

# ก้าวข้ามขีดจำกัด: พิมพ์เขียวการพัฒนา e-Commerce สำหรับ SMEs ไทย

จากการวิเคราะห์อุปสรรคเชิงลึก  
สู่สถาปัตยกรรมระบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์ที่นำไปปฏิบัติได้จริง

ตุลาคม 2566 | พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์ และ สุปราณี ทับมงคล

# ข้อมูลเชิงลึกจาก 70 ธุรกิจ สู่การออกแบบระบบที่แก้ปัญหาดตรงจุด



## กลุ่มตัวอย่าง (The Sample)

SMEs ไทยจำนวน  
70 แห่ง



71% ใช้งาน  
e-Commerce แล้ว



69%  
มีการส่งออกสินค้า



## อุปสรรคหลัก (The Bottleneck)

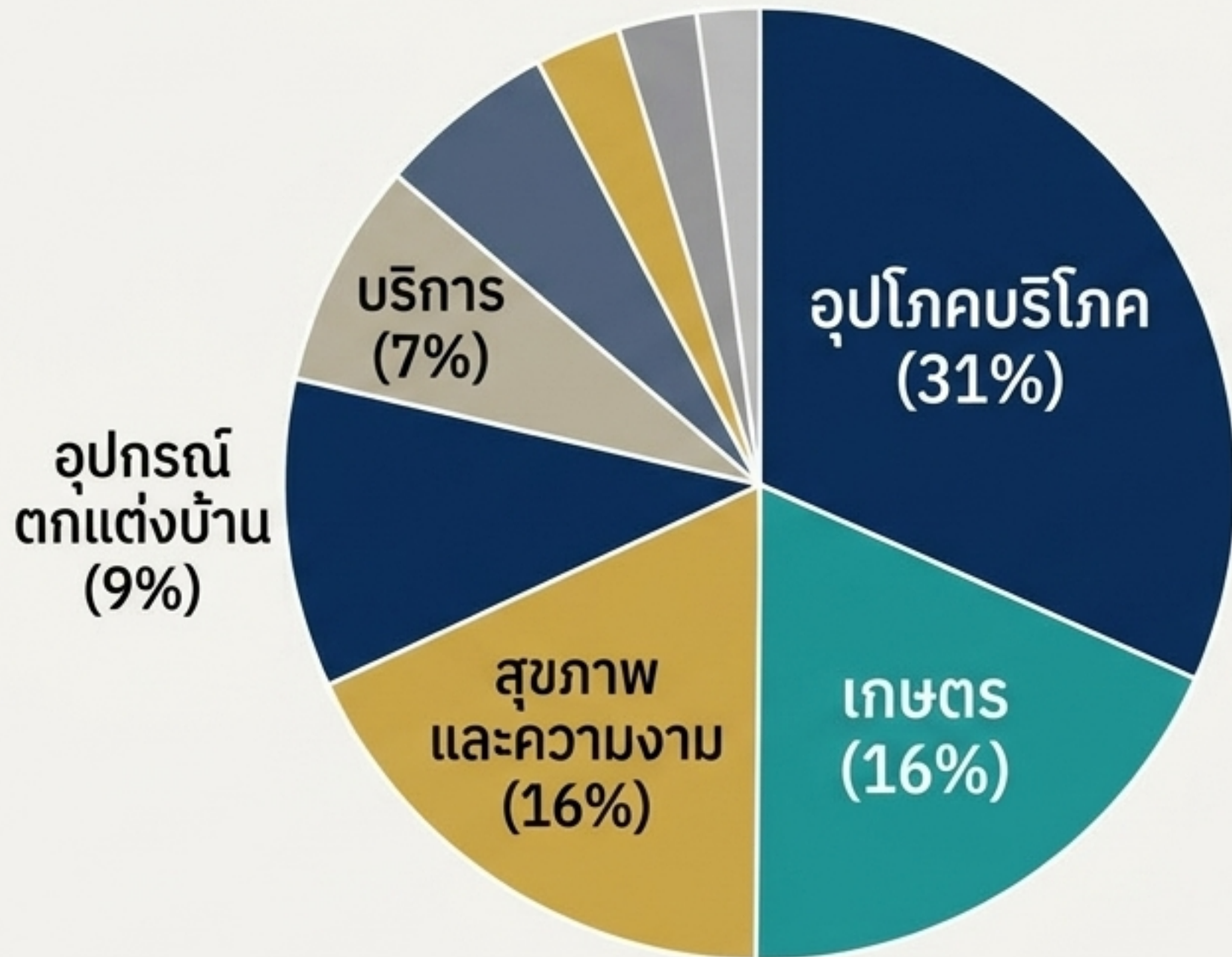
- ✓ **เทคนิค**
  - ✓ **เศรษฐกิจ**
  - ✓ **และกฎหมาย**
- คือ 3 คอขวดสำคัญ  
ที่ขัดขวางการเติบโต



## สถาปัตยกรรมทางออก (The Solution)



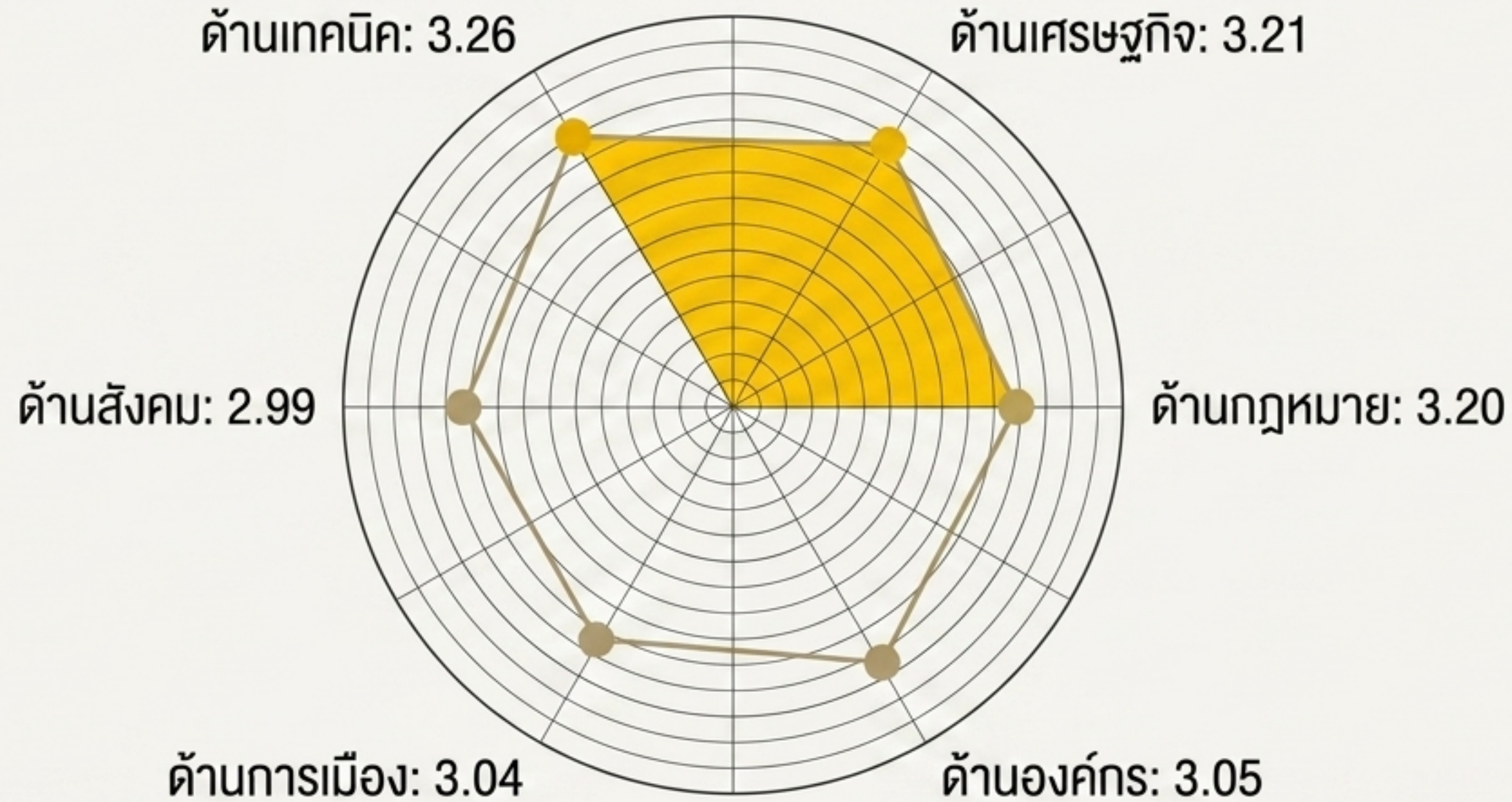
# ภูมิทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง SMEs สะท้อนความหลากหลายของอุตสาหกรรมไทย



**Export Drive: 69%**  
ของธุรกิจเหล่านี้มีการส่งออก แสดงถึง  
ความต้องการขยายตลาดไร้พรมแดน

**Digital Divide: 29%**  
ยังไม่ปรับตัวเข้าสู่ e-Commerce  
ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการเสีย  
โอกาสทางการแข่งขัน

# เทคนิคและเศรษฐกิจคือคอบวดที่ใหญ่ที่สุดในการนำ e-Commerce มาใช้



**อุปสรรคด้านเทคนิค** (เช่น การขาดความรู้เชิงลึกและความปลอดภัย) นำมาซึ่งความกังวลด้านเศรษฐกิจ (ต้นทุนการพัฒนาระบบ) **ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าลงทุน**

# จุดตัดความสำเร็จ: ความต่างระหว่างธุรกิจที่ปรับตัวได้และธุรกิจที่ยังหยุดนิ่ง

	ผู้ใช้งานแล้ว (Adopters)	ผู้ยังไม่ใช้งาน (Non-Adopters)
ด้านองค์กร	ระดับอุปสรรค 2.89	<b>ระดับอุปสรรค 3.50</b> [นัยสำคัญ 0.05]
ด้านกฎหมาย	ระดับอุปสรรค 3.05	ระดับอุปสรรค 3.60 [นัยสำคัญ 0.05]
ด้านเทคนิค	ระดับอุปสรรค 3.16	ระดับอุปสรรค 3.52 [นัยสำคัญ 0.10]

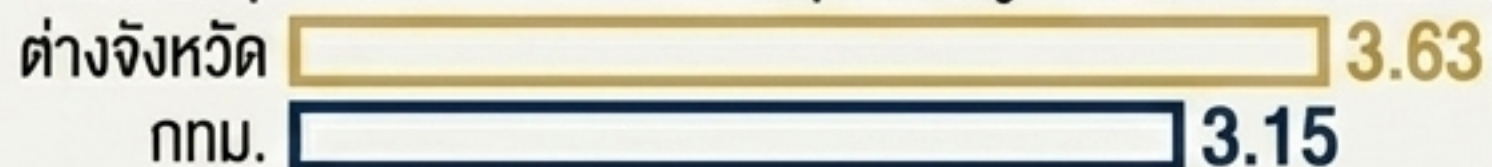
ธุรกิจที่ไม่ใช้ e-Commerce ไม่ได้ขาดแค่ทุน  
แต่ติดล็อกที่ “กรอบคิดในองค์กร” และ “ความกังวลทางเทคนิคและกฎหมาย”

# ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์และการส่งออก ส่งผลต่อระดับความรุนแรงของอุปสรรค



## กทม. vs ต่างจังหวัด

เทคนิค: ธุรกิจในต่างจังหวัดเผชิญอุปสรรคสูงกว่า (3.63 vs 3.15)



องค์กร: ธุรกิจในต่างจังหวัดเผชิญอุปสรรคสูงกว่า (3.55 vs 2.86)



กฎหมาย: ธุรกิจในต่างจังหวัดเผชิญอุปสรรคสูงกว่า (3.53 vs 2.88)



## ส่งออก vs ภายในประเทศ

ธุรกิจส่งออกมีอุปสรรคด้าน 'องค์กร' ต่ำกว่าธุรกิจในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ (2.93 vs 3.38)



การแก้ปัญหาต้องปรับตามบริบทภูมิภาค ไม่สามารถใช้รูปแบบเดียว (One-size-fits-all) ได้

# จากการวิเคราะห์อุปสรรค สู่การสร้างพิมพ์เขียวทางเทคโนโลยี

เมื่อ เทคนิค และ เศรษฐกิจ  
คือกำแพงที่สูงที่สุดสำหรับ SMEs

ทางออกที่ดีที่สุดไม่ใช้การให้ SMEs  
ทุกรายสร้างระบบของตนเอง

แต่คือการพัฒนา  
'ระบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์  
(Online Shopping Mall)'  
ที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานร่วม  
(Shared Infrastructure)

**ระบบเดียวที่แก้ปัญหา 3 ด้าน:**

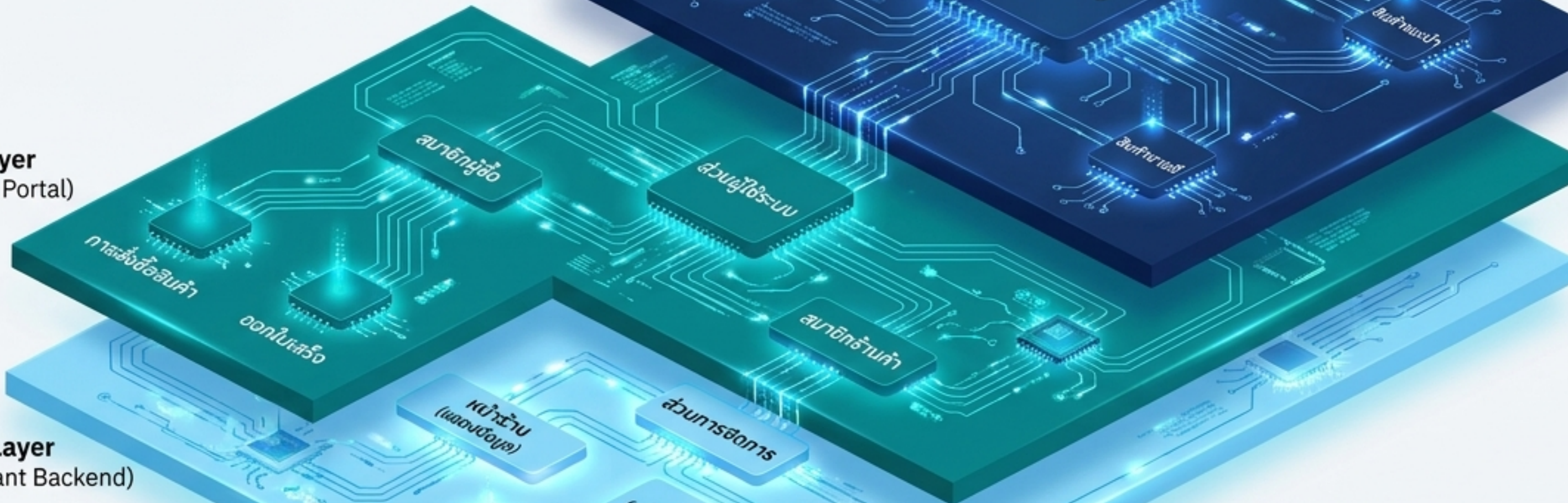
ใช้งานง่าย (แก้ด้านเทคนิค) แชรด์ต้นทุน (แก้ด้านเศรษฐกิจ)  
และเป็นระบบระเบียบ (แก้ด้านองค์กร)

# โครงสร้างนิเวศของห้างสรรพสินค้าออนไลน์ (Ecosystem Architecture)

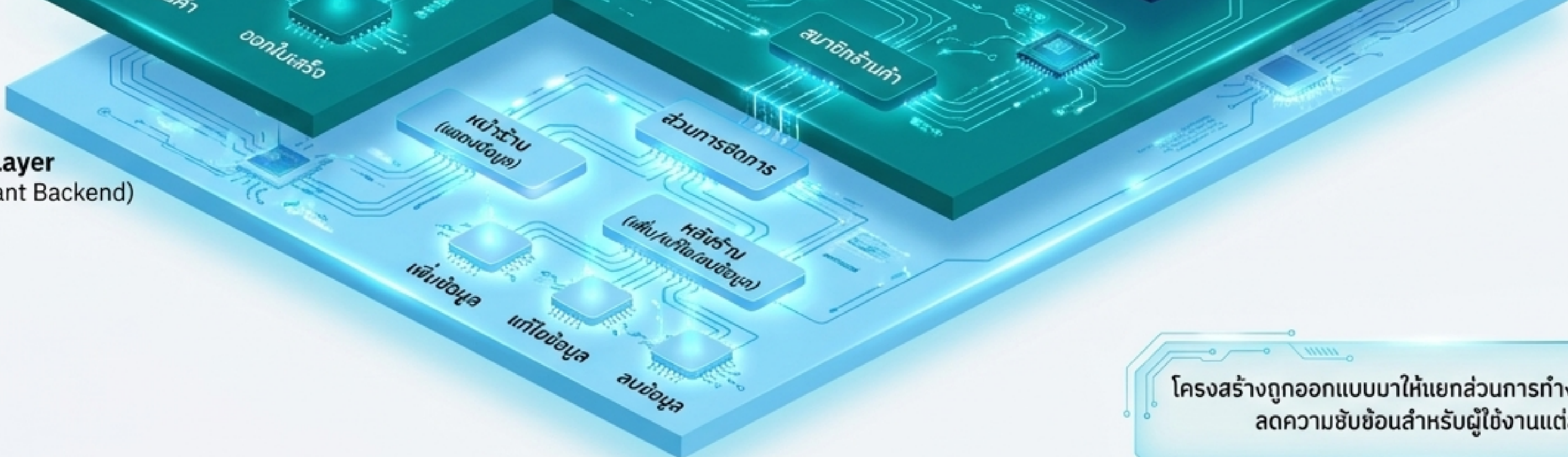
**Top Layer**  
(Zone 1 - Public Core)



**Middle Layer**  
(Zone 2 - User Portal)



**Lightom Layer**  
(Zone 3 - Merchant Backend)



โครงสร้างถูกออกแบบมาให้แยกส่วนการทำงานอย่างชัดเจน  
ลดความซับซ้อนสำหรับผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม

# การออกแบบประสบการณ์คู่ขนาน (The Dual Experience Design)

## ผู้ใช้งานทั่วไป (Guest)

- ✓ เข้าชมสินค้าและข่าวสารได้
- ✓ สืบค้นราคาสินค้าตามร้านต่างๆ
- ✓ อ่านเว็บบอร์ด (แต่แสดงความคิดเห็นไม่ได้)

## สมาชิกผู้ซื้อ (Buyer)

- ✓ ฟังก์ชันทั้งหมดของผู้ใช้ทั่วไป
- ✓ สั่งซื้อสินค้าออนไลน์และชำระเงิน
- ✓ ได้รับส่วนลดพิเศษเมื่อเป็นสมาชิกร้านค้า
- ✓ ตั้งกระทู้และตอบเว็บบอร์ดได้

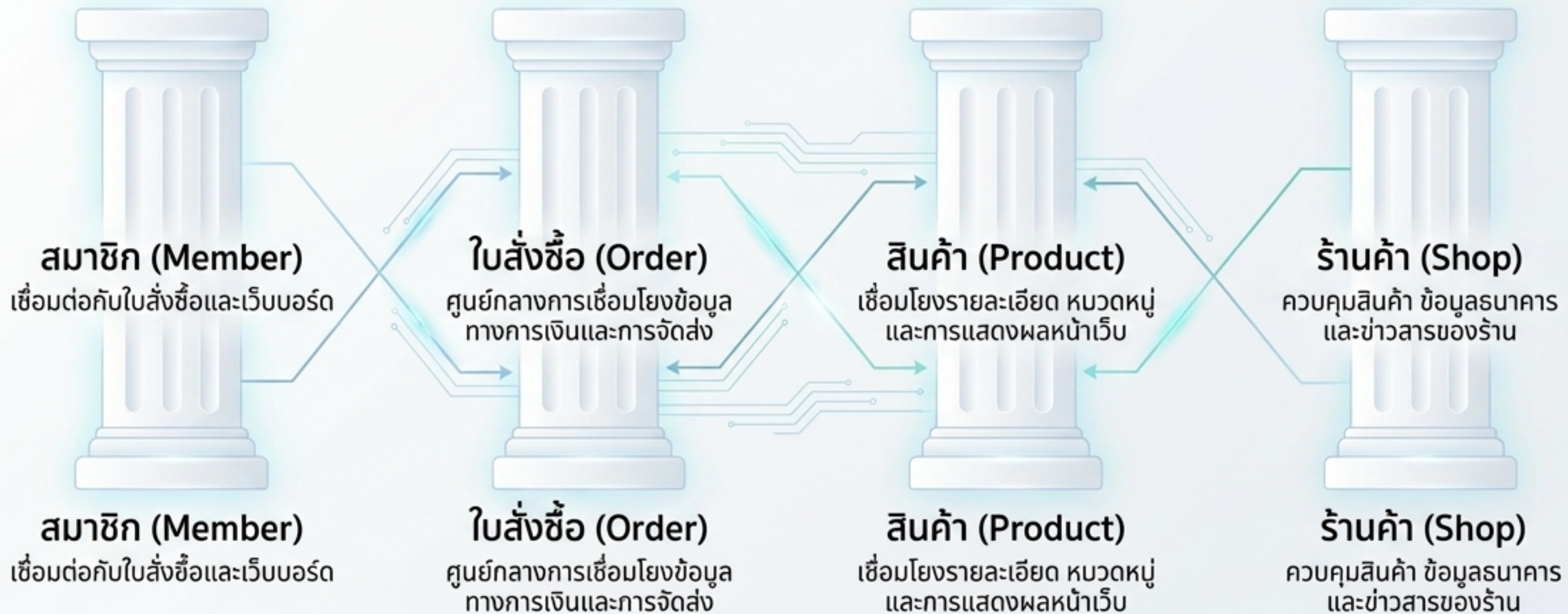
## สมาชิกร้านค้า (Merchant / SME)

- ✓ มีพื้นที่หน้าร้านบนเว็บไซต์เป็นของตนเอง
- ✓ ระบบหลังบ้าน: จัดการคลังสินค้า เพิ่ม/ลดสินค้า
- ✓ บริหารจัดการยอดขายอย่างเป็นระบบ

# สถาปัตยกรรมการไหลเวียนข้อมูล (Data Flow Architecture)

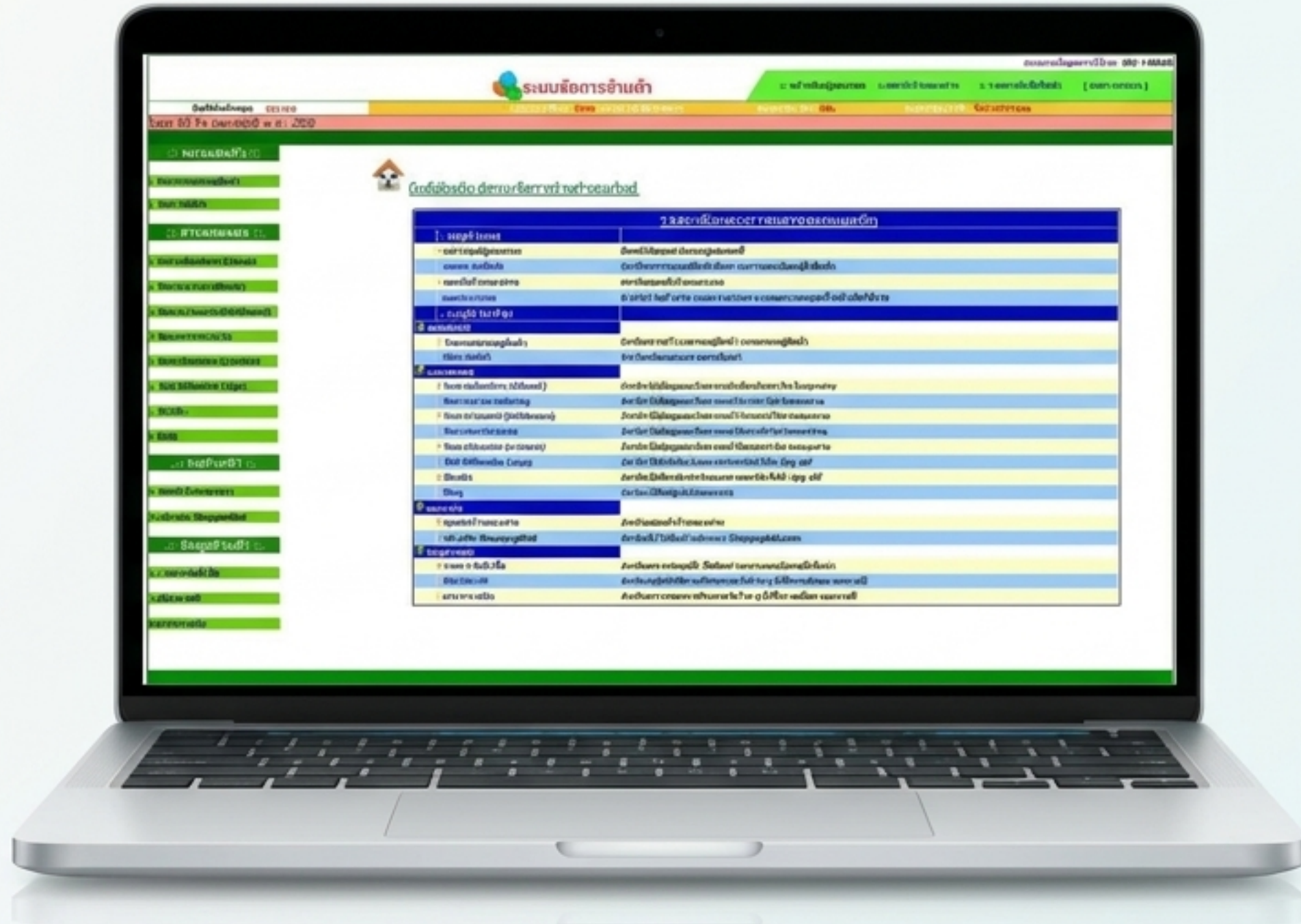


# รากฐานฐานข้อมูลที่แข็งแกร่ง (Database Foundation Model)



พัฒนาด้วย PHP, HTML, Java Script, jQuery ร่วมกับฐานข้อมูล MySQL (จัดการผ่าน Phpmyadmin)

# จากแผนผังสู่หน้าจอรจริง: บทพิสูจน์ประสิทธิภาพของระบบ

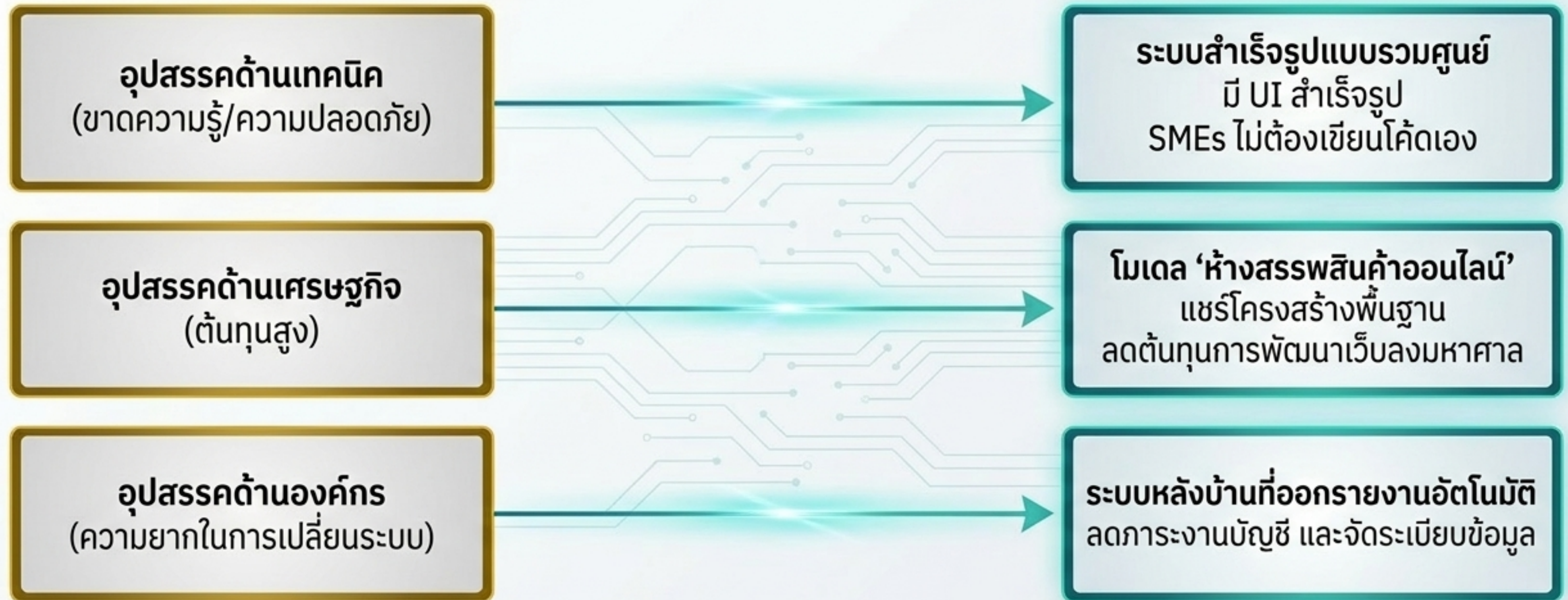


**การทดสอบระบบ:** นำไปทดสอบใช้งานจริงกับกลุ่มตัวอย่างร้านขายสินค้าออนไลน์จำนวน 10 คน

**Feedback ผู้ใช้งาน:** ระบบมีความเป็นระเบียบ แบ่งสัดส่วนชัดเจน

**จุดเด่น:** ใช้งานง่าย (User-Friendly) แม้ไม่มีพื้นฐานไอทีขั้นสูง

# การบูรณาการ: สถาปัตยกรรมระบบทลายกำแพงธุรกิจอย่างไร?

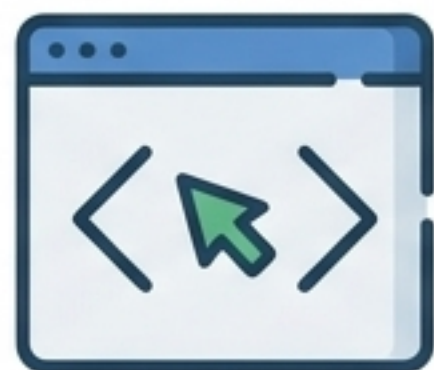


# ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อน e-Commerce ไทย



## สำหรับ SMEs (ผู้ประกอบการ)

- ใช้แพลตฟอร์มสำเร็จรูปเพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดทางเทคนิคและทุน
- อัปเดตสต็อกคลังสินค้าออนไลน์อย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันความผิดพลาดของออเดอร์



## สำหรับนักพัฒนาระบบ

- เพิ่มระบบตรวจสอบสถานะคลังสินค้าแบบ Real-time
- ออกแบบ UI ที่รองรับผู้ใช้งานที่ไม่มีทักษะไอทีสูง โดยเฉพาะในภูมิภาคต่างจังหวัด



## สำหรับภาครัฐและนโยบาย

- ส่งเสริมความรู้ด้าน e-Payment และจัดทำมาตรฐานกฎหมายให้เข้าใจง่าย
- อุดหนุนโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT ให้กลุ่มธุรกิจต่างจังหวัดที่มีอุปสรรคสูงสุด

# e-Commerce ไม่ใช่แค่ช่องทางขาย แต่คือโครงสร้างพื้นฐานของการอยู่รอด

การเปลี่ยนผ่านวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อมของไทย ไม่สามารถรอให้ทุก  
องค์กรพร้อมจดกจากภายใน  
แต่ต้องอาศัย  
‘พิมพ์เขียวทางเทคโนโลยี’ ที่จับต้องได้  
ใช้งานง่าย และตอบโจทย์ธุรกิจ

ด้วยระบบห้างสรรพสินค้าออนไลน์ที่  
แข็งแกร่ง SMEs ไทยจะสามารถลดต้นทุน  
เพิ่มประสิทธิภาพ และก้าวสู่สมรรถุมีการ  
ค้าระดับโลกได้อย่างเต็มภาคภูมิ