

# ก้าวสู่ AEC

ดร.สุทธิชัย วัฒนโรจน์  
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษตรศาสตร์  
www.dr.suthichai.com

# ด้วยการตลาด E-Commerce

**การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ AEC** หรือ Asean Economics Community คือ การรวมตัวของชาติใน Asean 10 ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน ซึ่งจะมีรูปแบบคล้ายๆ กลุ่ม Euro Zone

สำหรับการเตรียมความพร้อมของประเทศไทย ในการเข้าสู่ AEC ในครั้งนี้ หลายฝ่าย หลายหน่วยงาน หลายกระทรวง ได้ให้ความสำคัญและมีการพูดถึงกันมาก ซึ่งหลายๆ หน่วยงานได้มีการจัดให้ความรู้แก่ประชาชนในหลายๆ วิชา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกฎหมาย การจัดการ การบัญชี การเงิน ประกันภัยและอีกหลายวิชา

สำหรับบทความนี้ กระผมขอกล่าวถึงเฉพาะเรื่องของการตลาด E-Commerce หรือ “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” คำว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” มีผู้ให้คำนิยามไว้หลายความหมาย เช่น “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์” (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2542) “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์” (WTO, 1998)

“พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ธุรกิจรวมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ทั้งในระดับองค์กรและส่วนบุคคล บนพื้นฐานของการประมวลผลและการส่งข้อมูลดิจิทัลที่มีทั้งข้อความเสียงและภาพ” (OECD, 1997)

การตลาด E-Commerce มีความสำคัญมากในการทำธุรกิจ การบริหาร การจัดการ เพื่อทำให้องค์กรเกิดความก้าวหน้า เกิดกำไร เกิดความมีชื่อเสียง ทำให้ไม่ต้องทำการตลาด E-Commerce สำหรับ AEC เพราะโลกยุคนี้เป็นโลกของการรวมเป็นหนึ่ง โลกแห่งการสื่อสาร โลกแห่งเครือข่าย โลกแห่งการไร้ซึ่งขอบเขต ซึ่งทำให้ประเทศไทยและหน่วยงานธุรกิจจะต้องทำงานค้าขายร่วมกับประเทศต่างๆ มากยิ่งขึ้น

หากพูดถึงเรื่องของการตลาดในยุคก่อน เรามักมีการใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แต่

ยุคนี้ สื่อที่มีความสำคัญและมาแรงมาก ได้แก่ สื่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีคนใช้การเกือบครึ่งโลก การตลาดแบบ E-Commerce จึงเป็นสิ่งที่ไม่ปฏิเสธไม่ได้สำหรับการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน

ข้อมูลประเทศใน AEC ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ประเทศสิงคโปร์มีประชาชนใช้อินเทอร์เน็ต เกือบ 100% (เนื่องจากประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศเล็กๆ และมีประชากรไม่มากนัก) รองลงได้แก่ประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ สำหรับช่วงเวลา ชั่วโมงในการเล่นอินเทอร์เน็ตของคนในประเทศ AEC ที่ใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากที่สุด ได้แก่ เวียดนาม ไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ตามลำดับ

**ด้านแนวโน้มการใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตของคนไทยในอนาคต คนไทยจะเล่นอินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ในจำนวนที่ลดน้อยลง แต่คนไทยจะเล่นอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือและ Tablet มากขึ้น และราคาโทรศัพท์และราคา Tablet ก็จะมีราคาที่ถูกลง**

ข้อมูลในปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรประมาณ 66 ล้านคน คนไทยใช้อินเทอร์เน็ต 20 ล้านคน เรามีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นจำนวนมาก บางคนใช้ 2-3 เครื่อง มีการเล่นอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นจำนวนถึง 26 เปอร์เซ็นต์ มีการใช้ Social Network ถึง 18 ล้านคน การใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นในยุคปัจจุบัน จึงทำให้คนไทยคุยโทรศัพท์กันน้อยลง แต่จะคุยกันผ่านอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น

การที่คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตกันมากในยุคปัจจุบัน ทำให้มีการทำธุรกรรมผ่าน Internet/Mobile Banking in Thailand กันมากขึ้น เพราะมีความสะดวก เสียค่าใช้จ่ายถูก รวดเร็ว ใช้ง่าย ซึ่งแต่ละธนาคารมีการลงทุน มีการจัดระบบ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้ามาใช้กันมากขึ้น

การซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี ซึ่งสินค้าที่ขายดีในอินเทอร์เน็ต ยุคนี้ได้แก่ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ เครื่องแต่งกายแฟชั่น โรงแรมและการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์

ยานยนต์ สิ่งพิมพ์ เครื่องใช้สำนักงาน และธุรกิจบริการ

ฉะนั้น หากว่าท่านเป็นคนหนึ่งที่ต้องการทำการตลาดผ่าน E-Commerce ท่านคงต้องมีวิธีการดูแลลูกค้า หรือมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งเราสามารถทำได้โดยผ่านทางเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีอีเมลล์ หรือส่งคำถามผ่านหน้าเว็บไซต์ มีการใช้ระบบสนทนาลูกค้าผ่าน Live Chat เช่น Skype, Gtalk เป็นต้น

สำหรับ วิธีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจก็มีความสำคัญไม่ใช่น้อย หากว่าท่านมีเว็บไซต์ มีระบบการตลาด E-Commerce ดี แต่ท่านไม่ได้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนมาใช้บริการของท่าน ก็จะทำให้สูญเสียโอกาสในการทำการค้า ท่านควรมีการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผ่านทั้งวิธีออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งเป็นที่น่ายินดีที่ธุรกิจจำนวนมากมีระบบ E-Commerce มีเว็บไซต์ที่ดีและสวยงาม แต่ไม่ได้ทำการโฆษณาและทำการประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมากถึง 66 เปอร์เซ็นต์เลยทีเดียว

การมีเว็บไซต์มีความสำคัญมาก เพราะเว็บไซต์เปรียบเสมือนหน้าร้านค้า ซึ่งวัตถุประสงค์ของการจัดทำเว็บไซต์ E-Commerce ก็เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าและบริการ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค เพื่อลดต้นทุนการบริหารงานและเพื่อความทันสมัยทันยุค ทันเหตุการณ์

ในการทำธุรกิจ E-Commerce เราสามารถให้ลูกค้ามาชำระสินค้าเราได้หลายทาง โดยผ่านทางออฟไลน์ (โอนเงินเข้าบัญชีทางธนาคาร โอนเงินชำระทางไปรษณีย์ ชำระกับพนักงานโดยตรง จ่ายเงินผ่าน 7-11) หรือใช้วิธีการออนไลน์ (ตัดเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ตัดผ่านบัตรเครดิต ชำระผ่าน ATM)

ส่วนการจัดส่งสินค้าของธุรกิจ E-Commerce มีหลายวิธี ซึ่งปัจจุบันทำได้ง่ายด้ายกว่าในอดีต เช่น ใช้พนักงานขนส่งของบริษัทตนเอง ส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ (ซึ่งถือว่าพนักงานไปรษณีย์รัฐสถานที่ดีที่สุดและมีมาตรฐานระยะเวลาในการจัดส่งที่ได้มาตรฐาน มีระบบตรวจเช็คประกันสินค้า) การใช้บริการขนส่งสินค้าผ่านบริษัทเอกชน การส่งข้อมูลต่างๆ ผ่านทางออนไลน์ เป็นต้น

อุปสรรคที่สำคัญ ที่ก่อให้เกิดปัญหาในการจัดส่งสินค้า ได้แก่ ราคาค่าขนส่งมีราคาที่สูง การจัดส่งสินค้ามีความล่าช้าในการจัดส่ง ไม่มีการรับประกันการส่งมอบสินค้า คุณภาพในการจัดส่งไม่มีมาตรฐาน ขั้นตอนในการจัดส่งยุ่งยากไม่สะดวก เป็นต้น

ในแง่ของพฤติกรรมของลูกค้าที่เป็นอุปสรรคต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce คือ ลูกค้ากลัวปัญหาการฉ้อโกง เพราะลูกค้าต้องส่งเงินไปก่อนแล้วได้รับสินค้าในภายหลัง กลัวได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาเพราะไม่ได้เห็นสินค้าก่อนการสั่งซื้อดูแต่รูปภาพ ไม่มีความเชื่อมั่นในการชำระเงิน ลูกค้ามีความกลัวในการขโมยข้อมูลบัตรเครดิต ลูกค้ามีความต้องการให้ผู้ขายพูดคุยมากกว่า

การติดต่อกันทางอินเทอร์เน็ต ลูกค้ากลัวการขโมยข้อมูลส่วนบุคคล ฯลฯ สำหรับสินค้าประเภท OTOP ของไทยซึ่งมีจำนวนมาก หากต้องการขายสินค้าผ่าน E-Commerce คงต้องมีการพัฒนาหีบห่อ มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้า อีกทั้งต้องมีระบบการจัดส่งสินค้าที่ดีอีกด้วย

หากว่าท่านเป็นคนหนึ่งที่ต้องการทำการตลาด E-Commerce ท่านควรหารูปแบบในการขายสินค้าและการทำการตลาดเป็นของตนเอง เช่น ท่านต้องมีหน้าร้านออนไลน์ ท่านต้องมีการพนักงานรับโทรศัพท์ ท่านต้องมีการจัดระบบที่ดีคือ มีการจัดการสินค้าและข้อมูลสินค้า มีกระบวนการดำเนินการซื้อขาย มีการให้บริการชำระเงิน มีการจัดส่งที่มีมาตรฐาน และมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (ให้บริการช่วยเหลือและให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้า ให้บริการตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า บริการหลังการขายสินค้าหากมีปัญหา แจ้งสถานการณ์สั่งซื้อสินค้าตั้งแต่การแจ้งให้ชำระเงิน) มีการบริการหลังการขาย ซึ่งทั้งหมดนี้เราต้องมีการสื่อสารการตลาดที่ดีด้วย

**การทำตลาดผ่าน E-Commerce จึงมีข้อดีดังนี้ เราสามารถเปิดดำเนินการค้า 24 ชั่วโมงผ่านโลกอินเทอร์เน็ต เราสามารถดำเนินการค้าอย่างไร้พรมแดนทั่วโลก อีกทั้งยังตัดปัญหาด้านการเดินทาง มีการใช้งบประมาณลงทุนน้อย เป็นการประหยัดเวลาและต้นทุนในการรับส่งสินค้าและบริการ ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์โดยสามารถประชาสัมพันธ์ได้ทั่วโลกและบริษัทผู้ผลิตสามารถขายสินค้าให้ลูกค้าโดยตรง สำหรับข้อเสียอาจมีอยู่บ้าง เช่น หลายประเทศไม่มีกฎหมายรองรับสำหรับผู้ซื้อผู้ขาย ไม่มีการดำเนินการทางภาษีที่ชัดเจน ผู้ซื้อและผู้ขายต้องมีความรู้ทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เป็นต้น**

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้บริการ E-Commerce ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ซื้อของออนไลน์เป็นประจำ ผู้ใช้งาน Internet เป็นประจำ ผู้ที่มีความต้องการหาสินค้าแปลกใหม่ ผู้ที่ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อ ฯลฯ

**สรุป ก้าวสู่ AEC ด้วยการตลาด E-Commerce** หากว่าท่านต้องการขยายฐานการตลาดให้ใหญ่ขึ้น หากว่าท่านต้องการกำไรมากขึ้น หากว่าท่านต้องการขายสินค้าและบริการให้ได้มากขึ้น การตลาด E-Commerce ช่วยท่านได้อย่างแน่นอน แต่สิ่งที่น่าสนใจสำหรับประเทศไทยของเราในการค้าขายในยุค AEC ก็คือ เรื่องของภาษาอังกฤษ เพราะการติดต่อสื่อสารใน AEC เราต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลาง หากว่าท่านไม่เก่งภาษาอังกฤษ ก็จะทำให้การสื่อสารมีปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการพูดติดต่อกับค้าขาย การเขียนเรื่องราวต่างๆ ลงในเว็บไซต์

**สำหรับโอกาสในการทำธุรกิจของท่านจะมากขึ้น เนื่องจากประเทศใน AEC มีการใช้อินเทอร์เน็ตกันมากยิ่งขึ้นในอนาคต การซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี การสร้างเว็บไซต์ก็มีค่าใช้จ่ายน้อยมากเมื่อเทียบกับการเปิดร้านค้า**