

บทที่ 2

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1 ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือ ที่เราเรียกกันทั่วไปว่า E-Commerce นั้นเกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 โดยเริ่มจากบริษัทในสหรัฐอเมริกาได้นำการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่าระบบ EDI¹ (Electronic Data Interchange) มาช่วยในการซื้อขายสินค้าระหว่างบริษัท นอกจากนั้นในสถาบันการเงินและธนาคารต่าง ๆ ได้มีการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า EFT² (EFT หรือ Electronic Funds Transfer) เพื่อใช้ในการโอนเงินตราระหว่างธนาคารมาหลายสิบปีแล้ว ในช่วงเวลาดังกล่าวการติดตั้ง EDI บริษัทจะต้องสร้างเครือข่ายสื่อสารส่วนตัวขึ้นมาเอง ซึ่งลงทุนสูงและมีราคาแพง การใช้งานของ EDI จึงจำกัดอยู่ที่บริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินที่มีทุนทรัพย์เท่านั้นแต่ในปัจจุบันนี้ความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตทำให้โลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงไป อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นช่องทางสื่อสารรูปแบบใหม่ที่มีการนำไปใช้งานอย่างกว้างขวางและขยายความสำคัญอย่างรวดเร็วสู่ธุรกิจทุกระดับชั้น จนทำให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่แค่สถาบันการเงินหรือบริษัทขนาดใหญ่ต่อไปแล้ว

ปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิธีการทำธุรกิจของบริษัทต่าง ๆ มากขึ้นทุกที ยังมีคนใช้ระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเท่าไรก็ยิ่งทำให้บริษัทต่าง ๆ ติดต่อก้าวเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเท่านั้นส่งผลทำให้การทำธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ตขยายตัวอย่างรวดเร็วและกลายเป็นเรื่องธรรมดาสามัญยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้คนปัจจุบันยังไม่ถึงจุดที่กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจเช่นเดียวกับการใช้โทรศัพท์ แต่ในอนาคตอันใกล้นี้การใช้อินเทอร์เน็ตจะทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ และจะกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับธุรกิจในอนาคต

เมื่อกล่าวถึงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คนส่วนมากอาจนึกถึงการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต แต่ในความเป็นจริงแล้วพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นยังรวมไปถึงแง่มุมอื่น ๆ อีกมาก

¹ EDI หรือ Electronic Data Interchange ช่วยให้บริษัทสามารถส่งเอกสารแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นมาตรฐานเพื่อติดต่อทำการค้าระหว่างกันได้

² EFT หรือ Electronic Funds Transfer ถูกออกแบบมาเพื่อใช้ส่งผ่านรายการ โอนเงินในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของสถาบันการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในอดีตนั้นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีจุดเริ่มต้นมาจากรายการสั่งซื้อสินค้าโดยการโอนเงินผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ต่อมาจึงพัฒนาขึ้นมาเรื่อย ๆ จนมีการนำมาใช้ในการทำรายการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าที่เป็นข้อมูลสารสนเทศระหว่างธุรกิจ การที่อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งซื้อขายสินค้าสำหรับบุคคลทั่วไป ทำให้มุมมองของบริษัทต่าง ๆ ต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เปลี่ยนแปลงไป บริษัทต่าง ๆ มองเห็นโอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต โดยในสองสามปีที่ผ่านมาบริษัทต่าง ๆ ได้เริ่มเข้ามาในตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับลูกค้าทั่วไปอย่างจริงจัง

ขณะนี้ความนิยมของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำให้การติดต่อกันระหว่างธุรกิจพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและมีการใช้งานอย่างกว้างขวาง อินเทอร์เน็ตทำให้บริษัทขนาดเล็กสามารถขายสินค้าบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้โดยมีโอกาสเทียบเท่าบริษัทขนาดใหญ่ บริษัทต่าง ๆ ค้นพบว่าการปรับเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจของตนให้เป็นข้อมูลดิจิทัลและการนำเครือข่ายคอมพิวเตอร์มาช่วยในการทำธุรกิจ จะทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการทำการค้าลงไปได้อย่างมาก

จะเห็นได้ว่าในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นจะมีกิจกรรมย่อย ๆ หลาย ๆ อย่างประกอบกันเป็นวงจรธุรกิจ ดังนั้นคำว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงไม่ได้มีความหมายจำกัดเพียงการซื้อขายสินค้าผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่ก่อให้เกิดรายได้โดยตรงเท่านั้นแต่ยังครอบคลุมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างและก่อให้เกิดรายได้ให้กับบริษัท เช่น การที่ระบบช่วยให้การติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น การทำให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถใช้ข้อมูลร่วมกัน เพื่อวางแผนการตลาด การปรับปรุงบริการประกอบการขาย การสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างแหล่งข้อมูลกลางเพื่อแบ่งปันข้อมูลที่เก็บรายละเอียดของลูกค้าเพื่อปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังช่วยขจัดปัญหาหลายอย่างที่เกิดกับระบบการค้าแบบเดิม เช่น ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน โดยลูกค้าไม่ว่าอยู่ส่วนใดในโลกก็สามารถเข้ามาสั่งซื้อสินค้าหรือบริการได้ตลอดเวลาอีกด้วย

2.2 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีกิจการหลายรูปแบบ ตั้งแต่การสร้างเว็บไซต์เพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ โดยประเภทธุรกิจของไทยที่ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว การซื้อขายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี สถาบันการเงิน หนังสือ สิ่งพิมพ์ ของที่ระลึก และสินค้าหัตถกรรม ร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทยยังเป็นลักษณะของการอยู่ร่วมกันในชอปปิงมอลล์ เนื่องจากมีการลงทุนที่ไม่สูงนักและมีผู้ที่คอยให้บริการอีกชั้นหนึ่งจึงสามารถดำเนินการได้ง่าย มีเพียงจำนวนน้อยที่แยกเป็นร้านค้าอิสระ ร้านค้าส่วนใหญ่ที่เข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มักมุ่งเน้นไปที่การขยายการค้าสู่กลุ่มลูกค้าต่างประเทศมากกว่า และรูปแบบของผู้ประกอบการนั้นยังคงเชื่อมต่อผ่านระบบโทรศัพท์มากกว่าการใช้สายเช่า สำหรับการตรวจเช็ครายการสั่งซื้อในร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์ของตนเอง หรือเพื่อทำการปรับเปลี่ยนข้อมูลของร้านค้า วิธีชำระเงินที่นิยมใช้กันนั้นเป็นการชำระผ่านบัตรเครดิตวีซ่า มาสเตอร์ และบัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส รองลงมา เป็นวิธีการชำระโดยการตัดบัญชีหรือโอนผ่านธนาคาร

ระบบอิเล็กทรอนิกส์ของไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น หากมีการพัฒนาจะช่วยให้โอกาสทางการค้าของไทยมีการขยายตัวกว้างมากขึ้นสามารถทำการค้าและบริการในตลาดโลกได้ อย่างไรก็ตามโอกาสดังกล่าวต้องมีความพร้อมและต้องพัฒนาระบบโดยรวมเพื่อให้เข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เร็วที่สุด ดังนั้นจะเห็นได้ว่ามีหลายหน่วยงานได้ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์นี้จัดตั้งเพื่อให้การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย มีความพร้อมและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างความตื่นตัวและสร้างบุคลากรทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูลในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยทั้งภาครัฐ เอกชน และบุคคลที่สนใจทั่วไป

³ ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นหน่วยงานที่จะตั้งขึ้นภายในศูนย์อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม มีสำนักงานอยู่ที่ชั้น 22 อาคารมหานครอิมซัม ถนนศรีอยุธยา กรุงเทพมหานคร

2.3 ความแตกต่างของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการค้าแบบธรรมดา

สามารถสรุปความแตกต่างระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการค้าแบบธรรมดาได้ดังนี้

ตาราง 2.1 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการค้าแบบธรรมดา

	การค้าแบบธรรมดา	การค้าแบบอีคอมเมิร์ซ
1. ผู้ซื้อ	ต้องออกไปซื้อของตัวเอง หรือรอให้มีของมาขาย จะซื้อได้เฉพาะในบริเวณใกล้ๆ บ้านเท่านั้น	นั่งอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์ที่ต่ออินเทอร์เน็ต สามารถซื้อสินค้าได้จากทุกแห่งทั่วโลก
2. ผู้ขาย	ต้องอยู่ประจำร้านหรือจ้างพนักงานขายมาเฝ้าร้าน	ไม่ต้องอยู่ประจำหน้าร้าน เพราะมีอินเทอร์เน็ตทำหน้าที่เป็นพนักงานขายตลอด 24 ชั่วโมง
3. การรับชำระเงิน	ได้รับชำระเงินสด หรือไม่ก็ได้รับโดยวิธีอื่น การให้เครดิตส่วนมากก็จะเป็นคนรู้จักกันจะได้เงินทันทีและแน่นอนกว่า	ได้รับเงินในรูปแบบต่างๆ แต่มักไม่อยู่ในรูปเงินสดต้องรอจนกว่าลูกค้าจะได้รับสินค้าถึงจะเบิกเงินได้ซึ่งระยะเวลาจะประมาณ 30 วันถึง 6 เดือน
4. การตลาด	เข้าถึงคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้นทำให้ราคาสินค้าสูงกว่าปกติเพราะส่วนมากจะมีพ่อค้าคนกลางเป็นคนกระจายสินค้าไปสู่คนทุกกลุ่ม	ทำได้ง่ายกว่า และถูกกว่าเมื่อเทียบกับการทำการตลาดแบบธรรมดา เพราะสามารถนำเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรงทำให้ราคาสินค้าสามารถขายได้ในราคาที่ถูกลงกว่าปกติ
5. การขนส่ง	มีการขนส่งบ้างในกรณีที่เป็นของใหญ่ และเป็นบริการส่งถึงบ้าน แต่โดยปกติลูกค้าจะรับสินค้าไปเลย	ส่วนใหญ่ต้องเสียเวลารอให้สินค้าถูกส่งมาจากที่ต่าง ๆ ยกเว้นสินค้าประเภทซอฟต์แวร์ซึ่งลูกค้าสามารถได้รับทันที
6. การทุจริตและฉ้อฉล	เนื่องจากการซื้อสินค้าจะจ่ายเงินซื้อทันที ความเสี่ยงในการถูกโกงจึงไม่สูงนัก	มีโอกาสถูกโกงสูงกว่า เนื่องจากมีทั้งผู้ซื้อที่สามารถโกงโดยการรับสินค้าแล้วไม่จ่ายเงิน หรือผู้ขายโกงโดยการส่งสินค้าที่มีคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการ
7. สถานที่	ต้องมีร้านค้า หรือเสียเงินค่าเช่าที่เพื่อประกอบการใช้โชว์สินค้าต่าง ๆ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นสูง	ไม่ต้องเสียค่าเช่าสถานที่ แต่ต้องมีเนื้อที่ออนไลน์แทน ซึ่งเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายแล้วสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า

ตาราง 2.1 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการค้าแบบธรรมดา

	การค้าแบบธรรมดา	การค้าแบบอีคอมเมิร์ซ
8. คุณภาพสินค้า	โอกาสถูกโกงโดยการส่งสินค้าไม่ได้ คุณภาพตามที่ต้องการเป็นไปได้น้อย เนื่องจากผู้ซื้อเห็นตัวสินค้าตอนซื้อ และ สามารถติดตามได้ว่าใครเป็นคนผลิต หรือ คนส่งสินค้า	มีโอกาสเข้าใจผิดในตัวสินค้าได้ง่าย เพราะ เห็นสินค้าจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ ทำให้ เป็นหน ทางในการฉ้อฉลได้ง่ายกว่า
9. การกลับมาซื้ออีกครั้ง	ขึ้นอยู่กับว่าสะดวกที่จะผ่านมาซื้ออีก หรือไม่	ทำได้ง่ายกว่า และประหยัดกว่า คือสามารถ ชักชวนให้ลูกค้าเข้ามาดูเว็บไซต์ ของกิจการ ได้บ่อย ๆ เพียงส่ง mailing list สินค้าตัว ใหม่ ๆ ไปให้ลูกค้าก็สามารถทราบได้ว่ามี สินค้าตัวใหม่ ที่น่าสนใจจำหน่าย

2.4 กระบวนการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กระบวนการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกเป็นขั้น ๆ ดังแสดงในรูป 2.1 ซึ่งกระบวนการนี้ไม่ได้เริ่มต้นตั้งแต่ตอนสั่งซื้อขาย หรือรับชำระเงินเท่านั้น แต่หากยังรวมไปถึงทั้งก่อนหน้า และหลังจากนั้นอีกด้วย กล่าวคือ

2.4.1 การโฆษณาเผยแพร่ให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าของเรา ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติต่าง ๆ ของสินค้าที่กิจการมี ว่ามีข้อดีหรือเด่นกว่าของคนอื่น ๆ อย่างไร ซึ่งอาจทำผ่านทางเว็บไซต์ที่มีข้อมูลสินค้า และอาจมีการให้สอบถามปัญหาทางอีเมลล์ หรือมีช่องทางให้ลูกค้าสามารถรวบรวมข้อมูลที่ต้องการ เรื่องนี้ และราคา เพื่อเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ

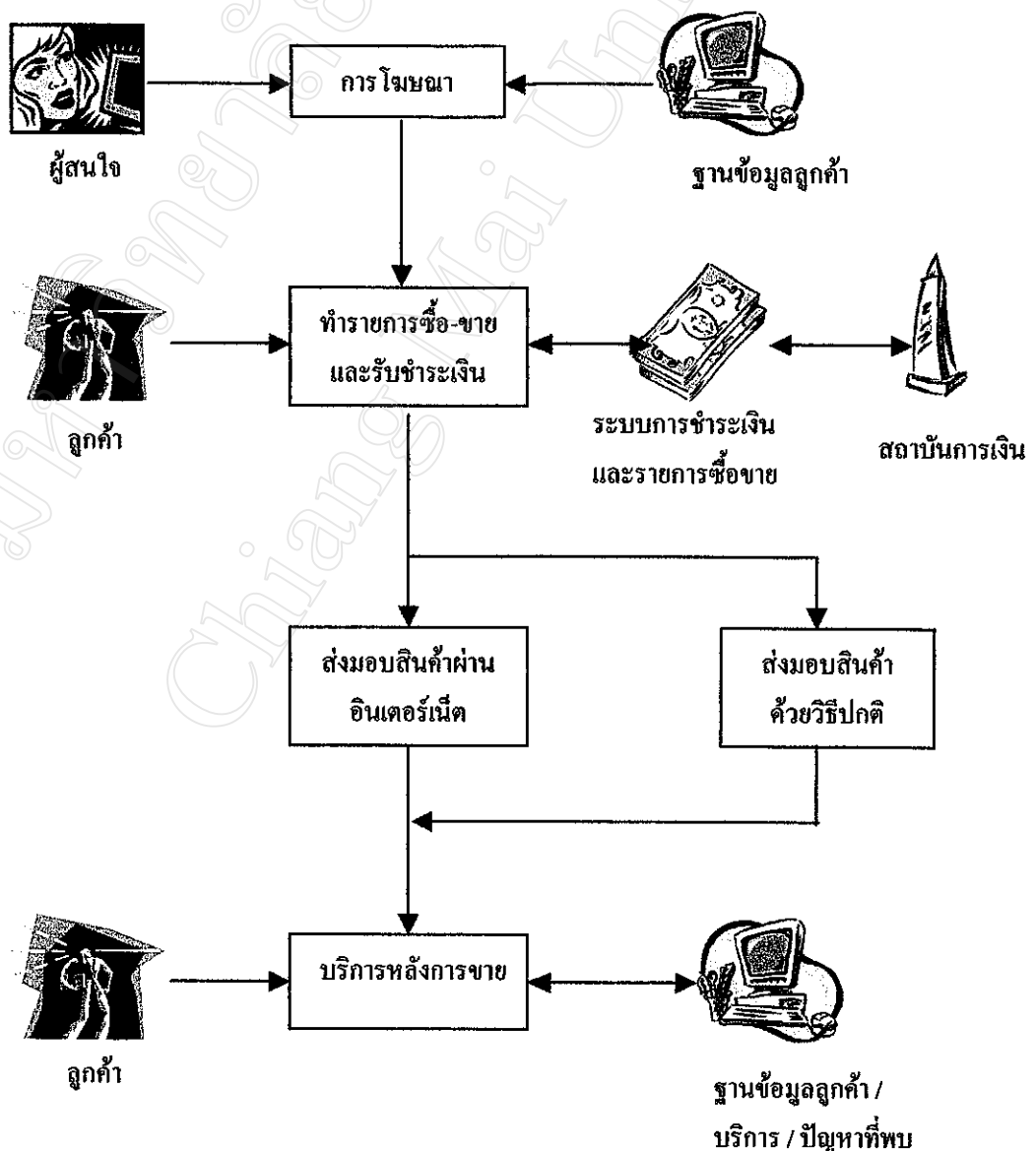
2.4.2 การรับการสั่งซื้ออาจทำโดยการกรอกข้อมูลลงในเว็บไซต์ของผู้ขาย หรือส่งอีเมลล์มาเพื่อระบุการสั่งซื้อพร้อมทั้งการรับชำระเงิน ซึ่งมักจะทำโดยผ่านบัตรเครดิต หรือระบบการชำระเงินอื่น ๆ ที่มีการคิดค้นขึ้นมาใหม่อีกหลาย ๆ อย่างสำหรับการซื้อขายผ่านระบบที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะ

2.4.3 การส่งมอบ ซึ่งถ้าสินค้าหรือบริการนั้น ๆ มีลักษณะที่เป็นของที่ต้องส่งให้กันจริง ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องประดับ หรือสิ่งอื่น ๆ ที่จับต้องได้ เมื่อรับชำระเงินแล้วก็คงจะต้องพึ่งพาบริการไปรษณีย์ หรือผู้จัดส่งสินค้าให้จัดส่งให้อีกทีหนึ่ง แต่ถ้าเป็นของที่สามารถส่งมอบทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่น โปรแกรม หรือซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ก็อาจตัดขั้นตอนการจัดส่งนี้ไป โดยเมื่อ

ชำระเงินเสร็จแล้ว ก็จัดการให้ผู้ซื้อสามารถทำการดึงข้อมูล ไปที่เครื่องคอมพิวเตอร์ของตัวเองที่เชื่อมต่อ
 อยู่那儿ได้ทันที

2.4.4 ขั้นตอนหลังการขาย ซึ่งเกิดหลังจากการขาย และเก็บเงินแล้ว รวมถึงขั้นตอนหลังการ
 ขาย เช่น การให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีใช้สินค้า นั้น การรับประกัน หรือสถานที่ที่จะ
 นำไปซ่อมแซม ได้เมื่อเสีย ตลอดจนดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้า รับฟังปัญหา และข้อเสนอแนะ ติชมต่าง ๆ
 ไม่ว่าจะเป็นทางอีเมล หรือทางเว็บไซต์โดยตรง นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางในการโฆษณาสินค้ารุ่นใหม่
 ๆ หรือสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกันกับที่ขายไปแล้วนั้นให้กับลูกค้าเก่าอีกด้วย ซึ่งขั้นตอนทั้ง 4
 สามารถแสดงด้วยแผนภาพดังนี้

รูปที่ 2.1 รูปแสดงกระบวนการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



2.5 ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- 2.5.1 เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด เนื่องจากการค้าในรูปแบบนี้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก และสามารถบริการลูกค้าได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง จำนวนลูกค้ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นตามการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูงขึ้น
- 2.5.2 เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านความสะดวก และรวดเร็ว
- 2.5.3 ประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการขาย และการบริหาร เช่น
- ประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนของการจ้างพนักงานมาประจำหน้าร้าน
 - ลดจำนวนเอกสาร
 - บางกรณีก็ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ประหยัดค่าเช่าสถานที่
 - ประหยัดค่าใช้จ่ายโฆษณา
- 2.5.4 สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง
- 2.5.5 สามารถรับรู้การตอบสนองของลูกค้าได้ทันที เมื่อข้อมูลต่าง ๆ ของกิจการอยู่ในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น ก็จะสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
- 2.5.6 สามารถให้รายละเอียดของสินค้า และตอบคำถามของลูกค้าในกรณีที่ลูกค้ามีข้อสงสัย
- 2.5.7 ช่วยสร้างภาพพจน์ของกิจการเนื่องจากการนำเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาใช้ในการให้บริการ

2.6 ทบทวนวรรณกรรม

จากการสำรวจบทความที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ดังนี้

1. อนุชิต อนุชิตานุกูล, 2543 จากเรื่องระบบการชำระเงิน (Payment System) ซึ่งเป็นระบบ ชำระเงินที่มีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำ และมีความปลอดภัยอันเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแพร่หลายไปอย่างกว้างขวาง โดยระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเป็นวิธีการชำระเงินที่สำคัญที่สุดของธุรกิจประเภท B to C E-commerce และการชำระเงินโดยวิธีโอนผ่านธนาคาร และการใช้เช็คของธุรกิจประเภท B to B E-commerce แต่ทั้งนี้ในปัจจุบันยังพบว่าการค้าดำเนินการยังมีข้อบกพร่อง และข้อจำกัดอยู่หลายประการ ดังนั้นปัจจุบันจึงมีการพัฒนา และทดลองใช้ระบบการเงินใหม่ ๆ หลายระบบสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ กลุ่มระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment System) และกลุ่มเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash)

2. สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543 จากเรื่องสภาพปัจจุบันของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งจากการสำรวจในปี 2542 มีมูลค่าสูงถึง 22,053.25 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่จะเป็นการค้าภายในประเทศ และกระทำผ่านเครือข่ายเฉพาะ แม้จะมีมูลค่ามากแต่การใช้งานยังคงจำกัดอยู่ในเครือข่ายขนาดใหญ่เท่านั้นและมีการศึกษาวิเคราะห์ทางด้านนโยบายของรัฐบาล ภายใต้กระแสพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยจำแนกเป็นนโยบายด้านการเงินการคลัง และนโยบายการค้า การวิเคราะห์ในส่วนของ การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มกับสินค้าที่จับต้องไม่ได้ และผลกระทบต่อ การซื้อขาย ฝากเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต

3. David Kosiur, 2542 กล่าวถึงระบบการเงินบนอินเทอร์เน็ต การทำรายการทางอิเล็กทรอนิกส์ เทียบกับการทำรายการค้าแบบทั่วไป ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต และลักษณะลูกค้าและตลาดใน อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีการยกตัวอย่างแนวคิดของธุรกิจ ในแง่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนสุดท้ายคือกลยุทธ์ในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และอนาคตของพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีแนวโน้มเติบโตต่อไปในอนาคต

4. ศุภชัย สุชนะนรินทร์, 2543 กล่าวถึงเทคนิคการเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจแบบอีคอมเมิร์ซ โดย อธิบายถึงเหตุผล และสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ อินเทอร์เน็ต เวิลด์ไวด์เว็บ อีเมล อุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต หลักการบริหาร เบื้องต้น ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น และแสดงตัวอย่างแบบฟอร์มสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างเว็บ

5. ยืน ภูสุวรรณ, 2543 กล่าวถึงตัวอย่างของการดำเนินงานของธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตที่ประสบ ผลสำเร็จ บทบาทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสังคม รูปแบบการปรับเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงของ เทคโนโลยีเครือข่าย ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แบบต่าง ๆ ตลอดจนระบบรักษาความ ปลอดภัยของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์