการบัตรชำระเงินล่วงหน้าไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกในอนาคตด้วย แม้ว่าในหลายประเทศจะมีปริมาณธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าในสหรัฐฯ มาก แต่ประเทศเหล่านั้นก็พร้อมที่จะยอมรับและพัฒนาวิธีการชำระเงินทางเลือกใหม่มากกว่า โดยเฉพาะในแถบทวีปเอเชียและอเมริกาใต้ ซึ่งยังมีปริมาณการใช้บัตรเครดิตไม่มากนัก

จากรายงานของ ActivMedia แจ้งว่าปริมาณการชำระเงินในการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตด้วยบัตรเครดิตจะลดลงจาก 98.5 % เหลือเป็นประมาณ 90% ในปีนี้ ในขณะที่มูลค่าของการใช้ smart cards และ e-wallet มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น จาก 500 ล้านดอลลาร์ในปี 2543 เป็น 5.7 พันล้านดอลลาร์ในปี 2544 และจะเพิ่มเป็นประมาณ 20 พันล้านดอลลาร์ในปี 2545 ดังนั้นในอนาคตวิธีการชำระเงินแนวใหม่นี้ อาจจะสามารถก้าวเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดของบัตรเครดิตก็ได้

การใช้บัตรเครดิตบนอินเทอร์เน็ตมีความเสี่ยงสำคัญ 2 ประการ คือ ความเสี่ยงที่ข้อมูลบัตรเครดิตจะถูก ลักลอบเปลี่ยนแปลง แก้ไข และความเสี่ยงที่ผู้รับบัตร ไม่สามารถยืนยันตัวตนที่แท้จริงของเจ้าของบัตรได้ เพื่อเป็นการควบคุมความเสี่ยงประการสำคัญดังกล่าวมานี้ ผู้พัฒนาเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ต ได้พัฒนารูปแบบ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เป็นลักษณะต่างๆ คือ ระบบการใช้บัตรเครดิตของบริษัท Cyber Cash

ในระบบการใช้บัตรเครดิตในลักษณะนี้ ผู้บริโภคสามารถดาวน์โหลดโปรแกรมสำเร็จรูป มาไว้ใน เครื่องคอมพิวเตอร์ของตน โปรแกรมสำเร็จรูปดังกล่าวจะทำหน้าที่เสมือนกระเป๋าใส่บัตร เครดิต ซึ่งผู้บริโภคสามารถลงทะเบียนระบุข้อมูลบัตรเครดิตไปต่างๆ ของตนไว้ในโปรแกรม สำเร็จรูปนี้ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกเข้ารหัสหรือลงลายมือชื่อดิจิทัลด้วยกุญแจส่วนตัว (Private key) ของลูกค้าโดยที่กุญแจที่ใช้สำหรับการถอดรหัสและตรวจสอบลายมือชื่อดิจิทัลหรือที่เรียกว่า กุญแจ สาธารณะ (Public Key) จะถูกสร้างโดยอัตโนมัติ และ Cyber Cash จะเป็นผู้เก็บรักษากุญแจ สาธารณะนี้ไว้ในทำนองเดียวกันร้านค้าที่รับการชำระเงินด้วยวิธีดังกล่าวจะมีกุญแจส่วนตัวของตน เพื่อ ใช้ในการเข้ารหัสข้อมูลและลงลายมือชื่อดิจิทัล โดยกุญแจสาธารณะที่ใช้ถอดรหัสจะเก็บ รักษาไว้กับ CyberCash เมื่อผู้บริโภคต้องการจะสั่งซื้อสินค้าผู้บริโภคจะเลือกสินค้าตามที่ตน ต้องการและเลือกใช้ ข้อมูลบัตรเครดิตใบใดใบหนึ่งที่ได้ลงทะเบียนไว้นี้ ส่งเป็นข้อมูลที่เข้า รหัสผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปยัง ร้านค้า เมื่อร้านค้าได้รับข้อมูลดังกล่าวจะต้องส่งต่อ (forward) ข้อมูลการชำระเงิน ซึ่งลงลายมือชื่อดิจิทัล ของร้านค้ากำกับไว้พร้อมนี้ ไปยัง Cyber Cash Gateway เมื่อ Cyber Cash ได้รับข้อมูลดังกล่าว จะตรวจสอบตัวตนของทั้งผู้บริโภคและร้านค้าถ้าตรวจสอบ แล้วยืนยันตัวตนได้ถูกต้อง CyberCash จะจัดส่งข้อมูลบัตรเครดิตไปขออนุมัติการใช้บัตรกับ ธนาคารเจ้าของบัตรตามช่องทางการใช้บัตรเครดิต แบบปกติต่อไป โดยจะเห็นว่าในระบบดังกล่าว นี้ ร้านค้าจะไม่สามารถล่วงรู้ข้อมูลบัตรเครดิตของผู้บริโภคได้เลย

ระบบ SET (Secure Electronic Transactions) ในระบบ SET จะต่างจากระบบ Cyber Cash Gateway ตรงที่ในระบบ SET จะมีองค์กรรับรอง (Certification Authority) เป็นผู้เก็บรักษากุญแจ สาธารณะของ Party ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ระบบ Cyber Cash นั้น Cyber Cash จะเป็นผู้เก็บ รักษากุญแจสาธารณะไว้ ดังนั้น ในระบบ SET การชำระเงิน และการติดต่อสัมพันธ์ระหว่าง Party นั้น จะไม่มีบุคคลที่สามเช่นในระบบ Cyber Cash มาเกี่ยวข้อง แต่ทุกๆ Party จะยืนยันตัวตนและ รับรองตัวตน โดยระบบการเชื่อใจ (Trust System) ระหว่างกัน โดยการตรวจสอบกุญแจสาธารณะ กับองค์กรรับรอง (CA) ก่อนที่จะทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภค ร้านค้าและธนาคารต่าง จะต้องสร้างกุญแจส่วนตัวและกุญแจสาธารณะไว้ โดยฝากกุญแจสาธารณะไว้กับ CA เมื่อลูกค้าส่ง ข้อมูลการสั่งซื้อและข้อมูลการชำระเงินมายังร้านค้า ร้านค้าจะเปิดอ่านข้อมูลได้เฉพาะในส่วนของ คำสั่งการสั่งซื้อแต่จะไม่สามารถเปิดอ่านข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิต ได้ร้านค้าจะต้องส่งผ่านข้อมูล บัตรเครดิต ไปยังธนาคารเพื่อที่ธนาคารจะตรวจสอบเลขอนุมัติการชำระเงินต่อไป ระบบการใช้บัตร เครดิตของ First Virtual ในระบบการใช้บัตรเครดิตในลักษณะนี้ จะแตกต่างจาก 2 ระบบที่กล่าวมา

คือ จะไม่มีการส่งข้อมูลบัตรเครดิต ผ่านบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเลย แต่ผู้บริโภครจะต้องลงทะเบียนกับ First Virtual เพื่อได้หมายเลขประจำตัว (account ID) และแจ้งข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตทางโทรศัพท์หรือทางโทรสารได้แก่ First Virtual ซึ่ง First Virtual จะตรวจสอบข้อมูลบัตรเครดิตกับธนาคารผู้ออกบัตรเมื่อผู้บริโภครต้องการสั่งซื้อสินค้า ผู้บริโภครต้องแจ้ง account ID นี้ให้แก่ร้านค้า จากนั้นร้านค้าจะติดต่อกับ First Virtual เพื่อตรวจสอบ account ID ของผู้บริโภคร เมื่อ First Virtual ตรวจสอบ account ID แล้วจะส่ง E-Mail มายังผู้บริโภครเพื่อยืนยันการสั่งซื้ออีกครั้งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภครสามารถตอบยืนยันยกเลิก หรือแจ้งว่าเป็นคำสั่งซื้อปลอม เมื่อผู้บริโภครยืนยันแล้ว First Virtual จึงจะติดต่อกับธนาคารผู้ออกบัตร เพื่อตัดบัญชีผู้บริโภคร และ First Virtual จะโอนเงินให้แก่ร้านค้าต่อไป

การใช้บัตรเครดิตโดยเข้ารหัสข้อมูลแบบ SSL (Secure Sockets Layer) ในการชำระเงินด้วยการส่งข้อมูลบัตรเครดิต ผ่านบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีความเสี่ยง คือ ข้อมูลบัตรเครดิต อาจถูกลักลอบเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือมีผู้ไม่ประสงค์ดี แอบดักข้อมูลไป ดังนั้น จึงมีการใช้ SSL (Secure Sockets Layer) ซึ่งเป็น Protocol ในการควบคุมความปลอดภัยของการส่งข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นส่วนสำคัญในการส่งข้อมูลบัตรเครดิตจากผู้ซื้อ ไปยังผู้ขาย โดยที่ SSL ให้หลักการเข้ารหัสข้อมูลแบบ Public-private key encryption ของ RSA เพื่อป้องกันการแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลระหว่างทางจาก Client ไปยัง Server ในระบบเครือข่าย

การใช้เช็คอิเล็กทรอนิกส์

Financial Services Technology Consortium (FSTC) ได้ให้บริการเช็คอิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบการชำระเงิน คล้ายคลึงกับการใช้เช็ค ดังนี้ คือ ผู้บริโภครสามารถเขียนเช็คอิเล็กทรอนิกส์ที่ลงลายมือชื่อดิจิทัลของตนกำกับไว้และส่งคำสั่งเช็ค อิเล็กทรอนิกส์นี้ไปให้แก่ร้านค้า ซึ่งร้านค้าจะลงลายมือชื่อดิจิทัลของตนสลักหลังและนำเช็คอิเล็กทรอนิกส์นี้ไปฝากเข้ากับ ธนาคารของตน ซึ่ง จะเรียกเก็บเงินกับธนาคารเจ้าของเช็คผ่านระบบศูนย์หักบัญชีเช็คต่อไป

การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ Cybercoin ของบริษัท Cyber Cash

ในการใช้ Cybercoin นี้ ผู้บริโภครจะต้องจ่ายเงินล่วงหน้าให้แก่บริษัท โดยอาจเป็นการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือการโอนเงินระหว่างบัญชีเข้าบัญชีบริษัท จากนั้นจำนวนมูลค่า Cybercoin ของลูกค้าจะถูกเก็บไว้ในฐาน ข้อมูลของบริษัท เรียกว่า Cybercoin Account เมื่อผู้บริโภครต้องการซื้อสินค้าก็จะหักเงินจาก Cybercoin Account นี้ไปเรื่อยๆ เมื่อมูลค่าเงินลดลง ผู้บริโภครก็สามารถเติมเงินใน Cybercoin Account นี้ได้ใหม่

Digicash มีลักษณะเป็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้สำหรับชำระค่าสินค้าบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทนเงินสด ได้เช่นเดียวกัน Cybercoin แต่แตกต่างจาก Cybercoin ตรงที่มีค่าของเงินในตัวเองนั่นคือ เมื่อผู้บริโภคนำเงินล่วงหน้าให้แก่บริษัทแล้ว ผู้บริโภคนั้นจะมี Digicash เก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ของตน ซึ่ง Digicash แต่ละหน่วยจะมีหมายเลข Serial Number กำกับอยู่คล้ายคลึงกับที่หมายเลขธนบัตรกำกับอยู่ในธนบัตรแต่ละใบ เมื่อผู้บริโภคนำเงินมาชำระซื้อสินค้า ก็จะจ่าย Digicash ให้แก่ร้านค้า ซึ่งร้านค้าจะตรวจสอบหมายเลข Serial Number ของ Digicash กับบริษัท เพื่อป้องกันการปลอมแปลงหรือใช้ซ้ำ เมื่อร้านค้าได้รับการยืนยันแล้วก็จะรับ Digicash มาเพื่อเรียกเก็บเงินสดจากบริษัท Digicash ต่อไป

การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในบัตรสมาร์ตการ์ด บริษัท Mondex

ได้ทดลองชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยบัตร Mondex ในรูปแบบการชำระค่า สินค้าบริการนี้ ผู้บริโภคนำเงินมาเติมบัตร Mondex เพิ่มเติม ไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ของตน เมื่อผู้บริโภคนำเงินมาชำระซื้อสินค้า จะสามารถจ่ายชำระโดยการนำบัตร Mondex มาสอดที่เครื่องรับบัตรสมาร์ตการ์ด จากนั้นเครื่องจะหักมูลค่าเงิน ในชิพของบัตร Mondex ส่งไปให้แก่ร้านค้าผู้รับบัตร เมื่อร้านค้าได้รับเงิน Mondex แล้วก็สามารถนำไปใช้หมุนเวียนต่อไป

2.7 การจัดส่งสินค้า

สินค้าจะมี 2 รูปแบบคือ สินค้าที่จับต้องได้(Tangible Goods) และสินค้าที่จับต้องไม่ได้(Intangible Goods) ดังนั้นการจัดส่งจึงมี 2 รูปแบบคือ ส่งโดยผ่านผู้ให้บริการสำหรับสินค้าที่จับต้องได้ เช่นเดียวกันในการจัดส่งต้องมีวิธีให้ลูกค้าให้เลือกได้หลายวิธีตามต้องการเช่นกัน ส่งพัสดุตามปกติ ส่ง EMS ส่งผ่านผู้ให้บริการรับส่งสินค้า(Courier) เช่นเดียวกันต้องมีให้เลือกทั้งแบบส่งปกติ ส่งด่วน ส่งด่วนพิเศษ ตามความต้องการของลูกค้า ส่วนสินค้าที่จับต้องไม่ได้นั้นการจัดส่งจะทำการส่งผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้เลย เช่นดาวน์โหลดเพลง ซื่อข้อมูล การเป็นสมาชิกข้อมูลของเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น

บทที่ 3

การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ก่อนทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.1. สิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนเริ่มพัฒนา

ต้องเลือกว่าต้องการใช้งานถึงในระดับใด ขึ้นกับความพร้อมทั้งด้านเงินทุน บุคลากร สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คือพิจารณาลูกค้า คู่ค้าว่าพร้อมหรือไม่ การแข่งขันในธุรกิจเดียวกันไปใน แนวนี้หรือไม่อย่างไร แต่ถ้าต้องการขยายหรือเปิดตลาดใหม่ไปยังตลาดโลกเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

1.1 ความต้องการใช้งานระบบนี้

ความต้องการจะมาจากทั้งลูกค้า ลูกค้า หรือปัจจัยภายนอกอื่นๆ ลองถามตัวเองดูว่าระบบนี้จะช่วยบริษัทได้อย่างไรบ้าง จะมีประโยชน์อย่างไรบ้าง เขียนออกมาแล้วทำการให้คะแนนดูข้อดี ข้อด้อยเปรียบเทียบกัน ถ้าจะลงมือทำต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์การประเมินผลให้ชัดเจน

1.2 ความพร้อม

ตรวจสอบความพร้อมภายในองค์กร มีงบประมาณเท่าไร ทรัพยากรบุคคลที่จะดูแลเรื่องนี้ได้หรือไม่ ต้องจัดทีมงานให้ได้ชัดเจนเพราะเรื่องนี้ต้องการความร่วมมือจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะฝ่ายตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายผลิต ต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือสนับสนุนข้อมูลให้กับผู้ดูแลเว็บไซต์ นอกจากนั้น ต้องดูทัศนคติของพนักงานด้วยว่าเห็นด้วยหรือต่อต้านหรือไม่อย่างไร พนักงานอาจจะกลัวว่าเทคโนโลยีจะเข้ามาแทนคน ทำให้ตกงานได้ ต้องทำความเข้าใจและวางแผนให้ดี

1.3 พัฒนาแผนธุรกิจใหม่ที่ใช้ร่วมกับระบบที่จะพัฒนา สิ่งที่จะต้องทำประกอบไปด้วย

- กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน ว่าทำไปทำไม จะพัฒนาไปถึงไหน
- กำหนดเรื่องค่าใช้จ่ายในการลงทุนในทั้งอุปกรณ์และซอฟต์แวร์
- พิจารณาเรื่องแหล่งทุน (หากจำเป็นต้องใช้)
- สร้างเว็บไซต์
- พัฒนากุศลกร
- การคัดเลือกผู้ให้บริการหรือที่ปรึกษาโครงการ

- กำหนดเกณฑ์การวัดผล

3.2. พฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าออนไลน์

ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับระบบการซื้อขายที่คล้ายคลึงกับการซื้อขายออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการสั่งซื้อของทางไปรษณีย์ หรือ Mail Order ลูกค้ำที่จะเข้าไปซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์ในปัจจุบัน เขาจึงทำการบ้านมากขึ้น ขยันเปรียบเทียบร้านค้าออนไลน์กันมากขึ้น ซึ่งโดยหลัก ๆ แล้วลูกค้ำที่เป็นนักช้อปบนอินเทอร์เน็ต เขาจะมีการกำหนดพื้นฐานการให้บริการของร้านที่จะเลือกซื้อไว้ 7 ข้อ

1. Professional Service ร้านค้าออนไลน์ที่ดี จะต้องให้บริการแก่ลูกค้ำอย่างมืออาชีพ โดยมีข้อมูลของสินค้าเพื่อการตัดสินใจซื้ออย่างเพียงพอ ข้อมูลที่ว่่านั้น อาจเป็นข้อมูลทางเทคนิค ที่จะทำให้ลูกค้ำสามารถเลือกสินค้าได้ตรงตามความต้องการ และถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน ยิ่งถ้าเป็นสินค้าไฮเทค จำพวกเครื่องคอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์ต่อพ่วงต่าง ๆ ยังต้องการข้อมูลที่ละเอียด สังเกตได้ว่าร้านจำหน่ายสินค้าไฮเทคที่ได้รับความนิยมนั้น มักมีการลิงค์ไปยังเว็บไซต์ของผู้ผลิตสินค้า เพื่อให้ลูกค้ำค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ ยิ่งไปว่านั้น เขาจะเน้นนโยบายการให้บริการหลังการขาย และมีพนักงานที่คอยดูแลให้ข้อมูลกับลูกค้ำอย่างรวดเร็วและแม่นยำเกี่ยวกับสินค้าที่ลูกค้ำได้สั่งไป

2. Good Business Relations ร้านค้าออนไลน์บางแห่งมีการจัดทำรายการพิเศษสำหรับลูกค้ำแต่ละราย ซึ่งเหมือนเป็นการจดบันทึกรายการการซื้อในอดีต รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการสินค้าของลูกค้ำ เมื่อลูกค้ำเข้ามาที่เว็บแล้ว ทางเว็บไซต์จะดูแลลูกค้ำเป็นราย ๆ ซึ่งข้อมูลของลูกค้ำที่เขาถืออยู่ในมือนั้น พอที่จะสามารถนำเสนอสินค้าที่อยู่ในความสนใจของลูกค้ำได้ทันที และสื่อสารกับลูกค้ำได้ตรงใจ

3. Flexible Payment Options การแสดงออกถึงความ เป็นมืออาชีพอีกอย่างหนึ่งคือ การให้ทางเลือกในการชำระเงินแก่ลูกค้ำ ยิ่งถ้าเป็นร้านที่จำหน่ายสินค้ำราคาแพง อย่างเช่นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือสินค้าไฮเทคต่าง ๆ ก็ยังต้องทำให้ลูกค้ำมีความสะดวกและมั่นใจ ลูกค้ำมีความต้องการและความเชื่อมั่นในการชำระเงินด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการชำระด้วยบัตรเครดิต การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร หรือแม้กระทั่งบางร้าน มีเงื่อนไขในการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ให้อีกด้วย

4. Large Selection and Inventory การพิจารณาความสวยงามและรูปแบบการจัดหน้าร้านบนอินเทอร์เน็ตนั้น ไม่สามารถจะบ่งบอกได้ว่า ร้านค้ำแห่งนั้นมีกิจการขนาดเล็กใหญ่แค่ไหน สิ่งที

ลูกค้าจะดูได้ก็คือปริมาณและรายการสินค้านั้นเอง อีกทั้งการที่จะให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจแน่นอนว่า ร้านค้าออนไลน์แห่งนั้นจะต้องมีสินค้าอยู่ในมือจำนวนมากพอ และที่สำคัญ ร้านค้าเหล่านั้นควรจะเปิดเผยให้ลูกค้าทราบว่า เรามีสินค้าอยู่ในมือขนาดไหน

5. Solid Reputation ชื่อเสียงของร้านค้า เป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าเข้าร้าน ได้มาก แต่ที่สำคัญคือ การรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียงและความนิยมนั้น ร้านค้าออนไลน์หลายแห่งจึงพยายามปรับปรุงการให้บริการอยู่เสมอเพื่อให้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด อาจมีการทำแบบสอบถามเพื่อวัดความพอใจ หรือการเปิดให้ลูกค้าให้คะแนน รวมทั้ง แสดงความคิดเห็น และถ้าหากได้รับคำชม เขาก็จะมีการประกาศให้ลูกค้ารายอื่น ๆ ทราบรวมไปถึงการได้รับรางวัล หรือใบประกาศเกียรติคุณต่าง ๆ

6. Secure Transactions นอกจากระบบการชื้อขายที่น่าเชื่อถือแล้ว เว็บไซต์บางแห่งมีการโทรกลับหา ลูกค้าในกรณีที่ไม่มีมั่นใจในการสั่งซื้อ กรอกเอกสารการสั่งซื้อไม่ละเอียด หรือเมื่อลูกค้าซื้อสิ่งของจำนวนมาก และราคาแพง หรือระบุสถานที่ส่งของไม่ชัดเจน นอกจากนี้อาจมีการระบุสถานที่ตั้ง หรือวิธีการในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของร้าน ไว้อย่างละเอียด เพื่อบ่งบอกถึงความมีตัวตนอยู่จริงของร้านนั้น ๆ

7. Efficient Shipping เว็บไซต์ที่ดีต้องบอกให้ลูกค้าทราบถึงกระบวนการและวิธีการในการส่งสินค้ารวมทั้งค่าใช้จ่ายในการส่งที่ลูกค้าจะต้องจ่าย และต้องแจ้งไว้ให้เห็นได้ชัดเจน ถ้าเขาไปในเว็บที่ เขาพยายามปิดบังหรือซ่อนข้อมูลดังกล่าวให้เห็นได้ยาก ควรหลีกเลี่ยงที่จะใช้บริการเว็บนั้นเสีย นอกจากนี้เว็บที่ดีจะต้องแจ้งรายละเอียดถึงสถานภาพในการสั่งซื้อปัจจุบันอยู่เสมอว่าลูกค้าสั่งซื้ออะไรไปเป็นราคาเท่าไรแล้ว และอีกส่วนที่สำคัญคือการรักษาเวลา ไม่ส่งสินค้าเลยวันที่กำหนดไว้

3.3. การเสนอขายสินค้า

3.3.1 ใช้เทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมการขาย

ในการเสนอขายสินค้า ควรใช้เทคโนโลยีที่ทำให้ผู้บริโภครู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เรามากที่สุด ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกใกล้ชิดไว้เนื้อเชื่อใจ (หรือเชื่อถือ) ผลิตภัณฑ์เรามากขึ้น มีเทคโนโลยีหลายตัวให้เราเลือกใช้ ยกตัวอย่างเช่น Java Applet, Active X control, GIF Animation Flash ฯลฯ เทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยสร้างสีสันให้กับผลิตภัณฑ์ของเรา เทคโนโลยีที่น่าสนใจอีกเทคโนโลยีหนึ่ง คือ Quick Time VR (QTVT) เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ของเราเป็น 3 มิติ คือ สามารถหมุนดูได้รอบทิศทาง ยกตัวอย่างเช่น <http://www.carpaint.com> จะมีรถต่าง ๆ ให้คุณสามารถเลือกดู โดยดูได้ทั้งภายในและภายนอก หาก

คุณเป็นคนขาย Software คุณก็ควรจะให้ Download Software เป็น Demo free ซึ่งอาจจะกำหนดเวลาการหมดอายุ หรือตัด feature บางอย่างออกก็ได้

3.3.2 ไม่ใช่เทคโนโลยีที่ผู้บริโภคไม่คุ้นเคย

พยายามเลือกใช้เทคโนโลยี ที่ผู้บริโภคส่วนมากนิยมใช้และหลีกเลี่ยงเทคโนโลยีที่ ผู้ใช้ไม่คุ้นเคยเป็นยากที่เราจะรู้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีใด แต่เราควรพยายามใช้เทคโนโลยีที่มี มาให้เป็นมาตรฐานกับเครื่องพีซี ของ ผู้บริโภคหรือที่เป็นที่นิยม

3.3.3 คล่องตัวและรวดเร็ว

ควรทำให้การเข้าถึงสินค้าในแต่ละชั้นมีความรวดเร็วเพราะการเข้าถึงสินค้าที่ยุ่งยากนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อหน่าย และต้องเข้าถึงให้ตรงเป้าหมายที่ผู้บริโภคต้องการ เราอาจจะใช้ การ Search ในเว็บไซต์ของ amazon.com ได้ทำการแบ่งหมวดหมู่ของหนังสือไว้ เมื่อผู้บริโภคเข้าไปค้นหา ตามหมวดหมู่ที่ผู้บริโภคต้องการรายชื่อหนังสือ ที่ผู้บริโภคต้องการในหมวดหมู่นั้น ก็จะปรากฏขึ้นมา เป็นการย่นระยะเวลา ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าของเราได้เร็วขึ้น

3.4. การจัดการกับการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้า

กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่เป็นแบบอย่างของการสั่งซื้อสินค้า ก็คือการทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้า และสั่งซื้อสินค้าให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเร็วได้ มีเทคนิคหลายประการ ที่จะช่วยให้การสั่งซื้อสินค้าทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น การเตือนความทรงจำของลูกค้าถึงรายการของสินค้า ที่อยู่ของเพื่อนเมื่อครั้งก่อน รวมไปถึงชื่อผู้รับ จะช่วยให้ลูกค้าไม่ต้องซื้อสินค้าซ้ำ และสามารถค้นหาที่อยู่ของเพื่อนหรือญาติที่เขาต้องการซื้อสินค้า ส่งให้ได้ รวดเร็วยิ่งขึ้น การเก็บข้อมูลที่อยู่ และบัตรเครดิตของลูกค้า ก็จะช่วยให้ลูกค้าสามารถจบกระบวนการสั่งซื้อได้รวดเร็วเช่นกัน

กระบวนการจัดส่งสินค้า สามารถกลายเป็นขั้นตอนที่สร้างทั้งความยุ่งยากและค่าใช้จ่ายอย่างมาก หากไม่มีการจัดการที่ดี การที่ไม่สามารถตรวจสอบคำสั่งซื้อให้สอดคล้องกับกระบวนการจัดส่งสินค้า ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น

3.5. การชำระเงิน

การซื้อสินค้าบนเว็บควรจะสามารถทำได้ง่ายและสะดวกสบาย หมายความว่าเว็บไซต์ควรจะรับบัตรเครดิตให้มากที่สุด การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตนั้นเราต้องอาศัยความช่วยเหลือจากทางธนาคาร เพื่อให้การใช้บัตรเครดิตของเว็บไซต์ของเรามีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยทางธนาคารเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราที่แตกต่างกัน ควรเก็บข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้าเอาไว้ เพื่อ

ความสะดวกสบายของลูกค้าเมื่อลูกค้าที่เคยซื้อของกับเราแล้วกลับมาซื้ออีก ลูกค้าก็ไม่ต้องกรอกข้อมูลใหม่อีก โดยสามารถดึงข้อมูลเก่าขึ้นมาใช้ได้เลย และต้องเก็บข้อมูลของลูกค้าให้ปลอดภัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

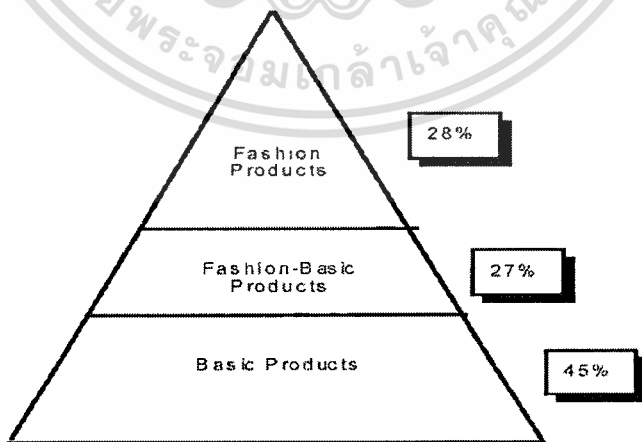
การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

4.1 การศึกษาก่อนทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

จากที่กล่าวมาแล้วในเรื่องการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วไปในบทที่ผ่านมา เราจะมาศึกษาถึงเรื่องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยจากการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยจะมีแบ่งวิธีการผลิตเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. การผลิตแบบแนวตั้ง (Vertical Line) โรงงานจะไม่ผ่านคนกลางในการจัดซื้อ จะปฏิบัติงานทุกอย่างด้วยตนเองตั้งแต่ผลิตเส้นใย ทอเป็นผืนผ้า นำผ้ามาผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ส่งออก
2. การผลิตแบบแนวนอน (Horizontal Line) จะทำการผลิตเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปอย่างเดียว วัตถุดิบอื่น ๆ จะต้องอาศัยคนกลางจัดซื้อให้อีกทอดเพื่อนำมาผลิต

การจำแนกประเภทธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามรูปแบบธุรกิจโดยใช้ต้นทุนเป็นหลักจะพบว่ากลุ่มที่ใหญ่ที่สุดจะเป็นผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นลดต้นทุนให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ด้วยการลงทุนในประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำเป็นหลัก และสามารถระยะเวลาการขนส่งที่ยาวนานได้เพื่อให้ได้ต้นทุนการขนส่งที่ต่ำที่สุดและขนส่งสินค้าครั้งละจำนวนมากๆ ดังนั้นการผลิตเสื้อผ้าที่มีคุณภาพที่ดีขึ้นหรือมีลักษณะตามแฟชั่นจะกระทบกับต้นทุนของผู้ประกอบการ



ภาพที่ 4.1 รูปแสดงสัดส่วนธุรกิจเสื้อผ้า

ผู้ผลิตที่ผลิตเสื้อผ้าตามแนวโน้มของแฟชั่นและผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าแฟชั่น โดยเน้นต้นทุนการผลิตไปด้วยทำให้สามารถจำแนกกลุ่มผู้ผลิตได้เป็น 3 ประเภท คือ ผลิตเสื้อผ้าทั่วไป ผลิตสินค้าแฟชั่นทั่วไป และผลิตสินค้าแฟชั่นเท่านั้น ในปี ค.ศ.1999 ในงานวิจัยเรื่อง A Stitch in Time ใน Oxford University Press ได้แบ่งสัดส่วนของธุรกิจเสื้อผ้าทั้ง 3 แบบ ไว้ดังนี้

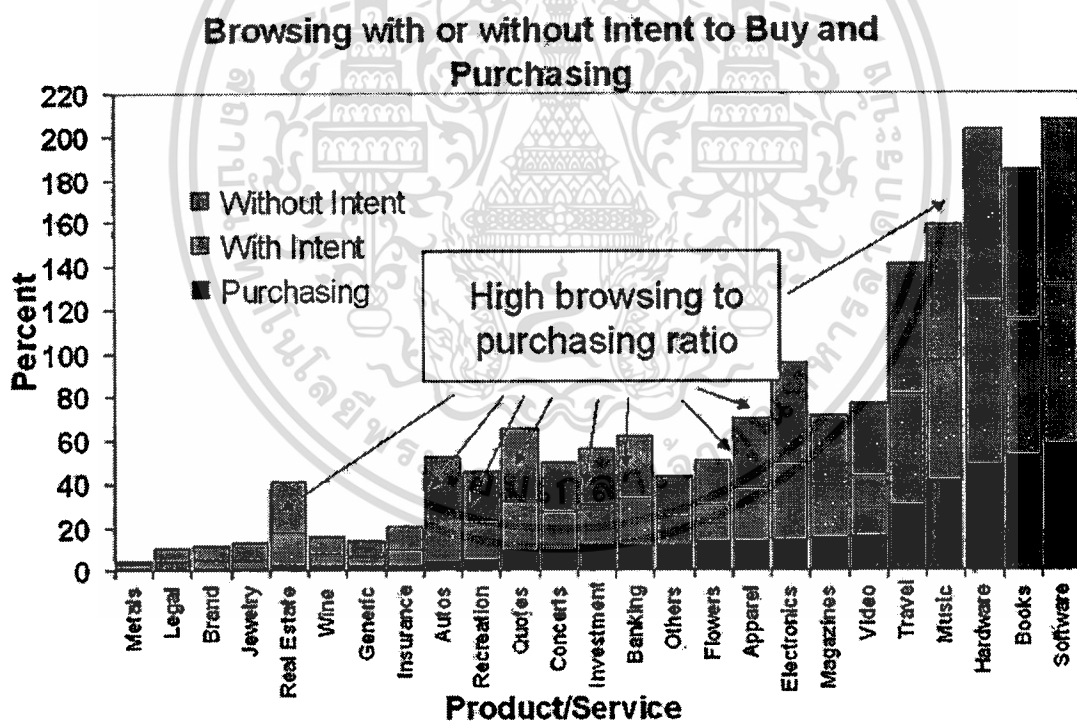
1. Fashion Products เป็นแบบของเสื้อผ้าที่นำสมัย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง เป็นผู้นำในวงการของโลกแฟชั่น
2. Fashion – Basic Products เป็นแบบของเสื้อผ้าที่ตามสมัย คือคว่าช่วงนี้แบบไหน แนวไหนเป็นที่นิยมก็จะทำการผลิตออกมาเพื่อสนองความต้องการของตลาด
3. Basic Products เป็นแบบของเสื้อผ้าที่ไม่นำสมัยไม่ตามสมัยสามารถใส่ได้เรื่อย ๆ ไม่ตกยุค การผลิตเสื้อผ้าประเภทนี้ จะสามารถผลิตเพื่อเก็บไว้ขายได้

ตารางที่ 4.1 ตารางเปรียบเทียบช่องทางการจัดจำหน่าย

	1998	1998	1999	1999
	\$billion	%	\$billion	%
Discounters	34.7	20.1	36.9	20.5
Specially stores	38.4	22.2	40.4	22.4
Department store	32.9	19.0	34.4	19.1
Major chains	29.4	17.0	29.2	16.2
Off-price retailers	11.2	6.5	11.4	3.6
Factory outlets	6.6	3.8	6.7	3.7
Catalog	17.0	9.8	17.2	9.6
Online	0.4	0.2	1.1	0.6
Unreported	2.4	1.4	2.5	1.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปีที่ผ่านมาในสหรัฐฯ เสื้อผ้าแฟชั่นเริ่มมีส่วนแบ่งที่เพิ่มสูงขึ้น ใกล้เคียงกับธุรกิจเสื้อผ้าแบบอื่นๆ และหากพิจารณาจากช่องทางการจัดจำหน่ายแล้วการจัดจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่านช่องทางห้างสรรพสินค้าจะมีสัดส่วนที่ลดลงจาก 22% ในปี ค.ศ. 1990 ลงเหลือ 19% ในปี ค.ศ. 1998 จากข้อมูลข้างต้นของ NPD American Shoppers Panel จะเห็นได้ว่าช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่าตัวจาก ค.ศ. 1998 ถึง 1999 และจากรายงานฉบับเดียวกันได้คาดหมายมูลค่าการจัดจำหน่ายผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่าย Online จะมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็น 7% ในปี 2003 และเพิ่มขึ้นเป็น 18% ในปี 2010 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกาเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ๆที่จะมีขึ้นต่อไปในอนาคต



GVU's WWW User Surveys™

http://www.gvu.gatech.edu/user_surveys

Copyright 1994-1999 All Rights Reserved

ภาพที่ 4.2 แสดงถึงการเติบโตของธุรกิจบนเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.2 จะเห็นได้ว่าการเปรียบเทียบของสินค้าและบริการโดยทั้งจากการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตและไม่ใช้อินเทอร์เน็ต คือสั่งซื้อโดยการไปที่ร้านและสั่งซื้อทางไปรษณีย์ จะเห็นได้ว่าโดยมีการซื้อฮาร์ดแวร์เป็นอันดับหนึ่ง และซอฟต์แวร์มาเป็นอันดับที่สอง ในขณะที่เดียวกันสัดส่วนของการสั่งซื้อไม่ผ่านอินเทอร์เน็ตจะเห็นได้ว่าธุรกิจจอสั่งหาริมทรัพย์จะได้รับความนิยมมากกว่า และสินค้าประเภทโลหะแทบจะไม่มีการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตเลย อัตราการเติบโตของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปนั้นมีอัตราส่วนของการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับที่น่าพอใจ และนำลงทุน

4.2 กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อนำไปสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ได้แบ่งขั้นตอนออกดังนี้

1. การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Design)

เสื้อผ้าส่วนใหญ่จะมีการกำหนดตามความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นแบบที่ได้ใส่หลายโอกาส แขนกออกแบบจะต้องกำหนดแนวโน้มของแฟชั่นในอนาคตได้ เพื่อที่จะส่งไปแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสินค้านั้นจะได้ทันกับความต้องการของตลาด

การออกแบบนี้เป็นส่วนสำคัญในการจูงใจลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า เนื่องจากแบบเสื้อและสีเป็นสิ่งที่ดึงดูดเอาใจลูกค้าในเว็บไซต์เป็นอันดับแรก ดังนั้นแบบที่ออกมาชิ้นนั้นจึงจะต้องคำนึงถึงตลาดของผ้า สีและลักษณะการออกแบบที่เหมาะสมกับรูปร่างของผู้สวมใส่ ควรจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดขนาดที่เหมาะสมกับแบบเสื้อชนิดนั้น ๆ ผู้ที่เป็นนักออกแบบที่มีความสามารถและชำนาญนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มองโลกในทางสร้างสรรค์และเป็นผู้ที่มีจินตนาการในด้านความนึกคิดพอสมควร ต้องรู้ซึ่งเข้าใจในแบบของเสื้อผ้าต่าง ๆ เปิดโลกทัศน์ให้กว้างและรู้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายในเว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ

2. การกำหนดขนาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Size)

เมื่อแผนกออกแบบได้แบบที่ต้องการแล้วทางโรงงานผลิตเสื้อผ้า จะทำการกำหนดขนาดเนื่องจากผู้สวมใส่มีขนาดตัวที่แตกต่างกันจึงต้องกำหนดเฉลี่ยของผู้ใส่เสื้อผ้าโดยวัดขนาดของผู้ใช้เป็นกลุ่มขึ้นไปในการกำหนดขนาดเสื้อผ้าอาจจำแนกได้ 4 ขนาดดังนี้

- ขนาดเล็ก ใช้อักษร S ซึ่งเป็นตัวย่อของตัว Small เป็นเครื่องหมายแสดง
- ขนาดกลาง ใช้อักษร M ซึ่งเป็นตัวย่อของตัว Medium เป็นเครื่องหมายแสดง
- ขนาดใหญ่ ใช้อักษร L ซึ่งเป็นตัวย่อของตัว Large เป็นเครื่องหมายแสดง
- ขนาดใหญ่พิเศษใช้อักษร XL ซึ่งเป็นตัวย่อของตัวExtra เป็นเครื่องหมายแสดง

การกำหนดขนาดแบบเสื้อนอกจากใช้อักษร เป็นเครื่องหมายบอกขนาดแล้วยังมีการใช้เบอร์บอกขนาดอีกด้วย เช่น 10 12 14 16 18 และ 30 32 34 36 38 40 42 44 เป็นต้น

3. การทำแบบตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Pattern)

เมื่อมีการกำหนดแบบและกำหนดขนาดแล้ว จะส่งมายังแผนกสร้างแบบ ในการตัดเย็บเสื้อผ้าที่ดีต้องอาศัยการสร้างแบบตัดที่ถูกต้องหลักเกณฑ์ เสื้อผ้าจึงจะออกมาได้สัดส่วนสวยงาม มองดูเป็นเสื้อผ้าชั้นดี ได้มาตรฐาน ซึ่งยังช่วยให้ผู้สวมใส่มีความสบายตัว

4. การวางแบบตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Marker)

การวางแบบตัดที่คตินั้นต้องพิจารณาว่าวางอย่างไรจึงจะทำให้เกิดการสูญเสียในการตัดน้อยที่สุด มีเศษผ้าเหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต

5. การตัดผ้าอุตสาหกรรม (Cutting)

การตัดผ้าเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่สามารถส่งผลไปยังคุณภาพ และต้นทุนการผลิตของสินค้าชิ้น ๆ กล่าวคือแม้ว่าจะมีแบบเสื้อผ้าที่สวยงาม และใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง แต่ถ้าเกิดการตัดที่ไม่แม่นยำ หรือมีการวางแบบตัดที่ไม่ถูกต้องย่อมทำให้เสื้อผ้าที่ผลิตออกนั้นเสียรูปทรง หรือค้อยความสวยงามไปได้

6. การเย็บงานอุตสาหกรรม (Methods of Sewing)

การเย็บต้องเย็บชิ้นส่วนที่ตัดแล้วเข้าด้วยกันทีละชิ้นจนกว่าจะสำเร็จเป็นตัวเสื้อนับเป็นกระบวนการผลิตหลักของโรงงาน

7. การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ (Quality Control)

เป้าหมายหลักของการตรวจสอบคือ พยายามรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่กำหนด เมื่อรวบรวมตรวจสอบคุณภาพทั้ง 3 ประการ คุณภาพวัตถุดิบ คุณภาพวัตถุดิบสำเร็จ คุณภาพกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ จึงเป็นกระบวนการเพื่อรักษาคุณค่าของสินค้า (Merchandise Value)

การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้ประสบผลสำเร็จนั้น สามารถแบ่งออกเป็นสามส่วนขั้นตอนการทำงานดังนี้ส่วนที่หนึ่ง คือเป็นขั้นตอนการเตรียมการ จัดตั้งทีมงาน กำหนดเป้าหมาย การสำรวจตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย เลือกหรือปรับปรุงสินค้า รวมทั้งการวางกลยุทธ์ด้านการขายส่วนที่สอง คือ เป็นขั้นตอนของการนำแผนกลยุทธ์และยุทธวิธีมาจัดทำเว็บเพจ ส่วนที่สาม คือ เป็นขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ ลงระบบการค้นหา และติดตามประเมินผล รวมทั้งปรับกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

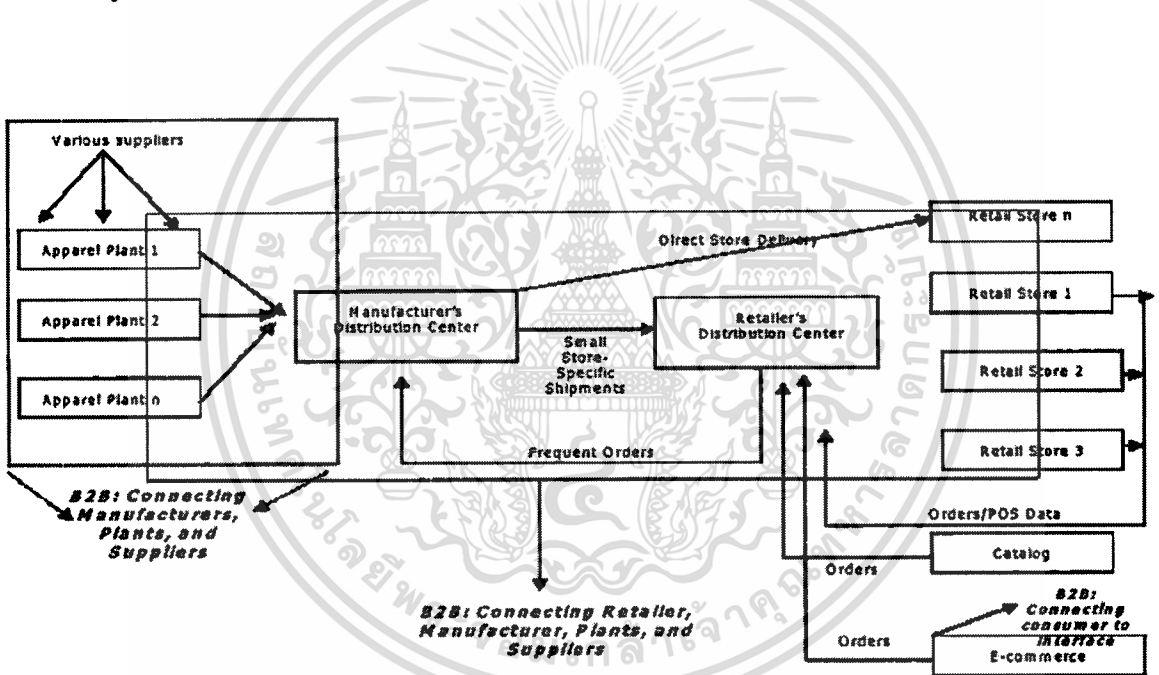
ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเป็นส่วนประกอบที่ต้องทำเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป แต่จุดที่สำคัญคือการวางกลยุทธ์ การดำเนินการทางด้านการตลาด การขาย

4.3 รูปแบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

แบ่งออกตามลักษณะของผู้ค้าและกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ค้าทำธุรกิจด้วย ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. Business to Business (B2B)

เป็นการค้าส่งขนาดใหญ่ระหว่างองค์กรกับองค์กร อาจจะเป็นการส่งออกเสื้อผ้าจากโรงงานให้กับผู้ค้าปลีกรายใหญ่ เพื่อไปจำหน่ายย่อย โดยการสั่งซื้อชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 4.3 รูปแสดง B2B ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากโรงงานไปยังผู้ประกอบการ

จากภาพที่ 4.3 จะเห็นถึงขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในรูปแบบของ B2B โดยจะเห็นได้จากจากนำเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากหลายผู้ประกอบการมารวมกันในโรงงาน แล้วส่งไปยังศูนย์กลางกระจายสินค้า และเมื่อมีคำสั่งซื้อเข้ามา ก็จะมีการขนส่งไปยังผู้สั่งซื้อรายใหญ่ ซึ่งจะมีโกดังเพื่อเก็บไว้ นำส่งให้กลับร้านค้าปลีกเมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า

2. Business to Consumer (B2C)

เป็นการค้าปลีกไปยังผู้บริโภคทั่วโลกหรือภายในท้องถิ่นของคุณ ในส่วนนี้อาจจะรวมการค้าปลีกแบบสื่อขนาดใหญ่หรือเหมาโหล หรือค้าส่งรายย่อยไว้ด้วย

Forrester ได้แบ่งผู้ค้ารายย่อยในธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบ B2C ออกเป็นกลุ่มย่อยดังนี้

1. Catalog companies – เป็นผู้ค้าปลีกที่ขายและจัดส่งสินค้าที่มีอยู่ใน Catalog เท่านั้น
2. Brick & mortar retailers - เป็นผู้ค้าปลีกที่ขายและจัดส่งสินค้าที่วางขายอยู่ในร้านเท่านั้น
3. Pure manufacturers - ผู้ผลิตเสื้อผ้าที่ขายสินค้าของตนผ่านทางร้านค้าของผู้อื่นเท่านั้น
4. Hybrid manufacturers – ผู้ผลิตเสื้อผ้าที่ขายสินค้าของตนทั้งที่ร้านค้าของตนเองและร้านค้าอื่น

5. Pure play firms – ผู้ค้าปลีกที่ขายสินค้าออนไลน์เท่านั้น

6. Click & mortar – ผู้ค้าปลีกที่ขายสินค้าหน้าร้าน และ ออนไลน์ด้วย

ดังนั้นการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูปก็จะเป็นได้ 2 แบบคือ แบบ Pure play firms – ผู้ค้าปลีกที่ขายสินค้าออนไลน์และ Click & mortar – ผู้ค้าปลีกที่ขายสินค้าหน้าร้านและออนไลน์ด้วย

Pure play firms – ผู้ค้าปลีกที่ขายสินค้าออนไลน์ หมายถึงขายเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปทางออนไลน์อย่างเดียวไม่มีการเปิดหน้าร้าน

www.webclothes.com จะเป็นการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาขายในเว็บไซต์ โดยไม่มีการเปิดหน้าร้าน เมื่อลูกค้าทำการสั่งซื้อก็สามารถจัดส่งสินค้านั้นและแบบที่ลูกค้าสั่งซื้อได้

กลุ่มเป้าหมายคือ เพศหญิงและชาย ที่ความประสงค์ที่จะซื้อเสื้อผ้าและของขวัญให้เด็กตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 7 ปี

เมื่อเข้าไปชมที่ webclothes.com จะพบว่า

1. เว็บไซต์นี้ได้รับการออกแบบให้มีสีสัน ที่ดูง่าย สบายตา
2. ไม่มีป๊อปอัพขึ้นมาให้เป็นที่รำคาญ
3. ความเร็วของเซิร์ฟเวอร์อยู่ในขั้นที่น่าพอใจ
4. มีการจัดหมวดหมู่สินค้าโดยเรียงตามลำดับตัวอักษรง่ายต่อการหา
5. การเชื่อมโยงไปยังลิงค์ต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ เป็นไปอย่างง่ายดายไม่ต้องรอนาน
6. ไม่มีแบรนเนอร์มาก จนทำให้เกิดการโหลดภาพช้า
7. มีการให้ข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียด

8. มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดสินค้าฟรีถ้าซื้อสินค้า 100\$ ขึ้นไป
9. มีการรับคืนสินค้าอย่างไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ภายในระยะเวลา 30 วัน เพียงแค่ลูกค้าไม่ถูกใจเมื่อเห็นของจริงเท่านั้น ยกเว้นชุดว่ายน้ำและชุดชั้นใน
10. มีระบบการรักษาความปลอดภัยในเรื่องการใช้บัตรเครดิต
11. มีชื่อที่อยู่ติดต่อพร้อมเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้

ข้อดีของ การทำธุรกิจแบบ Pure play firms ของเว็บไซต์ webclothes.com

1. สินค้าที่นำมาขายนั้นเป็นสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย เช่น Bugle Boy, French Toast ดังนั้น เสมือนว่าเป็นการรับประกันคุณภาพในเรื่องของสินค้าได้เป็นอย่างดี
2. ไม่ต้องลงทุนเปิดหน้าร้านก็สามารถทำธุรกิจได้เพียงแค่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าสั่งซื้อแล้วจะได้รับสินค้าไม่มีการหลอกลวง
3. สามารถขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้อจำกัดของ การทำธุรกิจแบบ Pure play firms ของเว็บไซต์ webclothes.com

1. เหมือนการทำธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ทั่วไปที่ลูกค้าไม่สามารถสัมผัสสินค้าได้ ไม่ว่าจะใช้เทคนิคเรื่องสีอย่างไร ก็อาจเกิดการผิดเพี้ยนได้ เนื่องจากมอนิเตอร์ของลูกค้าแต่ละคนไม่ได้มีมาตรฐานเดียวกัน
2. ลูกค้าบางรายไม่มีความเชื่อมั่นในกรณีที่มีการเปิดขายสินค้าออนไลน์อย่างเดียวโดยไม่มีการเปิดหน้าร้าน



Free Economy Shipping on orders of \$100 or more with Coupon BACMCX2GUD

Coupon must be entered to redeem offer. Cannot be combined with any other offer/coupon. Expires 9/30/02.

ABC 123 ABC 123 ABC 123 ABC 123 ABC 123 AE

Girl's	Boy's
• Infant	• Infant
• Toddler	• Toddler
• 4-6x	• 4-7x
• 7-16	• 8-18

Browse often to see our current theme and take advantage of the savings.
 (Special prices good only for the duration of the offer and are not retroactive.)

Three Cheers for the Home Team!!

Win FREE clothing

Fundraising with WebClothes.com

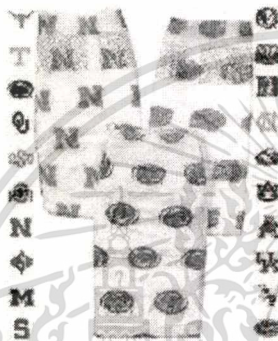
WebClothes Shop 'n' Fund

Department

- [\\$10 or Less](#)
- [Accessories](#)
- [Baby Gifts](#)
- [Bargain Bin](#)
- [Gift Baskets](#)
- [Gift Certificates](#)
- [Gifts for Toddlers & Children](#)
- [Husky and Plus Sizes](#)
- [New Arrivals](#)
- [School Uniforms](#)
- [Special Occasion Clothing](#)

Boutique

- [Gerber](#)
- [Buster Brown](#)
- [Froggy's Country Storybook](#)
- [Danskin Dance Apparel](#)
- [Anna Katherine](#)



"SuperFannies" College Logo Disposable Diapers

FANTastic! These SuperFannie disposable diapers are covered with logos from your favorite college teams, so the littlest fans take show their support. A FANTastic gift or buy it for your own junior Volunteer, Nittany Lion, Blue Devil, etc. Medium fits 12-26lbs with 24 diapers in a pack. Large fits 22-32lbs with 18 diapers in a pack.

ON SALE! \$8.99 Save 10%!!

Our Regular Price: \$9.99



Carter's
**"Carter's" Two-Piece
 Sweatshirt Fleece
 Hooded Jog Suit
 with Hand Warmer
 Pockets (Boys 12-24
 months)**

Our Regular Price:
\$16.00



New Legends
**Reversible
 Nylon/Polar Fleece
 Vest in Assorted
 Colors (Boys 8-16)**

Our Regular Price:
\$15.00

(Suggested Retail Price: \$22.00)



Voltage
**Multi-Colored Polar
 Fleece Hooded
 Jacket with Hand-
 Warmer Pocket
 and Front Zipper
 (Boys 2T-4T)**

Our Regular Price:



French Toast
**Ribbed Turtleneck
 Sweater with
 Striped Insert and
 Coordinating Hat
 (Girls 12-24 months)**

Our Regular Price:
\$11.00

ภาพที่ 4.4 รูปเว็บไซต์ webcloths.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Click & mortar – ผู้ค้าปลีกที่ขายสินค้าหน้าร้าน และออนไลน์ คือการเปิดหน้าร้านขายสินค้าด้วยและมีการทำเว็บไซต์เพื่อทำธุรกิจครบวงจร การทำธุรกิจประเภทนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงของการทำธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ ส่วนใหญ่มากจากการเปิดร้านมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมอยู่แล้วพร้อมทั้งยังมาทำเว็บไซต์เพื่อขายสินค้า ทั้งยังเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเองด้วยเมื่อลูกค้าคลิกเข้ามาดูเว็บไซต์ก็จะสามารถทราบได้ว่า ณ ตอนนีที่ร้านมีสินค้าอะไร แบบไหน รุ่นไหนขายอยู่ ลูกค้าอาจจะสั่งของทางอินเทอร์เน็ต แล้วเดินทางไปรับของที่ร้าน หรือ รอรับทางไปรษณีย์เลยก็ได้

www.jcrew.com เป็นเว็บไซต์ ที่มาจากการดำเนินการขายหน้าร้านยังประเทศญี่ปุ่น แคนาดา และสหรัฐอเมริกา แล้วมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในด้านการตลาดและการขายโดยการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อก้าวเข้าสู่ World wide web อย่างแท้จริง

กลุ่มเป้าหมาย คือ เพศหญิงและชาย ในเว็บไซต์นี้จะเป็นรวบรวมทั้งเสื้อผ้าแฟชั่นชาย หญิง และเด็ก เป็นการขายแบบครบวงจรโดยมีตั้งแต่เสื้อผ้าผู้หญิงผู้ชายและเด็ก ทุกชนิด กางเกง เสื้อ กางเกงชั้นใน ชุดว่ายน้ำไปจนถึงรองเท้า เมื่อเข้าไปชมที่ J.crew.com จะพบว่า

1. เว็บไซต์นี้ได้รับการออกแบบให้มีสีสัน ที่ดูง่าย สบายตา และมีการใช้นาบบางแบบที่มีหน้าตาดีเป็นผู้นำเสนอสินค้าทำให้มีความน่าชมเพิ่มมากขึ้น
2. มีการแสดงสีที่ได้ทดสอบ E-Color ที่มีลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า "Colorific" ทำให้ได้การแสดงสีที่ถูกต้องแม่นยำ โดยอาศัยซอฟต์แวร์ด้านเซิร์ฟเวอร์เป็นตัวจัดการ
3. ไม่มีป๊อปอัพขึ้นมาให้เป็นที่รำคาญ
4. ความเร็วของเซิร์ฟเวอร์อยู่ในขั้นที่ดี
5. มีการจัดหมวดหมู่สินค้าโดยเรียงตามเพศ ง่ายต่อการค้นหา
6. การเชื่อมโยง ไปยังลิงค์ต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ เป็นไปอย่างง่ายดายไม่ต้องรอนาน
7. ไม่มีแบนเนอร์มาก จนทำให้เกิดการ โหลดภาพช้า
8. มีสินค้าแนะนำ เช่น สินค้าลดราคา สินค้าที่กำลังเป็นที่นิยม
9. มีการให้ข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียด พร้อมทั้งตารางการเปรียบเทียบขนาด
10. มีการส่งเสริมการขาย โดยการจัดสินค้าฟรีถ้าซื้อสินค้า 100\$ ขึ้นไป
11. มีการรับคืนสินค้าอย่างไม่มีเงื่อนไขใด ๆ
12. มีระบบการรักษาความปลอดภัยในเรื่องการ ใช้บัตรเครดิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. มีชื่อที่อยู่ติดต่อพร้อมเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ตลอด 24 ชม. ใส่ไว้ชัดเจน
14. มีการปรับปรุงหน้าตาของเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ
15. มีการเก็บข้อมูลเก่า ๆ ไว้ว่าเราซื้ออะไรจากเว็บนี้ไปแล้วบ้าง

ข้อดีของการทำธุรกิจแบบ Click & mortar ของเว็บไซต์ J.crew.com

1. เป็นการเพิ่มช่องทางในการทำธุรกิจของตัวผลิตภัณฑ์ โดยแทนที่จะขายหน้าร้านแต่เพียงอย่างเดียวก็สามารถขายทางเว็บไซต์ได้ด้วย
2. ใช้เว็บไซต์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าที่ตนเองมีอยู่
3. มีชื่อได้เปรียบในการขายหน้าร้านกับขายทางเว็บไซต์คือสามารถขายออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง
4. ปรากฏตัวต่อหน้าลูกค้าทั่วโลก จากเดิมที่มีการขายหน้าร้านยังสาขาอยู่ที่ญี่ปุ่น แคนาดา
5. ลูกค้ามีความมั่นใจ และเชื่อมั่นในบริการและคุณภาพของสินค้าเพราะมีทั้งการขายหน้าร้านและการขายออนไลน์ควบคู่กันไป

ข้อจำกัดของการทำธุรกิจแบบ Click & mortar ของเว็บไซต์ J.crew.com

การทำธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ทั่วไปที่ลูกค้าไม่สามารถสัมผัสสินค้าได้ ไม่ว่าจะใช้เทคนิคเรื่องสื่ออย่างไร ก็อาจเกิดการผิดพลาดได้ เนื่องจากมอนิเตอร์ของลูกค้าแต่ละคนไม่ได้มีมาตรฐานเดียวกัน



The screenshot shows the J.CREW website interface. At the top, there are navigation links: J.CREW, MEN, WOMEN, KID, SHOES, MY ACCOUNT, HELP, ORDER BY ITEM#, and CART. Below this is a 'men's directory' section featuring a large photo of a man in a boat. To the right of the photo is a text block titled 'weekend on the water...' with a list of clothing items and their prices. At the bottom, there is a navigation bar with various links like ORDER STATUS, SIZE CHARTS, SHIPPING OPTIONS, RETURNS, STORE LOCATOR, FREE CATALOG, and CONTACT US.

J.CREW MEN WOMEN KID SHOES MY ACCOUNT HELP ORDER BY ITEM# CART

men's directory

weekend on the water...
before the fog burns off, a slight chill,
easy pieces (shetland, corduroy, denim)
to keep you covered.

- > best sellers - our top fall styles
- > our top 10 essential shirts - when & how to wear 'em
- > completely corduroy - where to get it... anytime, any wale
- > style insider - the season's best looks, J.Crew style

> Men's Directory
blazers
pants
jeans
chinos
shorts
shirts
polos, tees
sweaters
outerwear
underwear, sleepwear
shoes
accessories

Big & Tall Clearance

Premium bootcut jean
\$68.00

Lightweight chino long-sleeve shirt
\$34.50

Marled baseball crownneck sweater
\$48.00

buy this outfit

ORDER STATUS SIZE CHARTS SHIPPING OPTIONS RETURNS STORE LOCATOR FREE CATALOG CONTACT US
J.crew card jobs @ j.crew gift cards security privacy affiliate program corporate sales

ภาพที่ 4.5 รูปเว็บไซต์ J.crew.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1 Supply Chain

จากการประชุม SCM Forum ที่มหาวิทยาลัยแห่งรัฐโอไฮโอ (The Ohio State University) ได้มีการนิยามความหมายของ Supply Chain Management ว่าหมายถึง การประสานกัน การรวมกัน ของกระบวนการทางธุรกิจต่างๆ จากผู้พัฒนา ผู้ผลิตสินค้า ผู้ผู้ใช้ ผู้บริโภค ทั้งในด้านการจัดเตรียม สินค้า การบริการ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งการจะทำให้ Supply Chain Management เกิดประสิทธิภาพได้นั้น จะต้องมีการประสานงานที่ดีระหว่างส่วนงาน ทางธุรกิจต่างๆ ได้แก่ ส่วนการจัดซื้อ ส่วนจัดการด้านวัตถุดิบ ส่วนการผลิต ส่วนดูแลการจัดเก็บ สินค้า และการจัดส่งสู่ช่องทางกระจายสินค้าต่างๆ

หน้าที่หลักของ Supply Chain Management ก็คือ

1. การวางแผนและการประสานงานกับส่วนงานทั้งหมดเพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้านั้นๆ (Value Added) ขึ้นมา
2. ลดความไม่แน่นอน หรือความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้

การประยุกต์ใช้ Supply Chain Management กับร้านค้าสำเร็จรูปออนไลน์อาจปฏิบัติได้ตาม ขั้นตอนดังนี้

1. เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักคือต้องการเพิ่มความถูกต้อง และลดระยะเวลาในการสั่งซื้อ เสื้อผ้าจากผู้ผลิต หรือผู้ตัดเย็บ จึงมีการนำเอารายละเอียดของผู้ผลิต หรือผู้ตัดเย็บเอง เช่น รุ่นของ สินค้า แบบของเสื้อผ้า มาเป็นพื้นฐานในการทำร้านค้าออนไลน์ ซึ่งหากปฏิบัติตามนี้แล้ว ก็ย่อมที่จะเป็นเรื่องง่ายในการสั่งซื้อ หรือการอ้างอิงต่างๆ เพราะที่ใช้แหล่งข้อมูลเดียวกัน ไม่จำเป็นต้อง มาเทียบรุ่น หรือแบบกันอีกอย่างเช่นบางร้านค้าออนไลน์ ที่มีการกำหนดรุ่นของสินค้าของตน แตกต่างจากสินค้าที่ได้มาจากผู้ผลิต
2. มีการทำความเข้าใจกับผู้ผลิต หรือผู้ตัดเย็บเพื่อให้กลุ่มบุคคลเหล่านี้สามารถให้ข้อมูล ร้านค้าออนไลน์ได้เช่นกัน เช่นอาจมีการพัฒนาเป็นรายงานแสดงยอดการสั่งซื้อ แยกรายละเอียด ตามรุ่นของเสื้อผ้า แบบการตัดเย็บ หรือตามระยะเวลาที่ต้องการของกำหนดส่ง อันจะทำให้ผู้ผลิต หรือผู้ตัดเย็บเองสามารถทำการวางแผนกำลังการผลิต การตัดเย็บของตนเองได้ ทำให้สามารถลด ค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้เช่นกัน เช่น ไม่จำเป็นต้องมีการสต็อกวัตถุดิบเกี่ยวกับการตัดเย็บเอาไว้ เมื่อมีความต้องการ (รายการสั่งซื้อเสื้อผ้าจากลูกค้า) ผู้ผลิตจึงจัดเตรียมวัตถุดิบ และทำการตัดเย็บตาม ระยะเวลาที่กำหนดได้

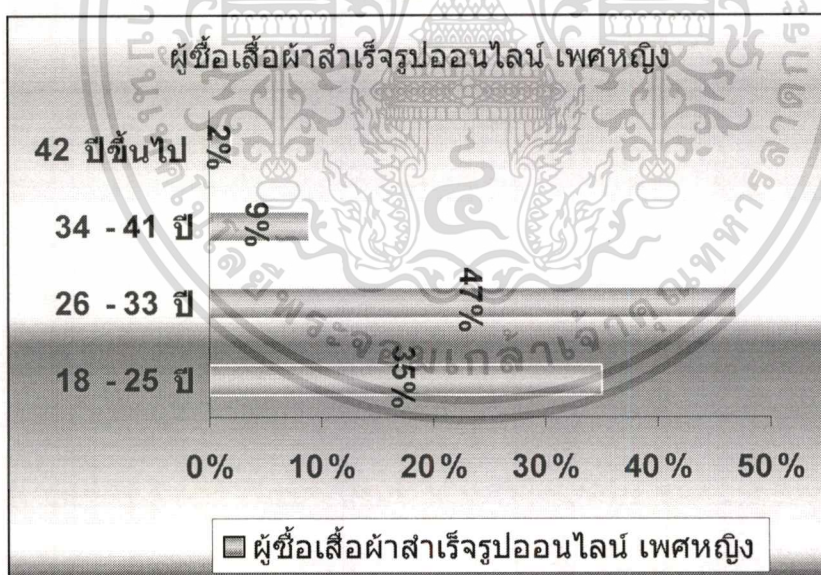
3. มีการจัดการประชาสัมพันธ์ ทำการยืนยันการสั่งซื้อ (Order Acknowledgement) กับลูกค้าเพื่อแสดงถึงความน่าเชื่อถือ แสดงถึงรายละเอียดงานนั้นๆ อยู่ในกระบวนการผลิต การตัดเย็บ ทำให้ลูกค้าผู้สั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเกิดความมั่นใจ และพร้อมที่จะเลือกซื้อสินค้ากับร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์อีก

จากขั้นตอนการปฏิบัติทั้งหมดจะเห็นว่า การนำ Supply Chain Management มาใช้ในธุรกิจร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์จะสร้างคุณค่าให้แก่ทุกกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดค่าใช้จ่าย และสร้างความพอใจจากการดำเนินธุรกิจ หรือจากการเลือกซื้อสินค้าแบบออนไลน์ในที่สุด

4.4 พฤติกรรมผู้บริโภคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

จากการสำรวจของ Taylor-Nelson Sofres หรือ TNS พบว่าผู้ที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ทั่วไป เป็นเพศชาย ร้อยละ 80 และเพศหญิง ร้อยละ 20 แต่ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้บริโภคของการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ เป็นเพศหญิงร้อยละ 84 และเป็นเพศชายร้อยละ 16

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนของผู้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์เพศหญิง



จากตารางที่ 4.2 กลุ่มของผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์จากการแบ่งกลุ่มตามอายุ จะเห็นได้ว่า ช่วงอายุ 26 – 33 ปี จะมีอัตราการซื้อสูงที่สุดเนื่องจากเป็นวัยทำงานมีกำลังซื้อสูง และมีโอกาสได้เล่นอินเทอร์เน็ต โดยมีช่วงอายุ 18- 25 ปี ตามมาเป็นอันดับที่สองซึ่งช่วงอายุนี้เป็นช่วงที่

กำลังศึกษา แต่ปริมาณการซื้อขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ก็จัดว่าสูง เป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ได้ใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นคว้าหาข้อมูลประกอบการศึกษา และเป็นที่น่าพอใจว่าต้องมี การซื้อของออนไลน์ แม้จะมีข้อจำกัดเรื่องรายได้ก็ตาม ช่วงอายุ 34 – 41 ปี และ 42 ปีขึ้นไป มีปริมาณการซื้อขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์น้อยมาก เนื่องจากเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะมีการ ออกแบบให้วัยรุ่น ถึงวัยกลางคนสวมใส่ได้อย่างเหมาะสม จึงเป็นสาเหตุให้ ช่วงอายุ 34 – 41 ปี และ 42 ปีขึ้นไปนั้น ไม่นิยมในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ ด้วยว่าเกรงจะไม่สมกับวัย และอีก ประการสำคัญคนในช่วงอายุนี้มีจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียวที่ไม่คุ้นเคยต่อการใช้คอมพิวเตอร์ รวมไปถึง ถึงการซื้อสินค้าออนไลน์

และจากการสำรวจของ Taylor-Nelson Sofres ที่กล่าวว่า ผู้ชายจะนิยมซื้อสินค้าออนไลน์ ทั่วไปถึง ร้อยละ 80 แต่ในขณะที่เดียวกันการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของเพศชายแค่เพียงร้อยละ 16 จาก สักส่วนดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันตลาดเสื้อผ้าออนไลน์ยังต้องมุ่งปรับปรุงไปยังกลุ่มเพศชาย เพื่อเพิ่มยอดขายในหมู่เพศชายอีกทั้งเพื่อสร้างความสนใจให้เพศชายเข้ามาซื้อเสื้อผ้าออนไลน์มากขึ้น ซึ่งอาจจะทำได้ดังนี้

1. มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ โดยไปลงโฆษณายังเว็บไซต์ที่เป็นนิยม หรือเว็บ Portal โดยมุ่งเน้นถึงแบบใหม่ ๆ ของเสื้อผ้าที่อยู่ในความนิยมของวัยรุ่นพร้อมกับการส่งเสริมการขายที่ น่าสนใจ
2. มีการใช้เทคนิคการบอกต่อ วิธีเป็นการให้กลุ่มลูกค้าของเราเป็นผู้ทำการตลาดให้เรา โดยใช้สายสัมพันธ์ของพวกเขาเอง ซึ่งวิธีนี้มีชื่อเรียกว่า Viral Marketing คือการตลาดแบบไวรัล กล่าวคือลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมที่เว็บไซต์ เพียงแค่กรอกรายชื่อเพื่อนพร้อมทั้งอีเมลล์แอดเดรสก็จะได้รับ ส่วนลดในการซื้อสินค้าอีก 10%
3. มีการใช้การส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจลูกค้าผู้ชายมาก
 - ให้ส่วนลดที่มากกว่าการซื้อหน้าร้านธรรมดา ทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการจะ ซื้อ เมื่อซื้อแล้วมีความประทับใจในการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ ในเรื่องของความสะดวก และ ประหยัดเวลา ทำให้เปลี่ยนทัศนคติใหม่ และจะหันมาซื้อเสื้อผ้าออนไลน์มากขึ้น
 - มีการให้ของแถมเป็นที่ล่อใจของลูกค้า เป็นของแถมที่ลูกค้าผู้ชายพึงใจด้วย เช่น ของที่ระลึกจากสโมสรฟุตบอลชื่อดัง หมวก ปากกา เป็นต้น
 - มีการชิงโชค จับสลาก โดยรางวัล เป็น บัตรชมฟุตบอลนัดสำคัญ เป็นต้น

4.4.1 ปัจจัยในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ของผู้บริโภค

1. สีและลวดลายผ้า

สีและลวดลายผ้ามีความสำคัญมาก เพราะเป็นส่วนประกอบสำคัญการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ เพราะว่าเป็นแรกที่เห็นจากการเปิดเข้ามาเลือกชม สำหรับความสวยงามของแบบเสื้อ มีอิทธิพลด้านสัมผัสต่อสายตา เป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้ได้พบเห็น การเลือกสีและลวดลายต้องเหมาะสมกับตัวผู้สวม

2. เนื้อผ้า

การเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ประเด็นหลักก็คือไม่สามารถจับต้องสินค้า เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการให้รายละเอียดของเรื่องเนื้อผ้า โดยบอกความทนทานคุณภาพ ไม่หยาบ กระด้างระคายเคืองต่อผิว สวมใส่สบาย โอกาสที่ใช้การซักหรือดูแลรักษาง่าย ไม่สิ้นเปลืองแรงงานมาก



ภาพที่ 4.6 แสดงถึงแบบเสื้อและสีสันทัน

3. แบบเสื้อ

รูปแบบของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะออกแบบเพื่อการค้ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย สไตลล์ของรูปแบบจะขึ้นอยู่กับแนวคิดของนักออกแบบ การเลือกแบบต้องคำนึงถึงรูปร่างและบุคลิก แบบเสื้ออย่าให้ล้าสมัยหรือล้าสมัยจนเกินไป ควรติดตามศึกษาเรื่องเสื้อผ้าสมัยนิยม เพื่อจะได้รับความรู้ การเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ได้ทันทั่วทั้งที่

4. การตัดเย็บ

เสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะผลิตแบบอุตสาหกรรมเป็นการผลิตจำนวนมาก หลังจากที่
ได้รับสินค้าที่สั่งซื้อมาแล้ว ต้องมีการพิจารณาฝีมือการตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ต้องดูที่การวางแบบ
ตัดผ้าถูกต้องรอยต่อตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวถูกต้อง

5. ความเหมาะสมในการสวมใส่

เสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะออกแบบมาเพื่อให้สวมใส่ตามแต่ลูกค้าจะคิดว่าเหมาะสมกับ
กาลเทศะ แต่ในขณะที่เดียวกันการออกแบบเสื้อผ้าที่อยู่บนเว็บไซต์ส่วนใหญ่จะนิยมนำนายแบบ
และนางแบบที่มีรูปร่างหน้าตาดี เพื่อนำเสนอให้ผู้ซื้อเชื่อมั่นว่าสินค้าเป็นสินค้าคุณภาพดี เมื่อสวม
ใส่ออกมาแล้วจะดูดี

6. ราคา

เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่อยู่ในเว็บไซต์ ขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้าซึ่งราคามีหลายระดับแล้วแต่สินค้านั้น
นั้นอยู่เกรดใด อาจจะมีตั้งแต่ราคาแพง เพราะเป็นแบรนด์เนม ราคาปานกลาง จนถึงราคาถูก ผู้ซื้อ
ต้องพิจารณาราคาให้อยู่ภายในงบประมาณที่กำหนด และมีราคาไม่ต่างกับที่หน้าร้าน หรือถูกกว่า

7. ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์

เนื่องจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายไม่มีการติดต่อกันโดยตรง มีแค่เพียงการ
ติดต่อทางอีเมลล์ หรือโทรศัพท์ ดังนั้นความน่าเชื่อถือจึงเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งในการตัดสินใจ
ซื้อของผู้บริโภค

8. การส่งเสริมการขาย

เป็นเรื่องที่สำคัญและเป็นตัวแปรอย่างหนึ่งของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากการ
แข่งขันสูงในการทำธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์ ลูกค้าเพียงแค่คลิกไปชม หรือเปรียบเทียบกับเว็บไซต์อื่น
ก็สามารถทำได้ง่ายค้าย ดังนั้นจึงต้องมีการส่งเสริมการขายเป็นสิ่งดึงดูดใจลูกค้า เช่น

1. จัดให้มีการลดราคามากกว่าร้านค้าปลีกทั่วไป (คุณภาพที่ 4.7 ประกอบ)



ภาพที่ 4.7 แสดงถึงการลดราคามากกว่าหน้าร้าน

2. มีเงื่อนไขจูงใจในการสั่งซื้อเช่นซื้อสินค้าให้ครบ 500 บาท มีการจัดส่งฟรี
3. รับประกันการคืนสินค้าโดยไม่เสียค่าส่งคืน
4. มีการแจกของกำนัลตอบแทน
5. รับสิทธิพิเศษในการสมัครเป็นสมาชิก เช่นการได้ส่วนลดเงินสด
6. ในการโทรสั่งของไม่เสียค่าใช้จ่ายในการโทรสั่งสินค้า
7. มีการผ่อนชำระไม่เสียดอกเบี้ย หรือ ชำระเงินหลังใช้สินค้าได้ 3 เดือน
8. ถ้าแนะนำเพื่อนให้ซื้อสินค้าจะได้ส่วนลดเงินสดในการสั่งซื้อครั้งต่อไป

4.4.2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการสั่งซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์

1. สามารถเปรียบเทียบราคาได้ เช็คราคาได้สะดวกไม่ต้องวิ่งไปดูหลายๆ ร้าน เพียงแค่คลิกเข้าไปดูตามเว็บไซต์ก็รู้ได้เลยว่าเสื้อตัวที่ต้องการจะชื่อนั้นตอนนี้มีราคาเท่าใด
2. เว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปมักจะมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ เช่นสั่งซื้อโดยไม่เสียค่าจัดส่ง เป็นต้น
3. ประหยัดเวลาในการไปซื้อที่ร้าน
4. ไม่เสียเงินเพิ่ม จากที่ตั้งงบประมาณไว้ ตั้งใจจะไปซื้อแค่เสื้อตัวเดียวแต่ไปที่ร้านอาจจะได้สัมผัส ได้ลองก็จะทำให้เกิดความอยากได้
5. ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์สามารถเปิดขายได้ 24 ชั่วโมง สามารถสั่งซื้อเมื่อใดก็ได้ ไม่จำกัดเวลาปิดและเปิดเหมือนร้านค้าทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. มีตารางเทียบขนาดให้ทราบถึงสัดส่วนของตัวเอง

► women's sizes

sizes	XS	S		M		L		XL
	2	4	6	8	10	12	14	16
bust	32½	33½	34½	35½	36½	38	39½	41
waist	24½	25½	26½	27½	28½	30½	31½	33
low waist	27	28	29	30	31	32½	34	35½
hip	35	36	37	38	39	40½	42	43½

Tall sizes (catalog/jcrew.com) for women 5'9"-6'0". Same as women's sizes except center back seam is 1½" longer, sleeve is 1¼" longer. Inseams and other lengths as indicated.

ภาพที่ 4.8 แสดงถึงการบอกขนาด

4.4.3 ปัญหาที่พบจากการสั่งซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์

1. สีเพี้ยน ไม่เหมือนกับที่เห็นในจอมอนิเตอร์ และคาดหวังไว้
2. ขนาดของเสื้อผ้าไม่แน่นอน จากเว็บไซต์นี้เคยใส่ขนาด 18 เป็นประจำแต่พอส่งไปครั้งต่อไป ขนาด 18 ที่เคยใส่ได้พอดี กลับหลวมไป เมื่อเทียบกับของเก่าที่มีอยู่นั้นปรากฏความแตกต่างเรื่องขนาดอย่างเห็นได้ชัด
3. การส่งของผิดแบบ ผิดสี ผิดขนาด
4. เวลาในการส่งของ เนื่องจากจะการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่านทางเว็บไซต์ การส่งของให้ลูกค้าจึงต้องใช้บริการจากไปรษณีย์ถ้าลูกค้าที่ส่งของไปนั้นเป็นคนทำงานแล้วไม่มีคนอยู่บ้านในตอนกลางวัน ของนั้นก็จะมีโดนตีกลับเนื่องจากไม่มีผู้รับ

4.4.4 แนวทางการแก้ไขปัญหา

เนื่องจากการขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์นั้นมีปัญหาดังข้างต้น จึงหาแนวการแก้ไขดังนี้

1. มีการรับประกันรับคืนสินค้าทุกกรณีไม่ว่าจะ ในกรณีที่ไม่พอใจ หรือได้รับสินค้าไม่ตรงกับที่ได้สั่งซื้อไป

2. บุคลากรที่เป็นผู้ดำเนินการภายหลังจากได้รับคำสั่งซื้อออนไลน์ หรือทางโทรศัพท์ของลูกค้า ก่อนที่จะมีส่งมอบสินค้า ควรจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนส่งมอบ เพื่อจะได้ไม่เกิดข้อผิดพลาด อีกทั้งยังไม่ทำลายความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อเว็บไซต์ที่ดำเนินการอยู่

4.5 เว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปในอุดมคติ

Gomez.com ได้ให้ข้อมูลในเรื่องอันดับความนิยมของเว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ในปี 2001 และได้วิเคราะห์

1. จากจำนวนการสั่งซื้อสินค้า
2. การเยี่ยมชมของลูกค้าในปี 2001

ซึ่งจะเห็นได้ว่า เว็บไซต์ Jcrew.com เป็นที่นิยมอันดับหนึ่ง ซึ่งเราได้ทำการวิเคราะห์ในข้างต้นแล้วและเมื่อทำการศึกษาและวิเคราะห์ จากเว็บไซต์ที่ติดอันดับได้รับความนิยมทั้งหมดนั้น ก็จะพบว่า ผู้บริโภคให้ความนิยมสั่งซื้อสินค้าและเยี่ยมชมบ่อย ๆ ในเว็บไซต์ทั้ง 10 อันดับนั้น จะเห็นได้ว่า ทั้ง 10 เว็บไซต์มี

ตารางที่ 4.3 แสดงถึงอันดับความนิยมของเว็บไซต์เสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์

Firm	Score
1.Jcrew	7.25
2.Gap	6.71
3.Lands'End	6.53
4.REI	6.06
5.Patagonia	5.94
6.Blue Fly	5.82
7.Brooks Brothers	5.22
8.Dockers	5.22
9.Nordstrom	5.19
10.Macy's	5.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5.1 ลักษณะที่ดึงดูดใจลูกค้าโดยเรียงลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าแบรนด์เนม มีเครื่องหมายการค้า
2. ออกแบบเว็บไซต์ให้ดูง่าย สบายตา
3. เสนอสินค้าทำให้มีความน่าชมเพิ่มมากขึ้น เข้าถึงข้อมูลง่าย ชัดเจน
4. มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ
5. มีการรับคืนสินค้าอย่างไม่มีเงื่อนไขใด ๆ
6. การจัดหมวดหมู่สินค้า ง่ายต่อการค้นหา
7. การเชื่อมโยงไปยังลิงค์ต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ เป็นไปอย่างง่ายดายไม่ต้องรอนาน
8. ไม่มีแบนเนอร์มาก จนทำให้เกิดการโหลดภาพช้า
9. มีสินค้าแนะนำ เช่น สินค้าลดราคา สินค้าที่กำลังเป็นที่นิยม
10. มีการให้ข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียด พร้อมทั้งตารางการเปรียบเทียบขนาด
11. ไม่มีป๊อปอัพขึ้นมาให้เป็นที่รำคาญ
12. ความเร็วของเซิร์ฟเวอร์อยู่ในขั้นที่ดี
13. มีระบบการรักษาความปลอดภัยในเรื่องการใช้บัตรเครดิต
14. มีชื่อที่อยู่ติดต่อพร้อมเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ตลอด 24 ชม.ใส่ไว้ชัดเจน
15. มีการปรับปรุงหน้าตาของเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

4.5.2 ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์ในอุดมคติของลูกค้า

1. มีแบบให้เลือกมาก
2. ต้องการให้มีโปรโมชันดี ๆ มาก ๆ เพื่อจูงใจในการซื้อ และเพื่อให้เห็นว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ถึงแม้ว่าไม่สามารถสัมผัสได้ แต่เมื่อมีโปรโมชันมาก ๆ ก็สามารถทำให้ตัดสินใจซื้อได้อย่างง่ายดาย

3. มีความน่าเชื่อถือได้ ว่าเมื่อสั่งซื้อของไปแล้วจะได้รับสินค้าจริงไม่มีการหลอกลวง
4. เงื่อนไขในการชำระเงิน มีการให้ผ่อนชำระโดยไม่เสียดอกเบี้ย
5. รับประกันการส่งคืนทุกกรณี
6. ความปลอดภัยของการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้า
7. ได้รับของที่สั่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง

ดังนั้นถ้าเรานำทั้งข้อ 4.5.1 และ 4.5.2 เข้ามารวมกันนั้นก็คือเว็บไซต์ที่มีความน่าสนใจและอยู่อุดมคติของลูกค้า อีกทั้งยังมีโอกาสประสบความสำเร็จสูงด้วย

4.6 การเปรียบเทียบระหว่างร้านเสื้อผ้าบนห้างสรรพสินค้าและร้านออนไลน์

ตารางที่ 4.4 การเปรียบเทียบระหว่างร้านเสื้อผ้าบนห้างสรรพสินค้าและร้านออนไลน์

	ร้านเสื้อผ้าบนห้างสรรพสินค้า	ร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์
ราคา	เป็นราคาเดียวกันทุกสาขา	ราคาถูกกว่าห้างสรรพสินค้า
ทำเลที่ตั้ง	ขึ้นอยู่กับร้านค้าที่พึงใจจะซื้ออยู่ที่ไหน	บ้านหรือที่ทำงานของผู้บริโภคเพียงแค่ต่ออินเทอร์เน็ต
การส่งเสริมการขาย	มีส่วนลดและการแจกของสมนาคุณเป็นบางช่วงของปี	มีส่วนลดและแจกของสมนาคุณตลอดเพื่อดึงดูดใจลูกค้า
การนำเสนอสินค้า	ขึ้นอยู่กับเนื้อที่ของร้านค้า	ไม่มีการจำกัดการนำเสนอสินค้าที่มีอยู่
ความรวดเร็วในการรับสินค้า	รับได้ทันทีหลังการจ่ายเงิน	ต้องรออย่างน้อย 3 วัน
การสัมผัสสินค้า	สามารถสัมผัสสินค้าได้	ไม่สามารถสัมผัสได้
วันและเวลาทำการ	ทุกวัน ๆ ละ 12 ชั่วโมง	ทุกวัน 24 ชั่วโมง

จากตารางที่ 4.4 จะเห็นข้อได้เปรียบของการทำธุรกิจออนไลน์หลายประการ ได้แก่ เรื่องราคาที่มีราคาถูกเนื่องจากไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าหน้าร้าน ทำเลที่ตั้งก็ขึ้นอยู่กับว่าที่ไหนที่ผู้บริโภคจะสะดวกออนไลน์ การส่งเสริมการขายเป็นสิ่งสำคัญที่การขายสินค้าออนไลน์ต้องมีเพื่อดึงดูดลูกค้า การนำเสนอสินค้า เนื่องจากเป็นเว็บไซต์สามารถให้ข้อมูลได้อย่างละเอียด และจัดสินค้าได้อย่างทั่วถึงและที่สำคัญที่สุดคือสามารถเปิดการขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ข้อเสียเปรียบที่มีต่อร้านเสื้อผ้าบนห้างสรรพสินค้าคือ เรื่องการสัมผัสสินค้า และความรวดเร็วในการรับของไปใช้

4.7 ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายในการลงทุน แบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท หลัก ๆ ได้แก่

1. ค่าลงทุน (Investment costs) ได้แก่ ที่ดิน ค่าวางแผนและออกแบบ
2. ค่าดำเนินงานและบำรุงรักษา (Operating and Maintenance costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพื่อดำเนินงานและบำรุงรักษาโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้โครงการสามารถดำเนินงานได้

ตารางที่ 4.5 ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเปิดร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนการเปิดร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้า	
1. ค่าลงทุน (Investment costs)	บาท
- ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนบริษัท	20,000.00
- ค่าประมูลพื้นที่	100,000.00
- ค่าตกแต่งร้าน	250,000.00
- อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	200,000.00
- ค่าวางระบบคอมพิวเตอร์และ โปรแกรมสำเร็จรูปในการดำเนินการ	50,000.00
รวม Investment costs	620,000.00
2. ค่าดำเนินงานและบำรุงรักษา (Operating and Maintenance Costs) ต่อเดือน	
- ค่าเช่าร้าน	50,000.00
- ค่าจ้างแรงงานพนักงาน	35,000.00
- ค่าสาธารณูปโภค	30,000.00
- ค่าสินค้าที่นำมาวางขายต่อเดือน	200,000.00
รวม Operation and Maintenance Costs	315,000.00

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าการเปิดร้านค้าปลีกเพื่อขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปในห้างสรรพสินค้า จะต้องมีการลงทุน Investment costs ดังนี้

1. ในเรื่องของการจดทะเบียนบริษัท บริษัทกฎหมายเป็นผู้ดำเนินการให้โดยเสียค่าธรรมเนียม และค่าดำเนินการ
2. การประมูลพื้นที่เพื่อให้ได้ทำเลที่อัตรการซื้อของลูกค้าสูง
3. มีการตกแต่งร้านให้นำเข้ามีการจัดหน้าร้าน ที่ดูดี
4. การซื้อเครื่องใช้สำนักงานเช่น เครื่องเก็บเงิน ชั้นวางของ โต๊ะเก้าอี้ คอมพิวเตอร์
5. วางระบบคอมพิวเตอร์ในร้าน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการเช็คจำนวนสินค้าในร้าน

ค่าดำเนินงานและบำรุงรักษา (Operating and Maintenance Costs) ต่อเดือน

1. ค่าเช่าร้านที่ต้องจ่ายทุกเดือน
2. ค่าจ้างแรงงาน พนักงานขายของ พนักงานเก็บเงิน พนักงานเก็บกวาด พนักงานส่งของ

3. ค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และค่าสาธารณูปโภคส่วนกลาง
4. ค่าสินค้าที่นำมาขายในร้าน
5. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าหีบห่อบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.6 ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเปิดร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนการเปิดร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์	
1. ค่าลงทุน (Investment costs)	บาท
- ค่าจัดตั้งโฮสต์	2,100.00
- ค่าจ้างทำเว็บไซต์	20,000.00
- อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	100,000.00
รวม Investment costs	122,100.00
2. ค่าดำเนินงานและบำรุงรักษา (Operating and Maintenance Costs) ต่อเดือน	
- ค่าเช่าโฮสต์	2,900.00
- ค่าจ้างแรงงานพนักงาน	20,000.00
- ค่าสาธารณูปโภค	20,000.00
- ค่าดูแลและพัฒนาเว็บไซต์	2,000.00
รวม Operating and Maintenance Costs	44,900.00

จากตารางที่ 4.6 ในการเปิดร้านเสื้อผ้าออนไลน์จะให้เห็นได้ว่าการลงทุนค่าลงทุน (Investment costs) ดังนี้

1. ค่าจัดตั้งโฮสต์คือการลงทะเบียน จัดตั้งชื่อกิจการ
2. ค่าจ้างทำเว็บไซต์ คือการสร้างคอนเทนต์เว็บไซต์ พร้อมทั้งอัปโหลดขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต
3. อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ แฟกซ์ โทรศัพท์เพื่อติดต่อกับลูกค้า

ค่าดำเนินงานและบำรุงรักษา (Operating and Maintenance Costs) ต่อเดือน

1. ค่าเช่าโฮสต์ เปรียบเสมือนการเช่าพื้นที่ในการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต
2. ค่าจ้างแรงงานพนักงาน พนักงานบัญชี พนักงานรับออเดอร์พนักงานส่งของ

3. ค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟ ค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์

4. ค่าดูแลและพัฒนาเว็บไซต์ ได้แก่มีการปรับปรุงสินค้าในเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

จากทั้ง 2 ตารางข้างต้น จะได้เห็นได้ชัดว่า การเปิดร้านค้าปลีกเพื่อขายหน้าร้านกับการเปิดร้านเพื่อขายสินค้าออนไลน์ จะมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดในเรื่องของการลงทุน

1. เรื่องของการจัดตั้งทะเบียนบริษัท สินค้าออนไลน์ไม่จำเป็นจะต้องมีแค่การเปิดขายหน้าร้านจำเป็นจะต้องมีเพื่อการเสียภาษีที่ถูกต้องตามกฎหมาย

2. ค่าเช่าพื้นที่ในการเปิดร้านค้าปลีก กับการเช่าโฮสต์เพื่อวางขายสินค้าจะเห็นถึงความแตกต่างกันในเรื่องราคา ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนเริ่มแรก คือการประมูลพื้นที่ กับการจัดตั้งโฮสต์ อีกทั้งค่าเช่ารายเดือนของการขายหน้าร้าน และค่าเช่าโฮสต์ในแต่ละเดือน

3. ค่าตกแต่งร้านค้าปลีก กับการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ในร้านออนไลน์ เป็นสิ่งที่ทำให้เพื่อเป็นจุดดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับสินค้า เหมือนกัน แต่ความแตกต่างกันด้านราคาจะแตกต่างกันอย่างมาก

4. การลงทุนโดยการนำสินค้ามาวางขายในร้านของร้านค้าปลีก จะต้องมีการซื้อสินค้าจากร้านค้าส่ง มีการลงทุนก่อนจึงจะขายสินค้าได้ ซึ่งการลงทุนถ้ามีเงินทุนน้อยของที่ขายในร้านก็จะน้อยลงไปด้วย แต่สินค้าออนไลน์ อาจจะมีแค่การลงทุนจำนวนน้อย ซื้อสินค้ามา เพื่อถ่ายรูปมาลงประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ของตนเอง ไม่จำกัดรุ่นขนาด เวลาที่มีลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเข้ามา ก็สามารถไปซื้อจากร้านค้าส่งได้ ไม่ต้องมีการทวงเงินออกไปเป็นจำนวนมาก เหมือนการค้าปลีกหน้าร้าน แต่ทั้งนี้ ต้องมั่นใจว่าสินค้าที่โฆษณาในเว็บไซคนั้น จะต้องจัดส่งมอบให้ลูกค้าได้

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าสินค้าออนไลน์มีข้อดีในเรื่องของการลงทุนที่ไม่ต้องลงทุนสูงมาก เหมือนการลงทุนเพื่อเปิดการขายหน้าร้าน แต่การขายสินค้าเสื้อผ้าออนไลน์ก็มีข้อจำกัดในเรื่องของกลุ่มผู้ซื้อ คือ จะต้องเป็นกลุ่มที่มีมีการใช้อินเทอร์เน็ต และมีความมั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ แต่ในยุคโลกาภิวัตน์ 2002 นี้ จากที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 นั้น การมีลูกค้าเพื่อซื้อสินค้าออนไลน์ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป เพราะว่าอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมากในการทำธุรกิจออนไลน์

ในการทำธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบันได้มีหลายบริษัทได้มีการให้บริการตั้งแต่การจดทะเบียนชื่อ การจัดตั้งโฮส จนถึงการพัฒนาเว็บไซต์

ตารางที่ 4.8 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ผ่านThaiNIC

THE REAL E-COMMERCE HOST

	Business-1	Business-2	Business-3
ค่าบริการรายเดือน (บาท)	2,000	2,900	4,500
ค่าจัดตั้งโฮสต์ (จ่ายครั้งเดียว) (บาท)	2,100	2,100	2,100
พื้นที่ฮาร์ดดิสก์	450 MB	600 MB	900 MB
ยูเอช-เมต แบบ POP	40	60	80
อัตราการถ่ายโอนข้อมูลต่อเดือน	Unlimited	Unlimited	Unlimited
ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (เชื่อมต่อกับระบบ eComBot™)			
- ฐานข้อมูลแคตตาล็อก ออนไลน์สำหรับ :	60 สินค้า	80 สินค้า	100 สินค้า
- ระบบพัฒนาเว็บเพจสำเร็จรูป :	6 แบบ	6 แบบ	6 แบบ

ตามตารางที่ 4.8 ThaiNIC มีการให้บริการการดำเนินธุรกิจออนไลน์ซึ่งให้เลือก 3 รูปแบบตามขนาดของธุรกิจ ซึ่งจะมีราคาที่แตกต่างกันออกไป

- แบบที่ 1 Business-1 มีพื้นที่เก็บข้อมูลขนาด 450 เมกะไบต์
- แบบที่ 2 Business-2 มีพื้นที่เก็บข้อมูลขนาด 600 เมกะไบต์
- แบบที่ 3 Business-3 มีพื้นที่เก็บข้อมูลขนาด 900 เมกะไบต์

โดยในราคาที่จ่ายรายเดือนตามขนาดธุรกิจนั้นก็จะมีการให้บริการดังต่อไปนี้รวมอยู่ด้วย

1. ระบบเพิ่มคุณลักษณะสินค้า
2. การเชื่อมลิงก์เมนู
3. ระบบรับชำระเงินแบบเรียลไทม์/โอนเงิน
4. ระบบคำนวณค่าขนส่ง
5. ระบบติดตามการสั่งซื้อ
6. ระบบฐานข้อมูลธุรกรรม
7. ระบบปรับปรุงร้านค้าด้วยตนเอง
8. รองรับข้อมูลหลายภาษา บนฐานข้อมูล SQL 7.0
9. ระบบควบคุมผ่านเว็บเบราว์เซอร์
10. ระบบรักษาความปลอดภัยแบบ SSL & 3DES
11. ระบบลงทะเบียน search engine อัตโนมัติ
12. การเชื่อมต่อสายแบบ T3 หลายเส้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ที่อยู่ IP แบบสถิต
14. การสนับสนุน FrontPage
15. ASP (Active Server Pages) และ การใช้ CGI-bin
16. สนับสนุนการใช้ PHP (.php scripts)
17. โปรแกรมส่งข้อมูลจากฟอร์มเข้าอีเมลล์
18. การโอนย้ายไฟล์ (FTP) แบบไม่จำกัด
19. ระบบนับผู้เยี่ยมชม
20. การสนับสนุนลูกค้า
21. สนับสนุนการใช้ไมโครซอฟต์ แอคเซส(ฐานข้อมูล)
22. ระบบเข้ารหัส SSL (Secure Socket Layer)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าจะเป็นให้บริการอย่างครบวงจร เพิ่มความสะดวกในราคาที่ไม่แพงและเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจแบบออนไลน์

4.8 การประเมินการดำเนินกิจการ

จากตารางที่ 4.7 ด้านล่างจะเห็นได้ถึงหลักเกณฑ์การประเมินการดำเนินกิจการ โดยศึกษาจากองค์ประกอบของตลาดได้แก่

1. ความต้องการของลูกค้า ซึ่งเราสามารถกำหนดได้อย่างชัดเจนว่า เป้าหมายของเราเป็นกลุ่มใด ซึ่งเสื้อผ้าจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นหญิงชายที่ใช้อินเทอร์เน็ตและมีอำนาจการซื้อ เป็นปัจจัยหลัก
2. คุณค่าของผลิตภัณฑ์คือเสื้อผ้าซึ่งแน่นอนที่สุดว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการใช้ในชีวิตประจำวัน
3. อายุผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้าขึ้นอยู่กับแบบ และสีสันทัน ซึ่งจะมีถ้าเป็นแบบที่ธรรมดา ก็จะขายได้เรื่อย โดยไม่อิงกับแฟชั่น ก็จะมีระยะเวลาขายในขายเสนาขาย พอที่จะคุ้มการลงทุนและได้กำไร
4. โครงสร้างการตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีการแข่งขันที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับการแข่งขันในสินค้าตัวอื่น ๆ ในการซื้อออนไลน์เช่นหนังสือ เป็นต้น
5. อัตราการขายตัวของตลาดเสื้อผ้าออนไลน์มีแนวโน้มว่าจะสูงไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกลุ่มผู้ซื้อและผู้ขาย สืบเนื่องมาจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในเรื่องของการใช้อินเทอร์เน็ต
6. โครงสร้างของต้นทุนในการลงทุนธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์ มีการลงทุนที่ต่ำเมื่อเทียบกับการเปิดหน้าร้าน

7. อัตราผลตอบแทนการลงทุน สูงเมื่อเทียบจำนวนเงินที่ลงทุน

8. ระยะเวลาในการคืนทุน สั้นเมื่อเทียบกับการลงทุนหน้าร้าน เพราะการลงทุนทำธุรกิจ เสื้อผ้าแบบออนไลน์มีการลงทุนที่ต่ำ

9. ข้อกำหนดในการลงทุน ต่ำ เมื่อเทียบกับการเปิดหน้าร้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องภาษี เรื่อง ค่าใช้จ่ายรายเดือน

ตารางที่ 4.7 หลักเกณฑ์การประเมินการดำเนินกิจการ

หลักเกณฑ์การประเมินการดำเนินกิจการเสื้อผ้าสำเร็จรูปออนไลน์	
องค์ประกอบของตลาด	ความเหมาะสม
- ความต้องการของลูกค้า	กำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน
- คุณค่าของผลิตภัณฑ์	เครื่องนุ่งห่มเป็นปัจจัย 4 ที่จำเป็นต้องใช้
- อายุผลิตภัณฑ์	มีระยะเวลามากพอที่จะคุ้มการลงทุนและกำไร
- โครงสร้างการตลาด	มีการแข่งขันที่ไม่สูงมากนัก
- อัตราการขยายตัวของตลาด	สูง
- โครงสร้างต้นทุน	ต่ำเมื่อเทียบกับการขายหน้าร้าน
- อัตราผลตอบแทนการลงทุน	สูง
- ระยะเวลาในการคืนทุน	สั้น
- ข้อกำหนดในการลงทุน	ต่ำและง่ายต่อการจัดหาเงินทุน

บทที่ 5

แนวทางการพัฒนา

5.1. การทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

เริ่มจากธุรกิจขายเสื้อผ้า โดยเริ่มจากการไปที่ซื้อที่ตลาดค้าส่งไบฮอก โบ๊เบ๊ แล้วนำไปขายปลีกยังตลาดนัดวันเสาร์อาทิตย์ ณ เมือง โกเตนเบิก ซึ่งเป็นเมืองสำคัญอันดับที่ 2 รองจากกรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ปรากฏว่าได้รับนิยมและความสนใจมาก เป็นเพราะสินค้ามีคุณภาพที่ดี มีราคาถูกเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวในห้างสรรพสินค้า และสีสันลวดลายที่แปลกตาทันสมัย แปลกใหม่

ลูกค้าที่เข้ามาที่ร้านส่วนใหญ่แสดงความสนใจถามถึงขนาด สี และรุ่นของสินค้าแต่ยังไม่มีความสนใจที่จะซื้อสินค้าไปเพื่อขายต่อยังแหล่งอื่น แต่เนื่องจากประเทศสวีเดนมีกฎหมายที่เข้มงวดกับผู้ประกอบการต่างชาติ ในเรื่องใบอนุญาตในการเปิดร้านค้าเพื่อทำธุรกรรมทุกชนิด ร้านที่จำหน่ายเสื้อผ้าจึงขายได้เฉพาะตลาดนัดวันเสาร์อาทิตย์ เจ้าของกิจการอยู่ในระหว่างรอทำเรื่องวีซ่าถาวรจึงทำให้ไม่สามารถเปิดร้านขายที่เป็นทางการมีใบอนุญาตตามกฎหมายได้ เพราะสาเหตุหลายประการดังที่กล่าวมาแล้ว จึงเกิดแนวคิดว่าจะนำสินค้ามาขึ้นเว็บไซต์ ออนไลน์ให้ความสะดวกกับลูกค้าที่ไม่สามารถมาที่ร้านได้เพื่อ

1. การลดต้นทุนในการลงทุนเช่าร้านเพื่อไปเปิดหน้าร้านในวันธรรมดา
2. ลดค่าใช้จ่ายด้านบุคคลกร เพราะการทำงานกับเว็บไซต์ไม่ต้องใช้คนดูแลมาก
3. ไม่ต้องขอใบอนุญาตในการทำธุรกรรม
4. สามารถประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้อย่างง่ายดาย

ที่สำคัญคือ ประเทศสวีเดนมีการทำธุรกรรมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กันอย่างกว้างขวาง และแพร่หลาย ร้อยละ 92 ของครอบครัวจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้เพื่อการศึกษา และการค้นคว้าหาข้อมูลซึ่งจะต้องมีการจับจ่าย ซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต อย่างแน่นอน ในเมืองใหญ่ ๆ อย่าง โกเตนเบิก มีการให้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์กันทั่วถึง

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงถึงการใช้อินเทอร์เน็ตในทวีปยุโรป

European Broadband Breakdown					
Aug-01					
Country	Total Broadband	Type of Broadband			
		Cable	Satellite	ADSL	T1/ Leased Line
Sweden	0.138	0.033	0	0.055	0.05
Denmark	0.132	0.066	0	0.066	0
Germany	0.078	0.036	0	0.042	0
France	0.064	0.032	0.004	0.028	0
Spain	0.062	0.027	0	0.035	0
Norway	0.051	0.035	0.002	0.014	0
U.K.	0.023	0.017	0.001	0.005	0
Italy	0.009	0.005	0.001	0.003	0

Source: NetValue

โดยดูจากตารางที่ 5.1 จะเห็นได้ว่าประเทศสวีเดนเป็นประเทศที่มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับที่ 1 จากค่าดังกล่าวทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เมื่อมีผู้นิยมใช้อินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงจำนวนมาก ดังนั้นการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต และซื้อขายออนไลน์ ย่อมจะประสบความสำเร็จสูง และเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย

ดังนั้นจึงมีการสร้างเว็บไซต์ Venus.mine.at ขึ้นเพื่อนำสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปเข้าสู่ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มตัว

5.2 รูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของ Venus.mine.at

จากข้อจำกัดเรื่องกฎหมายในประเทศสวีเดน และโอกาสที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมาก เป็นโอกาสให้ทำ e-commerce รูปแบบของ B2C เป็นเสมือน แคตตาล็อก และเป็นเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์สินค้า ให้ลูกค้ารับทราบข้อมูลของสินค้า มีการส่งเสริมการขายเช่นถ้ามีการพิมพ์ชื่อของเว็บไซต์ออกมาแล้วนำมาแสดงที่ร้านจะได้ส่วนลดเงินสดทันที 10%

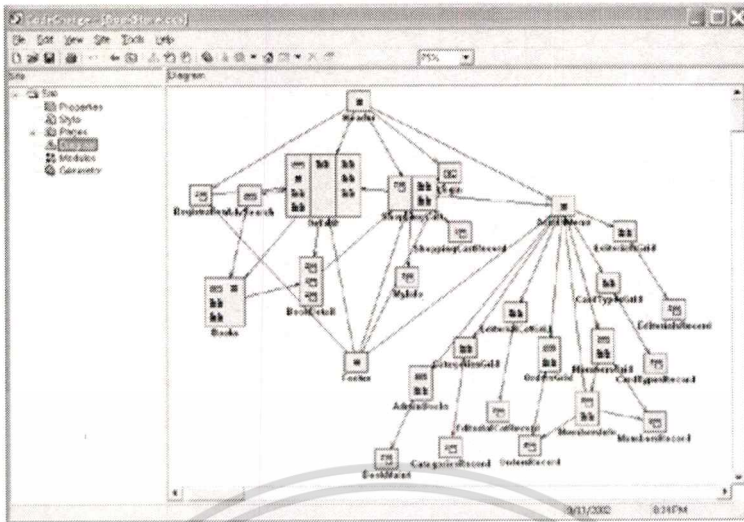
5.3. การสร้างเว็บไซต์

การพัฒนาเริ่มโดยการใช้ Code Charge Version 2.0 ของบริษัท Yes Software เป็น Tools สำหรับการพัฒนามี Template จำนวนมากสำหรับผู้พัฒนาที่ไม่มีความรู้ด้าน Programming ที่ต้องการพัฒนา Web applications เพียงเลือก Technology ที่ต้องการใช้ในการพัฒนาแล้วเลือกรูปแบบหรือ Template ที่มีให้เลือกมากมาย

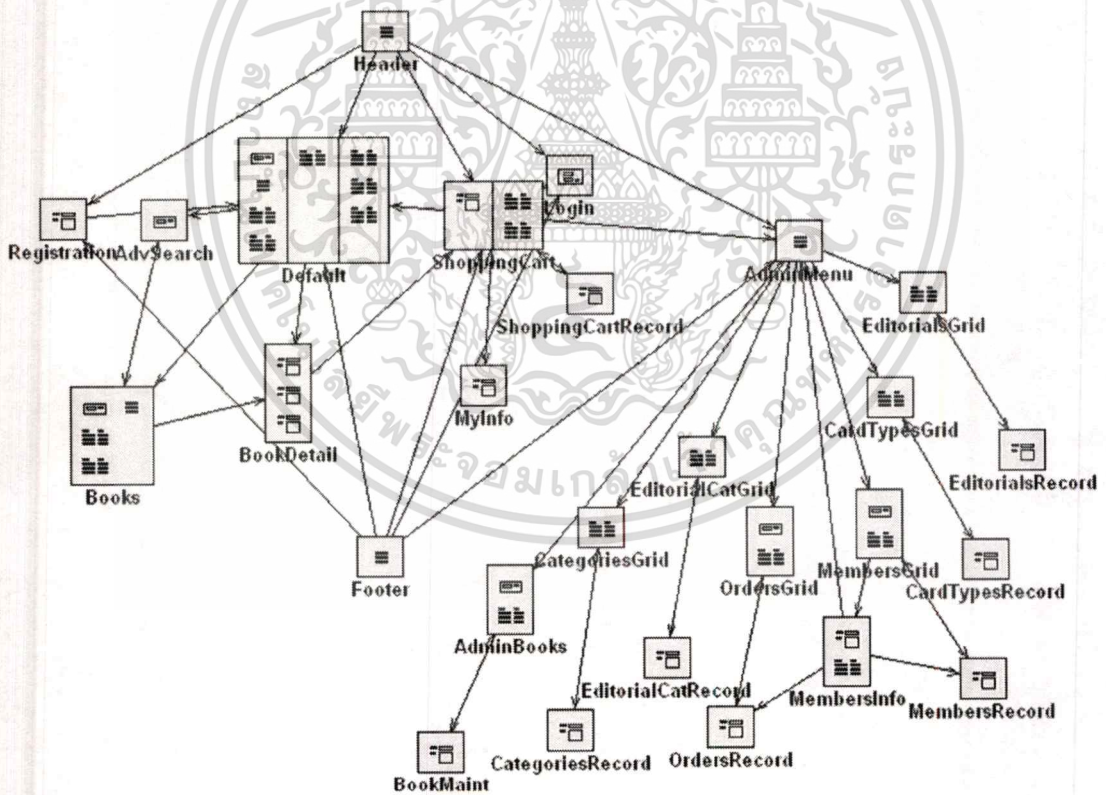


ภาพที่ 5.1 ซอฟต์แวร์ Code Charge Version 2.0

เมื่อเลือกเทคโนโลยีที่เลือกใช้เป็น ASP และ Microsoft Access แล้วได้กรอกข้อมูลของ ISP ที่ได้ขอใช้บริการไว้ เมื่อสั่งให้ Generate Application ASP พร้อม Database จะถูกสร้างขึ้นและนำไปใส่ไว้ในพื้นที่ของ ISP ที่กำหนดทันที โดยมีโครงสร้างของเว็บไซต์ตามภาพที่ 5.3 ซึ่งจะอธิบายรายละเอียดการทำงานต่อไป

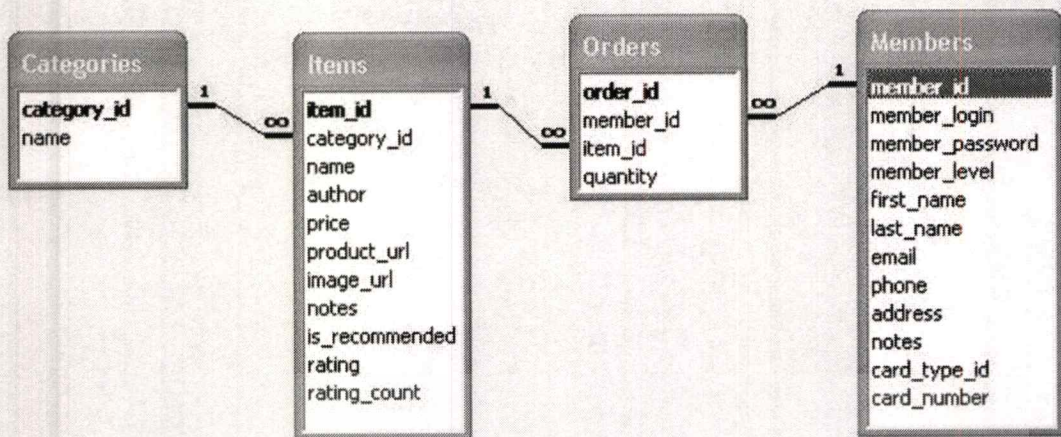


ภาพที่ 5.2 การส่งให้ Code Charge Version 2.0 สร้าง Web application



ภาพที่ 5.3 แสดงโครงสร้างของ Website ที่ถูกสร้างขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.4 แสดงโครงสร้างข้อมูลภายในฐานข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นโดย Code Charge



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help Back Search Favorites Media Go

Address http://venus.mine.at/

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Search
 Category: All
 Title:
 Search

Recommended
 BRITISH ARMY WOOL COMMANDO SWEATER
 Bow Bay
 Price 44.99

When & How to Wear 'em
Spills of The Season:
 soft tees button-downs. dad's inherited blazer. lived-in denim... all together. or one at a time.

More Search Options
 Advanced search

Categories
 T-Shirts
 Military
 Shorts

Weekly Specials
Free Shipping on orders over \$40
 For limited time only, until next Sunday, you can enjoy free shipping. Simply order more than \$40 worth of books and shipping's on us.

Style Insiders
The Season's Best Looks
 fall's finest hour? when it's cool enough to flaunt your new jacket & scarf but still warm enough to show some skin, too.

This Week's Best Seller
Weekend on the water...
 before the fog burns off, a slight chill easy pieces (shetland, corduroy, denim) to keep you covered.

A-COOL COOLMAX® RVU SHIRT. RIBBED VENTILATING UNDERSHIRT
 Bai Yok
 Price 44.99

FIELD & TRAIL SHORTS
 China Town
 Price 24.99

Home Registration Shopping Cart Sign In Back Office
 For more information please contact us.

Internet

ภาพที่ 5.5 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์ Venus.mine.at

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address http://venus.mine.at/

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

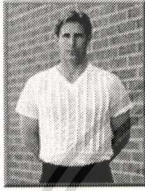
Category T-Shirts [Advanced Search](#)


Title


Search

Items found: 13

Search Results

 A-COOL® COOLMAX® RVU SHIRT - RIBBED VENTILATING UNDERSHIRT
Bai Yok
Price 44.99
Category T-Shirts

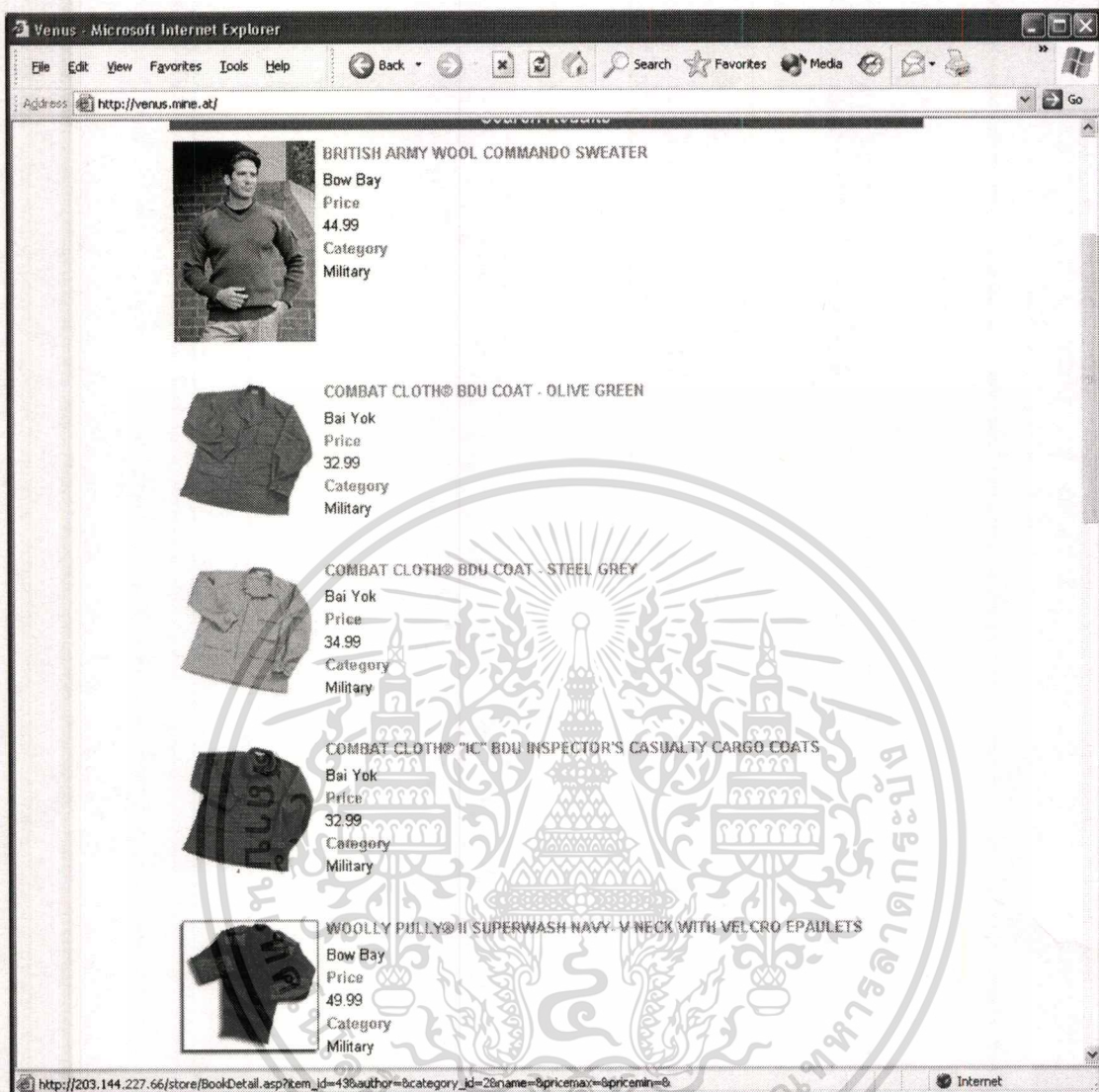
 BOM BDU COMFORT T-SHIRTS
Bai Yok
Price 6.99
Category T-Shirts

 Brushed cotton short-sleeve shirt
Bai Yok
Price 34.99
Category T-Shirts

Done Internet

ภาพที่ 5.6 แสดงกลุ่มสินค้า Shirt ในเว็บไซต์ Venus.mine.at

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 แสดงกลุ่มสินค้า Military ในเว็บไซต์ Venus.mine.at

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://venus.mine.at/>

NAVY UDT/ SEAL TEAM SWIMMER TRUNKS
 China Town
 Price 21.99
 Category Shorts

POLARMAX® LYCRA COMPRESSION SHORTS
 China Town
 Price 19.99
 Category Shorts

ROYAL ROBBINS® ORIGINAL 5.11 TACTICAL SHORT
 China Town
 Price 33.99
 Category Shorts

X-BDU 6 POCKET RIPSTOP COTTON CARGO SHORTS
 China Town
 Price 21.99
 Category Shorts

[Home](#) [Registration](#) [Shopping Cart](#) [Sign In](#) [Back Office](#)
 For more information please [contact us](#).

http://203.144.227.66/store/BookDetail.asp?tem_id=33&author=&category_id=3&name=&pricemax=&pricemin=& Internet

ภาพที่ 5.8 แสดงกลุ่มสินค้า Shorts ในเว็บไซต์ Venus.mine.at

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


Venus - Microsoft Internet Explorer

Address <http://venus.mine.at/>

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Book Detail

Title BRITISH ARMY WOOL COMMANDO SWEATER
 Author Bow Bay
 Category Military
 Price 44.99

Picture 

Notes British Army modernized version of our famous Woolly Pully® 2x2 rib knit sweater. We challenge you to find a better value for your dollar! Great value for work or casual wear. Great value for uniform or casual wear.
[Review this book on Amazon.com](#)

Quantity

Rating

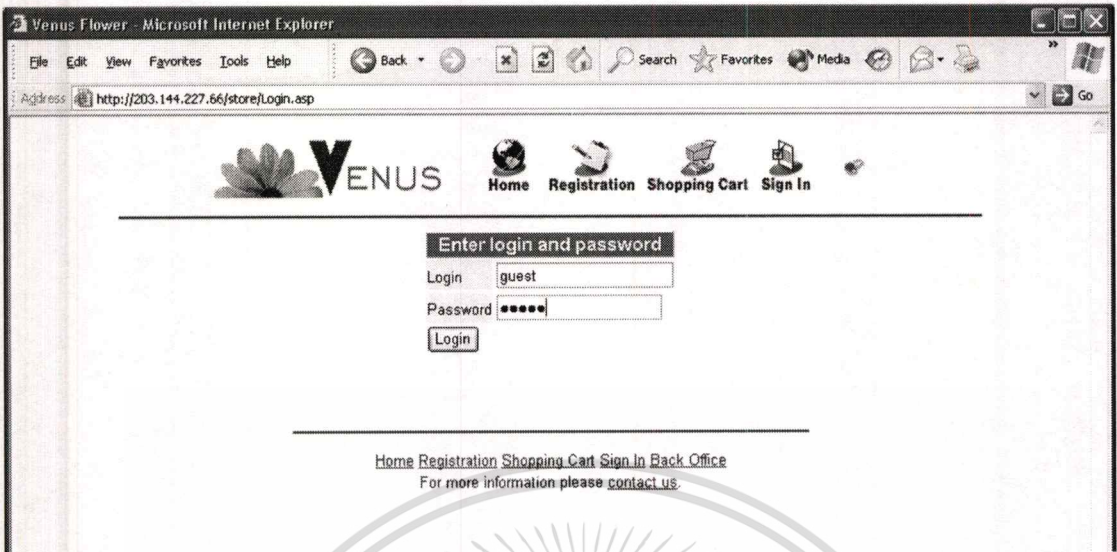
Current Rating Not rated yet
 Total Votes
 Your Rating

[Home](#) [Registration](#) [Shopping Cart](#) [Sign In](#) [Back Office](#)
 For more information please [contact us](#).

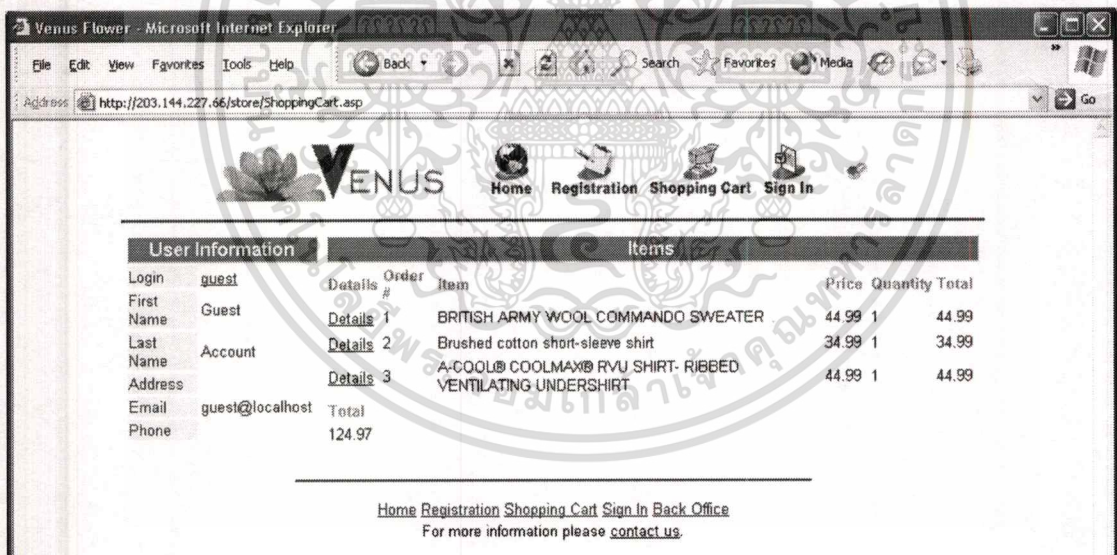
Done Internet

ภาพที่ 5.9 แสดงการเลือกซื้อสินค้าในเว็บไซต์ Venus.mine.at

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.10 แสดงการ Login ของสมาชิกเว็บไซต์ Venus.mine.at



ภาพที่ 5.11 แสดง Shopping Cart ในเว็บไซต์ Venus.mine.at

ภาพที่ 5.12 แสดงการลงทะเบียนเพื่อสมัครสมาชิกในเว็บไซต์ Venus.mine.at

ภาพที่ 5.13 แสดงการ Sign out ออกจากเว็บไซต์ Venus.mine.at

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus Flower - Microsoft Internet Explorer

Address: http://203.144.227.66/store/MembersGrid.asp

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Enter full or partial login, first or last name

Name Search

Members

Login	First Name	Last Name	Level
admin	Administrator	Account	Administrator
guest	Guest	Account	Member

[Insert](#)

[Home](#) [Registration](#) [Shopping Cart](#) [Sign In](#) [Back Office](#)
For more information please [contact us](#).

ภาพที่ 5.14 แสดงการเรียกดูสมาชิกโดยผู้ดูแลร้าน

Venus Flower - Microsoft Internet Explorer

Address: http://203.144.227.66/store/MembersInfo.asp?member_id=14&name=s

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Member Info

Login: [guest](#)
Level: 1
First Name: Guest
Last Name: Account
Email: guest@localhost
Phone:
Address:
Notes:

Shopping Cart

Order	Item	Quantity
1	BRITISH ARMY WOOL COMMANDO SWEATER	1
2	Brushed cotton short-sleeve shirt	1
3	A-COOL® COOLMAX® RVU SHIRT- RIBBED VENTILATING UNDERSHIRT	1

[Home](#) [Registration](#) [Shopping Cart](#) [Sign In](#) [Back Office](#)
For more information please [contact us](#).

ภาพที่ 5.15 แสดงรายละเอียดการสั่งซื้อของสมาชิกแต่ละคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus Flower - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help Back Forward Stop Refresh Home Search Favorites Media Print

Address http://203.144.227.66/store/OrdersGrid.asp Go

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Item: All Member: All Search

Orders		Member	Quantity
Edit	Item		
Edit	BRITISH ARMY WOOL COMMANDO SWEATER	guest	1
Edit	Brushed cotton short-sleeve shirt	guest	1
Edit	A-COOL® COOLMAX® RVU SHIRT- RIBBED VENTILATING UNDERSHIRT	guest	1
Insert			

Home Registration Shopping Cart Sign In Back Office
For more information please [contact us](#)

ภาพที่ 5.16 แสดงการเรียกดูรายการสั่งซื้อทั้งหมด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus Flower - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address http://203.144.227.66/store/AdminBooks.asp

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Category Recommended

Products					
Edit Title	Author	Price	Category	Recommended	
Edit BRITISH ARMY WOOL COMMANDO SWEATER	Bow Bay	44.99	Military	Yes	
Edit A-COOL® COOLMAX® RVU SHIRT- RIBBED VENTILATING UNDERSHIRT	Bai Yok	44.99	T-Shirts	Yes	
Edit BQM BDU COMFORT T-SHIRTS	Bai Yok	6.99	T-Shirts	No	
Edit WOOLLY PULLY® SWEATER USMC OLIVE GREEN CREW NECK	Bow Bay	49.99	Military	No	
Edit ORIGINAL VIETNAM TIGER STRIPE™ T-SHIRTS	Bai Yok	12.99	T-Shirts	No	
Edit ULTRA-COOL® COOLMAX® MESH FABRIC T-SHIRTS	Bai Yok	12.99	T-Shirts	No	
Edit WOOLLY PULLY® SWEATER V-NECK WITH EPAULETS, NAVY BLUE	Bow Bay	49.99	Military	No	
Edit FIELD & TRAIL SHORTS	China Town	24.99	Shorts	Yes	
Edit Marled baseball crewneck sweater	Bai Yok	48.99	T-Shirts	No	
Edit WOOLLY PULLY® SWEATER CREW NECK, BLACK	Bow Bay	44.99	Military	No	
Edit WOOLLY PULLY® SWEATER V-NECK WITH EPAULETS, BLACK	Bow Bay	44.99	Military	No	
Edit Cotton rollneck sweater	Bai Yok	38.99	T-Shirts	No	
Edit Wool rollneck sweater	Bai Yok	35.96	T-Shirts	No	
Edit Fleece rollneck	Bai Yok	47.99	T-Shirts	No	
Edit Essential long-sleeve crewneck	Bai Yok	39.99	T-Shirts	No	
Edit Essential short-sleeve crewneck	Bai Yok	31.99	T-Shirts	No	
Edit Surplus short-sleeve tee	Bai Yok	19.99	T-Shirts	No	
Edit Weathered pique polo	Bai Yok	31.99	T-Shirts	No	
Edit NAVY UDT/ SEAL TEAM SWIMMER TRUNKS	China Town	21.99	Shorts	No	
Edit POLARMAX® LYCRA COMPRESSION SHORTS	China Town	19.99	Shorts	No	
Add New	Previous [1] Next				

Home Registration Shopping Cart Sign In Back Office
For more information please [contact us](#).

ภาพที่ 5.17 แสดงการเรียกดูรายการสินค้าทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus Flower - Microsoft Internet Explorer

Address: http://203.144.227.66/store/BookMaint.asp?item_id=1&category_id=6&recommended=&

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Book

Title: BRITISH ARMY WOOL COMMANDO
 Author: Bow Bay
 Category: Military
 Price: 44.99
 Product URL:
 Image URL: images/books/0735609667.jpg

Notes: British Army modernized version of our famous Woolly Pully® 2x2 rib knit sweater. We challenge you to find a better value for your dollar! Great value for work or casual wear. Great value for uniform or casual wear.

Recommended

Update Delete Cancel

Home Registration Shopping Cart Sign In Back Office
 For more information please contact us.

ภาพที่ 5.18 แสดงการแก้ไขรายการสินค้าแต่ละรายการ

Venus Flower - Microsoft Internet Explorer

Address: http://203.144.227.66/store/EditorialsGrid.asp

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Editorials

Title	Category	Item
Spools of The Season	What	Brushed cotton short-sleeve shirt
The Season's Best Looks	New	ROYAL ROBBINS® ORIGINAL 5.11 TACTICAL SHORT
Weekend on the water...	Weekly	POLARMAX® LYCRA COMPRESSION SHORTS
Insert		

Home Registration Shopping Cart Sign In Back Office

ภาพที่ 5.19 แสดงรายการที่ต้องการให้ปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์ Venus.mine.at

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Venus Flower - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address http://203.144.227.66/store/EditorialsRecord.asp?article_id=18

VENUS Home Registration Shopping Cart Sign In

Editorial

Article Description soft tees.button-downs. dad's inherited blazer.lived-in den

Article Title Spolls of The Season:

Editorial Category What

Item General
New
Weekly
What

ton short-sleeve shirt

Update Delete Cancel

[Home](#) [Registration](#) [Shopping Cart](#) [Sign In](#) [Back Office](#)

For more information please [contact us](#).

ภาพที่ 5.20 แสดงการแก้ไขรายการที่ต้องการให้ปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ApparelNews.net -Industry Focus: Technology: Online on Target, Retail Gets E-Savvy;
webwatch Reviews "StyleU4ea"

<http://www.apparelnews.net/Archive/122200/News/news.html> December 22-30,2000

TheRightSize Will Shrink the High Cost of Size-Related Merchandise Returns; New
Business-to-Business to Focus on Fit, Business Wire, 4/11/2000.

“Apparel's On-line Makeover”

<http://www.forrester.com/ER/Research/Report/0,1338,5993,00.html> May 1999

Federated dips into Fingerhut,. Chain Store Age; New York; Mar 1999; Anonymous;

Brooks Brothers 2000: Repositioned for Success,. Apparel Industry Magazine,
pages AS 16 . AS 24, December 1999

Clothing that fits - concept of the future? Body scanners could make it profitable
enough to be practical,. The Kansas City Star,
May 30,1999

Jusco and Best Buy Join WorldWide Retail Exchange,. PR Newswire, April 26,2000.

Sears Recruiting Another Retailer For GlobalNetXchange,. Dow Jones News Service,
April 19,2000.

Castling Group and Li & Fung Limited To Form Internet-Based Global Sourcing Play;

Castling Group and Li & Fung Trading Announce Online B-to-B Play in Global
Sourcing,. Business Wire, April 1,2000.

HK Shares End Lower; Li & Fung Placement Boosts Volume,. Dow Jones

International News, March 29,2000.

Sears, French giant in online venture,. Chicago Sun-Times, Feb 29,2000.

Philips, Charles, and Mary Meeker, .The B2B Internet Report,. Morgan Stanley Dean

Witter Equity Research Report, April 2000, p. 55.

Fasturn fashions \$10 million funding,. Vanessa Richardson, Redherring.com, March 1, 2000

ภาคผนวก

1. ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัญหาที่ได้รับคะแนนโหวตลำดับต้นๆในการสำรวจเกี่ยวกับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือประเด็นเรื่องไม่มั่นใจในเรื่องความปลอดภัยในระบบอินเทอร์เน็ต เรื่องความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน ดังนั้นในหัวข้อนี้จะมาศึกษาถึงประเด็นดังกล่าวว่าภัยที่ว่ามีอะไรบ้างเราจะป้องกัน หรือมีเครื่องมือป้องกัน ได้อย่างไรบ้าง

1.1 มาตรการการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงต้องมีมาตรการ ดังต่อไปนี้

- การระบุตัวบุคคล และ อำนาจหน้าที่ (Authentication & Authorization) คือ การระบุตัวบุคคลที่ติดต่อกว่าเป็น บุคคลตามที่ได้กล่าวอ้างไว้จริง และมี อำนาจหน้าที่ตามที่ได้กล่าวอ้างไว้จริง (เปรียบเทียบได้กับการแสดงตัวด้วยบัตรประจำตัวซึ่งมีรูปติดอยู่ด้วย หรือ การใช้ระบบล็อกซึ่งผู้ที่ จะเปิดได้จะต้องมีกุญแจอยู่เท่านั้น เป็นต้น)
- การรักษาความลับของข้อมูล (Confidentiality) คือ การรักษาความลับของข้อมูลที่เก็บไว้ หรือ ส่งผ่านทางเครือข่ายโดยป้องกันไม่ให้ผู้อื่นที่ไม่มีสิทธิ์ลักลอบดูได้ (เปรียบเทียบได้กับ การปิดผนึกซองจดหมาย การใช้ซองจดหมายที่ทึบแสง การเขียนหมึกที่มองไม่เห็น เป็นต้น)
- การรักษาความถูกต้องของข้อมูล (Integrity) คือ การป้องกันไม่ให้ข้อมูลถูกแก้ไข โดยตรวจสอบไม่ได้ (เปรียบเทียบได้กับ การเขียนด้วยหมึกซึ่งถ้าถูกลบแล้วจะก่อให้เกิดรอยลบขึ้น การใช้โซโลแกรมกำกับบนบัตรเครดิต เป็นต้น)
- การป้องกันการปฏิเสธ หรือ อ้าง ความรับผิดชอบ (Non-repudiation) คือ การป้องกันการปฏิเสธว่าไม่ได้มีการส่ง หรือ รับข้อมูล จากฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง หรือ การป้องกันการอ้างที่เป็นเท็จว่าได้ รับ หรือ ส่งข้อมูล (เปรียบเทียบได้กับการส่งจดหมายลงทะเบียน เป็นต้น)

1.2 เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัย

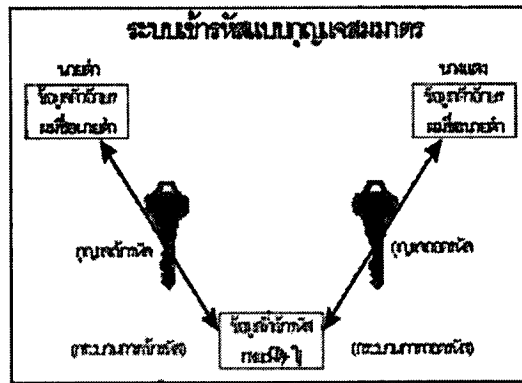
สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นไม่ว่าข้อมูลที่ถูกเก็บไว้ หรือ ที่ถูกส่งผ่านทางเครือข่าย นั้นล้วนแต่เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ซึ่งธรรมชาติของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นง่ายต่อการเปลี่ยนแปลง หรือ ทำลายโดยไร้ร่องรอย ง่ายต่อการโอนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยเร็ว จึง

จำเป็นที่จะต้องอาศัยเทคโนโลยีต่างๆมาเพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลให้ได้ตามมาตรการทั้ง 4 ประการข้างต้น และ เนื่องจากระบบ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์นั้นตัวข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เองนั้นจะถูกเก็บ และ ส่งผ่านในระบบเครือข่าย ประเภทของการรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ การรักษาความปลอดภัยของการทำธุรกรรม (Transaction Security) และ การรักษาความปลอดภัย ของเครือข่าย (Network Security) เทคโนโลยีการรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูลในการทำธุรกรรม นั้น ได้แก่

1.2.1 การรหัส (Cryptography)

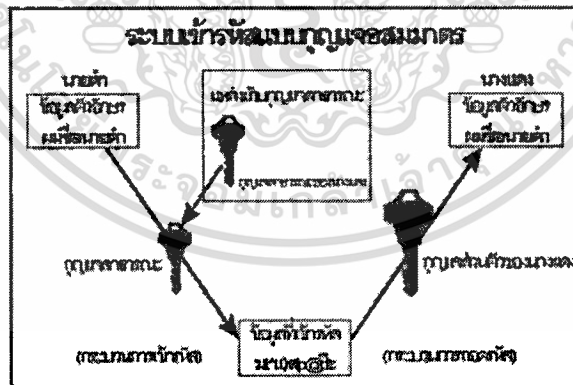
คือ การทำให้ข้อมูลที่จะส่งผ่านไปทางเครือข่ายอยู่ในรูปแบบที่ไม่สามารถอ่านออกได้ ด้วยการเข้ารหัส (Encryption) ทำให้ข้อมูลนั้นเป็นความลับ ซึ่งผู้ที่มีสิทธิ์จริงเท่านั้นจะสามารถอ่านข้อมูลนั้นได้ ด้วยการถอดรหัส (Decryption) นั่นคือ สามารถรักษาข้อมูลให้เป็นความลับ (Confidentiality) และ กำหนดผู้มีสิทธิ์ได้ (Authentication & Authorization) สำหรับการเข้ารหัส และ ถอดรหัสนั้นจะอาศัยสมการทาง คณิตศาสตร์ที่ซับซ้อน และ ต้องอาศัยกุญแจซึ่งอยู่ในรูปของพารามิเตอร์ที่กำหนดไว้ (สำหรับตัวกุญแจนั้นจะมีความยาวเป็น บิต(bit) และ ยิ่งกุญแจมีความยาวมาก ยิ่งปลอดภัยมาก เนื่องจากจะต้องใช้เวลาานมากขึ้นในการ คาคเคาญแจโดยผู้คุกคาม) ในการเข้า และ ถอดรหัส สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การรหัสแบบกุญแจสมมาตร(Symmetric Key Cryptography หรือ Secret Key Cryptography) และ การรหัสแบบอสมมาตร (Asymmetric Key Cryptography หรือ Public Key Cryptography)

การรหัสแบบกุญแจสมมาตร หมายถึง การเข้า และ ถอดรหัส โดยใช้กุญแจลับที่เหมือนกัน ซึ่งมีขั้นตอนแสดงดังตัวอย่าง ในรูปที่ 1 คือ นายแดงเป็นผู้ส่ง จะทำการส่งผ่านข้อความ "ผมชื่อนายดำ" ไปยัง ผู้รับคือนางแดง โดยที่ นายดำทำการเข้า รหัสข้อความ "ผมชื่อนายดำ" ด้วยกุญแจลับ ข้อความนั้นจะเปลี่ยนเป็น ข้อความที่เข้ารหัสแล้ว(Cipher Text) "กยd-#)+!" ถูกส่งไปยังนางแดง จากนั้นนางแดงก็ใช้กุญแจลับเดียวกันกับที่นายแดงใช้เข้ารหัสทำการถอดรหัสออกมาเป็นข้อความเดิมคือ "ผมชื่อนายดำ" ในกรณีนี้กุญแจลับจะเป็นกุญแจเดียวกันซึ่งจะต้องเป็นที่รู้จักกันเพียงผู้รับและผู้ส่งเท่านั้น



ภาพที่ 1 ระบบเข้ารหัสแบบกุญแจสมมาตร

การรหัสแบบกุญแจสมมาตร หมายถึง การเข้า และ ถอดรหัส ด้วยกุญแจต่างกัน ซึ่งมีขั้นตอนดังตัวอย่างที่แสดงไว้ในรูป คือ นายดำเป็นผู้ส่งทำการเข้ารหัสข้อความ "ผมชื่อนายดำ" ไปเป็น "ม๓*แ๓๓๓@๓๓" ด้วยกุญแจสาธารณะของผู้รับได้แก่ นางแดง ซึ่งนายดำของกุญแจนั้นมาจากองค์กรกลางที่เก็บกุญแจสาธารณะของบุคคลต่างๆ ไว้ จากนั้นข้อความที่เข้ารหัสแล้วถูกส่งไปยังนางแดง นางแดงจะทำการถอดรหัสข้อความด้วยกุญแจส่วนตัวของนางแดง และ นางแดงเท่านั้นจะเป็นผู้มีสิทธิ์เนื่องจากนางแดงจะเป็นผู้เดียวที่มีกุญแจส่วนตัวของนางแดงเอง นั่นคือ ในการส่งข้อความด้วยการเข้ารหัสแบบกุญแจสมมาตร จะเน้นที่ผู้รับเป็นหลัก คือ จะใช้กุญแจสาธารณะของผู้รับซึ่งเป็นที่เปิดเผยในการเข้ารหัส และ จะใช้กุญแจส่วนตัวของผู้รับในการถอดรหัส



ภาพที่ 2 ระบบเข้ารหัสแบบกุญแจสมมาตร

การรหัสทั้ง 2 ประเภทนี้มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันดังนี้

แบบกุญแจสมมาตร

ข้อดี

- มีความรวดเร็ว เพราะใช้การคำนวณที่น้อยกว่า
- สามารถสร้างได้ง่ายโดยใช้ฮาร์ดแวร์

ข้อเสีย

- การบริหารจัดการกุญแจทำได้ยากเพราะ กุญแจในการเข้ารหัส และ ถอดรหัส เหมือนกัน

แบบกุญแจอสมมาตร

ข้อดี

- การบริหารจัดการกุญแจทำได้ง่ายกว่า เพราะใช้กุญแจในการเข้ารหัส และ ถอดรหัส ต่างกัน

- สามารถระบุผู้ใช้โดยการใช้ร่วมกับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสีย

- ใช้เวลาในการเข้า และ ถอดรหัสค่อนข้างนาน เพราะต้องใช้การคำนวณอย่างมาก

1.2.2 Digital Signature

ในการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายนั้น นอกจากจะทำให้ข้อมูลที่ส่งนั้นเป็นความลับ สำหรับผู้ไม่มีสิทธิ์โดยการใช้เทคโนโลยีการรหัสแล้ว สำหรับการทำนิติกรรมสัญญาโดยทั่วไป ลายมือชื่อจะเป็นสิ่งที่ใช้ในการระบุตัวตนบุคคล (Authentication) และ ยังมีแสดงถึงเจตนาในการยอมรับเนื้อหาในสัญญานั้นๆซึ่งเชื่อมโยงถึง การป้องกันการปฏิเสธความรับผิดชอบ (Non-repudiation) สำหรับในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะใช้ ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature) ซึ่งมีรูปแบบต่างๆเช่น สิ่งที่จะระบุตัวตนทางชีวภาพ (ลายพิมพ์นิ้วมือ เสียง ม่านตา เป็นต้น) หรือ จะเป็นสิ่งที่มอบให้แก่บุคคลนั้นๆในรูปแบบของ รหัสประจำตัว

ตัวอย่างที่สำคัญของลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอันหนึ่งคือ ลายมือชื่อดิจิตอล (Digital Signature) ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งใน โครงสร้างพื้นฐานกุญแจ สาธารณะ (Public Key Infrastructure, PKI)

ลายมือชื่อดิจิตอล (Digital Signature) คือ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการเข้ารหัสข้อมูลด้วยกุญแจส่วนตัวของผู้ส่งซึ่งเปรียบเสมือนเป็นลายมือชื่อของผู้ส่ง คุณสมบัติของลายมือชื่อดิจิตอลนอกจากจะสามารถ ระบุตัวบุคคล และ เป็นกลไกการป้องกันการปฏิเสธความรับผิดชอบแล้ว ยังสามารถป้องกันข้อมูลที่ส่งไปไม่ให้ถูกแก้ไข หรือ หากถูกแก้ไขไปจากเดิมก็สามารถล่วงรู้ได้ กระบวนการสร้างและ ลงลายมือชื่อดิจิตอลมีขั้นตอนแสดงดังในรูปที่ 2 คือ

เริ่มจากการนำเอาข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต้นฉบับที่จะส่งไปนั้นมาผ่านกระบวนการทางคณิตศาสตร์ที่เรียกว่า ฟังก์ชันย่อข้อมูล (Hash Function) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สั้นๆ ที่เรียกว่า ข้อมูลที่ย่อแล้ว (Digest) ก่อนที่จะทำการเข้ารหัส เนื่องจากข้อมูลต้นฉบับมักจะมีขนาดยาวมากซึ่งจะทำให้กระบวนการเข้ารหัสใช้เวลานานมาก

จากนั้นจึงทำการเข้ารหัสด้วยกุญแจส่วนตัวของผู้ส่งเอง ซึ่งจุดนี้เปรียบเสมือนการลงลายมือชื่อของผู้ส่งเพราะผู้ส่งเท่านั้นที่มีกุญแจส่วนตัวของผู้ส่งเอง และ จะได้ข้อมูลที่เข้ารหัสแล้ว เรียกว่า ลายมือชื่อดิจิตอล

จากนั้นก็ทำการส่ง ลายมือชื่อไปพร้อมกับข้อมูลต้นฉบับ ไปยังผู้รับ ผู้รับก็จะทำการตรวจสอบว่าข้อมูลที่รับได้ถูกแก้ไขระหว่างทางหรือไม่ โดยการนำข้อมูลต้นฉบับที่ได้รับ มาผ่านกระบวนการย่อด้วย ฟังก์ชันย่อข้อมูล จะได้ข้อมูลที่ย่อแล้วอันหนึ่ง และ นำลายมือชื่อดิจิตอล มาทำการถอดรหัสด้วย กุญแจสาธารณะของผู้ส่ง ก็จะได้ข้อมูลที่ย่อแล้วอีกอันหนึ่ง แล้วทำการเปรียบเทียบ ข้อมูลที่ย่อแล้วทั้งสองอัน ถ้าหากว่าเหมือนกัน ก็แสดงว่าข้อมูลที่รับได้นั้นไม่ได้ถูกแก้ไข แต่ถ้าข้อมูลที่ย่อแล้ว แตกต่างกัน ก็แสดงว่า ข้อมูลที่ได้รับถูกเปลี่ยนแปลงระหว่างทาง

จากกระบวนการลงลายมือชื่อดิจิตอลข้างต้นมีข้อพึงสังเกตดังต่อไปนี้

- ลายมือชื่อดิจิตอลจะแตกต่างกันไปตามข้อมูลต้นฉบับและบุคคลที่จะลงลายมือชื่อ ไม่เหมือนกับลายมือชื่อทั่วไปที่จะต้องเหมือนกันสำหรับบุคคลนั้นๆ ไม่ขึ้นอยู่กับเอกสาร
- กระบวนการที่ใช้จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับการเข้ารหัสแบบสมมาตร แต่การเข้ารหัสจะใช้ กุญแจส่วนตัวของผู้ส่ง และ การถอดรหัสจะใช้ กุญแจสาธารณะของผู้ส่ง ซึ่งสลับกันกับการเข้าและถอดรหัสแบบกุญแจสมมาตร ในการรักษาข้อมูลให้เป็นความลับ

1.2.3. ใบรับรองดิจิตอล (Digital Certificate)

ด้วยการรหัส และ ลายมือชื่อดิจิตอล ในการทำธุรกรรม เราสามารถ รักษาความลับของข้อมูล สามารถรักษาความถูกต้องของข้อมูล และ สามารถระบุตัวบุคคลได้ระดับหนึ่ง เพื่อเพิ่ม

ระดับความปลอดภัยในการระบุตัวบุคคลโดยสร้างความเชื่อถือมากขึ้นด้วย ใบรับรองดิจิทัล (Digital Certificate) ซึ่งออกโดยองค์กรกลางที่เป็นที่เชื่อถือ เรียกว่า องค์กรรับรองความถูกต้อง (Certification Authority) จะถูกนำมาใช้สำหรับยืนยันในตอนทำธุรกรรมว่าเป็นบุคคลนั้นๆจริง ตามที่ได้อ้างไว้ สำหรับรายละเอียดในใบรับรองดิจิทัลทั่วไปมีดังต่อไปนี้

- ข้อมูลระบุผู้ที่ได้รับการรับรอง ได้แก่ ชื่อ องค์กร ที่อยู่
- ข้อมูลระบุผู้ออกใบรับรอง ได้แก่ ลายมือชื่อดิจิทัลขององค์กรที่ออกใบรับรอง หมายเลขประจำตัวของผู้ออกใบรับรอง
- กฎเกณฑ์สาธารณะของผู้ที่ได้รับการรับรอง
- วันหมดอายุของใบรับรองดิจิทัล
- ระดับชั้นของใบรับรองดิจิทัล ซึ่งมีทั้งหมด 4 ระดับ ในระดับ 4 จะมีกระบวนการตรวจสอบเข้มงวดที่สุด และ ต้องการข้อมูลมากที่สุด
- หมายเลขประจำตัวของใบรับรองดิจิทัล

ประเภทของใบรับรองดิจิทัลยังแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ใบรับรองเครื่องแม่ข่าย ใบรับรองตัวบุคคล ใบรับรองสำหรับองค์กรรับรองความถูกต้อง

2. เสถียรภาพของเว็บไซต์

การสร้างระบบเสถียรภาพสูงและมีการกระจายการติดต่อ (High Availability and Load Balancing) เนื่องจากการทำธุรกิจแบบอีคอมเมิร์ซเป็นการทำธุรกิจที่สร้างความสะดวกสบายต่อลูกค้าทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ แน่ใจว่าการสร้างเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซให้สามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้ง 7 วันนั้นคือหัวใจหลักของระบบอีคอมเมิร์ซ ดังนั้นการวางระบบโครงสร้างพื้นฐานจะต้องมีระบบการจัดการแพทไฟฟิอินเทอร์เน็ท (Internet Traffic Management--ITM) เพื่อให้ระบบมีเสถียรภาพสูง พร้อมทั้งจะรองรับลูกค้าได้ตลอดเวลา และหากมีความสามารถในการกระจายการติดต่อ (Load Balancing) ก็จะเป็นการช่วยเพิ่มสมรรถนะของระบบได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

Load Balancing หมายถึง ระบบการจัดการกับแพทไฟฟิที่วิ่งเข้ามาในไซต์ซึ่งจะเป็นการกระจายไปยังเซิร์ฟเวอร์ต่างๆ ที่ว่างที่สุด หรือ ให้ Response Time ดีที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อกับเว็บไซต์ของเราได้เร็วที่สุด ซึ่งถือว่าการทำางานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ยังเป็นการกระจายงานไปยังเซิร์ฟเวอร์ต่างๆ ไม่ว่าจะอยู่ในระบบ LAN เดียวกัน หรือตามภูมิภาคผ่านโครงข่ายแบบ WAN ต่างๆ รวมทั้งเป็นการสร้างระบบ Redundancy ซึ่งกันและกัน หรือ เกิดความเสถียรภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ในการออกแบบระบบเครือข่าย Load Balancing จะวางอยู่ในตำแหน่งการต่อเชื่อมระหว่างเราเตอร์ และเซิร์ฟเวอร์ เพื่อทำหน้าที่ในการมอนิเตอร์ระบบอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาว่าเซิร์ฟเวอร์ต่างๆ ตัวยังคงทำงานได้อย่างถูกต้อง เมื่อมีแทรฟฟิกเข้ามาในระบบ Load Balancing ก็จะทำหน้าที่ตรวจสอบว่าเซิร์ฟเวอร์เครื่องใดที่ว่างที่สุด และส่งแทรฟฟิกไปยังเซิร์ฟเวอร์เครื่องนั้น ไม่ว่าจะเซิร์ฟเวอร์เครื่องนั้นจะเป็นโลคอลเซิร์ฟเวอร์ หรือเซิร์ฟเวอร์ที่อยู่ในอีกภูมิภาคหนึ่งก็ตาม

ความสามารถอื่นๆ ที่ควรมีในการสร้างไซต้อีคอมเมิร์ซซอฟต์แวร์ที่ใช้สำหรับจัดการแทรฟฟิกอินเทอร์เน็ต (ITM) ที่ดีนั้น ควรจะเข้าใจการทำงานของผู้บริหารระบบ (Administrator) ไปพร้อมๆ กับมีพีเจอร์ที่สามารถรองรับการจัดการจัดวางและออกแบบระบบอีคอมเมิร์ซ Site ของคุณ ได้อีกด้วย

ยกตัวอย่างเราจะทราบได้อย่างไรว่าระบบ Application ที่อยู่ภายในนั้นสามารถทำงานร่วมกับ Web Page ได้อย่างถูกต้องตลอดเวลา ปัจจุบันนี้อุปกรณ์ประเภท ITM สามารถทำงานแบบ EAV (Extended Application Verification) ซึ่งเป็นพีเจอร์สำหรับผู้บริหารระบบไอทีในการทำการตรวจสอบว่า Application นั้นๆ สามารถทำงานได้อย่างถูกต้องตลอดเวลาหรือไม่ หากไม่ทำงานหรือทำงานผิดพลาดอุปกรณ์ Load Balancer จะกระจายแทรฟฟิกที่เข้ามานั้น ไปหาเซิร์ฟเวอร์อื่นๆ ที่อยู่ในระบบต่อไปโดยที่ผู้บริหารระบบไอทีหรือทีมโปรแกรมเมอร์สามารถเขียนโปรแกรมขึ้นมาอีกชุดหนึ่งเพื่อทำให้ Load Balancer ทำงานร่วมกับแอปพลิเคชันเฉพาะทางนั้นได้ นอกจากนี้แล้ว EAV สามารถทดสอบขั้นตอนของทรานสมิสิกชันที่เข้ามาได้ อนุญาตให้ผู้บริหารระบบสามารถล็อกออนเข้ามาโดยใช้หลายแอ็คเคานท์ สามารถคลิกเพื่อสั่งซื้อ รับรองความถูกต้องบนหมายเลขบัตรเครดิต และจัดการขั้นตอนในการตัดเงินได้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้แล้ว ผู้บริหารระบบยังมั่นใจได้ว่ารีเคสลูกค้าที่เข้ามาถูกส่งไปเซิร์ฟเวอร์ที่สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพที่สุดในช่วงเวลาขณะนั้น

การสร้างแบรนด์ให้เกิดขึ้นในไซต้อีคอมเมิร์ซ ก็คือ การดูแลลูกค้านั่นเอง ดังนั้นแล้ว การเลือกซอฟต์แวร์จัดการแทรฟฟิกอินเทอร์เน็ตจึงควรมีคุณสมบัติในการอนุญาตให้ผู้บริหารระบบสามารถกำหนดลำดับความสำคัญของแทรฟฟิกที่เข้ามาได้ ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นกับการบริการของเราเองด้วย ตัวอย่างเช่น ให้ลำดับความสำคัญในระดับสูงกับคนที่คาดว่าจะเข้ามาซื้อสินค้าจากไซต์เรา หรือคนที่เคยสั่งซื้อมาก่อน ในขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่เข้ามาเพียงดูข้อมูลก็ให้ความสำคัญน้อยลงไป

ความรวดเร็วของไซต์ Response Time หรือความเร็วในการเรียกข้อมูลของไซต์ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากๆ จุดหนึ่งในการสร้างอีคอมเมิร์ซไซต์ให้ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าถ้าลูกค้าเข้ามาในไซต์และต้องรอเป็นเวลานานในการดาวน์โหลดไซต์ ทำให้ลูกค้าเกิดความเบื่อหน่าย ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้เกิดภาพพจน์ในทางลบกับไซต์ได้ ดังนั้น ซอฟต์แวร์ ITM ที่ดีควรมีคุณสมบัติให้ผู้บริหารระบบไอทีสามารถกำหนดและตั้งเวลา Response Time ให้กับเซิร์ฟเวอร์ได้ ทั้งนี้ เพื่อให้แพرفฟิคของลูกค้ายที่เข้ามาถูกส่งไปยังเซิร์ฟเวอร์ที่มีการตอบรับอย่างรวดเร็ว

การรักษาสถานภาพและความปลอดภัยในการต่อเชื่อม

การทำงานแบบ Persistence หมายถึง การที่ยุสเซอร์คนหนึ่งเข้าไปใช้งานเครื่องเซิร์ฟเวอร์ไหน ก็จะให้ใช้เครื่องเซิร์ฟเวอร์นั้นไปตลอดจนกว่า Session จะ Expire ตัวอย่างเช่น ลูกค้า A เข้ามาในไซต์แล้วเลือกสินค้าลงตระกร้า (Shopping Card or Basket) ไว้ แต่ยังไม่ทำขบวนการสั่งซื้อสินค้าจนเสร็จสมบูรณ์ ต้องรอนกว่าผู้บริหารอนุมัติเอกสารหรือผู้ใช้จะท่องเว็บไปหน้าอื่นๆ หรือมีการเปรียบเทียบราคากับเว็บไซต์อื่นจนกระทั่งพอใจ แล้วจึงกลับมายังเว็บเพจที่สั่งซื้อเพื่อทำขั้นตอนให้เสร็จสมบูรณ์ จุดนี้เองที่การทำงานแบบ Persistence เข้ามาช่วยประสานงาน เพื่อให้ลูกค้า A กลับมายังเซิร์ฟเวอร์ที่มีการติดต่อก่อนหน้านั้น ได้อย่างถูกต้อง เพราะหากว่ามีการติดต่อเซิร์ฟเวอร์ที่ไม่ถูกต้องแล้ว Web Page ของผู้ใช้อาจกลับไปยังเว็บเพจผิดและโชว์หน้าว่างเปล่า ซึ่งลูกค้าต้องกรอกข้อมูลใหม่ และจะนำไปสู่ความไม่พอใจหรือยกเลิกการสั่งซื้อได้อีกด้วย

นอกจากนี้แล้วปัจจุบันผลิตภัณฑ์ ITM แบบ Load Balancing ยังมีฟีเจอร์แบบ SSL Persistence ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึง เนื่องจากปัจจุบันนี้มาตรฐานในการซื้อ-ขายต่างๆ แบบออนไลน์ล้วนใช้ระบบการเชื่อมต่อแบบ SSL(Secure Socket Layer) เพราะ SSL คือ การเข้ารหัสข้อมูลซึ่งจะสามารถเข้าและถอดรหัสได้เฉพาะผู้ส่งกับผู้รับเท่านั้น

โดยปกติแล้วเว็บไซต์ต่างๆ หากต้องการทำ E-commerce แล้วจะต้องมีการติดตั้งระบบการทำงานแบบ SSL กับ Server ทุกๆ ตัว นอกจากจะต้องมีความซับซ้อนในการติดตั้ง พร้อมกับความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาอันเนื่องมาจากความผิดพลาดของระบบ SSL แล้ว ผลกระทบโดยตรงที่สำคัญคือการลดทอนประสิทธิภาพของเซิร์ฟเวอร์กว่า 40% ทั้งนี้เนื่องจากอุปกรณ์เซิร์ฟเวอร์ต้องรับภาระในการเข้าและถอดรหัสแบบ SSL เพิ่มขึ้นนั่นเอง แต่ปัจจุบันอุปกรณ์ Load Balancer นี้สามารถลดภาระการทำงาน SSL บน Server ได้พร้อมๆ กับการจดจำการเชื่อมต่อแบบ SSL Persistence ได้ โดย

ที่มีกลไกพิเศษมากกว่าการทำ Persistence ของ HTTP ธรรมดา รวมทั้งมีการออกแบบเพื่อรองรับการทำงานแบบ SSL ความเร็วสูง(SSL Accelerator)

การขยายระบบ

อีคอมเมิร์ซไซต์จะต้องมีคุณสมบัติในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้ารู้สึกแย่, มีความเบื่อหน่ายต่อการรอคอย และอาจจะ Click ไปยัง Web Site คู่แข่งเพียงเพื่อต้องการการติดต่อที่รวดเร็วขึ้นเท่านั้น

อุปกรณ์ Load Balancing ส่วนใหญ่มีคุณสมบัติในการขยายระบบได้ แต่ส่วนใหญ่กลับยังไม่มียุทธศาสตร์สร้างความเสถียรภาพสูงเพียงพอ กล่าวคือ ยังไม่รองรับการตรวจสอบความเสถียรภาพของเซิร์ฟเวอร์หรือความถูกต้องของคอนเทนต์ โดยส่วนใหญ่เพียงแค่ทำหน้าที่ส่งข้อความว่าเซิร์ฟเวอร์ล้มไม่สามารถใช้งานได้ แต่ Load Balancing ที่ดีควรที่จะสามารถทำ Dynamic Load Balancing ได้เพื่ออ่านและกระจายโหลดไปยังเซิร์ฟเวอร์เครื่องที่ว่างที่สุด รวมถึงสามารถตรวจสอบคอนเทนต์ที่ถูกต้องและแสดงผลข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

อีคอมเมิร์ซและการควบคุมคุณภาพอินเทอร์เน็ต

การดูแลไซต์เซิร์ฟเวอร์ให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและเสถียรภาพสูงสุด รวมถึงการดูแลเครือข่ายไซต์อีคอมเมิร์ซ เป็นเรื่องสำคัญมากในการทำธุรกิจและเป็นเรื่องสำคัญยิ่งยวดในการรักษาลูกค้าไว้ โดยปัจจัยสำคัญยิ่งยวด 2 ประการ (Point of control) ที่ผู้ดูแลระบบต้องควบคุม คือ การควบคุมแอปพลิเคชันและคอนเทนต์ และการควบคุมการจัดการเน็ตเวิร์ก

การควบคุมแอปพลิเคชันและคอนเทนต์ Content หรือ เนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์ต้องมีการอัปเดตตลอดเวลา ซึ่งถ้าหากบริษัทมีไซต์แค่เพียงแห่งเดียว

การอัปเดตเว็บก็จะไม่เป็นปัญหาแต่อย่างใด แต่หากมีเว็บไซต์หลายแห่งกระจายอยู่ในประเทศต่างๆ คุณจะมีการจัดการเรื่องการสำรองข้อมูล (replicate), อัปเดต และ Synchronize ข้อมูลให้เหมือนกันตลอดเวลาได้อย่างไร?

การจัดการคอนเทนต์เพื่อกระจายข้อมูล ทำข้อมูลสำรอง และทำข้อมูลให้เหมือนกันทุกแห่งองค์กรธุรกิจที่เผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์สามารถใช้อุปกรณ์ควบคุมเพื่อจัดการเรื่องการส่งข้อมูลไปอัปเดตไซต์ได้ทุกไซต์ในเวลาพร้อมกันไม่ว่าไซต์นั้นๆ จะอยู่ที่ใดในโลกก็ตาม ซึ่งอุปกรณ์ควบคุมนี้ฉลาดพอที่จะเปรียบเทียบข้อมูลเท่ากับข้อมูลที่ส่งไปอัปเดต และจะอัปเดตเฉพาะข้อมูลใหม่เท่านั้น ทำให้มีการใช้แบนด์วิดท์ในการส่งข้อมูลน้อยลง

อุปกรณ์ Internet Content Management (ICM)นี้จะช่วยให้การจัดการคอนเทนต์ในเครือข่ายเว็บไซต์ทำได้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งนับได้ว่าเป็นสิ่งที่เซิร์ฟเวอร์ต้อง มี ตัวอย่างเช่น เว็บมาสเตอร์ส่งราคาข้อมูลโปรดักส์อัพเดทไปยังเครือข่ายเว็บไซต์ได้รวดเร็วทันต่อ เวลา ช่วยให้เว็บมาสเตอร์ไม่ต้องทำงานซ้ำซ้อน และแน่ใจว่าได้อัพเดทไปยังทุกๆ เว็บไซต์ ส่งผลให้ ลูกค้าได้รับข้อมูลที่น่าเชื่อถือเหมือนกันทุกแห่ง ไม่ว่าจะบริษัทลูกค้านั้นจะมีกี่สาขาก็ตามสามารถ ตรวจสอบออนไลน์แล้วก็จะได้ข้อมูลที่ตรงกันตลอดเวลา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อผู้เขียน	นางวินัจฉรินทร์ มณีพงษ์
วันเดือนปีเกิด	18 ตุลาคม 2514
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี	กศ.บ.
สถานที่สำเร็จการศึกษา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางเขน
ปีการศึกษาที่สำเร็จ	2536



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้