



# รายงานการพิจารณาศึกษา

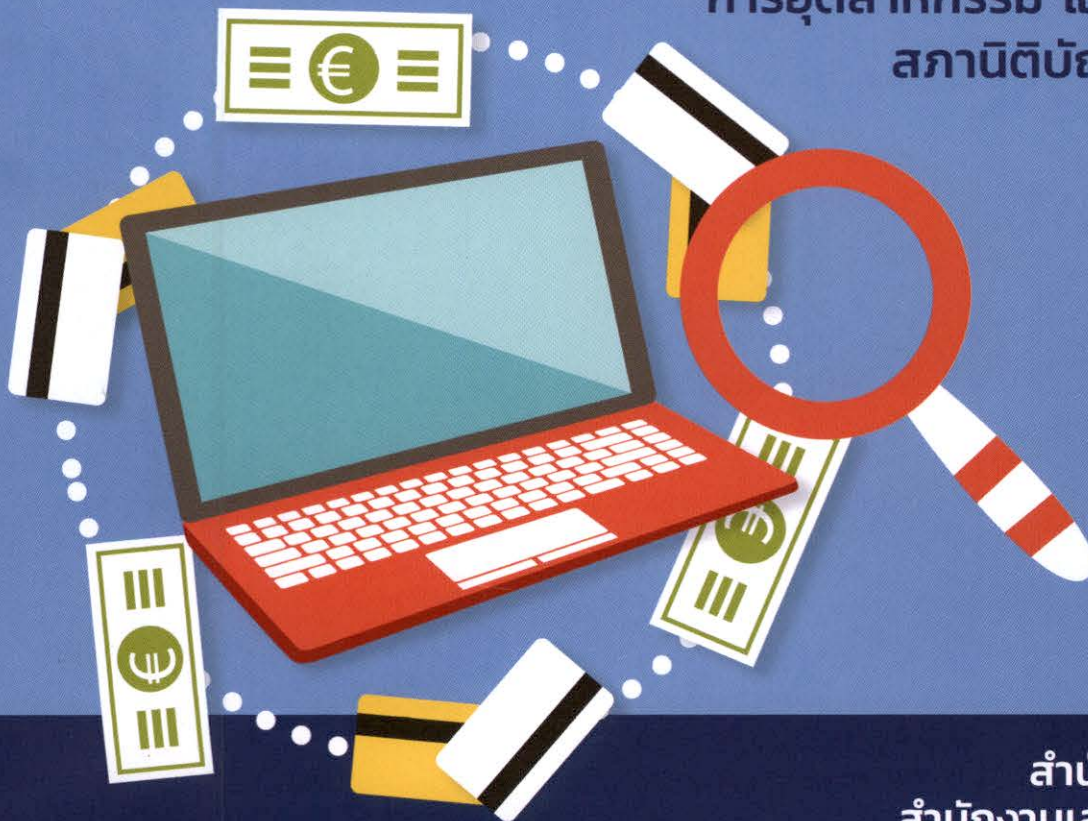
เรื่อง

แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจ

## พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce)

### เพื่อรองรับการแข่งขัน

ของ  
คณะกรรมการการค้าการพาณิชย์  
การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ



สำนักกรรมการ ๑  
สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา  
ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

รายงานการพิจารณาศึกษา

เรื่อง

แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจ  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce)  
เพื่อรองรับการแข่งขัน

ของ

คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

สำนักกรรมการ ๑  
สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา  
ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ



(สำเนา)

## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

ที่ สว (สนช)(กมธ ๑) ๐๐๐๙/ (ร ๖๔ )

วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙

เรื่อง รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เพื่อรองรับการแข่งขัน

กราบเรียน ประธานสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

ด้วยในคราวประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ครั้งที่ ๑๔/๒๕๕๗ วันพฤหัสบดีที่ ๙ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๗ ที่ประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติได้ลงมติตั้งคณะกรรมการสามัญประจำสภา ตามข้อบังคับการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๘๔ วรรคสอง (๑๕) ซึ่งคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ เป็นคณะกรรมการสามัญประจำสภานิติบัญญัติแห่งชาติคณะหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่พิจารณา ร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญหรือร่างพระราชบัญญัติ กระทำกิจการ พิจารณาสอบสวน หรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการค้า การบริการ การส่งออก ดุลการค้า ลิขสิทธิ์ ตราสาร ทะเบียน ทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมและพัฒนาการพาณิชย์และอุตสาหกรรม ตลอดจนศึกษาปัญหา อุปสรรคของการพัฒนาการพาณิชย์ และอุตสาหกรรมของไทย รวมทั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษและการแรงงาน ซึ่งปัจจุบันกรรมการคณะนี้ ประกอบด้วย

- |                                 |                                |
|---------------------------------|--------------------------------|
| ๑) พลเอก สิงห์ศึก สิงห์ไพร      | ประธานคณะกรรมการ               |
| ๒) พลเอก ทรงกิตติ จักกาบาตร์    | รองประธานคณะกรรมการ คนที่หนึ่ง |
| ๓) นายพจน์ อร่ามวัฒนานนท์       | รองประธานคณะกรรมการ คนที่สอง   |
| ๔) นายสาธิต ชาญเชาว์กุล         | รองประธานคณะกรรมการ คนที่สาม   |
| ๕) พลตำรวจโท วิบูลย์ บางท่าไม้  | รองประธานคณะกรรมการ คนที่สี่   |
| ๖) พลเอก ยุทธศิลป์ โดยชื่นงาม   | เลขานุการคณะกรรมการ            |
| ๗) นางสุวรรณี สิริเวชชะพันธ์    | โฆษกคณะกรรมการ                 |
| ๘) นายสมพล เกียรติไพบูลย์       | ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการ      |
| ๙) นายสมบูรณ์ งามลักษณ์         | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ            |
| ๑๐) นายอิสระ ว่องกุศลกิจ        | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ            |
| ๑๑) นายศิริพล ยอดเมืองเจริญ     | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ            |
| ๑๒) นายชูเกียรติ รัตนชัยชาญ     | ที่ปรึกษาคณะกรรมการ            |
| ๑๓) พลเอก ธารไชยยันต์ ศรีสุวรรณ | กรรมการ                        |
| ๑๔) นายภาณุ อุทัยรัตน์          | กรรมการ                        |
| ๑๕) พลเอก วลิต โรจนภักดี        | กรรมการ                        |
| ๑๖) พลเอก วิชิต ศรีประเสริฐ     | กรรมการ                        |
| ๑๗) นายวิทยา ฉายสุวรรณ          | กรรมการ                        |
| ๑๘) พลเอก วิลาศ อรุณศรี         | กรรมการ                        |

๑๙) พลเอก ศุภกร สงวนชาติศรไกร	กรรมการ
๒๐) พลเอก สกล ชื่นตระกูล	กรรมการ
๒๑) นายสุพันธุ์ มงคลสุธี	กรรมการ
๒๒) พลโท สุวโรจน์ ทิพย์มงคล	กรรมการ
๒๓) นายอนุมัติ আহမัต	กรรมการ
๒๔) นางสาวอรจิต สิงคาลวณิช	กรรมการ
๒๕) พลเรือเอก พัลลภ ตมิศานนท์	กรรมการ
๒๖) นายสมพล พันธุ์มณี	กรรมการ

บัดนี้ คณะกรรมการได้ดำเนินการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการส่งเสริม สนับสนุน การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เพื่อรองรับการแข่งขันเสรีเรียบร้อยแล้ว จึงขอรายงานการพิจารณาศึกษารายงานดังกล่าวต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติตามข้อบังคับการประชุม สภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๑๐๑

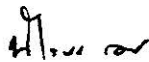
จึงกราบเรียนมาเพื่อโปรดทราบและขอนำเสนอรายงานของคณะกรรมการต่อที่ประชุม สภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป

(ลงชื่อ) พลเอก สิงห์ศึก สิงห์ไพร

(สิงห์ศึก สิงห์ไพร)

ประธานคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

สำเนาถูกต้อง



(นางนิโรบล มุลจันที)

ผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการการพาณิชย์  
การอุตสาหกรรม และการแรงงาน

ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน

สำนักกรรมการ ๑ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา

ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

โทรศัพท์ ๐ ๒๘๓๑ ๙๑๖๐

นิรมล พิมพ์

โทรสาร ๐ ๒๘๓๑ ๘๑๖๑

นิโรบล ทาน

## บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

เนื่องจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีและอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารจากระบบอินเทอร์เน็ตนำไปสู่รูปแบบการประกอบธุรกิจการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้ประกอบการได้พัฒนาการขายสินค้าหรือบริการผ่านออนไลน์ หรือที่เรียกว่า “ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (E - Commerce) เพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

อย่างไรก็ดี พบปัญหาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในหลายด้าน เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค การหลอกลวงผู้บริโภค การชำระเงินแล้วไม่ได้รับสินค้าหรือสินค้าและบริการไม่ได้มาตรฐาน รวมทั้งปัญหาการแข่งขันอย่างไม่เท่าเทียมกันของผู้ประกอบการในแต่ละระดับ โดยเฉพาะการเข้ามาของเว็บไซต์ผู้ประกอบการจากต่างประเทศ เพื่อให้บริการผู้บริโภคในประเทศไทยและผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่มีได้อยู่ในระบบการกำกับดูแล และไม่ได้มีการเสียภาษีอย่างถูกต้อง อีกทั้งภาครัฐยังขาดแนวทางการส่งเสริมเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้สามารถเติบโตได้ นอกจากนี้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องยังมีความซ้ำซ้อน และขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการส่งเสริมและกำกับดูแลธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากปัญหาดังกล่าว จึงควรมีการปรับแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในด้านกำกับดูแลและส่งเสริม โดยพิจารณารายละเอียดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และออกมาตรการกำกับดูแลผู้ประกอบการโดยวิธีการจัดแจ้ง หรือขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการให้เข้าสู่ระบบ โดยมีมาตรการภาษีในการส่งเสริมและกำกับดูแล และกำหนดโครงสร้างหน่วยงานรับผิดชอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นส่วนสำคัญตามวัตถุประสงค์ของรัฐบาลในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประเทศการค้า (trading nation) ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	
รายงานการพิจารณาศึกษา	
รายงานการศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมสนับสนุน	
การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เพื่อรองรับการแข่งขัน	
- บทนำ	๑
- ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce	๒
- องค์ประกอบสำคัญในการทำธุรกิจทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๓
- แนวโน้มการเติบโตและปัญหาในอนาคตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๕
- กฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๑๐
- ข้อเสนอแนะและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขปัญหา	๑๕
ภาคผนวก	
- ภาคผนวก ๑	(๑)
- ภาคผนวก ๒	(๕)
- ภาคผนวก ๓	(๙)
- ภาคผนวก ๔	(๑๓)
- ภาคผนวก ๕	(๑๗)
- ภาคผนวก ๖	(๒๓)
- ภาคผนวก ๗	(๔๗)

**รายงานการพิจารณาศึกษา**  
**เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**  
**(E-Commerce) เพื่อรองรับการแข่งขัน**  
**ของคณะกรรมการการค้าการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน**  
**สภานิติบัญญัติแห่งชาติ**

.....

ด้วยในคราวประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ครั้งที่ ๑๔/๒๕๕๗ วันพฤหัสบดีที่ ๙ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๗ ที่ประชุมได้มีมติตั้งคณะกรรมการสามัญประจำสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ตามข้อบังคับการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๘๔ ซึ่งคณะกรรมการการค้าการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ เป็นคณะกรรมการสามัญประจำสภานิติบัญญัติแห่งชาติ คณะหนึ่งมีอำนาจหน้าที่กระทำการ พิจารณาสอบสวนหรือศึกษาเรื่องใด ๆ อันอยู่ในอำนาจหน้าที่ของสภาหรือตามที่สภามอบหมาย โดยคณะกรรมการได้พิจารณาศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce) เพื่อรองรับการแข่งขัน

บัดนี้ คณะกรรมการได้พิจารณาศึกษาเรื่องดังกล่าวเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงขอรายงานผลการพิจารณาศึกษาต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังนี้

**๑. การดำเนินงานของคณะกรรมการ**

**๑.๑ คณะกรรมการได้มีมติเลือกตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้**

- |                                   |                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| ๑.๑.๑ พลเอก สิงห์ศึก สิงห์ไพร     | เป็น ประธานคณะกรรมการ               |
| ๑.๑.๒ พลเอก ทรงกิตติ จักกาบาตร์   | เป็น รองประธานคณะกรรมการ คนที่หนึ่ง |
| ๑.๑.๓ นายพจน์ อร่ามวัฒนานนท์      | เป็น รองประธานคณะกรรมการ คนที่สอง   |
| ๑.๑.๔ นายสาธิต ชาญเขาวนกุล        | เป็น รองประธานคณะกรรมการ คนที่สาม   |
| ๑.๑.๕ พลตำรวจโท วิบูลย์ บางท่าไม้ | เป็น รองประธานคณะกรรมการ คนที่สี่   |
| ๑.๑.๖ นางสาวอรจิต สิงคาลวณิช      | เป็น เลขานุการคณะกรรมการ            |
| ๑.๑.๗ พลเอก ยุทธศิลป์ โดยขึ้นงาม  | เป็น รองเลขานุการคณะกรรมการ         |
| ๑.๑.๘ นายนิพนธ์ นราพิทักษ์กุล     | เป็น โฆษกคณะกรรมการ                 |
| ๑.๑.๙ นางสาววรรณิ์ สิริเวชชะพันธ์ | เป็น โฆษกคณะกรรมการ                 |
| ๑.๑.๑๐ นายสมพล เกียรติไพบูลย์     | เป็น ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการ      |
| ๑.๑.๑๑ นายสมบูรณ์ งามลักษณ์       | เป็น ที่ปรึกษาคณะกรรมการ            |
| ๑.๑.๑๒ นายอิสระ ว่องกุศลกิจ       | เป็น ที่ปรึกษาคณะกรรมการ            |
| ๑.๑.๑๓ นายศิริพล ยอดเมืองเจริญ    | เป็น ที่ปรึกษาคณะกรรมการ            |

- ๑.๑.๑๔ นายชูเกียรติ รัตนชัยชาญ เป็น ที่ปรึกษาคณะกรรมการ  
๑.๑.๑๕ พลโท ชัยยุทธ พร้อมสุข เป็น กรรมการ  
๑.๑.๑๖ พลเอก ธารไชยยันต์ ศรีสุวรรณ เป็น กรรมการ  
๑.๑.๑๗ นายภาณุ อุทัยรัตน์ เป็น กรรมการ  
๑.๑.๑๘ พลเอก วลิต โรจนภักดี เป็น กรรมการ  
๑.๑.๑๙ พลเอก วิชิต ศรีประเสริฐ เป็น กรรมการ  
๑.๑.๒๐ นายวิทยา ฉายสุวรรณ เป็น กรรมการ  
๑.๑.๒๑ พลเอก วิลาศ อรุณศรี เป็น กรรมการ  
๑.๑.๒๒ พลเอก ศุภกร สงวนชาติศรไกร เป็น กรรมการ  
๑.๑.๒๓ พลเอก สกล ชื่นตระกูล เป็น กรรมการ  
๑.๑.๒๔ นายสุพันธ์ มงคลสุธี เป็น กรรมการ  
๑.๑.๒๕ พลโท สุวโรจน์ ทิพย์มงคล เป็น กรรมการ  
๑.๑.๒๖ นายอนุมัติ আহมัด เป็น กรรมการ

อนึ่ง คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งภายในคณะกรรมการ ดังนี้

- ในคราวประชุมคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
ครั้งที่ ๒/๒๕๕๗ วันพฤหัสบดีที่ ๑๗ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๗ นางสาวอรจิต สิงคาลวนิช ได้ขอลาออก  
จากตำแหน่งเลขานุการคณะกรรมการ และที่ประชุมได้มีมติแต่งตั้ง พลเอก ยุทธศิลป์ โดยขึ้นนาม  
เป็นเลขานุการคณะกรรมการแทน

- ในคราวประชุมคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
ครั้งที่ ๕/๒๕๕๗ วันพฤหัสบดีที่ ๑๓ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๗ นายนิพนธ์ นราพิทักษ์กุล  
ได้ขอลาออกจากการเป็นกรรมการในคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน

- ในคราวประชุมคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
ครั้งที่ ๘/๒๕๕๘ วันพฤหัสบดีที่ ๕ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๘ ที่ประชุมได้มีมติแต่งตั้ง พลโท ชัยยุทธ พร้อมสุข  
เป็นโฆษกคณะกรรมการ

- ในคราวประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ครั้งที่ ๖๘/๒๕๕๘ วันพฤหัสบดีที่ ๑๒  
พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘ ที่ประชุมได้มีมติตั้ง พลเรือเอก พัลลภ ตมิศานนท์ เป็นกรรมการสามัญ  
ในคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน แทนตำแหน่งที่ว่าง

- เมื่อวันที่ ๓ มีนาคม ๒๕๕๙ พลโท ชัยยุทธ พร้อมสุข ได้ขอลาออก  
จากการเป็นกรรมการในคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน

- ในคราวประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ครั้งที่ ๒๘/๒๕๕๙ วันพฤหัสบดีที่ ๑๒

พฤษภาคม ๒๕๕๙ ที่ประชุมได้มีมติตั้ง นายสมพล พันธุ์มณี เป็นกรรมาธิการสามัญในคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน แทนตำแหน่งที่ว่าง

๑.๒ ที่ประชุมคณะกรรมการได้มีมติแต่งตั้ง นางนิโรบล มุลจันท์ ผู้บังคับบัญชา กลุ่มงานคณะกรรมการเศรษฐกิจ การพาณิชย์และอุตสาหกรรม สำนักกรรมาธิการ ๑ สำนักงาน เลขาธิการวุฒิสภา เป็นผู้ช่วยเลขานุการตามข้อบังคับการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๗ ข้อ ๙๑ วรรคสาม

๑.๓ คณะกรรมาธิการได้ตั้งคณะอนุกรรมาธิการการพาณิชย์ เพื่อทำหน้าที่พิจารณา ร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญหรือร่างพระราชบัญญัติ กระทบกิจการ พิจารณาสอบสวน หรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการค้า การบริการ การส่งออก ดุลการค้า ลิขสิทธิ์ ตราสาร ทะเบียน ทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมและพัฒนาการพาณิชย์ ตลอดจนศึกษาปัญหา อุปสรรคของการพัฒนา การพาณิชย์ รวมทั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งคณะอนุกรรมาธิการคณะนี้ ประกอบด้วย

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| ๑.๓.๑ นายศิริพล ยอดเมืองเจริญ        | เป็น ประธานคณะอนุกรรมาธิการ               |
| ๑.๓.๒ พลเอก ยุทธศิลป์ โดยชื่นงาม     | เป็น รองประธานคณะอนุกรรมาธิการ คนที่หนึ่ง |
| ๑.๓.๓ นายชูเกียรติ รัตนชัยชาญ        | เป็น รองประธานคณะอนุกรรมาธิการ คนที่สอง   |
| ๑.๓.๔ นายไพบุลย์ บิลันธนโสภา         | เป็น อนุกรรมาธิการ                        |
| ๑.๓.๕ นายณรงค์ บุญสงวน               | เป็น อนุกรรมาธิการ                        |
| ๑.๓.๖ นายเกษมสิทธิ์ ปฐมศักดิ์        | เป็น อนุกรรมาธิการ                        |
| ๑.๓.๗ นางเบญจวรรณ รัตนประยูร         | เป็น อนุกรรมาธิการ                        |
| ๑.๓.๘ นายภัทรพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา | เป็น อนุกรรมาธิการ                        |
| ๑.๓.๙ นายสันติชัย สารถวัลย์แพศย์     | เป็น อนุกรรมาธิการ                        |
| ๑.๓.๑๐ นางอัญชญา วิทยารธรรมธัช       | เป็น อนุกรรมาธิการและเลขานุการ            |
| ๑.๓.๑๑ นางวิวรรณ บุญยประทีปรัตน์     | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๒ นายกำธร ตติยกวี               | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๓ นายนิลสุวรรณ ลีลารัศมี        | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๔ นายวิชัย หิรัญวงศ์            | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๕ นายประยูทธ ศิริสวัสดิ์พิพัฒน์ | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๖ นางสาวนุชนาถ เกษมพิบูลย์ไชย   | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๗ ร้อยเอก บุลกิต เจริญดินไทย    | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๘ นายบุญสม ผ่องบุพกิจ           | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |
| ๑.๓.๑๙ นางพรนภา ไทยเจริญ             | เป็น ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมาธิการ            |

- ๑.๓.๒๐ นายอนุศักดิ์ คงมาลัย เป็น ที่ปรึกษาประจำคณะกรรมการ  
๑.๓.๒๑ นายวิวรรณ เหมมณฑารพ เป็น ผู้ชำนาญการประจำคณะกรรมการ  
๑.๓.๒๒ นางสาววิรุทัย มณีบุษเนตร เป็น เลขานุการประจำคณะกรรมการ

## ๒. ผลการพิจารณาศึกษา

๒.๑ คณะอนุกรรมการได้จัดให้มีการประชุม จำนวน ๑๑ ครั้ง

๒.๒ คณะอนุกรรมการได้ดำเนินการเชิญหน่วยงานมาให้ข้อมูลข้อเท็จจริง ประกอบการพิจารณา ดังนี้

### ๒.๒.๑ กระทรวงพาณิชย์

#### กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- (๑) นายสงวนศักดิ์ ชีวรัตน์ ผู้อำนวยการกองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
(๒) นายกฤษฎา ไกรพาณิชย์ ผู้อำนวยการส่วนนวัตกรรม  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
(๓) นายธานี โอฬารรัตน์มณี ผู้อำนวยการกองพาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์  
(๔) นางเดือนรุ่ง สติยชัยวัฒนา นิติกรชำนาญการพิเศษ  
(๕) นางวิชุดา อัครเมธาทิพย์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ  
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

- (๑) นางลลิตา จิระนนท์ประวัติ ผู้อำนวยการสำนักพาณิชย์ดิจิทัล  
และสารสนเทศ

๒. นายดุริย์พัฒน์ ชัดเกล้า นักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ

### ๒.๒.๒ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

#### สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

- นางสาวพลอย เจริญสม ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักกฎหมาย  
สำนักงานคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์  
- นายจักรพงษ์ ชาวงษ์ ผู้อำนวยการกลุ่มงานกำกับดูแล  
ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

### ๒.๒.๓ กระทรวงการคลัง

#### กรมสรรพากร

- (๑) นางจงจิตร ค่าน้ำมิตร นักวิชาการภาษีชำนาญการพิเศษ  
(๒) นายสมชาย วรพุก์จารย์ นักวิชาการภาษีชำนาญการ

๒.๒.๔ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

- (๑) ร้อยตรี ไพโรจน์ คณิงทรัพย์ ผู้อำนวยการกองขายตรงและ  
การตลาดแบบตรง
- (๒) นายณัชภัทร ขาวแก้ว นิติกรชำนาญการ

๒.๒.๕ สถาบันเทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่ออุตสาหกรรม

- (๑) นายศักดิ์ณรงค์ แสงสง่าพงษ์ ประธานสถาบัน
- (๒) นายจรัส สว่างสมุทร ผู้อำนวยการใหญ่สภาอุตสาหกรรม

๒.๒.๖ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

- รองศาสตราจารย์ พ.ต.ต. ดนูศิน เจริญ รองคณบดี

๒.๒.๗ ธนาคารแห่งประเทศไทย

- (๑) นายบัญชา มนูญกุลชัย ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและ  
กำกับระบบการชำระเงิน
- (๒) นายณพงศ์ ธวัชโพธิกิจ ผู้บริหารส่วนนโยบายการชำระเงิน  
ในประเทศ

๒.๒.๘ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- ผศ.ดร. ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์ อาจารย์ประจำภาควิชาระบบ  
สารสนเทศเพื่อการจัดการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

๒.๒.๙ สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

- นายภาวูธ พงษ์วิทย์กานู นายกสมาคมผู้ประกอบการ  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย

๒.๒.๑๐ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

- (๑) นางสาวเมธปรีชา คำนวนวุฒิ กรรมการสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย
- (๒) นางสาวภควดี วุฒิเสลา กรรมการสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

๒.๒.๑๑ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

- (๑) นายวรวุฒิ อุุ่นใจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
บริษัท ซีไอแอล จำกัด (มหาชน)
- (๒) นายธนาวัฒน์ มาลาบุปผา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร  
บริษัท ไพร์ซซ่า จำกัด

๒.๒.๑๑ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(๑) นายวรวิทย์ อุ่นใจ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท ซีไอแอล จำกัด (มหาชน)

(๒) นายธนาวัฒน์ มาลาบุปผา

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท ไพร์ชซ่า จำกัด

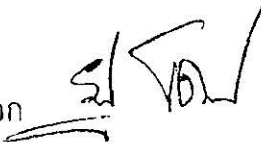
๒.๓ คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน ได้มีการจัดเสวนา “ธุรกิจ E - Commerce กับอนาคตประเทศไทย” เพื่อรวบรวมข้อมูล และรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสมาคมที่เกี่ยวข้อง ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค วันที่ ๘ มีนาคม ๒๕๕๙

๓. ผลการพิจารณาศึกษา

คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ขอรายงานผลการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เพื่อรองรับการแข่งขัน เพื่อให้มีระบบบริหารจัดการและกฎระเบียบในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เพื่อสนับสนุนให้ธุรกิจมีการดำเนินการที่ถูกต้อง เหมาะสม สามารถแข่งขันกับต่างประเทศ ตลอดจนเพื่อเป็นการป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจากต่างประเทศ โดยคณะกรรมการได้มอบหมายให้คณะอนุกรรมการการพาณิชย์ ดำเนินการพิจารณาศึกษากรณีดังกล่าว ซึ่งคณะกรรมการได้พิจารณาด้วยความละเอียดรอบคอบแล้ว และได้มีมติให้ความเห็นชอบกับรายงานดังกล่าว โดยถือเป็นรายงานการพิจารณาศึกษาของคณะกรรมการ

จากการพิจารณาศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้น คณะกรรมการจึงขอเสนอรายงานการพิจารณาศึกษาของคณะกรรมการ โดยมีรายละเอียดตามรายงานท้ายนี้ เพื่อให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติได้พิจารณา หากสภานิติบัญญัติแห่งชาติให้ความเห็นชอบด้วยกับผลการพิจารณาศึกษาของคณะกรรมการ ขอให้โปรดแจ้งไปยังคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาและดำเนินการตามแต่จะเห็นสมควรต่อไป ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนสืบไป

พลเอก



(ยุทธศิลป์ โดยชื่นงาม)

เลขานุการคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

## รายงานการพิจารณาศึกษา

เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(E - Commerce) เพื่อรองรับการแข่งขัน

โดย คณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ



### ๑. บทนำ

ปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เนื่องจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีและอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารรวมถึงระบบเครือข่ายสัญญาณต่าง ๆ ทำให้การติดต่อสื่อสารทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นมาก โดยในปี ๒๕๕๘ คนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึงร้อยละ ๓๓ ทำให้มีการนำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์หรือที่เรียกว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (E - Commerce) ซึ่งเปรียบเสมือนว่ามีร้านค้าอยู่ทั่วโลก และสามารถเปิดการค้าได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง สามารถเชื่อมโยงผู้ค้าขายและผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ได้โดยตรงและสะดวก นับเป็นโลกการค้าที่ไร้พรมแดนอย่างแท้จริง เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่สนใจทำธุรกิจสามารถเริ่มต้นธุรกิจผ่านช่องทางธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โดยที่การค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการค้าออนไลน์ เป็นการค้าที่ไร้พรมแดนทำให้เกิดคู่แข่งจากต่างประเทศเข้ามาทำการค้าในประเทศไทยได้ง่าย เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบอย่างรุนแรงยิ่งกว่าการค้าขายปกติ โดยปัจจุบันบริษัทขนาดใหญ่ เช่น อเมซอน อลีบาบา ที่มีข้อได้เปรียบด้านสินค้าที่หลากหลาย กระบวนการจ่ายเงินที่สะดวก การบริการมีความน่าเชื่อถือและมีต้นทุนการดำเนินงานที่ถูกกว่าเข้ามาทำตลาดในประเทศไทย แต่ก็ยังปรากฏปัญหาเรื่องผู้บริโภคถูกหลอกลวงจากพ่อค้า การได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา ปัญหาด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค การส่งของที่ล่าช้าและไม่เห็นสินค้ำก่อนสั่งซื้อหรือสั่งจอง รวมทั้งภาครัฐยังไม่มีมาตรการ แนวทาง ตลอดจนกฎ ระเบียบที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการเฉพาะที่จะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กแข่งขันได้และมีการดำเนินธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านมาตรการทางภาษีที่ทำให้เกิดปัญหาการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการภายในประเทศและผู้ประกอบการจากต่างประเทศ

ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของไทยเติบโตอย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันได้ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมิกฎเกณฑ์ที่ทั้งกำกับดูแลและส่งเสริมที่เหมาะสม มีกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ

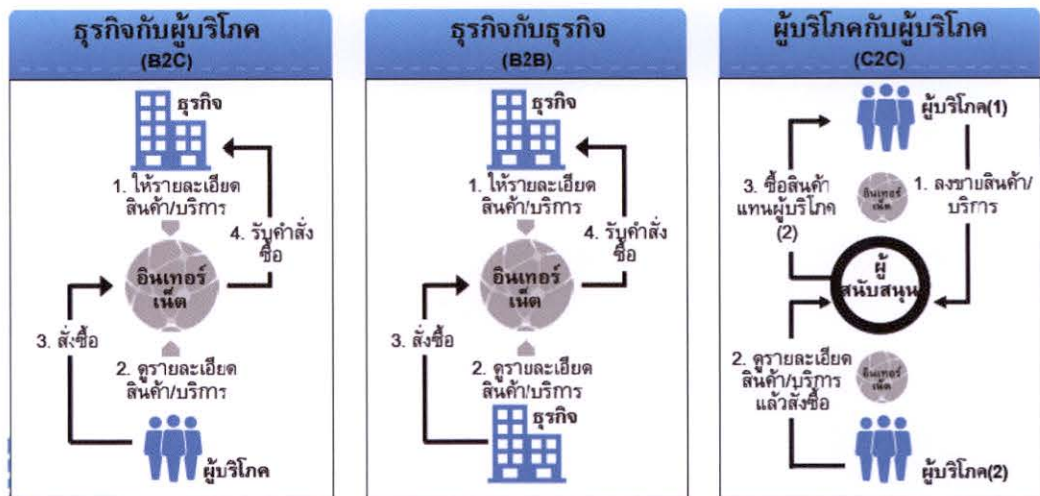
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถรับมือกับสถานการณ์การค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งรองรับปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ให้สามารถบริหารจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะกรรมการการพาณิชย์จึงได้มอบหมายให้คณะอนุกรรมการการพาณิชย์ ในคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน พิจารณาศึกษาแนวทางการส่งเสริม สนับสนุนการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับการแข่งขันและยกระดับเศรษฐกิจไทย ให้เทียบเท่ากับนานาประเทศ โดยมีเนื้อหาและประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

## ๒. ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ครอบคลุมทั้ง การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาสินค้าและการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งตามประเภทผู้ซื้อและผู้ขายหลัก ๆ ได้ ๓ รูปแบบ ดังนี้



๒.๑ B2B (Business to Business) คือ การซื้อขายสินค้าระหว่างธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ หรือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากเพื่อนำไปใช้ในการผลิตหรือจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต

๒.๒ B2C (Business to Consumer) คือ การค้าระหว่างผู้ประกอบการ หรือผู้ค้าถึงลูกค้า หรือผู้บริโภคโดยตรง เช่น เว็บไซต์ขายเครื่องสำอาง สินค้าสุขภาพ หรือเว็บไซต์ขายหนังสือออนไลน์ ซึ่ง การสั่งซื้อสินค้าจะทำผ่านระบบตะกร้าสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ การชำระเงินมีทางเลือกให้ลูกค้า เช่น โอนผ่านธนาคารบัตรเครดิต ทางไปรษณีย์ หรือชำระเมื่อได้รับสินค้า เป็นต้น

๒.๓ C2C (Consumer to Consumer) คือ การค้าระหว่างผู้บริโภคด้วยกันเอง ซึ่งการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะนี้จะเป็นการนำสินค้าและบริการที่ใช้แล้ว แต่ยังมีสภาพสมบูรณ์อยู่มาขายต่อให้กับผู้บริโภคท่านอื่นต่อไป ซึ่งจะขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น [WWW.KAIDEE.COM](http://WWW.KAIDEE.COM) เป็นต้น

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า การซื้อขายทั้ง ๓ กลุ่มรวมกันมีมูลค่ากว่า ๖ แสนล้านบาทต่อปี ส่วนมูลค่าการซื้อขายเฉพาะกลุ่ม B2C มีมูลค่าประมาณ ๑ แสนล้านบาทต่อปี

### ๓. องค์ประกอบสำคัญในการทำธุรกิจทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ระบบการทำงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกได้เป็น ๕ ส่วนหลัก ๆ ได้แก่



๓.๑ ด้านการขายและการตลาด : ผู้บริโภคจะหาข้อมูลการซื้อสินค้าจากหลาย ๆ ช่องทาง ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ขายสินค้าจะต้องมีการทำการตลาดเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า สร้างการรับรู้ สร้างช่องทางในการเข้าถึง รวมถึงการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

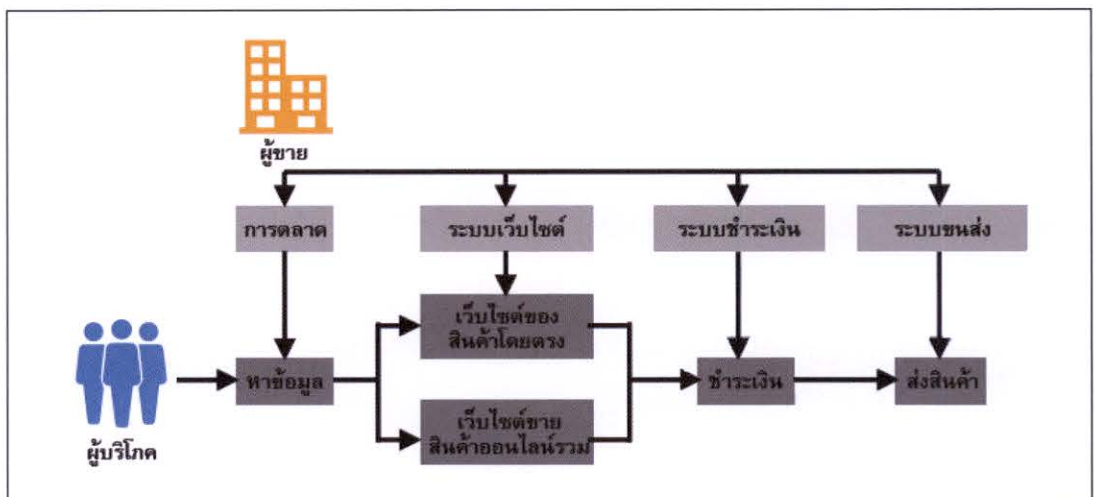
๓.๒ ระบบเว็บไซต์ : แบ่งออกได้เป็น ๒ ส่วนคือ เว็บไซต์ของผู้ประกอบการโดยตรง เป็นเว็บไซต์ที่มีการสร้างขึ้นเพื่อผู้ประกอบการนั้น ๆ อาจมีการจำหน่ายสินค้าแบรนด์เดียว หรือหลากหลายแบรนด์ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการ เช่น [www.central.co.th](http://www.central.co.th) อีกส่วนหนึ่งคือเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์รวมจะเป็นเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งรวมของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หลาย ๆ ราย มารวมกันที่ต้องการจำหน่ายสินค้าและบริการ มีการแบ่งกลุ่มสินค้าที่ชัดเจน ซึ่งลูกค้าที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าก็จะสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ดังกล่าว เช่น [www.lazada.co.th](http://www.lazada.co.th) เป็นต้น

๓.๓ ระบบชำระเงิน : ระบบการชำระเงินของผู้ประกอบการแต่ละรายแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการรายใหญ่จะมีระบบการชำระเงินที่มีมาตรฐาน (Payment Gateway) สามารถชำระผ่านบัตรเครดิตมีการบันทึกรายการผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบการชำระเงินได้ทันที เช่น PayPal, Pays buy เป็นต้น แต่ผู้ประกอบการรายย่อยที่ยังไม่มีระบบการชำระเงินที่มีมาตรฐาน ลูกค้าก็จะชำระเงินผ่านช่องทางโทรศัพท์ (Mobile Banking) หรือโอนเงินผ่านธนาคาร และส่งรายละเอียดการชำระเงิน ไปให้ผู้ประกอบการหรือชำระราคาพร้อมการรับมอบสินค้า

๓.๔ ระบบขนส่ง : เมื่อผู้ประกอบการได้รับการแจ้งยืนยันการชำระเงินจากลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการก็จะทำการบรรจุหีบห่อสินค้าและจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า ผ่านบริษัทขนส่งหรือไปรษณีย์ไทย เมื่อจัดส่งสินค้าแล้วก็จะแจ้งรายละเอียดรหัสการส่งสินค้าให้ลูกค้าทราบ เพื่อติดตามการส่งสินค้า ถ้าผู้ประกอบการใช้บริษัทขนส่งสินค้าที่มีระบบการส่งที่ดี ลูกค้าก็จะได้รับสินค้าในเวลาที่รวดเร็วโดยที่สินค้าไม่เสียหาย ทั้งนี้ ระบบขนส่งเป็นส่วนสำคัญมากต่อการขายทางออนไลน์ และขณะนี้ภาคขนส่งมีการเติบโตขึ้นมาก มีผู้ให้บริการเอกชนเข้ามาทำตลาดมากขึ้น เช่น Kerry Express และ DHL เป็นต้น ทำให้เกิดการแข่งขันนำไปสู่ราคาค่าขนส่งที่ลดลง

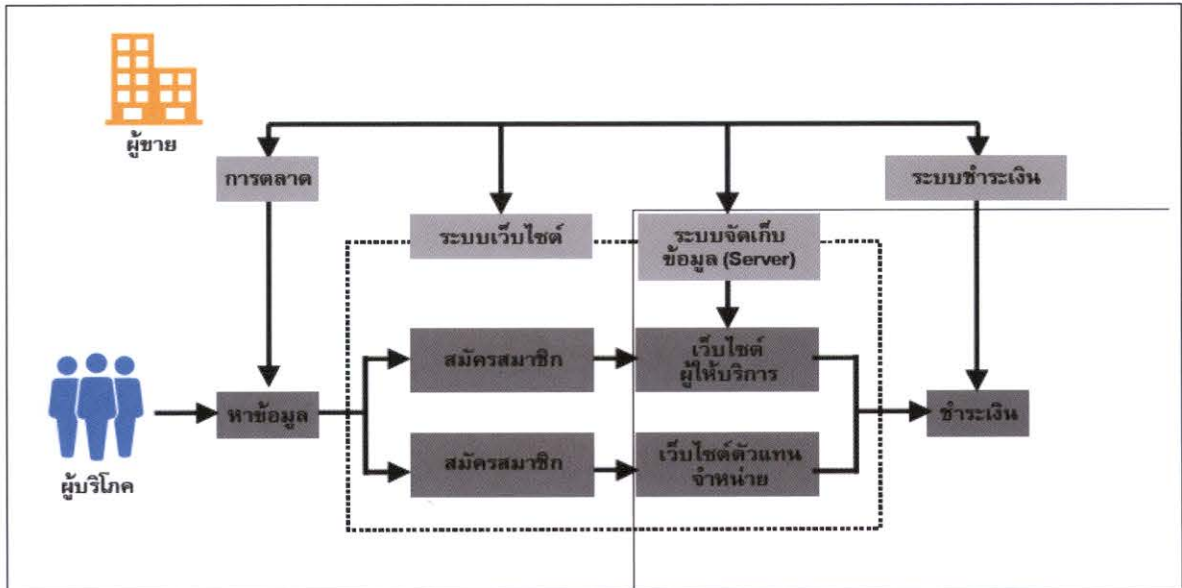
### ๓.๕ แผนภาพแสดงการทำงานของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ก) การทำงานของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (การสั่งซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้)  
การจำหน่ายสินค้าที่จับต้องได้ จะมีความเกี่ยวข้องกับภาคการขนส่งเป็นหลัก เนื่องจากต้องมาจากการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค โดยภาคขนส่งจะต้องมีระบบการขนส่งที่ได้มาตรฐานและรวดเร็ว



ข) การทำงานของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (การสั่งซื้อสินค้าประเภทดิจิทัล)

สินค้าที่อยู่ในรูปดิจิทัลจะไม่สามารถจับต้องได้ สามารถเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ ซึ่งในกลุ่มสินค้าประเภทนี้ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพากระบวนการขนส่ง อย่างไรก็ตาม มีความท้าทายในการควบคุมหรือบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงการจัดเก็บรายได้ เนื่องจากเป็นสินค้าไม่มีตัวตน เช่น สินค้าจำพวกซอฟต์แวร์ โปรแกรม หรือแอปพลิเคชัน เป็นต้น



#### ๔. แนวโน้มการเติบโตและปัญหาในอนาคตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

##### ๔.๑ การเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยและต่างประเทศ

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก มีการเติบโตอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา อังกฤษ จีน เยอรมัน หรือญี่ปุ่น ทั้งนี้ ไม่ว่าจะดูจากสัดส่วนการการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) หรือสัดส่วนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อยอดค้าปลีก หรือแม้แต่ยอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อประชากรก็ตาม

ตารางแสดงสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และยอดการค้าปลีก (B2B และ B2C)

ประเทศ	GDP (พันล้านดอลลาร์)	ยอดค้าปลีก (พันล้านดอลลาร์)	ยอดค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (พันล้านดอลลาร์)	%ยอดค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ /GDP	%ยอดค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ /ยอดค้าปลีก	ยอดใช้จ่ายเฉลี่ยต่อประชากร (ดอลลาร์)
จีน	11,400	4,692	563	4.94%	12%	626
สหรัฐฯ	18,000	4,986	349	1.94%	7%	1,757
อังกฤษ	2,900	653	94	3.24%	14%	1,629
ญี่ปุ่น	4,100	1,436	79	1.93%	6%	965
เยอรมัน	3,400	913	73	2.15%	8%	1,145
ไทย	374	100	0.5	0.13%	0.5%	210

ที่มา: IMF World Economic Outlook (WEO), October 2015

ที่มา: <http://www.nationmultimedia.com/business/Tapping-full-potential-of-e-commerce-in-Thailand-30254220.html>

ที่มา: [theeynews.com](http://theeynews.com) (last updated 2013)

หมายเหตุ : จำนวนประชากร จีน ๑.๓๖๔ พันล้านคน, สหรัฐฯ ๓๑๘.๙ ล้านคน, อังกฤษ ๖๔.๕ ล้านคน, ญี่ปุ่น ๑๒๗.๑ ล้านคน, เยอรมัน ๘๐.๘ ล้านคน, และไทย ๖๗.๗ ล้านคน (๒๕๕๘)

ที่มา : <http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>

จากข้อมูลของ IMF ปี ๒๕๕๘ สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีมูลค่า GDP สูงที่สุดถึง ๑๘,๐๐๐ พันล้านดอลลาร์ ยอดการค้าปลีกสูงถึง ๔,๙๘๖ พันล้านดอลลาร์ มียอดการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ๓๔๙ พันล้านดอลลาร์ โดยมีสัดส่วนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อยอดค้าปลีกที่ร้อยละ ๗ เทียบกับประเทศจีนที่มีมูลค่า GDP และยอดค้าปลีกที่ต่ำกว่า แต่มียอดการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงถึง ๕๖๓ พันล้านดอลลาร์ สัดส่วนการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับยอดค้าปลีกสูงถึงร้อยละ ๑๒ ในขณะที่ประเทศอังกฤษมีสัดส่วนที่ ร้อยละ ๑๔ และญี่ปุ่นที่ร้อยละ ๖

สำหรับประเทศไทย การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนที่เป็นการค้าขายภายในประเทศและการค้ากับต่างประเทศ จากรายงานของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์กรมมหาชน) หรือ สพรอ. คาดว่าในปี ๒๕๕๘ มูลค่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีสูงถึง ๒.๒ ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๑.๖๙ ของมูลค่าขายสินค้าและบริการทั้งหมดของไทย และหากเทียบกับปี ๒๕๕๗ จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๖๕ อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จะมีสัดส่วนอยู่ร้อยละ ๐.๑๓ และมีสัดส่วนที่ร้อยละ ๐.๕ เมื่อเทียบกับยอดค้าปลีกโดยรวม

อนึ่ง ตัวเลขสัดส่วนการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในจำนวน ๑๐๐ บาท ของการดำเนินธุรกิจแบบทั่วไปของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน เช่น จีน ญี่ปุ่นและไต้หวัน พบว่า

- ไทย มีสัดส่วนการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ประมาณร้อยละ ๐.๕
- จีน มีสัดส่วนการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ประมาณร้อยละ ๗
- ญี่ปุ่น มีสัดส่วนการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ประมาณร้อยละ ๘
- ไต้หวัน มีสัดส่วนการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ประมาณร้อยละ ๑๐

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ฉะนั้น ในอีก ๕ ปีข้างหน้าคาดว่าประเทศไทยจะมีสัดส่วนการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ อาจได้ถึงร้อยละ ๕ จากสัดส่วนในจำนวน ๑๐๐ บาท ของการดำเนินธุรกิจแบบทั่วไปและคาดว่าจะยังจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นได้อีกมาก

#### ๔.๒ การจัดกลุ่มประเภทผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย

จากผลการสำรวจข้อมูลและรายงาน Digital, Social and Mobile ๒๐๑๕ ของ We Are Social พบว่า ณ เดือนมีนาคม ๒๕๕๘ มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น ๓๕.๐ ล้านราย และมีผู้ใช้ Social Media จำนวน ๓๔.๐ ล้านบัญชี ขณะที่ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่ามียอดตัวเลขผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งแบบสมัครเล่นและแบบอาชีพประจำจำนวนกว่าหนึ่งล้านเว็บไซต์

นอกจากนี้ ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้จัดประเภทของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็น ๓ ประเภทคือ

##### (๑) ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs)

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก (Small Enterprise) ประกอบด้วยพนักงานน้อยกว่า ๑๐ คน โดยในปี ๒๕๕๔ มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ (register domain name) จำนวน ๙๙,๖๓๑ ราย ในจำนวนนี้มีผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน ๒๒,๖๕๖ ราย สำหรับปี ๒๕๕๗ มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ ๑๑๐,๘๒๕ ราย จำนวนนี้มีผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน ๓๐,๒๕๘ ราย

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางซึ่งประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการขายสินค้าออนไลน์มีจำนวนเพิ่มขึ้นระหว่างปี ๒๕๕๔ ถึง ๒๕๕๗ แต่มีจำนวนไม่มากหากเทียบกับจำนวนผู้จดทะเบียนเว็บไซต์

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดกลาง (Medium Enterprise) ประกอบด้วย พนักงานตั้งแต่ ๑๐ - ๕๐ คน โดยในปี ๒๕๕๔ มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ ๑๙,๙๘๙ รายและจากจำนวนนี้มีผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน ๕,๐๑๐ ราย สำหรับปี ๒๕๕๗ มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์จำนวน ๒๕,๙๑๐ รายและจากจำนวนนี้มีผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน ๔,๖๐๗ ราย

การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับการจดทะเบียนเว็บไซต์ โดยการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบ B2B และ B2C ภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม หากในอนาคตผู้ประกอบการเหล่านี้มีการประกอบกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปยังต่างประเทศ ก็จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศนั้น ๆ

(๒) ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่ในประเทศ (Large Entrepreneur)

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่ประกอบด้วย พนักงานมากกว่า ๕๐ คน ขึ้นไปโดยในปี ๒๕๕๔ มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ทั้งสิ้น ๑๑,๐๓๒ ราย และจากจำนวนนี้มีผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน ๓,๒๓๓ ราย สำหรับปี ๒๕๕๗ มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์จำนวน ๑๒,๔๔๓ ราย และจากจำนวนนี้มีผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน ๒,๕๕๔ ราย เห็นได้ว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีจำนวนผู้จดทะเบียนเว็บไซต์เพิ่มขึ้น และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล, เทสโก้โลตัส, บริษัท บีเจซี คอมเมิร์ซ จำกัด ต่างก็หันมาขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

แนวโน้มการขยายตัวครอบคลุมกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่จำพวก modern trade, supplier และ manufacturer ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้อยู่ในระบบที่มีการเสียภาษีถูกต้องอยู่แล้ว แม้มีการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น ก็ยังอยู่ในระบบที่มีการจัดเก็บภาษีที่ถูกต้อง นอกจากนี้ จากสถิติดังกล่าวข้างต้น พบว่ามีจำนวนการเปิดเว็บไซต์มากขึ้น แม้ผู้เปิดเว็บไซต์ไม่จำเป็นต้องมีการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสมอไป อย่างไรก็ตาม การที่ตัวเลขระหว่างผู้เปิดเว็บไซต์กับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันมากเป็นการสะท้อนปัญหาช่องว่างทางกฎหมายที่อาจทำให้ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถเข้าสู่ระบบได้

(๓) ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในต่างประเทศ

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของต่างประเทศที่มีการทำเว็บไซต์เพื่อทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยนั้นขณะนี้ยังไม่สามารถระบุจำนวนได้ เนื่องจากผู้ประกอบการหลายรายไม่มีการจดทะเบียนธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งส่งผลต่อการกำกับดูแลและการจัดเก็บภาษีของภาครัฐ

อย่างไรก็ตาม มีตัวอย่างธุรกิจค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่หลายแห่งได้ปิดตัวลงไปหลายแห่ง เช่น Walmart ประกาศปิด ๒๖๙ สาขาทั่วโลก รวมทั้ง ๑๕๔ สาขาในสหรัฐอเมริกา ได้ปรับกลยุทธ์การบริหารไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งไปที่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น

ดังนั้น จึงมีแนวโน้มที่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่จะเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้น แต่โดยที่ประเทศไทยยังมีปัญหาเกี่ยวกับระบบการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ ซึ่งทำให้ไม่อาจจัดเก็บภาษีได้อย่างเป็นธรรม ซึ่งอาจส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในไทยลดลงเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการจากต่างประเทศ หรือเปิดช่องว่างให้ผู้ประกอบการไทยหลีกเลี่ยงการจัดเก็บภาษีโดยทำการตั้ง server ในต่างประเทศแทน

ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น ในภาพรวมจะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าขนาดเล็ก ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการจากต่างประเทศก็เห็นโอกาสและมีแนวโน้มที่เข้ามาประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในไทยเพิ่มขึ้น

#### ๔.๓ ผลกระทบ

การไม่มีมาตรการในการขึ้นทะเบียนหรือจดทะเบียนอย่างเป็นระบบ ทำให้ในหลายกรณีที่มีการฉ้อโกง หรือการกระทำไม่ถูกต้องตามกฎหมายไม่สามารถหาตัวตนของผู้ประกอบธุรกิจได้ และส่งผลกระทบต่อการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ

รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงนั้นส่งผลทำให้เกิดข้อจำกัดหรือผลกระทบที่ต้องระมัดระวัง ถึงแม้จะมีต้นทุนต่ำและเป็นโอกาสให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยสามารถขายสินค้าและบริการไปยังต่างประเทศได้ แต่ก็ยังต้องปฏิบัติตามกฎกติกาของประเทศที่นำเข้ามาสินค้านั้น เช่น ระบบภาษีศุลกากร ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีเงินได้ ในทางกลับกัน ผู้ประกอบการจากต่างประเทศก็มีโอกาสขายสินค้าและบริการมายังประเทศไทยด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น กรณีของ Alibaba ที่เข้ามาเปิดเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย แต่ไม่มีการแสดงตัวตนหรือการจดทะเบียนที่ถูกต้อง จึงส่งผลต่อการค้าที่ไม่เป็นธรรม หรือกรณีเว็บไซต์จีนที่ส่งสินค้าเข้ามาให้กับลูกค้าในประเทศไทย แต่มิได้มีการเสียภาษีนำเข้า เนื่องจากเข้าเกณฑ์ยกเว้นของกรมศุลกากร เพราะราคาสินค้าต่ำกว่า ๑,๐๐๐ บาท ผู้นำเข้าจึงมักใช้วิธีการหลีกเลี่ยงภาษีนำเข้าโดยการแยกส่งสินค้า ซึ่งวิธีการเช่นนี้ตรวจสอบได้ยาก ส่งผลให้ไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีเงินได้อีกด้วย นอกจากนี้ สังคมออนไลน์ที่มีรายได้จากการขายโฆษณาทางออนไลน์ โดยมีระบบปฏิบัติการ (Server) อยู่ต่างประเทศ สามารถอาศัยช่องว่างตามกฎหมาย ทำให้ผู้มีรายได้จากการขายโฆษณาทางออนไลน์ไม่ต้องเสียภาษีในประเทศไทย แต่บริษัทที่ซื้อโฆษณาจากผู้ประกอบการเหล่านี้กลับสามารถนำค่าใช้จ่ายเหล่านี้ไปลดภาษีได้ เพราะถือเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท

ในทางกลับกันภาครัฐไม่สามารถเก็บภาษีเงินได้จากผู้ประกอบการกลุ่มขายโฆษณาทางออนไลน์ได้จากปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

(๑) ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีหลายระดับ โดยการประกอบธุรกิจขายสินค้าและบริการออนไลน์มีหลายรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าและบริการออนไลน์จำนวนมากที่มีได้อยู่ในระบบ

(๒) พบปัญหาเกี่ยวกับการหลอกลวงผู้บริโภค การชำระเงินแล้วไม่ได้รับสินค้าหรือสินค้าและบริการไม่ได้มาตรฐาน

(๓) พบปัญหาการแข่งขันที่ไม่เท่าเทียมกันของผู้ประกอบการในแต่ละระดับ โดยเฉพาะเว็บไซต์ผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่เข้ามาเพื่อให้บริการผู้บริโภคในประเทศไทย แต่รัฐไม่สามารถจัดเก็บภาษีได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการของไทยมีการเสียภาษีเงินได้อย่างถูกต้อง

(๔) ภาครัฐยังขาดแนวทางในการส่งเสริมเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ SMEs ที่จะช่วยให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

(๕) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ยังมีความซ้ำซ้อน และขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมและกำกับดูแลธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## **๕. กฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**

๕.๑ กฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### ก) ต่างประเทศ

ในต่างประเทศ ประเทศทั้งในยุโรปและเอเชียต่างตระหนักถึงความสำคัญของการมีกฎหมายเพื่อรองรับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับในอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ทุกประเทศมีกฎระเบียบ/กฎหมายอย่างน้อย ๖ ฉบับ ได้แก่ กฎหมาย Electronic Transactions /Privacy Law/ Consumer Protection / Cyber Crime /Content Regulation และ Domain names ยกเว้นอินโดนีเซีย ยังไม่มี Privacy Laws และ Consumer Protection (ซึ่งอยู่ในระหว่างการยกร่าง) ส่วนเวียดนามอยู่ระหว่างการยกร่าง Privacy Laws ซึ่งธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีหลายมิติและเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ

จากกฎหมายหลายฉบับข้างต้น คณะทำงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ฯ ได้ศึกษากฎหมายว่าด้วย Electronic Transactions ของประเทศดังกล่าว และสรุปสาระสำคัญของกฎหมายนี้ในแต่ละประเทศ โดยมีรายละเอียดปรากฏตามภาคผนวกที่ ๓ - ๕ แนบท้ายรายงานฉบับนี้

ข) ภายในประเทศ

ในกรณีประเทศไทย ปัจจุบันมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บังคับใช้อยู่หลายฉบับโดยหลายหน่วยงาน จึงทำให้มีปัญหาและอุปสรรคในการกำกับดูแล สรุปได้ดังปรากฏตามตาราง ดังนี้

หน่วยงานรับผิดชอบ	กฎหมาย	วัตถุประสงค์/สาระสำคัญ	ปัญหา/อุปสรรค
๑. สำนักงานทะเบียนพาณิชย์ท้องถิ่นภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพาณิชย์	๑. พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. ๒๔๙๙ ๒. ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ ๑๑) พ.ศ. ๒๕๕๓	๑. การจดทะเบียนพาณิชย์ ๒. การออกเครื่องหมายรับรอง (DBD registered) เพื่อรับรองความน่าเชื่อถือแก่เว็บไซต์ของผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ๓. การจัดงานมีกิจกรรมเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ๔. การรับจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๑. กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติเพื่อใช้ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์ของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจเท่านั้น แต่ไม่ได้กำหนดมาตรการกำกับดูแลการค้าออนไลน์อย่างเพียงพอ ๒. จากข้อเท็จจริงที่จำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งที่ประกอบกิจการต่อเนื่องและแบบสมัครเล่นมีอยู่ประมาณ ๗ แสน ถึง ๑ ล้านราย แต่มีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์ตามกฎหมายฉบับนี้เพียง ๑ หมื่นราย ๓. การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการที่เข้าข่ายต้องจดทะเบียนตามกฎหมายฉบับนี้ยังไม่ทั่วถึง

			<p>๔. หากฝ่าฝืนไม่จดทะเบียนตามกฎหมายฉบับนี้ มีอัตราโทษเพียงปรับไม่เกิน ๒ พันบาทและปรับวันละไม่เกิน ๑ ร้อยบาทเท่านั้น ทำให้ผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญที่จะต้องจดทะเบียนตามกฎหมายฉบับนี้</p> <p>๕. ผู้บริโภคยังไม่เห็นความสำคัญของเครื่องหมายรับรอง DBD registered ดังกล่าว</p>
๒. สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค	<p>๑. พ.ร.บ. ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕</p> <p>๒. พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒</p>	<p>การจดทะเบียนตลาดแบบตรงและการคุ้มครองผู้บริโภค</p>	<p>๑. จำนวนคนจดทะเบียนตลาดแบบตรงมีเพียง ๓๐๐ รายเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่มีอยู่จริง</p> <p>๒. ขอบเขตที่ สคบ. บังคับใช้กฎหมายยังมีประเด็นปัญหาการตีความที่ไม่สอดคล้องกัน</p> <p>๓. ปัญหาจำนวนบุคลากรในการบังคับใช้ ตรวจสอบ กำกับดูแล และติดตามการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด</p>
๓. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	<p>๑. พ.ร.บ. ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔</p> <p>๒. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยวิธีการแบบปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๕๓</p>	<p>การรับรองความชอบด้วยกฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>๑. กฎหมายมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับรองความมีผลทางกฎหมายของธุรกรรมที่ทำโดยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์โดยมีการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยที่ต้องปฏิบัติตาม แต่ไม่ได้กำกับดูแล</p>

			เกี่ยวกับการค้าออนไลน์โดยตรง
๔. ธนาคารแห่งประเทศไทย	๑. พ.ร.บ.ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ ๒. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการทางการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๕๑ (E-payment)	การให้อนุญาต ขึ้นทะเบียนหรือรับแจ้งการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	๑. การขออนุญาตการบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E payment) มีความเข้มงวดทำให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ธุรกิจได้ยาก ๒. เป็นการควบคุมดูแลวิธีการชำระเงิน แต่ไม่ได้กำหนดมาตรการทางกฎหมายให้ครอบคลุมถึงการกำกับดูแลการค้าออนไลน์โดยตรง
๕. กองบังคับการปราบปรามการกระทำ ความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บอท.)	๑. พ.ร.บ.ว่าด้วยอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐	การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์	๑. มีอำนาจสืบสวนสอบสวน จำกัดเฉพาะผู้กระทำความผิดทางออนไลน์ที่มีภูมิลำเนาของระบบคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (Server) ที่ตั้งอยู่ในราชอาณาจักรเท่านั้น ๒. มีปัญหาเกี่ยวกับพื้นที่ที่มีอำนาจสอบสวนในบางกรณีกับตำรวจท้องที่
๖. กรมสรรพากร	๑. ประมวลรัษฎากร	การเก็บภาษีจากการค้าออนไลน์	๑. ในทางปฏิบัติมีอุปสรรคในการจัดเก็บภาษีเงินได้ของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกิดจากการทำธุรกรรมในระบบที่มี server ตั้งอยู่ในต่างประเทศ
๗. กรมศุลกากร	๑. พ.ร.บ. ศุลกากร พ.ศ. ๒๕๖๔	การเก็บภาษีสินค้านำเข้า	๑. กำหนดให้การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจะต้องเสียภาษีตามพิกัดศุลกากร แต่สินค้าที่สั่งซื้อผ่านระบบการค้าออนไลน์

			โดยจัดส่งทางไปรษณีย์ที่ ราคาต่ำกว่า ๑,๐๐๐ บาท ไม่ต้องเสียภาษี อีกทั้งยังมี ปัญหาในการตรวจสอบและ ประเมินราคาสินค้าในทาง ปฏิบัติว่ามีราคาตามที่แจ้ง จริงหรือไม่
--	--	--	---

### ๕.๒ กฎหมายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

#### ก) ต่างประเทศ

ประเทศส่วนใหญ่มีการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มอยู่แล้ว แต่ได้มีการออกมาตรการจัดเก็บภาษีกับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ประเทศญี่ปุ่น มีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม และจะสามารถเครดิตภาษีคืนได้เฉพาะในกรณีที่มีการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการอย่างถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น ส่วนประเทศในกลุ่ม EU มีการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างใกล้ชิด เพื่อดำเนินการจัดเก็บภาษีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเช่นกัน

#### ข) ภายในประเทศ

โดยทั่วไปผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางออนไลน์ และอยู่ในประเทศไทย ไม่ว่าจะบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย มีหน้าที่ในการเสียภาษีเช่นเดียวกับผู้ประกอบการค้าขายที่มีหน้าร้านทั่วไปและต้องนำรายได้นั้นมารวมคำนวณยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ รวมทั้งมีหน้าที่จดทะเบียนเสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดโดยหากมีรายรับจากการขายสินค้าหรือให้บริการเกินกว่า ๑,๘๐๐,๐๐๐ บาทต่อปี หรือต่อรอบระยะเวลาบัญชี ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม จัดทำรายงานภาษีขายภาษีซื้อและยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม ภ.พ. ๓๐ ภายในวันที่ ๑๕ ของเดือนถัดไป ไม่ว่าผู้ประกอบการจะมีรายรับหรือไม่ก็ตาม

สำหรับการจัดเก็บภาษีแก่ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ที่ใช้พื้นที่ในการโฆษณากรรมสรรพากร มีหลักการในการจัดเก็บ ๒ ลักษณะคือ

#### ๑) การจัดเก็บตามถิ่นที่อยู่ กล่าวคือบริษัทตั้งขึ้นในประเทศไทย

๒) จัดเก็บตามแหล่งเงินได้ กล่าวคือจัดเก็บจากบริษัทต่างชาติที่เข้ามามีเงินได้ที่จ่ายจากหรือจ่ายในประเทศไทย

ปัจจุบันบริษัทให้บริการ search engine ส่วนมากเป็นบริษัทที่มีการจัดตั้งในต่างประเทศ เช่น Google เป็นต้น ซึ่งตามปกติแล้วผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคลจดทะเบียนอยู่ในระบบเมื่อมีการจ่ายค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ให้แก่ Google ที่ประเทศสิงคโปร์ ผู้จ่ายเงินจะต้องนำส่งภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ ๗ ตามมาตรา ๘๓/๖ (๒) แห่งประมวลรัษฎากร โดยสามารถนำภาษีซื้อที่มีไปเครดิตภาษีได้ ส่วนภาษีเงินได้ โดยหลักการเมื่อบริษัทต่างชาติเข้ามามีรายได้ที่จ่ายจากหรือจ่ายในประเทศไทย จะต้องมี การหักภาษีเงินได้ไว้ตามประมวลรัษฎากรมาตรา ๗๐ ซึ่งกำหนดให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของต่างประเทศมิได้ประกอบกิจการในประเทศไทยแต่ได้รับเงินได้พึงประเมินตาม มาตรา ๔๐ (๒) (๓) (๔) (๕) หรือ (๖) ที่จ่ายจากหรือในประเทศไทย ให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้น เสียภาษีโดยให้ผู้จ่ายหักภาษีจากเงินได้พึงประเมินที่จ่ายตามอัตราภาษีเงินได้ (ร้อยละ ๑๕) สำหรับบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลแล้วนำส่งอำเภอกองทัพพร้อมกับยื่นรายการตามแบบที่อธิบดีกำหนดภายใน เจ็ดวันนับแต่สิ้นเดือนของเดือนที่จ่ายเงินได้พึงประเมิน ทั้งนี้ให้นำมาตรา ๕๔ มาบังคับใช้โดยอนุโลม เนื่องจากช่องทางการจ่ายชำระเงินส่วนใหญ่เป็นการจ่ายชำระด้วยบัตรเครดิต ทำให้สรรพากรไม่มีข้อมูล สำหรับใช้ในการจัดเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพกับบริษัทต่างประเทศได้

อย่างไรก็ดี สำหรับการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลในกรณีนี้ เงินได้ที่ได้รับจากการโฆษณา ถือเป็นเงินได้พึงประเมินตามมาตรา ๔๐ (๘) ซึ่งกรณีดังกล่าวไม่อยู่ในเงื่อนไขที่ต้องหักภาษีเงินได้ ตามมาตรา ๗๐ แม้จะมีการแก้ไขประมวลกฎหมายรัษฎากรมาตรา ๗๐ ใหม่ โดยให้เพิ่มการจ่ายเงิน ค่าโฆษณาตามมาตรา ๔๐ (๘) เป็นเงินได้พึงประเมินที่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย ของต่างประเทศ ซึ่งมีได้ประกอบกิจการในไทย ต้องเสียภาษีให้แก่ประเทศไทยนั้น แต่ก็ยังมีความตกลง อนุสัญญาภาษีซ้อนที่ประเทศไทยทำไว้กับหลายประเทศหรือกว่า ๖๐ ประเทศ สิ่งเหล่านี้เป็นช่องทาง สำหรับบริษัทที่ยังมิได้ประกอบกิจการในไทยใช้ในการวางแผนภาษีและทำให้เงินดังกล่าวไม่ต้อง ถูกจัดเก็บภาษีในประเทศไทย

## ๖. ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการเก็บภาษี

### ก) ข้อสังเกต

(๑) กฎหมายที่กำกับดูแลธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันยังมีความซ้ำซ้อนกันอยู่และมีการบังคับใช้โดยมีเจตนารมณ์ที่แตกต่างกัน และหน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมายก็เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน

ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการจะต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตาม พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ฯ กับทางสำนักงานทะเบียนพาณิชย์ท้องถิ่น และยังต้องจดทะเบียนตลาดแบบตรงตามพ.ร.บ. ขายตรง และตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ด้วย ซึ่งเป็น การไม่สอดคล้องกับสภาวะปัจจุบัน

ทั้งนี้ หากพิจารณาอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานแล้ว สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค (สคบ.) ไม่ควรมีหน้าที่รับจดทะเบียนหรือออกใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ แต่ควรมีหน้าที่เพียง เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหลักเท่านั้น นอกจากนี้ สคบ. ยังมีบุคลากรจำกัดในการทำหน้าที่รับจดทะเบียน ผู้ประกอบการที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งไม่สามารถทำหน้าที่ในการตรวจสอบติดตามการประกอบธุรกิจ ให้เป็นไปตามกฎหมายได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น หน้าที่ในการรับจดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกำกับดูแลหลังจดทะเบียนตาม พ.ร.บ. ขายตรงและตลาดแบบตรงฯ จึงควรกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ ของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีความเหมาะสมมากกว่า

(๒) ไม่มีมาตรการเพื่อส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะ การส่งเสริมผู้ประกอบการในระดับ SMEs

(๓) ระบบการจัดเก็บภาษีมีช่องว่างทำให้ไม่สามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างเหมาะสมและ เป็นธรรม ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศไทย

(๔) ขาดความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับระบบความปลอดภัยในการชำระเงินเมื่อมีการสั่งซื้อ สินค้าหรือบริการผ่านผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในเรื่องความปลอดภัยในระบบ การชำระเงิน และการรับประกันว่าเมื่อมีการจ่ายเงินไปแล้วจะได้รับสินค้าหรือบริการจริง และถูกต้อง กับคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการที่กำหนด

#### ข) แนวทางการแก้ไข

(๑) ให้กระทรวงพาณิชย์เป็นผู้รับผิดชอบในการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนของ กฎหมายปัจจุบันที่มีความซ้ำซ้อนกันอยู่นั้น อาทิ พ.ร.บ.ทะเบียนพาณิชย์ฯ และ พ.ร.บ. ขายตรงและ ตลาดแบบตรงฯ ควรมีการแก้ไขปรับปรุงให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันและสอดคล้องกันและกำหนดให้มี การประสานงานระหว่างหน่วยงานผู้บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการและเป็นระบบ โดยกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์เท่านั้นในการรับจดทะเบียนผู้ประกอบการ พณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกำกับดูแลการประกอบธุรกิจหลังจดทะเบียนแล้วให้เป็นไปตามกฎหมาย อย่างไม่รู้ก็ตาม กระบวนการปรับแก้กฎหมายอาจใช้เวลานาน

(๒) กำหนดประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการออกกฎเกณฑ์เพื่อกำกับดูแลผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยอาจพิจารณาตราพระราชกฤษฎีกาภายใต้ พ.ร.บ. ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ฯ หรืออาจพิจารณาแก้ไขกฎหมายเดิมที่มีอยู่ให้มีความเหมาะสมเพื่อกำหนดให้การประกอบธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ใดเป็นกิจการที่ต้องแจ้งให้ทราบ ต้องขึ้นทะเบียนหรือต้องได้รับใบอนุญาตก่อนได้ โดยไม่จำเป็นต้องตราเป็นพระราชบัญญัติชั้นใหม่

ในการปรับแก้กฎหมายเดิม อาจพิจารณาวางมาตรการควบคุมและจัดระบบผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามแนวทางต่อไปนี้ เช่น

(๒.๑) กำหนดให้มีการจดทะเบียนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ในประเทศ โดยมาตรการสนับสนุนช่วยเหลือให้สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ อาจกำหนดอัตราภาษีพิเศษ หรือการยกเว้นภาษี เพื่อเป็นการเสริมสร้างแรงจูงใจ

อนึ่ง ในส่วนฐานข้อมูลการจดทะเบียนผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) นั้น ควรมีการประสานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหน้าที่ส่งเสริมและกำกับดูแลผู้ประกอบการรายย่อย เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) หรือหน่วยงานอื่นใดที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบและนำไปใช้กำหนดนโยบายหรือออกกฎเกณฑ์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยให้เติบโตได้ต่อไป

(๒.๒) ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศขึ้นทะเบียน เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากต่างประเทศเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยเป็นจำนวนมากแต่ไม่มีฐานข้อมูลอย่างเป็นระบบ จึงควรกำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนสำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่จากทั้งในและต่างประเทศ นอกเหนือจากผู้ประกอบการที่ต้องจดทะเบียนตามข้อ (๒.๑) ข้างต้น

สำหรับประเภทการประกอบธุรกิจที่จะต้องได้รับใบอนุญาตก่อนจึงจะประกอบธุรกิจได้นั้น อาจกำหนดขึ้นเพิ่มเติมภายหลังตามผลกระทบและความจำเป็น

นอกจากนี้ อาจกำหนดให้กระทรวงพาณิชย์เป็นผู้รักษาการตามพระราชกฤษฎีกาฉบับนี้ และกำหนดมาตรการทางภาษีเป็นการส่งเสริมหรือกำกับดูแลการประกอบธุรกิจ

ทั้งนี้ รายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาจดทะเบียน หรือขึ้นทะเบียนสำหรับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภทนั้น จะมีการศึกษาในรายละเอียดในขั้นตอนต่อไป

(๓) กำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการแห่งชาติขึ้น โดยพิจารณาอาศัยพระราชบัญญัติบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๓๔ ในการจัดตั้งคณะกรรมการโดยกำหนดให้นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน

รัฐมนตรีและปลัดกระทรวงที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
ร่วมเป็นกรรมการ และกำหนดให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักด้านการค้า ทั้งระบบปกติ  
แบบทั่วไปและแบบออนไลน์เป็นกรรมการและเลขานุการ เพื่อกำหนดนโยบายในการส่งเสริม กำกับดูแล  
และออกกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้โดยตรง

(๔) กำหนดการจัดเก็บภาษีให้ชัดเจน ประเด็นการจัดเก็บภาษีนั้น ยังมีช่องว่างเกี่ยวกับ  
การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงอาจพิจารณาแก้ไขประมวลรัษฎากรเพื่อกำหนดให้ลูกค้า  
ที่ชำระค่าบริการให้แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ต่างประเทศสามารถเครดิตภาษีมูลค่าเพิ่มคืนได้ ในกรณีที่  
ผู้ประกอบการที่อยู่ต่างประเทศมีการจดทะเบียนหรือขึ้นทะเบียนถูกต้องตามที่กำหนดในข้อ (๒.๑) และ  
(๒.๒) ข้างต้นเท่านั้น

นอกจากนี้ ควรมีการปรับแก้ไข พ.ร.บ. ศุลกากร โดยกำหนดมาตรการทางศุลกากร  
สำหรับการจัดเก็บภาษีนำเข้าสินค้าที่มีการสั่งซื้อจากผู้ประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ  
เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการภายในประเทศ

(๕) ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานการประกอบธุรกิจไทย นอกจากมาตรการทางกฎหมายแล้ว  
ควรมีการส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานทั้งการให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
เช่น สนับสนุนซอฟต์แวร์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการ การออกแบบรูปลักษณ์ การติดต่อสื่อสาร และ  
รูปแบบธุรกรรม รวมถึงการส่งเสริมช่องทางการค้าไปยังต่างประเทศของผู้ประกอบการไทย ทั้งนี้ เพื่อ  
เพิ่มความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

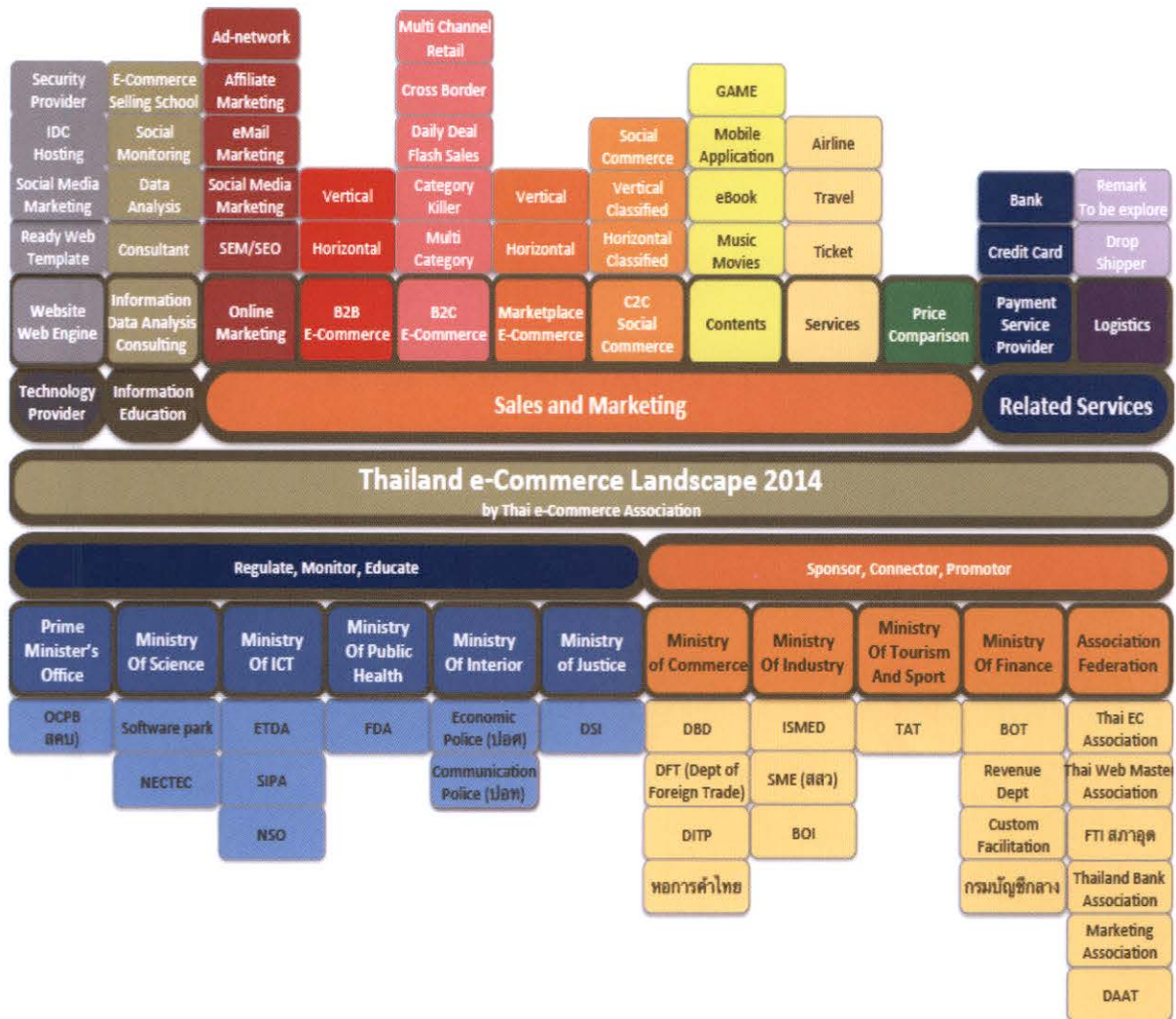
(๖) ควรรกำหนดมาตรการรองรับในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย และวิธีการปลอดภัย  
ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน เช่น ตั้งหน่วยงานกลางในลักษณะของ escrow agent ขึ้นมาดูแลธุรกรรม  
ทางการเงินที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

\*\*\*\*\*

**ภาคผนวก ๑**

*Thailand E-Commerce Landscape 2014*

### Thailand E-Commerce Landscape 2014



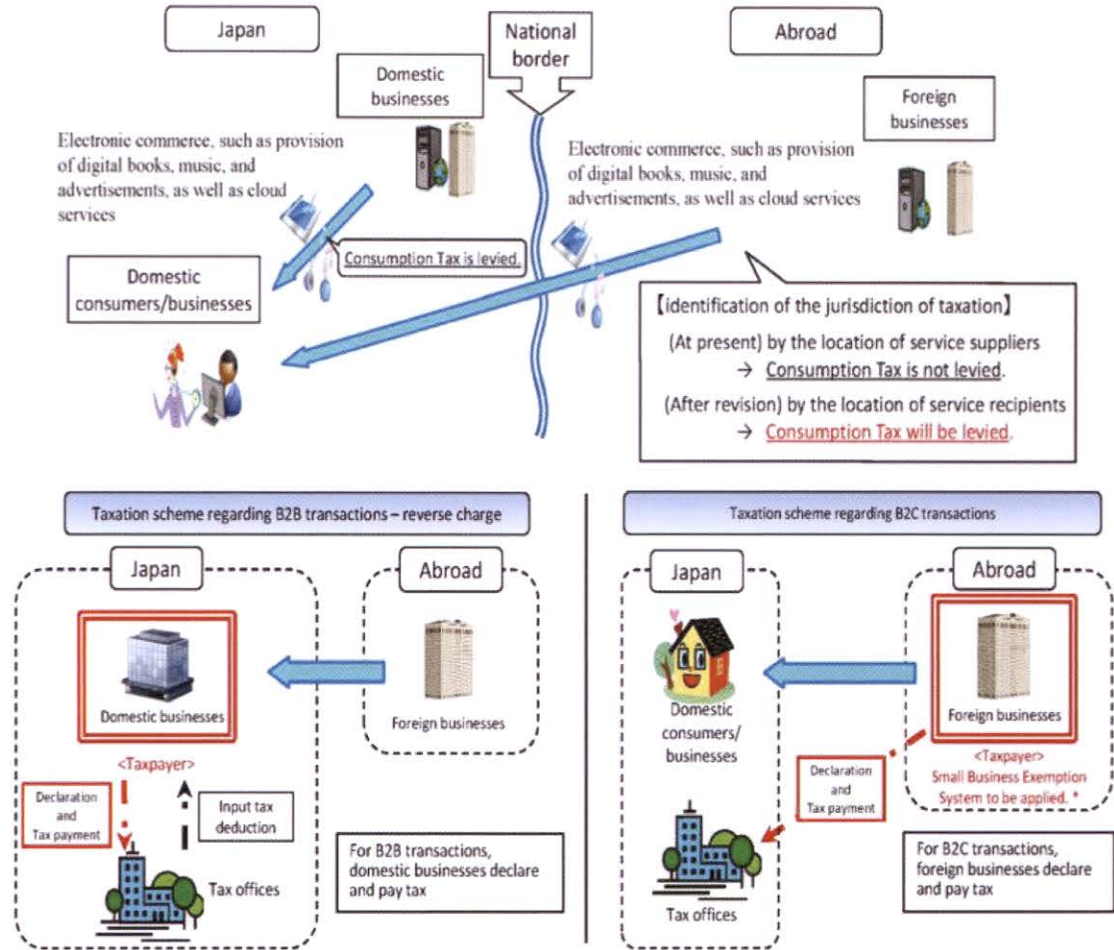
หน้าว่าง

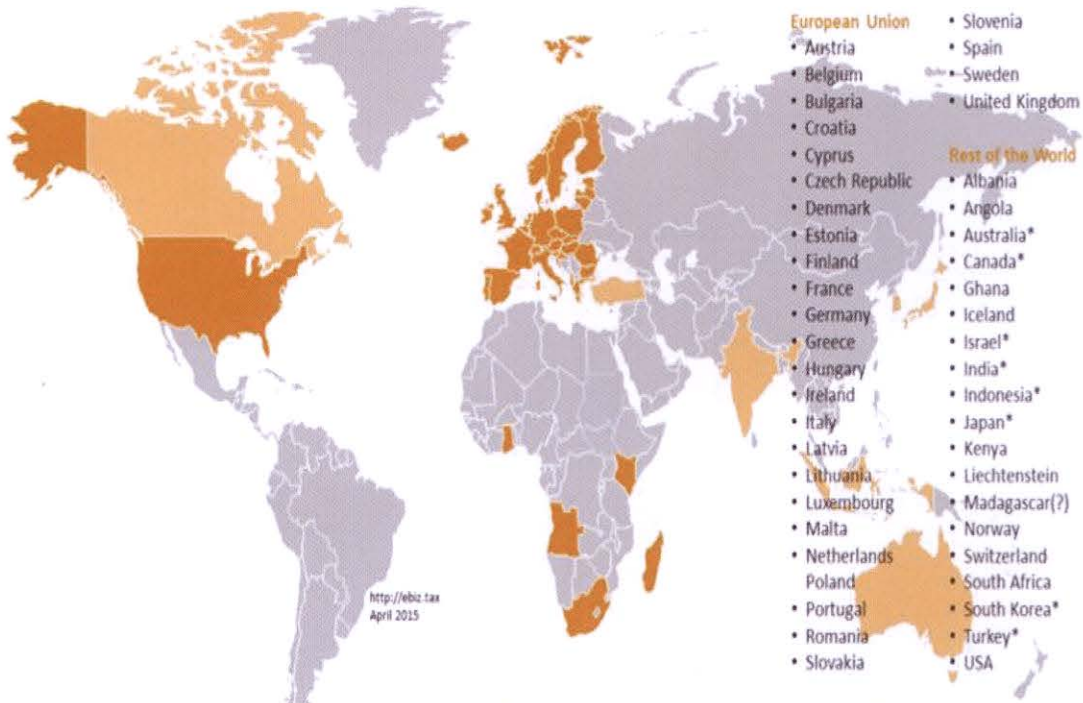
## ภาคผนวก ๒

การจัดเก็บภาษีในต่างประเทศ

หน้าว่าง

### การจัดเก็บภาษีในต่างประเทศ





**สีส้มเข้ม** หมายถึง ประเทศที่มีการระบบ Taxation ไปใช้แล้ว  
**สีส้มอ่อน** หมายถึง ประเทศที่มีแนวทางการนำกฎหมายนี้ไปใช้  
**สีเทา** หมายถึง ประเทศอื่นๆ ที่ยังไม่มีแผน หรือ ชำวเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี

**ภาคผนวก ๓**

กฎหมายเกี่ยวกับ *Electronic transactions*

ในประเทศอาเซียน

หน้าว่าง

## กฎหมายเกี่ยวกับ Electronic transactions ในประเทศอาเซียน

ประเทศ	ปี	ชื่อกฎหมาย
อินโดนีเซีย	2008	Electronic Information and Transactions Act
	2012	Electronic Information and Transactions Act (Update)
มาเลเซีย	2006	Electronic Commerce Act
	2007	Electronic Government Activities Act
	2010	Personal Data Protection Act
ฟิลิปปินส์	2000	Electronic Commerce Act
	2008	Administrative Order 01 to Consumer Act
	2012	Data Privacy Act and the Cybercrime Prevention Act
สิงคโปร์	2010	Update of the Electronic Transactions Act
	2012	Personal Data Protection Act
เวียดนาม	2005	Law on E-Transactions
	2006	Law on Information Technology
	2010	Law on Protection of Consumers' Rights

ที่มา: UNCTAD; Kearney analysis

หน้าว่าง

## ภาคผนวก ๔

นิตยาคัพพ์ *E-commerce transactions*  
ในกฎหมายเกือวกับ *Electronic transactions*  
ในประเทศอาเซียน

หน้าว่าง

นิยามศัพท์ E-commerce transactions

ในกฎหมายเกี่ยวกับ Electronic transactions ในประเทศอาเซียน

ประเทศ	ชื่อกฎหมาย	นิยาม
Indonesia	Electronic Information and Transactions Act 2008	<p><b>"Electronic Transaction"</b> means a legal act that is committed by the use of Computers, Computer networks, and/or other electronic media.</p> <p>Information Technology and Electronic Transaction usage shall be implemented under the principles of legal certainty, benefit, prudence, good faith, and freedom to choose technology or technology neutrality. (as per Chapter II and Article 3 of the Legislation.</p>
Malaysia	Electronic Commerce Act 2006	<p><b>"electronic"</b> means the technology of utilizing electrical, optical, magnetic, electromagnetic, biometric, photonic or other similar technology;</p> <p><b>"commercial transactions"</b> means a single communication or multiple communications of a commercial nature, whether contractual or not, which includes any matters relating to the supply or exchange of goods or services, agency, investments, financing, banking and insurance.</p>
Singapore	The Electronic Transactions Act	<p><b>"electronic"</b> means relating to technology having electrical, digital, magnetic, wireless, optical, electromagnetic or similar capabilities;</p> <p><b>"communication"</b> includes any statement, declaration, demand, notice, request, offer or the acceptance of an offer, that the parties are required to</p>

		make or choose to make in connection with the formation or performance of a contract;
Vietnam	Law on e-Transactions 2005	<p>An "<b><i>e-transaction</i></b>" means a transaction implemented by electronic means.</p> <p>An "<b><i>automatic e-transaction</i></b>" means an e-transaction, which is automatically performed in part or in whole through a pre-established information system.</p> <p>An "<b><i>electronic means</i></b>" is a means that operates based on electric, electronic, digital, magnetic, wireless, optical, electro-magnetic technologies or similar technologies.</p>

## ภาคผนวก ๕

สรุปลสาระสำคัญในกฎหมายเกี่ยวกับ

*Electronic transactions* ในประเทศไทย

หน้าว่าง

## สรุปสาระสำคัญในกฎหมายเกี่ยวกับ Electronic transactions ในประเทศอาเซียน

**Indonesia -the Republic of Indonesia Concerning Electronic Information and Transactions 2008**

Topic	Summary of the relevant Provision
Electronic Information, Records and Signatures	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Article 6 outlines that electronic information and records are lawful when they are accessible, displayable, assured to their integrity and accountable. This is elaborated upon in Article 8 which outlines what counts as delivery and receipt for electronic information and systems.</li> <li>• Article 9 outlines what information eCommerce Operators must show when engaging in business online, and that it must be 'full and true'.</li> <li>• Article 10 establishes the Trustworthiness Certification Bodies who shall determine whether particular eCommerce operators are eligible to do business online, after assessment.</li> <li>• Article 11 lists when electronic signatures shall have lawful legal force and as per Article 11(1), they shall have the same legal force as manual signatures.</li> </ul>
Provision of Electronic Certification and Electronic Systems	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Article 14 states that service providers must make available to any service user accurate, clear and definite information.</li> <li>• Article 15 elaborates for the secure and safe electronic systems.</li> <li>• Article 16 outlines the minimum requirements for ISP's regarding electronic signatures.</li> </ul>
Electronic Transactions	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Article 18 states that electronic transactions can be regulated by both private and public law.</li> </ul>
Domain Names, IP Rights and Protection of Privacy Rights	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Article 23 regulates the rights to domain names and on a basically first-come-first-serve basis. In addition, principles of fair business competition shall apply and there shall be non- infringement rights.</li> <li>• Article 25 outlines the rules for intellectual property rights for eCommerce purposes.</li> </ul>

Prohibited Acts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chapter VII of the Act covers the prohibited acts for eCommerce operators. There are rules for consumer loss, as per Article 28.</li> </ul>
Investigation and Investigatory Powers of Authorities	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chapter X provides the powers to the Government to investigate eCommerce transactions. There are rights provided for those operators that are investigated but also rights for seizures by the authorities.</li> </ul>

#### Malaysia - the Electronic Commerce Act 2006

Topic	Summary of the relevant Provision
Fulfilment of Legal Requirements by Electronic Means	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 9 provides that a electronic signature is only valid if it meets the requirements under the provision. It mentions that other legislation will continue to regulate the eSignatures, such as the Digital Signature Act 1997.</li> </ul>
Communication of Electronic Message	<ul style="list-style-type: none"> <li>Part IV regulates when an electronic communication is made and there is receipt.</li> </ul>

#### Philippines - the Act Providing for the Recognition and Use of Electronic Commercial and Non-Commercial Transactions 2000

Topic	Summary of the relevant Provision
Legal Recognition of Electronic Writing or Document and Data Messages	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 8 looks at the conditions for when an electronic signature shall be a valid signature for eCommerce.</li> </ul>
Formation of a Valid Contract	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 16 provides the circumstances in which a contract is concluded in eCommerce through electronic data and means. Article 16(1) outlines how a contract is concluded when payments are made online through online banking.</li> </ul>
Electronic Commerce in Specific Areas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Part III creates a framework for particular areas of business and how eCommerce can operate in these fields and the application of electronic documents for trade in these sectors.</li> </ul>

Liability of the Service Providers	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 30 outlines the extent of the liability for a service provider, both civil and criminal.</li> </ul>
Oversight Committee	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 35 also creates an oversight committee which will regulate and review the application of this legislation.</li> </ul>

### Singapore - the Electronic Transactions Act 2010

Topic	Summary of the relevant Provision
Formation and Validity of Contracts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 11 looks at the formation and validity of contracts in eCommerce.</li> </ul>
Time and place of dispatch and receipt	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 13 elaborates by looking at what qualifies as the receipt of the electronic communication.</li> </ul>
Invitation to make an offer	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 14 outlines the ability to make an offer in eCommerce through an 'invitation to make offer' which is only a concluded contract when there is clear acceptance.</li> </ul>
Secure Electronic Records and Signatures	<ul style="list-style-type: none"> <li>Part III of the legislation looks at providing a framework for secure electronic signature.</li> </ul>
Use of Electronic Records and Signatures by Public Agencies	<ul style="list-style-type: none"> <li>Part V regulates the use of electronic signatures by public agencies. There are powers to investigate provided to the Government as per Article 24.</li> </ul>
Liability of Network Service Providers	<ul style="list-style-type: none"> <li>Part VI deals with the liability of network service providers and what obligations service providers have in regulating eCommerce on their service.</li> </ul>
Appointment of Controller and other officers	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 27 discusses the appointment of the Controller who is the responsible authority for the regulation of eCommerce for the Government. As per the legislation, the Controller is provided a wide range of investigatory powers.</li> </ul>
Security Procedures	<ul style="list-style-type: none"> <li>Second Schedule of the legislation looks at specified security procedures for eCommerce. The requirements for when a digital signature will be treated as a secure electronic signature.</li> </ul>

### Vietnam - the Law on E-Transactions

Topic	Summary of the relevant Provision
Policies on the development and application of eTransactions	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 7 outlines the rules for the state management of eTransactions. This involves recognizing standards and managing the organizations that will provide services.</li> </ul>
Prohibited Acts in eTransactions	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 9 lists the prohibited acts under eCommerce.</li> </ul>
Legal Validity of eSignatures	<ul style="list-style-type: none"> <li>Article 21 outlines what will act as a legally valid signature for eCommerce. Article 22 elaborates by listing the necessary conditions for the security of eSignatures. Article 31 goes further to create some rights and obligations for eSignature certification service providers.</li> </ul>
Entry into and Execution of Electronic Contracts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chapter IV details how contracts are formed in eCommerce and the means of recognizing valid and enforceable contracts. In particular, Article 35 details the principles of entry and execution of electronic contracts.</li> </ul>
eTransactions of State Agencies	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chapter V looks at eTransactions involving state agencies. There are security and confidentiality requirements for the storage of electronic information and data by such state agencies.</li> </ul>
Safety, Security, Protection, Confidentiality in eTransactions	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chapter VI ensures the security and safety of eTransactions in general, as per Article 44.</li> </ul>

## ภาคผนวก ๒

รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง  
การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
(E-Commerce)

หน้าว่าง

รายงานการศึกษาค้นคว้า

เรื่อง

การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce)

จัดทำโดย

ผศ. ดร. ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์

อาจารย์ภาควิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นายวิวรรณ เหมมณฑารพ

นายทวีวัฒน์ สิริภาสกุลวัฒน์

นางสาวรติรส แก้วชุ่ม

รายงานการศึกษาค้นคว้าดังกล่าว เพื่อให้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้า

ของคณะอนุกรรมการการพาณิชย์

ในคณะกรรมการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน

สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

หน้าว่าง

## บทที่ 1

### ความสำคัญของการศึกษาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือการทำธุรกรรมทุกรูปแบบโดยครอบคลุมถึงการซื้อขายสินค้าบริการ การชำระเงิน การโฆษณาโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต

#### ภาพรวมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก

การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เกิดขึ้นทั่วโลก โดยในปี 2557 พณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลกมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 24 เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,943 พันล้านดอลลาร์ โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ที่ร้อยละ 44 โดยมีมูลค่า 770 พันล้านดอลลาร์ รองลงมาคือยุโรปร้อยละ 14 มูลค่า 567 พันล้านดอลลาร์ อเมริกาเหนือร้อยละ 12 มูลค่า 523 พันล้านดอลลาร์ ลาตินอเมริการ้อยละ 18 มูลค่า 37 พันล้านดอลลาร์ ตะวันออกกลางร้อยละ 22 มูลค่า 21 พันล้านดอลลาร์และอื่น ๆ ร้อยละ 24 เป็นมูลค่า 25 พันล้านดอลลาร์ (Ecommerce Foundation, September 2015) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ จะพบว่าจีนเป็นประเทศที่มีการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงสุดที่ 563 พันล้านดอลลาร์ รองลงมาเป็นสหรัฐอเมริกา มียอดการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ 349 พันล้านดอลลาร์ ประเทศอังกฤษที่ 94 พันล้านดอลลาร์ ญี่ปุ่น 79 พันล้านดอลลาร์ เยอรมัน 74 พันล้านดอลลาร์ แต่เมื่อพิจารณาประเทศไทยพบว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเพียง 0.5 พันล้านดอลลาร์เท่านั้น (IMF World Economic Outlook (WEO), October 2015) ตามรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และยอดการค้าปลีก (B2B และ B2C)

ประเทศ	GDP (พันล้านดอลลาร์)	ยอดค้าปลีก (พันล้านดอลลาร์)	ยอดค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (พันล้านดอลลาร์)	% ยอดค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ / GDP	% ยอดค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ / ยอดค้าปลีก	ยอดใช้จ่ายเฉลี่ยต่อประชากร (ดอลลาร์)
จีน	11,400	4,692	563	4.94%	12%	626
สหรัฐฯ	18,000	4,986	349	1.94%	7%	1,757
อังกฤษ	2,900	653	94	3.24%	14%	1,629
ญี่ปุ่น	4,100	1,436	79	1.93%	6%	965
เยอรมัน	3,400	913	73	2.15%	8%	1,145
ไทย	374	100	0.5	0.13%	0.5%	210

ที่มา: IMF World Economic Outlook (WEO), October 2015

ที่มา: <http://www.notionmultimedia.com/business/Tapping-full-potential-of-e-commerce-in-Thailand-30254220.html>

ที่มา: [thepayers.com](http://www.thepayers.com) (last updated 2013)

#### ภาพรวมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากข้อมูลสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 ประเทศไทยมีมูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพียง 7 แสนล้านบาท แต่ในปี 2557 เพิ่มสูงขึ้นถึง 2.2 ล้านล้านบาท และ

มีอัตราการเติบโตที่สูงถึงร้อยละ 20 ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ประมาณ 5 แสนราย ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเป็นบุคคลธรรมดา

เมื่อพิจารณาการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามประเภทผู้ประกอบการพบว่า ในปี 2557 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการแบบ Business to Business (B2B) จำนวน 1,234.23 ล้านบาท รองลงมาคือ Business to Consumer (B2C) จำนวน 411.72 ล้านบาท ในขณะที่มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) แบบ Business to Business (B2B) ในปี 2558 เป็นจำนวน 1,230.16 ล้านบาท รองลงมาคือ Business to Consumer (B2C) เป็นจำนวน 474.65 ล้านบาท ทั้งนี้อัตราการเติบโตของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) แบบ Business to Business (B2B) และ Business to Consumer (B2C) ในช่วงปี 2557 - 2558 คิดเป็นร้อยละ -0.33, ร้อยละ 15.29 ตามลำดับ

ส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม ในปี 2558 พบว่า อุตสาหกรรมที่มีการเติบโตมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุตสาหกรรมการค้าปลีก และการค้าส่ง มีอัตราการเติบโตร้อยละ 28.7 รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 25 และอุตสาหกรรมบริการขนส่ง มีอัตราการเติบโตร้อยละ 19.9

สำหรับมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ปี 2557 กลุ่มอุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง จำแนกตามประเภทสินค้าและบริการ พบว่าสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สูงสุดที่ร้อยละ 25.66 รองลงมาคือกลุ่มเครื่องสำอางค์และอุปกรณ์เสริมความงามที่ร้อยละ 24.42 และแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่ ร้อยละ 17.27 ส่วนสินค้าที่มีร้อยละต่ำสุดคือ การจำหน่ายยานยนต์และผลิตภัณฑ์ที่ร้อยละ 0.37

พิจารณามูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ตามผลประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ของผู้ประกอบการ พบว่า มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ในปี 2557 โดยส่วนใหญ่เป็นมูลค่าของผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) มากกว่าหรือเท่ากับ 50 ล้านบาทต่อปี ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 698,979.02 ล้านบาท ร้อยละ 68.27 ในขณะที่มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ของผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) น้อยกว่า 50 ล้านบาทต่อปี คิดเป็น 324,824.26 ล้านบาท ร้อยละ 31.73

ปี 2558 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ของผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) มากกว่าหรือเท่ากับ 50 ล้านบาทต่อปี คิดเป็น 791,499.61 ล้านบาท ร้อยละ 74.81 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 13.24 ส่วนมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ของผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) น้อยกว่า 50 ล้านบาทต่อปี คิดเป็น 266,516.16 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตที่ลดลงจากปี 2557 ร้อยละ 17.95

มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ของอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการ ซึ่งมีผลประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) มากกว่าหรือเท่ากับ 50 ล้านบาทต่อปี มีมูลค่าสูงที่สุดยังคงเป็นอุตสาหกรรมการผลิต มีมูลค่า 348,850 ล้านบาท, อันดับที่ 2 คืออุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร มีมูลค่าคิดเป็น

303,080 ล้านบาท ส่วนอันดับที่ 3 คืออุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง มีมูลค่าคิดเป็น 68,420 ล้านบาท และอันดับที่ 4 คือ อุตสาหกรรมขนส่ง มีมูลค่าคิดเป็น 59,280 ล้านบาท ในขณะที่อุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการ ซึ่งมีผลประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) น้อยกว่า 50 ล้านบาทต่อปี มีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ในสัดส่วนสูงที่สุดคือ อุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง มีมูลค่าคิดเป็น 256,660 ล้านบาท

เห็นได้ว่าภาพรวมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยมีการเติบโตสูงขึ้น แต่การเติบโตนี้ก็ยังไม่เติบโตเท่ากับประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเทศไทยสามารถเติบโตขึ้นได้อีกมาก

### สถานการณ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยและต่างประเทศ

จากการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งผลให้ทุกประเทศมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการค้ามากขึ้น ไม่เว้นแม้แต่ Walmart ที่ประกาศปิด 269 สาขาทั่วโลก รวมทั้ง 154 สาขาในสหรัฐอเมริกา โดยปรับกลยุทธ์การบริหารไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งไปที่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น หรือแม้แต่ประเทศไทยที่ผู้ประกอบการหลายรายไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล, เทสโก้โลตัส, บริษัท บีเจซี คอมเมิร์ซ จำกัด หรือ บริษัท ท็อปแวลู คอร์ปอเรท จำกัด ก็เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านออนไลน์มากขึ้นด้วย

รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงนั้นส่งผลก่อให้เกิดข้อจำกัดหรือผลกระทบที่ต้องระมัดระวัง ถึงแม้จะเป็นโอกาสให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยสามารถขายสินค้าและบริการไปยังต่างประเทศได้ แต่ในทางกลับกัน ผู้ประกอบการจากต่างประเทศก็มีโอกาสขายสินค้าและบริการมายังประเทศไทยเช่นกัน อย่างกรณีของ Alibaba ที่เข้ามาเปิดเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าในประเทศไทย แต่ไม่มีการแสดงตัวตนหรือการจดทะเบียนที่ถูกต้อง จึงส่งผลกระทบต่อค้าที่ไม่เป็นธรรม หรือกรณีเว็บไซต์จีนที่ส่งสินค้าเข้ามาให้กับลูกค้าในประเทศไทยก็ไม่เสียภาษีนำเข้า เพราะราคาสินค้าต่ำกว่า 1,000 บาท หรือมีการหลีกเลี่ยงภาษีโดยการแยกส่งสินค้า ทำให้ตรวจสอบยาก รวมถึงสังคมออนไลน์อย่าง Facebook ที่มีรายได้จากการขายโฆษณาทางออนไลน์ แต่ไม่ได้เสียภาษีอย่างถูกต้อง เนื่องจากไม่มีการจดทะเบียนในประเทศไทยและระบบปฏิบัติการ (Server) อยู่ต่างประเทศ บริษัทที่ซื้อโฆษณาจาก Facebook ก็สามารถนำไปลดภาษีได้เพราะเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท แต่ในทางกลับกันภาครัฐไม่สามารถเก็บภาษีจาก Facebook ได้อีกทั้งยังต้องลดหย่อนภาษีให้กับผู้ประกอบการไทยที่ซื้อโฆษณาออนไลน์ ส่งผลให้ภาครัฐสูญเสียรายได้ในหลายๆช่องทาง และส่งผลกระทบต่อความไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการที่เสียภาษีที่ต้องทำตามกฎหมายด้วย

### วัตถุประสงค์

โครงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) กับอนาคตประเทศไทย จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงผู้ที่สนใจเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) มีความเข้าใจ เห็นโอกาสและแนวโน้มของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

3. เพื่อหาแนวทางในการยกระดับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของสากล และเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ

#### **ขอบเขตและวิธีการศึกษา**

ขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในที่นี้ ครอบคลุมกิจกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ วิธีการศึกษาจะใช้ 2 แนวทางหลัก โดยแต่ละแนวทางจะมีความเชื่อมโยงและส่งเสริมกัน ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้แล้ว เป็นข้อมูลในอดีต ที่ได้ผ่านการวิเคราะห์เบื้องต้นมาแล้ว โดยข้อมูลที่ทำการศึกษาได้แก่ ข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์ และปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง ซึ่งเป็นการเก็บด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการที่สัมภาษณ์จะเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) โดยเป็นสินค้าที่สามารถจับต้องได้ บริการที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

#### **ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทราบถึงแนวโน้มของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมในการปรับตัว

2. ทราบข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

3. ข้อเสนอแนะแนวทางในการสนับสนุนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

## บทที่ 2

### การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

#### รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) มีการเปลี่ยนแปลงและปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจอยู่ตลอด ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ต่างๆที่เกิดขึ้น จึงได้จัดรูปแบบการทำธุรกิจ โดยมีหลักในการจำแนกเป็นลักษณะของรูปแบบการดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้

1. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามประเภทผู้ซื้อและผู้ขาย** การดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งตามประเภทผู้ซื้อและผู้ขายหลัก ๆ ได้ดังนี้

1.1 Business-to-Business (B2B)

1.2 Business-to-Consumer (B2C)

1.3 Consumer to Consumer (C2C)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามประเภทผู้ซื้อและผู้ขาย ในส่วน B2C และ C2C จะเหมือนกันที่ลูกค้าเป็นผู้บริโภคโดยตรง แต่ B2C จะมีรูปแบบการการจำหน่ายที่มีระบบ (Platform) หรือมีเว็บไซต์ของตนเอง แต่ C2C จะเป็นการนำสินค้าไปจำหน่ายตามตลาดรวมหรือตลาดนัด (Market place) ส่วนรูปแบบ B2B จะเป็นการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ เพื่อนำไปผลิตและจำหน่ายอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งจะเป็นการซื้อขายที่อยู่ในรูปแบบบริษัท

2. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ (Product Offering)** ลักษณะของสินค้าและบริการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) แบ่งตามผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

2.1 **สินค้าที่จับต้องได้ (Physical good)** การจำหน่ายสินค้าที่จับต้องได้ จะมีความเกี่ยวข้องกับภาคการขนส่งเป็นหลัก เนื่องจากต้องมาขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค โดยภาคขนส่งจะต้องมีระบบการขนส่งที่ได้มาตรฐานและรวดเร็ว นอกจากนั้นการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาจะมีการขนส่งแบบแยกย่อยมากขึ้น เนื่องจากจะมีผลต่อการชำระภาษี

2.2 **บริการที่จับต้องได้ (Physical service)** บริการที่ยังจำเป็นต้องไปรับบริการจริง รูปแบบ Consumer to Consumer (C2C) เช่น บริการจองที่พักของ airbnb บริการเรียกรถแท็กซี่ของ Grab Taxi และ UBER รูปแบบ Business to Consumer (B2C) เช่น การจองโรงแรมของ [www.agoda.com](http://www.agoda.com) เป็นต้น

2.3 **สินค้าหรือบริการในรูปแบบดิจิทัล (Digital good and service)** สินค้าที่อยู่ในรูปดิจิทัลที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยสามารถเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ ซึ่งในกลุ่มสินค้าประเภทนี้ยังคงโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีความท้าทายในการควบคุม หรือบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงการจัดเก็บรายได้ เนื่องจากเป็นสินค้าไม่มีตัวตน

3. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามช่องทางการขาย**

การดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ตามรูปแบบการขายแบ่งออกเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

3.1 **ชุมชนออนไลน์ คิดประกาศ (Classified)** พื้นที่นี้เป็นตลาดกลางที่อนุญาตให้ผู้ขายสามารถนำสินค้ามาลงประกาศขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้ แต่จะไม่มีบริการในการช่วยเหลือสำหรับการจำหน่ายสินค้า จะเป็นเพียงการลงข้อมูล (Informative) เพื่อช่วยให้ง่ายต่อการค้นหาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

3.2 **ตลาดรวมหรือตลาดนัด (Market place)** พื้นที่เป็นศูนย์กลางให้ผู้ที่ต้องการขายสินค้าหรือบริการมารวมกัน โดยมีการคิดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เมื่อมีการให้จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ เช่น agoda เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมผู้ให้บริการ โรงแรม ผู้ที่มีโรงแรมไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ มักจะใช้บริการของ เมื่อมีลูกค้าจองโรงแรมที่อยู่ในเว็บไซต์ ทาง agoda ก็จะคิดค่าบริการการจองของลูกค้าจากโรงแรมนั้น เป็นต้น

3.3 **ร้านค้าปลีกออนไลน์ (Single/Multi brand retail)** พื้นที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์ของตนเอง (Single/Multi brand retail) เป็นการจำหน่ายสินค้าบนพื้นที่ส่วนตัวของตนเอง โดยเป็นตราสินค้า (Brand) เดียวหรือหลายตราสินค้า (Brand) มาจำหน่าย เช่น [www.nikestore.com](http://www.nikestore.com), [www.central.co.th](http://www.central.co.th), [www.lazada.co.th](http://www.lazada.co.th) เป็นต้น

3.4 **คู่มือส่วนลด การจำหน่ายสินค้านำราคาพิเศษแบบจำกัดเวลา (Private/Flash sale)** เจ้าของพื้นที่จะจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive sales) หรือจำหน่ายสินค้า โดยมีส่วนลดพิเศษในช่วงระยะเวลาหนึ่ง มีการกำหนดเวลาที่ชัดเจน ราคาสินค้าในช่วงนั้นจะเป็นราคาที่ค่อนข้างต่ำกว่าราคาปกติ

3.5 **บริการที่สนับสนุนผู้จำหน่ายสินค้า (Merchant services)** ธุรกิจที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบการขนส่ง ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E - Payment) อย่าง Pay Pal หรือ PAYSBUY ที่ให้บริการรับชำระเงินออนไลน์ ผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิต การส่งใบแจ้งหนี้ เป็นต้น

4. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามที่มาของรายได้** รายได้ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) สามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

4.1 **รายได้จากการโฆษณา (Advertising)** การขายโฆษณาในรูปแบบของโฆษณาบนเว็บไซต์ โฆษณาจากการเขียนแสดงความคิดเห็น ราคาโฆษณาจะขึ้นอยู่กับการกระจายของโฆษณา ซึ่งมักเป็นไปตามกลุ่มของลูกค้าที่ใช้บริการนั้นๆ

4.2 **รายได้จากค่าดำเนินการ (Commission/Fee)** การคิดค่าบริการของระบบการทำงาน (Platform) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจ แล้วเก็บค่าบริการหรือค่าดำเนินการ เช่น บริการจองโรงแรมของ [www.agoda.com](http://www.agoda.com) บริการชำระเงินผ่านระบบ paypal

4.3 **รายได้จากค่าติดตามหรือสมาชิก (Subscription)** รายได้จากสมาชิกที่จ่ายค่าสมาชิกเป็นรายงวด เช่น รายเดือน หรือรายปี หรือรายได้จากการอนุญาตให้ใช้งาน Application หรือระบบตามรูปแบบของการชำระเงิน เช่น [www.netflix.com](http://www.netflix.com) ที่ให้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์

4.4 รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการโดยตรง (Retail goods & service) รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการโดยตรง เป็นการซื้อขายสินค้าและบริการแบบดั้งเดิม โดยผู้ซื้อจะได้รับสินค้าและบริการ หลังจากชำระเงินแล้ว ไม่ว่าจะป็นสินค้าและบริการที่จับต้องได้ หรือในรูปแบบดิจิทัล

ธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce)

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ประกอบด้วยหลาย ๆ ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการ ประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้ ดังนี้

1. ด้านการขายและการตลาด (Sales and Marketing) กิจกรรมการขายและการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางในการสื่อสารโฆษณาสินค้า หรือวางขายสินค้า แต่ยังช่วยในการติดต่อและสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้อีกด้วย เช่น การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook , Instagram เป็นต้น

2. ด้านการให้ความรู้และข้อมูล (Knowledge) ในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกรรมส่วนมากจะถูกเก็บบันทึกไว้ แล้วต้องมีการรวบรวมข้อมูล ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อสามารถนำมาวิเคราะห์และให้ความรู้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่ช่วยในการสนับสนุนข้อมูลความรู้ เช่น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) สำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นต้น

3. ผู้ให้บริการเทคโนโลยี (Backend and system) ส่วนสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีผู้ทำงานในการพัฒนาและปรับปรุงระบบ ดูแลให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนรักษาความปลอดภัย ของระบบจากการรุกรานทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ ในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรที่มีศักยภาพในด้านระบบอยู่มาก เป็นผลให้การเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รายย่อยหลายรายถูกจำกัด หลายบริษัทที่มีการดำเนินการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขาดการดูแลที่ดี

4. ผู้ให้บริการการเงิน (Payment Service Provider) การชำระเงินเป็นส่วนที่สำคัญส่วนหนึ่งของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เนื่องจากระบบการชำระเงินมีบทบาทอย่างมากในการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับการซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) โดยสามารถแบ่งการชำระเงินทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ชำระเงินแบบออนไลน์ เช่น การชำระผ่านบัตรเครดิต การชำระเงินผ่านระบบเงินเสมือนจริง และการชำระเงินแบบออฟไลน์ ได้แก่ การโอนผ่านบัญชี การเก็บเงินเมื่อรับสินค้า

5. ผู้ให้บริการจัดเก็บและขนส่ง (Logistic provider & E-Fulfillment) บทบาทหลักที่สำคัญในการทำกิจกรรมการขนส่งสินค้า เริ่มตั้งแต่มีการสั่งสินค้าจากลูกค้า ระบบการสั่งของ การนำสินค้าเข้าประเทศ กรณีเป็นสินค้าจากต่างประเทศ หรือการนำสินค้าส่งออก กรณีลูกค้าต่างประเทศ การเก็บคลังสินค้า การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนการขนส่งสินค้า ไม่ว่าจะป็นทางน้ำ ทางบก หรือทางอากาศ ซึ่งในปัจจุบันระบบการขนส่งได้พัฒนาไป

มากและเริ่มมีบริษัทจากต่างประเทศมาลงทุนในการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น DHL, Kerry, acommerce และหลายบริษัทยังมีบริการอื่น ๆ นอกจากขนส่งสินค้าเพียงอย่างเดียว เช่น การให้บริการคลังสินค้าสำหรับเก็บสินค้า

6. **ผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor)** การสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งสำคัญที่สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ซึ่งโดยหลัก ๆ แล้วหน่วยงานที่สามารถช่วยเหลือและสนับสนุนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะประกอบด้วย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ วิชาการแห่งประเทศไทย กระทรวงสื่อสาร และหน่วยงานเอกชน เช่น สมาคมไทยอีคอมเมิร์ซ (Thai Ecommerce Association) เป็นต้น

7. **ผู้ควบคุมกฎหมาย (Regulator)** หน่วยงานในภาครัฐบาลที่มีหน้าที่ในการดูแล ทั้งด้านกฎระเบียบ การกำกับดูแล ให้กระบวนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นไปอย่างถูกต้อง และเป็นธรรมต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยไม่ขัดต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจนั้นประกอบด้วย หน่วยงานหลัก คือ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการตรวจสอบภายใน และกระทรวงยุติธรรม

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) จะมีการทำงานร่วมกันหลายด้าน ซึ่งแต่ละด้านจะมีความสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นระบบการชำระเงินกับกฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย ด้านการจัดทำข้อมูลกับด้านการขายและการตลาด ซึ่งทุกๆด้านจะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงไปพร้อมๆกัน ไม่สามารถทำเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งได้

### **แนวโน้มการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ใน 3 ปีข้างหน้า**

รูปแบบการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ใช้งาน รวมถึงให้สามารถแข่งขันได้ โดยลักษณะสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) ที่เกิดขึ้นมีดังนี้

1. **แบรนด์ถึงผู้บริโภคโดยตรง (Direct to channel)** จากการที่บริษัทจำหน่ายสินค้าและให้บริการที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ได้รับความกระทบจากเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลผู้ซื้อและผู้ขายออนไลน์ (Market place) ที่มีอิทธิพลในการจำหน่ายสินค้า ทำให้การทำตลาดของสินค้าบริษัทถูกจำกัดลง อีกทั้งยังต้องจ่ายค่าธรรมเนียมที่ค่อนข้างสูง ฉะนั้นบริษัทขนาดใหญ่หลายบริษัทจึงเริ่มทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เองมากขึ้น เพื่อไม่ให้เสียตลาดส่วนนี้ไป และยังสามารถทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. **รูปแบบการซื้อขายผ่านโทรศัพท์มือถือและสังคมออนไลน์ (Electronic to Mobile and Social Commerce)** Social Commerce คือ เครื่องขายสังคมค้าขายออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networks) เป็นตัวกระตุ้นตลาด ผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยให้ผู้บริโภค ได้รับการแนะนำจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือบุคคลรอบข้างและสามารถหาสินค้าและบริการ และซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้นได้สะดวกมากขึ้น

3. การผสมผสานช่องทางทั้งหมดของธุรกิจ (Omni-Channel) แล การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตผสมผสานเข้ากับธุรกิจที่มีหน้าร้านค้าต่าง ๆ (online to offline channel) ยุทธวิธีที่สำคัญที่สุดของธุรกิจชั้นนำ คือ การประสานประสานช่องทางต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพราะในปัจจุบัน การซื้อขายสินค้าแต่ละครั้ง มักมีความข้องเกี่ยวระหว่างลูกค้ากับหลากหลายช่องทางเช่น ลูกค้าทำการค้นคว้าเกี่ยวกับสินค้าผ่านช่องทางเว็บไซต์ หรือ โทรศัพท์มือถือ แต่เดินทางไปซื้อและรับสินค้าที่ร้านค้า เป็นต้น

4. การซื้อขายสินค้านำระหว่างประเทศ (Cross - border Trading) ตั้งแต่ประเทศจีนเริ่มเปิดให้บริการ 3G ในช่วงปลายปี 2552 มูลค่าธุรกิจออนไลน์ในช่วง 4 ปี จากปี 2553 จนถึงปี 2557 สามารถขยายตัวถึง 21 เท่า จาก 9.5 มาเป็น 204.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเฉพาะในปี 2557 มีอัตราเติบโตสูงกว่าจีดีพีประเทศถึง 15 เท่า หากพิจารณาเฉพาะแผ่นดินจีนที่มียอดค้าปลีกออนไลน์เติบโตถึงร้อยละ 35 ในปี 2557 แต่อัตราเติบโตนี้มีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ จนคาดว่าจะเหลือเพียงร้อยละ 18 ในปี 2561 ทำให้นักลงทุนที่มองการณ์ไกลเริ่มแสวงหาตลาดใหม่ ๆ เพื่อเข้าไปลงทุนแสวงหาผลตอบแทนต่อจากจีน ภูมิภาคที่เป็นเป้าหมายหลักหมายของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลำดับคือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

#### 5. การพัฒนาของรูปแบบการชำระเงินและการขนส่ง

5.1 รูปแบบการชำระเงินปลายทาง (Cash on Delivery) ขณะนี้ระบบการชำระเงินได้เริ่มพัฒนาไปมากขึ้นเรื่อย ๆ จนสามารถส่งและเก็บเงินปลายทาง (Cash on Delivery - COD) ได้ โดยคนไทยก็เริ่มนิยมกับการส่งและชำระเงินในรูปแบบนี้กันมากขึ้นเรื่อย ๆ

5.2 รูปแบบการส่งสินค้าและบริการเสริมเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - fulfilment) บริการเสริม (E - fulfilment) ที่เป็นบริการคลังสินค้าออนไลน์นั้น จะช่วยธุรกิจในการลดภาระของผู้ประกอบการที่ขายของออนไลน์ จากเดิมต้องนำสินค้าไปบรรจุภัณฑ์และไปส่งสินค้าที่ไปรษณีย์เอง เมื่อมีคลังสินค้าออนไลน์ก็จะรับหน้าที่ในการจัดเก็บสินค้าแทนผู้ประกอบการ หลังจากผู้ประกอบการได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ก็เพียงสรุปรายการสั่งซื้อทั้งหมดแล้วส่งมาให้ที่คลังสินค้าออนไลน์ แล้วคลังสินค้าออนไลน์จะทำหน้าที่นำสินค้าตามคำสั่ง ส่งต่อไปให้ลูกค้าปลายทาง

#### ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ผู้ให้บริการการตลาดต่างชาติได้รับประโยชน์ / ภาครัฐสูญเสียรายได้ หลายบริษัทปรับเปลี่ยนรูปแบบการโฆษณาผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลงของธุรกิจโฆษณาหลาย ๆ ราย ไม่ว่าจะป็นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นอกจากนั้นค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทางออนไลน์ที่หลายบริษัทต้องจ่ายไปก็เป็นของผู้ให้บริการจากต่างชาติ ซึ่งผู้ให้บริการเหล่านั้นไม่มีการจดทะเบียนและเสียภาษีในประเทศไทย อีกทั้งบริษัทที่ใช้บริการก็นำค่าโฆษณาที่จ่ายไปมาเป็นค่าใช้จ่ายในการหักลดภาษีเงินได้ของบริษัท ซึ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของประเทศทั้งสิ้น ในทางกลับกันผู้ประกอบการไทยจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศก็ต้องเสียภาษีของประเทศนั้น ๆ ส่งผลให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้ประกอบการไทย

2. ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางและผู้ให้บริการพื้นที่จัดเก็บข้อมูล (Server) ต่างชาติ ได้ประโยชน์ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือผู้พัฒนาระบบต่าง ๆ เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางนี้มีจำนวนจำกัด จึงส่งผลให้รายได้บุคลากรเฉพาะทางนี้ค่อนข้างสูง

ผู้ที่ให้บริการพื้นที่สำหรับระบบจัดเก็บข้อมูล (Server) ต่างประเทศได้รับประโยชน์ เนื่องจากหลายเว็บไซต์ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าในรูปแบบดิจิทัลในปริมาณมาก ผู้ประกอบการหลายรายใช้ระบบการจัดเก็บข้อมูลของต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ เนื่องจากเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งระบบในประเทศไทยยังไม่มีความสามารถเทียบเท่า

3. ผู้ให้บริการขนส่งได้รับประโยชน์ เมื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้น ผู้ให้บริการขนส่งก็เติบโตตามไปด้วยรวมถึงบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด คาดว่าปี 2557 จะมีรายได้กว่า 2 หมื่นล้านบาท และมีกำไรถึง 2,000 ล้านบาท ซึ่งหากเทียบกับรายได้ปีที่ผ่านมา ไปรษณีย์ไทยมีรายได้อยู่ที่กว่า 1.8 หมื่นล้านบาท และมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 1,200 ล้านบาท เพราะปัจจุบันมียอดการส่งสิ่งของปีละกว่า 2 พันล้านชิ้น ในขณะที่พัสดุส่งด่วนหรืออีเอ็มเอสมีรายการอยู่เดือนละกว่า 9 ล้านชิ้น ถือว่าเพิ่มขึ้นเดือนละ 5 แสนชิ้นจากช่วงปีที่ผ่านมา ซึ่งขายออนไลน์โตไปรษณีย์ไทยรายได้พุ่ง, เคลรินทร์: 12 มิถุนายน 2557( ถึงแม้ว่าไปรษณีย์จะได้รับผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังต้องมีการพัฒนาระบบการขนส่งให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริโภครายได้ประสบผลกระทบจากการขนส่งที่ล่าช้าและของเสียหาย

4. ผู้บริโภคได้รับประโยชน์และได้รับผลกระทบ ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ ทำให้ได้ของที่ดีและราคาเหมาะสม ในระยะเวลาอันรวดเร็วโดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง แต่ผู้บริโภคหลายรายก็ได้รับผลกระทบ เนื่องจากสินค้าที่ได้รับไม่เหมือนกับในเว็บไซต์ ได้รับสินค้าไม่ครบ หรือไม่สามารถใช้สินค้าที่ซื้อมาได้ และหลายรายไม่สามารถร้องเรียนสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคได้ เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านั้นไม่มีการจดทะเบียน

5. ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องได้รับผลกระทบ ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องได้รับผลกระทบจากความไม่เป็นธรรม เนื่องจากมีการเสียภาษีที่ถูกต้องตามกฎหมาย ในขณะที่หลายรายไม่เสียภาษี และหลายครั้งต้องประสบปัญหามีผู้อื่นนำสินค้าหรือบริการออนไลน์ไปใช้ หรือการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ไม่สามารถติดตามผู้กระทำผิดได้ เนื่องจากผู้กระทำผิดรายนั้น ๆ ไม่มีตัวตน

### ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทคือ

1. ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กประกอบด้วยพนักงานน้อยกว่า 10 คน โดยในปี 2554 มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์จำนวน 99,631 ราย และจดทะเบียนผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน 22,656 ราย สำหรับปี 2557 มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ออนไลน์ 110,825 ราย และจดทะเบียนผู้ขาย

ออนไลน์จำนวน 30.258 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ) ซึ่งผู้ประกอบการรายเล็กมีจำนวนผู้จดทะเบียนเว็บไซต์และผู้ขายออนไลน์จำนวนเพิ่มขึ้น

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดกลาง ประกอบด้วย พนักงานตั้งแต่ 10- 50 คน โดยในปี 2554 มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ 19,989 ราย และผู้ขายสินค้าออนไลน์จำนวน 5,010 ราย สำหรับปี 2557 มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์จำนวน 25,910 รายและจดทะเบียนผู้ขายออนไลน์จำนวน 4,607 ราย ซึ่งสรุปได้ว่ามีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์เพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ขายออนไลน์ลดลง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

2. ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่ ประกอบด้วย พนักงานมากกว่า 50 คนขึ้นไป โดยในปี 2554 มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ทั้งสิ้น 11,072 ราย และจดทะเบียนผู้ขายออนไลน์จำนวน 3,233 ราย สำหรับปี 2557 มีผู้จดทะเบียนเว็บไซต์จำนวน 12,443 ราย และจดทะเบียนผู้ขายออนไลน์จำนวน 2,554 ราย(สำนักงานสถิติแห่งชาติ) เห็นได้ว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีจำนวนผู้จดทะเบียนเว็บไซต์เพิ่มขึ้น แต่ผู้ขายออนไลน์จำนวนลดลง ซึ่งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ไม่ว่าจะเป็น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล, เทสโก้โลตัส, บริษัท บีเจซี คอมเมิร์ซ จำกัด ก็หันมาขายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

3. ผู้ประกอบการต่างประเทศ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของต่างประเทศที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย ไม่สามารถระบุจำนวนได้ เนื่องจากผู้ประกอบการหลายรายไม่มีการจดทะเบียนในประเทศไทย เช่น สังคมออนไลน์อย่าง Facebook, Line ซึ่งส่งผลต่อการควบคุมดูแลและการจัดเก็บภาษีของภาครัฐ

เห็นได้ว่าจำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าขนาดเล็ก ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ ก็มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ยกเว้นผู้ประกอบการขนาดกลางที่มีผู้ขายออนไลน์ลดลงเล็กน้อย รวมถึงผู้ประกอบการจากต่างประเทศก็เห็น โอกาสและมีแนวโน้มที่เข้ามาประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงขึ้น

#### **กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยและต่างประเทศ**

กฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย มีดังนี้

##### 1. การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย

- พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

- พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยวิธีการแบบปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2553

##### 2. การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

- พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

##### 3. การจดทะเบียนตลาดแบบตรงและการคุ้มครองผู้บริโภค

- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

- พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

##### 4. การจดทะเบียนพาณิชย์

- พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499



### บทที่ 3

## ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัญหาในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งได้เป็น 4 ปัญหาหลักดังนี้

#### 1. ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี

1.1 ระบบโครงสร้างพื้นฐานการขนส่ง (Logistic) จากการสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2554 พบว่าปัญหาเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้าที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด คือ ราคาค่าขนส่งที่ค่อนข้างสูง ร้อยละ 64.8 รองลงมา คือ ความล่าช้าในการจัดส่ง ร้อยละ 40.1 การรับประกันการส่งมอบสินค้า ร้อยละ 37.9 ปัญหาเรื่องคุณภาพในการจัดส่ง ร้อยละ 34.3

1.2 ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร (IT Network ระบบ 3G-4G) ซึ่งประเทศไทยพัฒนาในด้านนี้ได้ค่อนข้างช้า และใช้ระยะเวลานาน รวมถึงการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชาชนยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร

1.3 ระบบชำระเงิน ปัจจุบันมีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตค่อนข้างน้อยเพราะประเทศไทยมีการใช้เงินสดอยู่ถึง 97 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน เช่น มาเลเซีย ใช้เงินสดอยู่ 92.5 เปอร์เซ็นต์ สิงคโปร์ 65.2 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่าต่ำกว่ามากถึงแม้นโยบายภาครัฐปัจจุบันเน้นลดการใช้เงินสด โดยสนับสนุนให้ใช้บัตรเครดิตในการชำระเงินแทน แต่การขยายตัวยังมีอยู่อย่างจำกัด เพราะประเทศไทยมีจำนวนบัตรเครดิต/0.75 บัตรในขณะที่มาเลเซียมีอยู่ 1.50 บัตร หรือสิงคโปร์มีจำนวน คน/3.75 บัตร) คน/นิตยสารดิจิทัล เอจ(

#### 2. ปัญหาทางด้านธุรกิจ

2.1 ขาดความรู้ในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ผู้ประกอบการหลายรายยังไม่มีความรู้ในการประกอบธุรกิจออนไลน์ ไม่ว่าจะเรื่องการทำตลาดออนไลน์ การจัดทำข้อมูลในเชิงวิเคราะห์ระบบการชำระเงิน (Payment System) เป็นต้น ซึ่งความรู้เหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญที่ใช้ในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2 ขาดแคลนบุคลากรเฉพาะทาง ความต้องการแรงงานบุคลากรด้านไอทีเฉพาะทางมีความต้องการที่ 248,000 คนต่อปี ในขณะที่แรงงานที่มีความสามารถด้านนี้เข้าสู่ตลาดเฉลี่ยเพียง 49,000 คนต่อปี ฐานเงินเดือนเฉลี่ยของบุคลากรด้านนี้ที่มีประสบการณ์ทำงานไม่เกิน 5 ปีอยู่ที่ 50,000 บาทขึ้นไป จึงส่งผลต่อผู้ประกอบการรายย่อยที่มีข้อจำกัดเรื่องค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากรดังกล่าว

2.3 ขาดข้อมูลในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดข้อมูลในการเชิงสถิติ ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยตลาดต่าง ๆ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการดำเนินงาน กลยุทธ์ของธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน

## 2.4 มาตรฐานและต้นทุนของเทคโนโลยีระบบการจัดการ(Enterprise resource system: ERP)

ช่วงที่ธุรกิจเติบโตสูงขึ้นต้องมีการใช้ระบบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการใช้ระบบในขณะนี้จะต้องมีการพัฒนาที่มีความเฉพาะ ที่ตรงกับความต้องการของแต่ละธุรกิจ โดยมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงเฉลี่ยที่ 200,000 – 1,000,000 บาท ราคานี้จึงเป็นปัญหาของผู้ประกอบการจำนวนมากที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพแต่ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากข้อจำกัดในด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบที่ค่อนข้างสูง

## 2.5 การแข่งขันอย่างเท่าเทียมกับต่างชาติ การเสียภาษีของสินค้าและบริการดิจิทัลที่ไม่เท่ากัน

ระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในต่างประเทศกับบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทยเกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ประกอบการที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องที่ต้องมีการเสียภาษีตามกฎหมาย แต่บริษัทต่างประเทศหลายบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียน ไม่ต้องเสียภาษี ซึ่งสมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่า ผู้ประกอบการรายเล็กมีการซื้อสื่อออนไลน์ปีละประมาณ 10,000 ล้านบาท ผ่านช่องทาง Facebook, Line, YouTube โดยช่องทางดังกล่าวเป็นของผู้ประกอบการต่างประเทศ ทำให้เงินเหล่านี้ไหลออกไปนอกประเทศทั้งหมด

## 2.6 การไม่สามารถควบคุมสินค้าและบริการดิจิทัลที่มาจากช่องทางที่ผิดกฎหมายได้ ผู้ประกอบการ

หลายรายนำสินค้าหรือบริการที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายมาจำหน่าย โดยที่ภาครัฐไม่สามารถควบคุม ตรวจสอบ หรือดำเนินการตามกฎหมายได้อย่างเต็มที่ ส่วนหนึ่งมาจากการที่ไม่มีตัวตนของผู้จำหน่ายที่ชัดเจน อีกส่วนหนึ่งจากการที่ผู้ประกอบการเหล่านั้นไม่มีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจที่ถูกต้อง รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับ การบังคับใช้กฎหมายอาจยังไม่มีความเข้าใจหรือเห็นความสำคัญของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) จึงส่งผลให้มีระบบปฏิบัติการ (Server) ผิดกฎหมายและผู้พัฒนาโปรแกรมหลอกลวงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก

## 3. ปัญหาความเชื่อมั่นของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์

ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 10,434 คน มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 64.9 และมีผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 35.1 ทั้งนี้ สาเหตุหลักที่ไม่เคยซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ เนื่องจากกลัวโดนหลอก ร้อยละ 57.6 ส่วนเหตุผลรอง ลงไป คือ การไม่ได้สัมผัสหรือไม่ได้ลองก่อนซื้อร้อยละ 42.1 ในเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ไม่มีสินค้าที่ต้องการร้อยละ 32.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังนิยมเดินจับจ่ายซื้อของตามร้านค้า ห้างสรรพสินค้ามากกว่าการซื้อของทางออนไลน์ ร้อยละ 20.8 และการไม่ได้พบปะกับผู้ขายร้อยละ 18.2

## 4. ปัญหาทางด้านกฎหมาย

- การกำกับดูแลกฎหมายกระจายตามอำนาจและหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งยังขาดกระบวนการบูรณาการระหว่างกฎหมายของแต่ละหน่วยงาน

- พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เมื่อเทียบกับปัจจุบันค่อนข้างล้าสมัย

(๓๙)

- ข้อมูลการจดทะเบียนการค้าของผู้ประกอบธุรกิจแบบตรงกับกระทรวงพาณิชย์มีข้อมูลอยู่เพียง 300 กว่าราย ซึ่งค่อนข้างน้อยกว่าความเป็นจริงมาก สะท้อนให้เห็นปัญหาการบังคับใช้กฎหมายของประเทศที่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

- ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีศุลกากรของไทยเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากสินค้าบางประเภทเป็นสินค้าที่ไม่มีรูปร่าง(Digital Product) จึงไม่อยู่ในคุณสมบัติที่ต้องเสียภาษีศุลกากรในการนำเข้าสินค้าระหว่างประเทศ

- การที่ผู้ประกอบการยังไม่มีความแน่ใจเกี่ยวกับแนวทางของการชำระภาษี และไม่เข้าใจว่าการจดทะเบียนการค้าจะทำให้ได้รับสิทธิประโยชน์อย่างไร

## บทที่ 4

### ข้อเสนอแนะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

#### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย (SME)

##### 1.1 ข้อมูลเชิงลึกทางการตลาด

- การให้ความรู้กับผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Google Analytics จะช่วยให้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้มากขึ้น สามารถทำรายงานได้โดยอัตโนมัติ และจัดเรียงข้อมูลภายในธุรกิจได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

##### 1.2 การให้ความรู้ (7C Framework)

- การให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบรูปลักษณ์ (Context), การออกแบบเนื้อหา (Content), การออกแบบชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร (Community), การออกแบบการปรับแต่ง (Customization), การออกแบบการติดต่อสื่อสาร (Communication), การออกแบบการเชื่อมต่อเว็บไซต์ (Connection) และการออกแบบการทำธุรกรรม (Commerce)

##### 1.3 การพัฒนาบุคลากร

- พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางมากยิ่งขึ้น หรือการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ

##### 1.4 การสนับสนุนโปรแกรมมาตรฐาน (ERP)

- จัดทำหรือสนับสนุนซอฟต์แวร์มาตรฐานการจัดการสำหรับผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระยะขยายกิจการ เนื่องจากระยะขยายกิจการระบบซอฟต์แวร์มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

##### 1.5 การส่งเสริมสินค้าไปต่างประเทศ

- สนับสนุนและส่งเสริมการจับคู่ทางการค้าระหว่างประเทศ  
- บริการให้ความรู้กับผู้ประกอบการเกี่ยวกับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลด้านพฤติกรรม กฎหมาย การขนส่งสินค้า เป็นต้น  
- สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าหรือลูกค้าต่างประเทศ เช่น การสนับสนุนทรัสต์มาร์ก (Trustmark) ไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

#### 2. ข้อเสนอแนะทางด้านกฎหมาย

##### 2.1 การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- ต้องทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงข้อดีของการเข้าสู่ระบบโดยการจดทะเบียน หรืออาจเสริมสร้างแรงจูงใจกับผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ด้วยการกำหนดอัตราภาษีพิเศษ ส่วนผู้ประกอบการรายใหญ่ก็มีการเสียภาษีในอัตราปกติ

## 2.2 การคุ้มครองผู้บริโภค

- ช่วยส่งเสริมผลักดันการปฏิรูปกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาองค์กรสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- ผลักดันข้อกำหนด กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคกับผู้ประกอบการต่างชาติ
- ควรมีหน่วยงานกลางสำหรับการจ่ายเงินค่าสินค้าและบริการ
- ควรส่งเสริมกฎหมายเกี่ยวกับการประกันการรับประกันการรับประกันทางกฎหมายหรือการรับผิดชอบต่อสาธารณชน เพื่อยกระดับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความเป็นมาตรฐานสากลและมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมากขึ้น

## 2.3 การจัดเก็บรายได้ หรือภาษี (ขาเข้า และเงินได้)

- ควรปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันยังขาดความครอบคลุมส่วนที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งระบบ เนื่องจากยังรวมถึงการให้บริการต่าง ๆ ด้วย ตลอดจนการวางหลักเกณฑ์สำหรับควบคุมผู้ค้าต่างประเทศให้มีความสอดคล้องระหว่างกฎหมายและสามารถปรับใช้กฎหมายไทย เพื่อความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
- ควรกำหนดว่าผู้บริโภคที่ชำระค่าสินค้าจากบริษัทผู้ประกอบการต่างประเทศ ถ้าเป็นบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ของประเทศอย่างถูกต้องการเครดิตคืนภาษี (VAT) จะไม่สามารถทำได้

## เอกสารแนบ

## กฎหมาย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) และปัญหาที่พบ

หน่วยงานรับผิดชอบ	บทบาทหน้าที่หลัก	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ปัญหาที่พบ
1.กระทรวงพาณิชย์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้บริการความรู้</li> <li>- การออกเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ</li> <li>- การจัดงานสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</li> <li>- การจดทะเบียน</li> </ul>	<p>พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499</p> <p>ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2553</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนผู้จดทะเบียนน้อย</li> <li>- การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง</li> <li>- ผู้บริโภคและผู้ประกอบการยังไม่เห็นความสำคัญของ Trustmark</li> </ul>
2. สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำการตรวจสอบสินค้าของผู้ประกอบการ</li> <li>- คุ้มครองผู้บริโภคที่มีการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในประเทศไทยเท่านั้น</li> <li>- มีหน้าที่ในการคุ้มครอง (Business to Consumer) เท่านั้น ไม่ใช่ (Business to Business)</li> <li>- จดทะเบียนการตลาดแบบตรง</li> </ul>	<p>พ.ร.บ. ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545</p> <p>พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนผู้จดทะเบียนน้อย</li> <li>- การบังคับใช้กฎหมายจำกัดในเรื่องประเทศ</li> <li>- การไม่คุ้มครอง (Business to Business)</li> </ul>
3.กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนา จัดทำ และผลักดัน Soft Infrastructure (Standard, Cybersecurity, Privacy และ Law) และ Digital Economy</li> <li>- พัฒนาคน และระบบ</li> <li>- ประเมินผลและติดตามสภาพปัญหาและผลกระทบต่อการทำธุรกรรมออนไลน์ของประเทศ</li> </ul>	<p>พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544</p>	<p>การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ทำได้ยากทั้งในด้านข้อจำกัดเรื่องที่ตั้งและตำแหน่งที่ตั้ง Server</p>

หน่วยงานรับผิดชอบ	บทบาทหน้าที่หลัก	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ปัญหาที่พบ
4.ธนาคารแห่งประเทศไทย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควบคุมการชำระเงินและเกตเวย์</li> <li>- การตรวจสอบผู้ประกอบการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)</li> <li>- ดูระเบียบการชำระเงิน E-Payment</li> </ul>	พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2551 (E-payment) ภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544	กฎระเบียบที่ใช้กับธนาคารและผู้ประกอบการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เข้มงวดทำให้การเข้าสู่ธุรกิจทำได้ยาก
5.กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสืบสวนสอบสวนปฏิบัติงานตามประมวลกฎหมาย</li> <li>- ปฏิบัติการโต้ตอบในเชิงรุกโดยฉับพลันทางอินเทอร์เน็ต และสนับสนุนคดีเทคโนโลยี</li> </ul>	พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550	ไม่มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายและมีข้อขัดแย้งกับตำรวจท้องถิ่น
6. กรมสรรพากร	- จัดเก็บภาษีเงินได้	ประมวลรัษฎากร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การระบุตำแหน่งที่ตั้งที่มีตัวตน(Physical)</li> <li>- การจัดเก็บภาษีเงินได้จากผู้ประกอบการต่างประเทศ เช่น Facebook</li> </ul>
7. กรมศุลกากร	จัดเก็บภาษีสินค้าขาเข้า	พ.ร.บ.ศุลกากร พ.ศ. 2469	สินค้าที่ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท ไม่ต้องเสียภาษี

หน้าว่าง

*ภาคผนวก ๗*

ฝ่ายเลขานุการประจำ

คณะกรรมการธิการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม

และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

หน้าว่าง

กลุ่มงานปฏิบัติหน้าที่ฝ่ายเลขานุการ  
ในการจัดทำรายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจ  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - commerce) เพื่อรองรับการแข่งขัน  
ของคณะกรรมการการค้าการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน  
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ

.....

นายกิตติ เจริญยงค์

ผู้อำนวยการสำนักกรรมการ ๑

ฝ่ายเลขานุการ

นางนิโรบล มุลจันที

ผู้บังคับบัญชากลุ่มงาน

นายขวัญชัย ปฏิมาหงส์ทอง

นิติกรชำนาญการ

นายวิศวดล พลธานี

นิติกรปฏิบัติการ

นางสาวสายใจ เกษสุวรรณ

นิติกรปฏิบัติการ

นางสาวสุหษา ชวลิตปรีชา

วิทยากรปฏิบัติการ

นางสาวนิรมล ดวงดาว

วิทยากรปฏิบัติการ

นางสาวชนิกานต์ ลือดารา

เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน

นางสาวพนิตดา ธรรมพิทา

เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน

นางสาววาสนา สุจินันสกุล

นักวิชาการสนับสนุนงานนิติบัญญัติด้านวิชาการ

นางสาววริษฐา กรนุ้ม

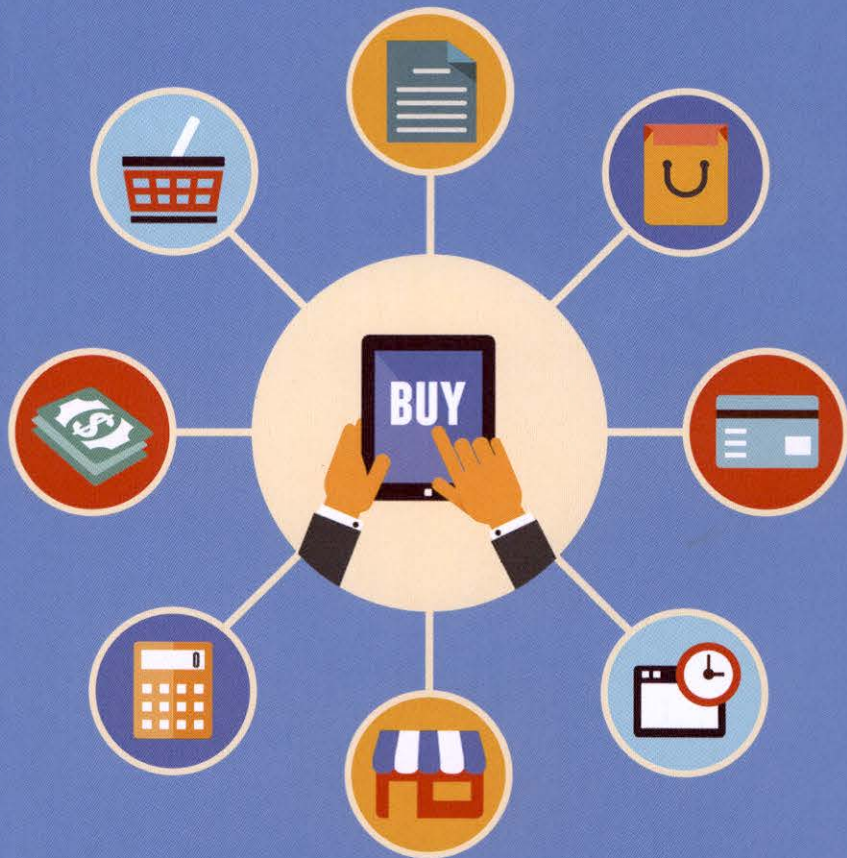
พนักงานสนับสนุนการประชุม

นางสาววราภรณ์ นวนไชยดี

พนักงานสนับสนุนการประชุม

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่สำนักกรรมการ ๑ โทรศัพท์ ๐ ๒๘๓๑ ๙๑๖๐ - ๑

โทรสาร ๐ ๒๘๓๑ ๙๑๖๑



ออกแบบและพิมพ์ สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา  
ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ  
๐ ๒๒๔๔ ๑๕๖๑, ๐ ๒๘๓๑ ๙๔๗๒, ๐ ๒๘๓๑ ๙๔๗๕