

E - Commerce : การประยุกต์ใช้เพื่อการศึกษา

สมใจ สืบเสาะ *
ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข **

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันคงปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ และมีการแข่งขันอย่างสูงในธุรกิจ กระแสโลกาภิวัตน์และการเปิดเขตการค้าเสรีทำให้สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งเกิดการแข่งขันมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ เพื่อความอยู่รอด จำเป็นต้องมุ่งแสวงหารายได้ โดยมุ่งดำเนินกิจการเพื่อธุรกิจหรือการพาณิชย์มากขึ้น ภาพลักษณ์ของการจัดการศึกษาจึงต้องถูกมองเป็นภาพธุรกิจการค้า นักศึกษาถูกมองเป็นลูกค้ารายใหญ่ ทำอย่างไรลูกค้าจึงจะเข้ามาซื้อสินค้าหรือเข้ามาศึกษาต่อจำนวนมาก ๆ ต่างก็แข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้า เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย จึงถูกนำมาเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการจัดการศึกษาได้อย่างมากคือ ในยุคที่มีการแข่งขันการอย่างรุนแรง ทำให้การค้าและการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรต่าง ๆ เริ่มพยายามเปลี่ยนแปลงให้ก้าวทันสู่ยุคของการค้ารูปแบบใหม่ โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มช่องทางการค้าขาย การตลาดและการบริการไปสู่กลุ่มลูกค้าทั้งเก่าและใหม่เป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า คำว่า อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce/Electronics Commerce) จัดเป็นทางเลือกที่ช่วยให้องค์กรหรือสถาบันการศึกษา ได้เปรียบคู่แข่ง

2. E-Commerce คืออะไร

E-Commerce มีชื่อที่แปลเป็นภาษาไทยว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” E-Commerce เป็นการทำธุรกรรมเชิงพาณิชย์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุก ๆ ช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร [1]

ถ้าจะกล่าวกันสั้น ๆ ก็คือการทำ การค้า ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ นั่นเอง โดยคำว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ นั้นจะครอบคลุมตั้งแต่ ระดับเทคโนโลยีพื้นฐาน อาทิ โทรศัพท์ โทรสาร โทรทัศน์ ไปจนถึงเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนกว่านี้ แต่ในปัจจุบันสื่อที่เป็นที่นิยมและมีความแพร่หลายในการใช้งานคืออินเทอร์เน็ตและมีการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการทำธุรกรรมมาก จนทำให้เมื่อพูดถึงเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คนส่วนใหญ่จะเข้าใจว่าเป็นการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต นั่นเอง

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

** อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

3. รูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในการทำการค้าจำเป็นต้องประกอบด้วยอย่างน้อย 2 ฝ่ายก็คือผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายนั้น ก็มีหลาย ๆ รูปแบบ ทำให้เราสามารถจัดประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ออกเป็นประเภทหลัก ๆ ดังนี้

-**ผู้ประกอบการ กับ ผู้บริโภค (Business to Consumer - B2C)** คือการค้าระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงลูกค้าซึ่งก็คือผู้บริโภค เช่น การขายหนังสือ ขายวิดีโอ ขายซีดีเพลง เป็นต้น

-**ผู้ประกอบการ กับ ผู้ประกอบการ (Business to Business - B2B)** คือการค้าระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าเช่นกัน แต่ในที่นี้ลูกค้าจะเป็นในรูปแบบของผู้ประกอบการ ในที่นี้จะครอบคลุมถึงเรื่อง การขายส่ง การทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เป็นต้น ซึ่งจะมีความซับซ้อนในระดับต่าง ๆ กันไป

-**ผู้บริโภค กับ ผู้บริโภค (Consumer to Consumer - C2C)** ในเรื่องการติดต่อระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคนั้น มีหลายรูปแบบและวัตถุประสงค์ เช่น เพื่อการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารในกลุ่มคนที่มีการบริโภคเหมือนกัน หรืออาจจะทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง ขายของมือสอง เป็นต้น

-**ผู้ประกอบการ กับ ภาครัฐ (Business to Government - B2G)** คือ การประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ ที่ใช้กันมากก็คือเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ หรือที่เรียกว่า e-Government Procurement ในประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว รัฐบาลจะทำการซื้อ/จัดจ้างผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น การประกาศจัดจ้างของภาครัฐในเว็บไซต์ www.mahadthai.com หรือการใช้งานระบบอีดีไอในพิธีการศุลกากรของกรมศุลกากร www.customs.go.th

-**ภาครัฐ กับ ประชาชน (Government to Consumer -G2C)** ในที่นี้คงไม่ใช่วัตถุประสงค์เพื่อการค้า แต่จะเป็นเรื่องการบริหารของภาครัฐผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยเอง ก็มีให้บริการแล้วหลายหน่วยงาน เช่น การคำนวณและเสียภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต, การให้บริการข้อมูลประชาชนผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เช่น ข้อมูลการติดต่อการทำทะเบียนต่างๆ ของกระทรวงมหาดไทย ประชาชนสามารถเข้าไปตรวจสอบว่าต้องใช้หลักฐานอะไรบ้างในการทำเรื่องนั้นๆ และสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มบางอย่างจากบนเว็บไซต์ได้ด้วย [2]

4. ความสำคัญของระบบอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

แนวโน้มการใช้งาน E-Commerce ในปัจจุบัน มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมาก อันเนื่องมา จากการทำธุรกิจ E - Commerce สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง และรวดเร็วรวมถึงเวลาในการทำธุรกิจที่ไม่มีวันหยุด ทำให้การทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E - Commerce) เริ่มเป็นที่นิยม การทำการค้าทางธุรกิจในระบบ E-Commerce นั้น มีขั้นตอนง่าย ๆ อยู่ 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. แนะนำสินค้า / บริการด้วยการออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ เพื่อแนะนำสินค้า/บริการ ด้วยการแสดงภาพหรือรายละเอียดที่บอกถึงลักษณะ คุณสมบัติของสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจรวมไปถึงราคา

ส่วนลด หรือรายละเอียดใด ๆ ก็ตาม เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2. สั่งซื้อสินค้าและบริการ เมื่อผู้ซื้อพบสินค้าหรือบริการที่ต้องการก็จะดูรายละเอียดปลีกย่อยที่เกี่ยวข้องว่าสินค้าหรือบริการเป็นอย่างไร ชำระค่าสินค้าหรือบริการโดยวิธีการใดบ้าง ก็จะทำการเลือกสินค้าหรือบริการลงในรายการหรือตะกร้าสินค้าที่ต้องการสั่งซื้อและส่งกลับไปให้ผู้ขาย

3. การชำระค่าสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต เมื่อรายการสินค้าหรือบริการถูกส่งไปชำระค่าสินค้าก็จะเป็นไปตามทางเลือกของระบบอีคอมเมิร์ซที่ผู้ขายได้จัดทำไว้ ซึ่งอาจจะเป็นการรับพัสดุแบบพนักงานเก็บเงิน การจ่ายค่าสินค้าหรือบริการด้วยบัตรเครดิต หรือทางเลือกอื่น ๆ ซึ่งผู้ซื้อจะเป็นผู้เลือกช่องทางการชำระค่าสินค้าหรือบริการและวิธีการรับสินค้าหรือบริการ

4. การจัดส่งสินค้าหรือบริการหลังจากที่มีการตกลงวิธีการชำระค่าสินค้า หรือบริการและวิธีการจัดส่งแล้ว ผู้ขายก็จะเป็นผู้จัดส่งสินค้าหรือบริการด้วยวิธีที่ตกลงกันไว้เป็นอันเสร็จขั้นตอนทำการค้าในระบบอีคอมเมิร์ซ

5. บทบาทภาครัฐกับ E-Commerce

เนื่องจากการทำธุรกิจดังกล่าวมีการแข่งขันกันรุนแรง ส่วนใหญ่อยู่ในรูปข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นไปได้ที่คู่ค้าอาจไม่เคยรู้จักติดต่อกันมาก่อน ปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากภาครัฐ ได้แก่ แผนกลยุทธ์การค้าอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพื่อมิให้เสียเปรียบเชิงการค้าในระดับโลก โครงสร้างการสื่อสารที่ดี และเพียงพอ กฎหมายรองรับข้อมูลและหลักฐานการค้าที่ไม่อยู่ในรูปเอกสาร ระบบความปลอดภัยข้อมูลบนเครือข่ายและระบบการชำระเงิน

E-Government เป็นอีกมิติหนึ่งของการให้บริการภาครัฐออนไลน์ที่จะเอื้อให้ธุรกิจ ประชาชน ติดต่อใช้บริการ ในกรอบบริการงานแต่ละด้านของส่วนราชการต่าง ๆ เช่น ธนาการแห่งประเทศไทย ให้บริการโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์แก่สถาบันการเงิน กรมทะเบียนการค้าให้บริการจดทะเบียนการค้า เป็นต้น นอกจากนี้ การทำ E-Procurement เพื่อการจัดซื้อจัดหาภาครัฐก็เป็นบริการที่ควรดำเนินการ เพราะจะช่วยให้เกิดความโปร่งใส และเป็นไปตามกรอบนโยบายของที่ประชุมเอเปคด้วย

6. ความปลอดภัยกับ E-Commerce

ระบบความปลอดภัยนับเป็นเรื่องที่โดดเด่นที่สุด และมีเทคโนโลยีความปลอดภัยคือ Public Key ซึ่งมีองค์การรับรองความถูกต้องเรียกว่า CA (Certification Authority) ระบบนี้ใช้หลักคณิตศาสตร์คำนวณรหัสคัมข้อมความจากผู้ส่งและผู้รับอย่างเฉพาะเจาะจงได้ จึงสามารถพิสูจน์ตัวตนของผู้รับผู้ส่ง (Authentication) รักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Confidentiality) ความถูกต้องไม่คลาดเคลื่อนของข้อมูล (Integrity) และผู้ส่งปฏิเสธความเป็นเจ้าของข้อมูลไม่ได้ (Non-repudiation) เรียกว่าลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature)

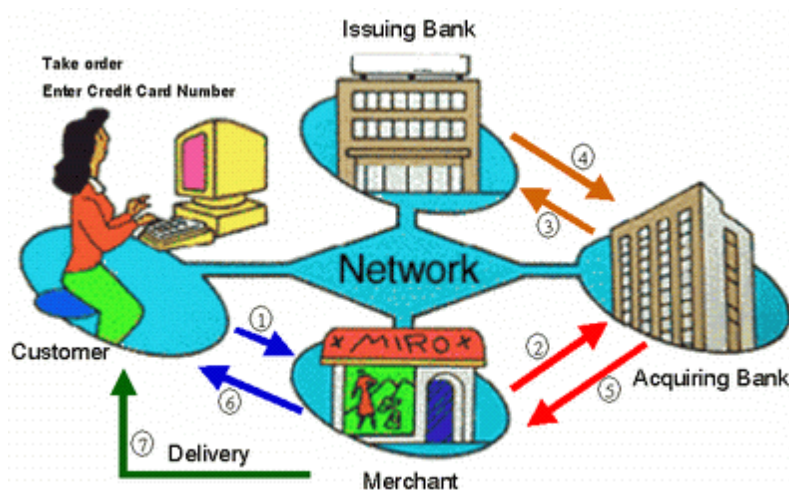
ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการมีกฎหมายรองรับการทำธุรกรรมบนเครือข่าย ประเทศในยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายรับรองการใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายรองรับการทำธุรกิจดังกล่าว สำหรับในประเทศไทยก็เร่งจัดการออกกฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ 6 ฉบับ โดยกฎหมาย 2 ฉบับแรกที่จะออกใช้ได้ก่อนคือ กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และกฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์

7. การชำระเงินบน E-Commerce

จากผลการวิจัยพบว่า วิธีการชำระเงินที่สำคัญสำหรับกรณีธุรกิจกับธุรกิจ ร้อยละ 70 ใช้วิธีหักบัญชีธนาคาร ขณะที่ ธุรกิจกับผู้บริโภค ร้อยละ 65 ชำระด้วยบัตรเครดิต

สำหรับในประเทศไทย ผลการสำรวจพบว่าผู้ส่งสินค้าบนอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 40-60 ใช้บัตรเครดิต อีกร้อยละ 40 ใช้วิธีโอนเงินในบัญชี ซึ่งหมายความรวมถึง Direct Debit, Debit Card และ Fund Transfer เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ระบบการชำระเงินบนอินเทอร์เน็ต มีแนวทางการพัฒนาเพื่อบริการชำระเงินดังนี้

1. บริการ internet banking หรือธุรกิจประเภท Payment Gateway จะเป็น hyperlink ระหว่าง website ของร้านค้ากับระบบของธนาคาร และธนาคารสามารถดำเนินการตามข้อมูลที่ได้รับเพื่อตัดโอนเงินในบัญชีของลูกค้า หรือส่งเป็นคำสั่งโอนเข้าระบบการชำระเงินระหว่างธนาคารที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน



รูปภาพที่ 1 จาก <http://www.thaiecommerce.org/>

[index.php?lay=show&ac=article&Id=538636822&Ntype=6](http://www.thaiecommerce.org/index.php?lay=show&ac=article&Id=538636822&Ntype=6) [3]

2. สำหรับการชำระเงินที่เป็น Micro Payment การใช้เงินดิจิทัลซึ่งบันทึกบนบัตรสมาร์ทการ์ดหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถสร้างเสริมระบบความปลอดภัยให้มั่นใจได้เหนือกว่าระบบบัตรเครดิตและบัตรเครดิตทั่วไป จึงเป็นแนวโน้มเทคโนโลยีที่น่าสนใจและเหมาะสม [4]

ตัวอย่างเว็บไซต์สำเร็จรูปแห่งแรกและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย Vela Commerce

รูปภาพที่ 2 จาก <http://www.readyplanet.com/> [5]

8. ข้อมูลสถิติของธุรกิจ E-Commerce

จากข้อมูลสถิติแห่งชาติปี 2550 ประมาณร้อยละ 64.4 ของธุรกิจ E-Commerce ทั้งหมด มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดผ่านการออนไลน์ วิธีการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ที่ใช้กันมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านเว็บบอร์ดตามเว็บไซต์ต่าง ๆ (ร้อยละ 58.0) ทางอีเมล (ร้อยละ 48.8) และทาง Search Engine (ร้อยละ 45.4) ธุรกิจ E-Commerce ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.4 มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง โดยเฉลี่ยในปี 2550 [6]

9. การจัดการตลาดการศึกษา แบบ E-Commerce

เป็นช่องทางเลือกสำหรับทุก ๆ คน เป็นตลาดการศึกษาที่ผู้เรียนสามารถเลือกซื้อสินค้า ความรู้และบริการการศึกษาจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก สามารถคัดเลือกและเปรียบเทียบคุณภาพ ราคา และ ยังประหยัดเวลาเนื่องจากไม่ต้องเดินทาง ผู้เรียนจะสามารถเลือกสินค้าได้ตรงตามความต้องการมากที่สุด สามารถทำธุรกรรมได้ 24 ชั่วโมง รับข้อมูลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจหลากหลายแง่มุม เช่น รายละเอียดของหลักสูตร ข้อมูลอาจารย์ผู้สอน รวมถึงยังสามารถให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการศึกษานั้น ๆ ได้โดยตรง อีกทั้งผู้เรียนยังสามารถติดต่อกับลูกค้ารายอื่นในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้รับความสะดวกในการศึกษา เพราะสามารถนั่งศึกษาอยู่ที่บ้านหรือที่ใด ๆ ทั่วโลกที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

10. เอื้อประโยชน์ต่อผู้จัดการตลาดอย่างไร

สถาบันการศึกษาที่จัดการตลาดการศึกษาแบบ E-commerce สามารถขยายตลาดการศึกษาและการบริการออกไปอย่างกว้างขวางในระดับประเทศและระดับโลก เพราะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตครอบคลุมกลุ่มผู้เรียนทั่วโลก ทำให้สามารถบริการลูกค้าได้จำนวนมากทั่วโลกด้วยต้นทุนต่ำ ลดปริมาณเอกสารได้ถึงร้อยละ 90 ลดต้นทุนการสื่อสารโทรคมนาคมเพราะอินเทอร์เน็ตราคาถูกกว่าโทรศัพท์ สามารถใช้เป็นช่องทางเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้สนใจเรียนในสาขานั้นได้ดีขึ้นหรือโดยตรง (Direct Electronic Mailing) สถาบันการศึกษาที่มีขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับสถาบันการศึกษาขนาดใหญ่ได้ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลอันมหาศาลที่สามารถช่วยทำการวิจัยการตลาดและการพัฒนาสินค้าได้อย่างประหยัด สามารถทำธุรกิจการศึกษาระหว่างสถาบันกันและกันได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ช่วยให้การบริหาร การตรวจสอบ การจัดจำหน่ายสื่อการศึกษา การทำธุรกรรมทางการรับชำระเงินลงทะเบียนเรียน รวดเร็วมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

11. สถาบันการศึกษาทำธุรกิจ E-Commerce อย่างไร

สถาบันการศึกษาหลายแห่งมีเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ นำเสนอในเรื่องหลักสูตรการเปิดรับสมัครนักศึกษา เชิญชวนลูกค้าด้วยเทคนิควิธีการสร้างแรงจูงใจต่าง ๆ มีการลงโฆษณาผ่านเว็บต่าง ๆ ทำป้ายโฆษณาเพื่อติดประชาสัมพันธ์ ลงข่าวประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ จัดจำหน่ายผลงานนักศึกษา ผลงานอาจารย์ และมีการประชาสัมพันธ์เพื่อรับงานนอก ผ่านช่องทางการออนไลน์ ซึ่งคำตอบแทนจะถูกหักเข้าสถาบันการศึกษาบางส่วน และเว็บไซต์ยังเป็นช่องติดต่อระหว่างผู้ประกอบการอื่น ๆ กับสถาบันการศึกษา เพื่อรับบัณฑิตที่จบ เข้าทำงาน ส่งเสริมให้บัณฑิตมีอาชีพ

12. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในปัจจุบันมุ่งเชิงพาณิชย์มากขึ้น การแข่งขันด้านการศึกษาที่รุนแรงขึ้น สถาบันการศึกษาต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคลให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่เกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและกระบวนการทางธุรกิจควบคู่กันไป เช่น การฝึกอบรม การสัมมนา โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ โครงการความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับหน่วยงานเอกชนและการศึกษาด้วยตนเองผ่านสื่อการเรียนการสอนต่างๆ เป็นต้น จึงจะสามารถก้าวทันเทคโนโลยีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ ส่วนด้านหลักสูตรควรปรับปรุงการเรียนรู้ให้มี IT Integrated Curriculum ในทุกรายวิชา ระดมการสร้างเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อสร้างบัณฑิตที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพราะเนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทต่อการศึกษาและการทำธุรกรรมทางการค้าเป็นอย่างมาก ส่งผลให้รูปแบบและวิธีการดำเนินงานของบุคคลากรเปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน

ดังนั้น แนวโน้มความต้องการบุคลากรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก สำหรับบัณฑิตที่จบจากการศึกษา ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จะมีตลาดงานที่ตีรอนรับในอนาคต เนื่องจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังเป็นที่นิยมและคาดว่าจะอยู่ในความสนใจไปอีกระยะหนึ่ง เพราะมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา และมีแนวโน้มในอนาคตว่าการทำธุรกรรมทุกอย่างจะต้องผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์แทบทั้งสิ้น และผู้ที่จบการศึกษาในหลักสูตรนี้จะมีข้อได้เปรียบมากกว่าผู้ที่จบด้านบริหารทั่วไป เพราะได้ศึกษาในหลาย ๆ สาขาวิชาด้วยกัน เช่น การตลาด อินเทอร์เน็ต การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนเรื่องของโอกาสในการจ้างงานของบัณฑิตที่จบหลักสูตรนี้ ขึ้นอยู่กับผู้เรียนและเนื้อหาวิชาและแนวคิดของแต่ละหลักสูตร ผู้สำเร็จการศึกษาอาจออกมาประกอบธุรกิจของตนเองมากกว่าที่จะทำงานในองค์กรอื่น ๆ เพราะหลักสูตรจะสอนให้คิดและสร้างงานด้วยตนเอง จะต้องหาแหล่งสินค้าและกลุ่มเป้าหมายของสินค้านั้น ๆ ได้เอง รวมทั้งทำระบบต่างๆ เพื่อการค้าขายแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เองได้เต็มที่อีกด้วย

บทสรุป

ในวงการศึกษาก็ควรพิจารณาแนวความคิดของ E-Commerce มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการให้บริการทางการศึกษา เพราะโลกสมัยใหม่ได้เปลี่ยนแปลงไป คนรุ่นใหม่รู้จักและเข้าใจชีวิตในสังคมสารสนเทศมากขึ้น วงการศึกษาจึงควรเปิดรับและปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจเข้ามาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการด้วย ไม่ใช่เพียงผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่สถาบันการศึกษากลับไม่สามารถปรับประยุกต์ใช้ในทางวิชาการ ก็จะเป็นเรื่องที่น่าเสียดายและควรนำมาพิจารณาประยุกต์ใช้งานอย่างจริงจัง

เอกสารอ้างอิง

- [1] ภานุ พงษ์วิริยะภานุ. ความรู้เบื้องต้น E-Commerce. (ออนไลน์) สืบค้นวันที่ 20 มีนาคม 2552 จาก <http://www.thaiecommerce.org/index.php?lay=show&ac=article&Id=538636758&Ntype=6>.
- [2] itgirl. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce). (ออนไลน์) สืบค้นวันที่ 22 มีนาคม 2552. จาก <http://www.jobpub.com/articles/showarticle.asp?id=2158>.
- [3] รูปภาพที่ 1 ระบบการชำระเงิน (Payment System). (ออนไลน์) สืบค้นวันที่ 22 มีนาคม 2552. จาก <http://www.thaiecommerce.org/index.php?lay=show&ac=article&Id=538636822&Ntype=6>.
- [4] ธนาคารแห่งประเทศไทย. E-Commerce การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (ออนไลน์) สืบค้นวันที่ 22 มีนาคม 2552. จาก [http://guru.sanook.com/pedia/topic/E-Commerce_\(การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์\)/](http://guru.sanook.com/pedia/topic/E-Commerce_(การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)/).
- [5] รูปภาพที่ 2 เว็บไซต์สำเร็จรูปแห่งแรกและใหญ่ที่สุดในประเทศไทย. (ออนไลน์) สืบค้นวันที่ 22 มีนาคม 2552. จาก <http://www.readyplanet.com/>.
- [6] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. การสำรวจสถานภาพพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2550. (ออนไลน์) สืบค้นวันที่ 22 มีนาคม 2552. จาก <http://portal.nso.go.th/otherWS-world-context-root/index.jsp>.
