

**รูปแบบการนำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากประเทศจีนโดยระบบอีคอมเมิร์ซ
ผ่านเว็บไซต์สำเร็จรูปตัวกลางที่ให้บริการเป็นภาษาไทย**

**Forms of Imported Women's Clothes from China by E-Commerce System
Through Intermediate Website in Thai Language Services**

ชนาภา เขียวอกเงิน¹ และ สัจจิต พิริยะรังสรรค์²

10.14456/jrgbsrangsit.2018.12

บทคัดย่อ

การนำเข้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นจากประเทศจีน ผ่านระบบ E-Commerce โดยเว็บไซต์ที่ให้บริการเป็นภาษาไทย ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยคำถามแบบปลายเปิด สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นจากสินค้าจากประเทศจีนที่ใช้ระบบ E-Commerce ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการเป็นภาษาไทย โดยมีรูปแบบการนำเข้า 3 รูปแบบ ดังนี้

1) การจัดการเองทั้งหมด กรณีนี้ผู้ซื้อมีความรู้เรื่องอีคอมเมิร์ซและการนำเข้ามีความชำนาญ และมีเครือข่ายเชื่อมโยงและมีคนในที่ประเทศจีน สามารถจัดการการนำเข้าและการขนส่งเอง มีความรู้เรื่องอีคอมเมิร์ซและการนำเข้า ในกรณีนี้พ่อค้าแม่ค้าที่มีความชำนาญ มีความรู้ พูดภาษาจีนได้หรือมี คอนเนคชั่น ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงอยู่ประเทศจีน โดยเฉพาะในเขตจังหวัดที่มีการขายส่งสินค้า หรือเขตโรงงาน ก็จะเดินทางไปยังประเทศจีนเพื่อติดต่อนำเสนอสินค้ามาขายในประเทศไทย พร้อมทั้งโอนเรื่องจัดการทางด้านภาษีและนำเข้าสินค้าผ่าน บริษัทชิปปิง

2) การจัดการเองบางส่วน กรณีนี้ผู้ซื้อไม่มีความชำนาญ และไม่มีเครือข่ายที่ประเทศจีน สำหรับพ่อค้าแม่ค้า หรือผู้ประกอบการที่ไม่มีความชำนาญ ไม่เคยไปประเทศจีน พูดภาษาจีนไม่ได้ ไม่มีเครือข่ายที่อยู่ที่นั่น การนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนเป็นเรื่องที่ยาก ไม่ง่ายเหมือนการซื้อสินค้าจากโหลจากร้านค้าส่งในประเทศไทยมาจำหน่าย แต่ก็เชื่อว่าไม่มีทางออก ผู้ประกอบการสามารถซื้อทัวร์ซื้อสินค้าขายส่งถึงแหล่งที่ประเทศจีนจากเว็บไซต์ที่ให้บริการได้โดยผ่านความพยายามในการแปลภาษาเอง และทำทุกขั้นตอนแบบแยกส่วน

3) การพึ่งพาธุรกิจการให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร กรณีนี้ผู้ซื้อไม่มีความชำนาญ และไม่มีเครือข่ายเชื่อมโยงและคนในที่ประเทศจีนและต้องการความสะดวกเบ็ดเสร็จในบริการเดียว ในกรณีนี้นั้นปัจจุบันมีบริการ “เว็บไซต์ตัวกลาง” ที่ให้บริการเป็นภาษาไทย ทำหน้าที่ส่งและคุยเชื่อมต่อกับผู้ขายในประเทศจีนแทนผู้ซื้อสินค้า ทั้งนี้ ผู้ใช้ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า ความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาเว็บไซต์ตัวกลางเหล่านี้ เพราะไม่มีความรู้ภาษาจีน ความชำนาญในการซื้อขาย ไม่มีเครือข่ายในประเทศจีน และยังมีประสบการณ์ในการค้าขายน้อย หรือเพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ โดย ณ ขณะนี้ เว็บไซต์ตัวกลางนี้เป็นทางเลือกที่ดี ในการลดความเสี่ยงสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ทางภาษาจีน เพราะการสื่อสารที่ผิดพลาด อาจจะทำให้เกิดความเสียหายของสินค้า การคิดไปจากรูปแบบที่สั่งหรือที่เข้าใจ เป็นต้น

คำสำคัญ: การนำเข้าสินค้าจากจีน, E-Commerce, ส่วนประสมทางการตลาด

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจีนและอาเซียนในระบบเศรษฐกิจโลก มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาจีนและอาเซียนในระบบเศรษฐกิจโลก มหาวิทยาลัยรังสิต

Abstract

The current qualitative research focused on forms of imported women's clothes from China by e-commerce system through intermediate website in Thai languages services. Based on in-depth interview and purposive sampling assignment, the study aimed to examine the importers who imported women's clothes from China in 3 models classified by their procedures.

1) Self-managing of the whole process. In this case, the importers must be knowledgeable in tariffs, import procedures and tax rates. Importers have a trade network in China that accommodated both in market and transportation. They also have their own connection, such as relatives or friends in China; especially in the provinces where the business site is located. The transaction is then done through the shipping wholesalers. They sometimes travel directly to China for the transaction themselves so as to prepare the tariffs and transportation through shipping company.

2) Partial self-managing. In this case, the importer does not have full knowledge in tariffs, import procedures and tax rates. The importer does not have to travel in China, know Chinese language, or have connection in China. In this case, the importers sometimes rely on websites available in Chinese language and use of Google translation application. Shipping service is selected later on. The steps in the procedure are separately operated by part.

3) Complete range of service-based managing. In this case, the importer does not have full knowledgeable in tariffs, import procedures and tax rates. This model is suitable for importers without experiences of traveling in China or connection in the country. What is required is a compatible one-stop service. Making use of "intermediate websites" in Thai language, which facilitate import procedure services, covering from searching some goods until they reach the importer's warehouses in Thailand. This model is ideal for start-up entrepreneurs who need to reduce risk of making mistakes from self-managed systems.

Keywords: Import of Goods from China, E-Commerce, Marketing Mix

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันลักษณะรูปแบบในการประกอบธุรกิจได้มีการพัฒนาขึ้น โดยมีการอาศัยเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตเป็นพื้นฐานในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำธุรกิจในลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังเป็นที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการลูกค้า และสร้างให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้ามากยิ่งขึ้น สำหรับประเทศไทย ภาครัฐได้ให้ความสนใจในการศึกษาข้อมูลของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนข้อมูลของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยหันมาสนใจประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย ได้สรุปข้อมูลล่าสุดในช่วงต้นปี พ.ศ. 2558 ผ่านงาน “E-Biz Expo 2015” ระหว่างวันที่ 11-14 มิถุนายน พ.ศ. 2558 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ว่าจากอัตราเพิ่มขึ้นทั้งในด้านของชั่วโมงการใช้งาน อินเทอร์เน็ตและจำนวนของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกสูงขึ้นเป็นเท่าตัวในปีที่ผ่านมา รวมไปถึงสัญญาณการฟื้นตัว เศรษฐกิจไทย เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 ทิศทางการเจริญเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจออนไลน์และดิจิทัล ประเภทต่างๆ ในประเทศไทยเติบโตขึ้นประมาณ 30 - 35% มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซรวม 14,600 ล้านบาท (สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย, <http://www.thaiecommerce.org/>, 25 มีนาคม 2559) สืบเนื่องจากประเทศไทยมีประชากรออนไลน์กว่า 46% ซึ่งโอกาสของตลาดในส่วนนี้ จะสามารถช่วยทุกธุรกิจให้ก้าวเข้าสู่โลกออนไลน์ ขยายโอกาสทางการค้าออกไปทั่วประเทศและต่อยอดในตลาดต่างประเทศ (สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย, <http://www.thaiecommerce.org/>, 25 มีนาคม 2559)

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาเราทุกคนคงได้เห็นว่าเงินได้กลายเป็นมหาอำนาจทางการผลิตสินค้าของโลกหลังจากเปิดประเทศ ทั้งนี้ด้วยกำลังการผลิตที่มีอยู่อย่างมหาศาลและต้นทุนที่ต่ำกว่าจากอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าในหลายประเทศ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่เงินได้กลายเป็นโรงงานของโลก เพราะมากกว่าครึ่งของสินค้าข้าวของเครื่องใช้ทั้งอุปโภคบริโภคที่กระจายอยู่ทุกมุม โลกนั้นล้วนมีฐานการผลิตอยู่ที่ประเทศจีน การนำเข้าสินค้าจากจีนเข้ามาขายในไทยนั้นจึงไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทย โดยตลาดหลักในรูปแบบการให้บริการผ่าน E-Commerce ของประเทศจีนนั้น เติบโตขึ้นตามลำดับ จีนเป็นหนึ่งในประเทศมหาอำนาจด้านเศรษฐกิจที่คนทั่วโลกให้ความสนใจ เรื่องราวสถิติ E-Commerce ในตลาดจีน จึงทวีความน่าสนใจตามไปด้วย โดยเฉพาะตัวเลขที่ระบุว่า E-Commerce จีนจะมีเงินสะพัดมากกว่า 1.7 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2013 เว็บไซต์ Go-Globe.Com ได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในจีนจนพบว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาชาวจีนส่วนใหญ่เริ่มหันมาซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีการประเมินว่าจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์จะเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ 23% ในปี 2010 เป็น 44% ในปี ค.ศ. 2015 และจะสามารถทำรายได้โดยคิดเป็นสัดส่วนถึง 7.4% ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมดในปี ค.ศ. 2015 อีกด้วย จากการสำรวจพบว่าธุรกิจ E-Commerce ในจีนยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี ค.ศ. 2013 มีการคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนผู้ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็น 270.9 ล้านคนหรือคิดเป็นจำนวนเงินราว 177,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และยังมีแนวโน้มว่าจำนวนผู้ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จะทำสถิติเพิ่มสูงถึง 423.4 ล้านคนหรือคิดเป็นจำนวนเงินกว่า 457,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในอีก 1 ปีข้างหน้า หรือปี ค.ศ. 2016 ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ค้าปลีกออนไลน์สัญชาติจีนที่มีชื่อเสียง อย่าง Tmall.Com ซึ่งแยกตัวมาจาก Taobao.Com ก็ได้รับความนิยมมาเป็นอันดับ 1 39.9% ตามมาด้วย 360buy.Com 14.7% Suning.Com 2.4% Amazon.Cn 2.2% รวมไปถึง

ถึง Dangdang.Com 1.6% และ Vancl.Com 1.5% โดยเว็บไซต์ค้าปลีกชื่อดังเหล่านี้สามารถครองส่วนแบ่งตลาด E-Commerce ในจีน โดยคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 65% เลขที่เดียว ซึ่งเหตุผลที่ชาวจีนส่วนใหญ่เริ่มหันมาซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นคือประหยัดเวลา (28%) ราคาถูก (25%) สะดวกสบาย (18%) ง่ายต่อการเปรียบเทียบราคา (7%) มีทางเลือกที่หลากหลาย (4%) รวมไปถึงจัดส่งสินค้าฟรี มีรายละเอียดสินค้าให้ศึกษาอย่างชัดเจนและง่ายต่อการค้นหาแบรนด์ที่ต้องการ (อย่างละ 1%) (E-commerce in China Statistics And Trends, <http://visual.ly/e-commerce-china-statistics-and-trends>, 25 มีนาคม 2559)

เริ่มต้นที่การสืบค้นสินค้าเพื่อการนำเข้า ได้มีการพัฒนารูปแบบเป็นแบบสมัยใหม่ มีการเพิ่มประสิทธิภาพและสนับสนุนการทำการค้าผ่านระบบ E-Commerce หรือการสืบค้นหาข้อมูลและแหล่งของสินค้า ร้านค้า โรงงานผลิต จากฐานข้อมูลออนไลน์ของเว็บไซต์ผู้ให้บริการที่เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ให้เกิดความสะดวก ไม่ว่าจะเป็น Taobao Dangdang Amazon T-Mall หรือ Alibaba ที่ต่างก็เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ผู้นำเข้าสินค้าโดยสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ ไปจนถึงการเกิดธุรกิจครบวงจรตั้งแต่ในคำแนะนำการนำเข้าสินค้าจากจีน ขนส่งสินค้า เป็นตัวกลางในการเจรจาการนำเข้า จากโรงงานและผู้ผลิต ไปจนกระทั่งสินค้าถูกส่งมาถึงผู้สั่งซื้อสินค้า ทั้งนี้ยังมีหลากหลายรูปแบบและหลากหลายช่องทางในการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนมายังไทย ที่เป็นที่น่าสนใจและศึกษาในเชิงลึก เกี่ยวกับวิธีการ แนวคิด ทักษะและข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้นำเข้าสินค้าประเภทอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและสิ่งทอจากประเทศจีน ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น การนำเข้าเองโดยไม่ผ่านตัวกลาง การนำเข้าโดยผ่านตัวกลางขนส่งไปจนถึงการนำเข้าแบบครบวงจรโดยผู้ให้บริการ

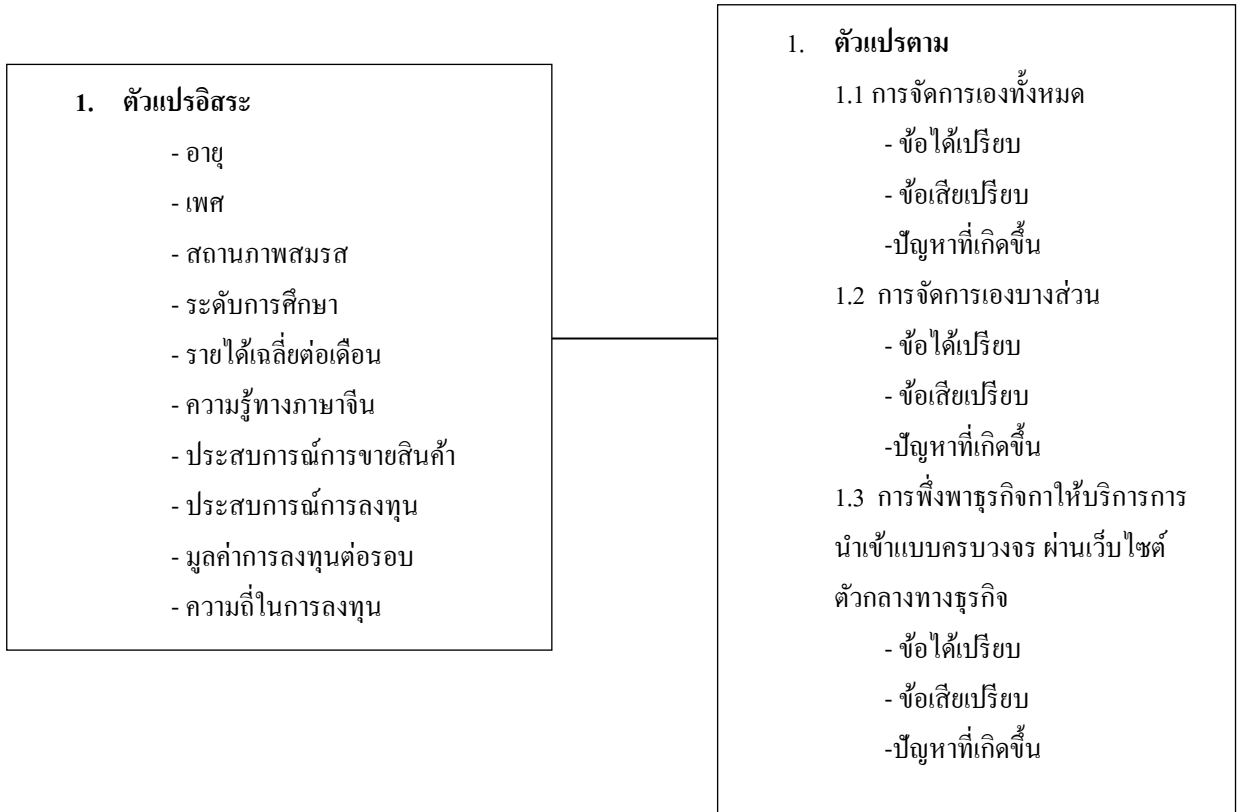
นอกจากประเทศจีนจะให้ความสำคัญกับธุรกิจประเภทนี้ ทางประเทศไทยเองมีการส่งเสริมการผลิตและการส่งเสริมการส่งออก ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษารูปแบบการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ยังมีหลายช่องทางที่เอื้อให้เกิดความง่ายและความสะดวกสบายในการนำเข้า ขนส่งและกระจายสินค้า ผ่านช่องทางที่เรียกว่า ธุรกิจตัวกลางข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นลักษณะของการจัดการข้อมูลโดยมีการสร้างคุณค่าทางธุรกิจจากการเป็นผู้รวบรวม ค้นหา ประมวลผล นำเสนอ บริหารจัดการข้อมูลให้กับผู้บริโภค ซึ่งในหลายๆ กรณี ธุรกิจตัวกลางข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ก็จะทำหน้าที่เป็นผู้จับคู่ระหว่างผู้ขาย และผู้ซื้อได้เช่นกัน ข้อได้เปรียบของธุรกิจนี้ในแง่ของการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกิดจากการบริหารจัดการข้อมูลซึ่งอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ดังนั้นจึงสามารถใช้ประโยชน์จากระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการได้มาก เช่น การรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยโปรแกรมประยุกต์และทำผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการบริหารจัดการข้อมูลโดยใช้ระบบฐานข้อมูล เป็นต้น การดำเนินการเหล่านี้สามารถกระทำได้โดยมีต้นทุนที่ต่ำ นอกจากนั้น แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสารต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความจำเป็นในการประมวลผลข้อมูลก่อนการนำเสนอ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นการเพิ่มคุณค่าสำหรับธุรกิจตัวกลางข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบกับการให้บริการเพิ่มเติมในแง่ของกฎหมาย และ โลจิสติกส์ผ่านช่องทางต่างๆ ไว้คอยอำนวยความสะดวกแก่ทั้งผู้ซื้อ และผู้ขาย อาทิเช่น เว็บไซต์ Alibabathailand, Taobao-Plaza, Taobaochinacargo, QS Cargo, Taobaochinacargo, Numkao, Ba-Import, Import 2 thai เป็นต้น

โดยธุรกิจด้านเสื้อผ้าแฟชั่นนั้น เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการซื้อขายผ่าน E-Commerce อ้างอิงจากการสำรวจการมีกรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554 ยังพบอีกว่า มีคนที่อายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่เคยจองหรือซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 3.8 โดยมีสินค้าและบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ E-Ticket ร้อยละ 14.8 หนังสือ และ

อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าสุขภาพ ร้อยละ 13.4 และ 13.3 ตามลำดับ และถ้าพิจารณาอายุของผู้ที่ซื้อหรือจองสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงานคือ อายุ 25 – 49 ปี ร้อยละ 68.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, <http://www.slideshare.net/boonlert/ict-usage-survey-thailand-2557>, 27 มีนาคม 2559)

ทั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษารูปแบบการจัดการที่ส่งผลต่อการนำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นจากสินค้าจากประเทศจีน กรณีศึกษาการนำเข้าที่ใช้ระบบ E-Commerce ผ่านเว็บไซต์สำเร็จรูปตัวกลางที่ให้บริการเป็นภาษาไทย ในบริบทมุมมองจากผู้นำเข้ารายใหญ่และรายย่อยผ่านรูปแบบการนำเข้าที่แตกต่างกัน โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีการกำหนดกรอบการวิจัยและแนวทางในการสัมภาษณ์อย่างชัดเจน ใน 3 รูปแบบหลักดังนี้

- 1) การจัดการเองทั้งหมด การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง จัดการการนำเข้าและการขนส่งเอง มีความรู้เรื่องอัตราภาษีและการนำเข้า
- 2) การจัดการเองบางส่วน การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง/พึ่งพาการติดต่อโดยบริษัทขนส่งที่พึ่งพาการจัดการขนส่งและอัตราภาษีจากธุรกิจการขนส่งระหว่างประเทศ
- 3) การพึ่งพาธุรกิจกาให้บริการนำเข้าแบบครบวงจร การนำเข้าโดยพึ่งพาธุรกิจตัวกลางให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การเลือกสินค้าผ่านการแนะนำของผู้ให้บริการ การขนส่งไปจนจบกระบวนการการนำเข้า



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการนำเข้าสินค้า ปัจจัยในการเลือกรูปแบบในการนำเข้าแต่ละแบบและเหตุผลของผู้ประกอบการในการเลือกรูปแบบการนำเข้า 3 รูปแบบดังนี้

2.1 การจัดการเองทั้งหมด การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง จัดการการนำเข้าและการขนส่งเอง มีความรู้เรื่องอัตราภาษีและการนำเข้า

2.2 การจัดการเองบางส่วน การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง/พึ่งพาการติดต่อโดยบริษัทขนส่ง พึ่งพาการจัดการขนส่งและอัตราภาษีจากธุรกิจการขนส่งระหว่างประเทศ

2.3 การพึ่งพาธุรกิจการให้บริการนำเข้าแบบครบวงจร การนำเข้าโดยพึ่งพาธุรกิจตัวกลางให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การเลือกสินค้าผ่านการแนะนำของผู้ให้บริการ การขนส่งไปจนถึงกระบวนการการนำเข้า

3. การดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการตาม โครงการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้โดยภาพรวมของการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือ กระบวนการวิจัย (Methodology) ที่จะนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (Methodology) โดยเป็นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อันประกอบไปด้วย

- 1) การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)
- 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ระเบียบวิธีวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบกับการวิจัยเอกสาร โดยละเอียดในแง่มุมเชิงลึก ด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่ง โครงสร้างมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้สามารถตอบคำถามวิจัยและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดด้านขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ประกอบกับได้ข้อมูลครบถ้วนตามขอบเขตเนื้อหาแล้ว

ตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ 1) ตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สามารถจำแนกข้อมูล ทั้ง 2 กรณี ตามตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้

- 1) อายุ
- 2) เพศ
- 3) สถานภาพสมรส
- 4) ระดับการศึกษา
- 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 6) ความรู้ทางภาษาจีน
- 7) ประสบการณ์การขายสินค้าและการเข้าสู่อาชีพ
- 8) ประสบการณ์การลงทุน
- 9) มูลค่าการลงทุนต่อรอบ
- 10) ความถี่ในการลงทุน

- 11) ช่องทางการซื้อสินค้าและบริการ
- 12) ความรู้พิธีศุลกากรในการนำเข้า
- 13) ช่องทางการนำเข้าและเหตุผล
- 14) ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรตาม ได้แก่ รูปแบบการนำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จึงมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 6 คน ดังนี้

- 1) การจัดการเองทั้งหมด การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง จัดการการนำเข้าและการขนส่งเอง มีความรู้เรื่องอัตราภาษีและการนำเข้า จำนวน 2 คน
- 2) การจัดการเองบางส่วน การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง/พืงหาการติดต่อโดยบริษัทขนส่ง พืงพาการจัดการขนส่งและอัตราภาษีจากธุรกิจการขนส่งระหว่างประเทศ จำนวน 2 คน
- 3) การพืงพาธุรกิจการให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร การนำเข้าโดยพืงพาธุรกิจให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การเลือกสินค้าผ่านการแนะนำของผู้ให้บริการ การขนส่งไปจนจบกระบวนการการนำเข้า จำนวน 2 คน

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จึงมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยจำแนกเป็นผู้ที่มีการนำเข้าในรูปแบบที่แตกต่างกัน 3 รูปแบบ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกและมีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive random) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกด้วยตนเอง เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้รับการวิจยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ดังกล่าว มาดำเนินการประมวลผลข้อมูล ด้วยความจำกัดของระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ และความจำกัดของกลุ่มตัวอย่างที่สุ่ม โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงและการบอกต่อ ประกอบกับผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอต่อการตอบคำถามการวิจัยแล้ว ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยจำแนกเป็นผู้ที่มีการนำเข้าในรูปแบบที่แตกต่างกัน 3 รูปแบบ จำนวน 6 คน

4. ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นไปเพื่อศึกษารูปแบบการนำเข้าที่ส่งผลต่อการนำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นจากสินค้าจากประเทศจีน ผ่านการนำเข้าที่ใช้ระบบ E-Commerce ผ่านเว็บไซต์สำเร็จรูปตัวกลางที่ให้บริการเป็นภาษาไทย ในบริบทมุมมองจากผู้นำเข้ารายใหญ่และรายย่อยผ่านรูปแบบการนำเข้าที่แตกต่างกัน โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีการกำหนดกรอบการวิจัยและแนวทางในการสัมภาษณ์อย่างชัดเจน ใน 3 รูปแบบหลักดังนี้

4.1 ผู้นำเข้าสินค้าโดยมีรูปแบบวิธีการคือมีการจัดการเองทั้งหมด การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเองติดต่อผู้ผลิตเอง จัดการการนำเข้าและการขนส่งเอง มีความรู้เรื่องอัตราภาษีและการนำเข้า จำนวน 2 คน คือคุณโบว์ เจ้าของธุรกิจจำหน่ายเอี่ยมยีนส์ กระโปรงยีนส์ ที่ตลาดเจ้าชีบุญาประตุน้ำเพชรบุรี 19 และคุณเตย (นามสมมุติ) สามารถจำแนกข้อมูล ทั้ง 2 กรณี ตามตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

- 1) อายุ พบว่า ทั้งคู่เป็นนักลงทุนที่อายุน้อย โดยมีอายุอยู่ในช่วง 27 – 28 ปี เท่านั้น
- 2) เพศ พบว่า ผู้นำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากสินค้าจากประเทศจีน ทั้งคู่เป็นเพศหญิง
- 3) สถานภาพสมรส พบว่า ทั้งคุณโบว์ และคุณเตยมีสถานภาพโสด

4) ระดับการศึกษา พบว่า ทั้งคู่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี โดยเฉพาะคุณเคย จบการศึกษาจากประเทศจีน และคุณโบว์จบการศึกษาจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจากมหาวิทยาลัยในประเทศแห่งหนึ่ง

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า คุณโบว์มีรายได้เฉลี่ยราวเดือนละ 100,000 บาท ส่วนคุณเคย มีรายได้เฉลี่ยราว 50,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้รายได้ต่อเดือนไม่แน่นอนเป็นเพียงตัวเลขโดยประมาณ ขึ้นอยู่กับฤดูกาล กระแสแฟชั่น และรอบการลงทุนในเดือนนั้นๆ

6) ความรู้ทางภาษาจีน พบว่า คุณโบว์ไม่มีความรู้ภาษาจีนแต่มีเชื้อสายจีนและได้รับคำแนะนำจากป้า ส่วนคุณเคยมีความรู้ภาษาจีนเพราะการไปเรียนที่จีน

7) ประสบการณ์การขายสินค้าและการเข้าสู่อาชีพ ในกรณีของคุณเคย เริ่มแรกไปเรียนที่ประเทศจีนพักอาศัยอยู่ที่ซีอาน ซึ่งค่อนข้างเป็นเมืองที่ไม่ค่อยมีสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นขายเท่าไร จึงได้สั่งจากเว็บ Taobao เพื่อนำมาใช้เอง และก็บางส่วนขายออนไลน์ในเมืองซีอานด้วย ที่เริ่มค้าขายเพราะช่วงแรกไปเรียนที่ประเทศจีน ไม่สามารถติดต่อดีกับใครได้เลย จึงได้พยายามเรียนและฝึกพูดจากข่าวและรายการต่างๆที่ฉายในประเทศ จนได้เจอเว็บ Taobao ที่โฆษณา ช่วงแรกของการตั้งชื่อสินค้าก็ใช้ Google Translate จนปัจจุบันสามารถเข้าใจภาษาจีนได้จึงเลิกใช้ หลังจากเรียนจบก็กลับมาที่ประเทศไทย ก็มินำสินค้าเข้ามาเองโดยขนส่งตัวเองทางเครื่องบิน จนในที่สุดพบว่าการทำแบบนี้ไม่สะดวกต่อการขายสินค้า จึงค้นหาเว็บจีপিพีเพื่อนำเข้าสินค้าจบบ Taobao2you ซึ่งเป็นเว็บที่นำเข้าและส่งออกสินค้ากับประเทศจีน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้แจ้งว่าให้บริษัทดังกล่าวประสานงานในเรื่องการนำเข้าสินค้าเท่านั้น ในส่วนของการติดต่อซื้อขายกับแม่ค้าทางประเทศจีนผู้ให้สัมภาษณ์ได้เป็นคนดำเนินการเอง หลังจากนั้นก็ได้นำเข้าสินค้าจากประเทศจีนมาขายโดยผ่านช่องทางดังกล่าว ซึ่งการขายสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นพรีออเดอร์ และสินค้าพร้อมส่ง (บางรายการ) ส่วนคุณโบว์อาศัยการรับช่วงธุรกิจต่อโดยมีป้าเป็นผู้ให้คำแนะนำและมีเครือข่ายผู้ซื้อ - ขายเดิมให้เป็นฐานลูกค้าและฐานการซื้อ

8) ประสบการณ์การลงทุน กรณีของคุณโบว์ ช่วงแรกที่เข้าสู่อาชีพกลัวความเสี่ยงและมีข้อจำกัดในการลงทุน จึงรับเป็นการพรีออเดอร์สินค้าซึ่งไม่ต้องใช้เงินลงทุน เพียงแค่นำรูปสินค้าจากผู้ผลิตจากประเทศจีนมาลงไว้ เมื่อลูกค้าสั่งสินค้า ทางผู้ขายก็จะส่งสินค้ามาจากประเทศจีน โดยลูกค้าจะต้องรอสินค้าประมาณ 5-10 วัน เมื่อขยันรับพรีออเดอร์จากลูกค้าหลายคน ราคาสินค้าต่อชิ้นก็จะถูกลง นั่นหมายถึงกำไรที่จะเพิ่มขึ้น และเมื่อสะสมกำไรได้พอประมาณ ก็เริ่มมีสต็อกของตัวเองบ้าง คือสั่งสินค้าที่เป็นที่นิยมมาไว้ในรอบนั้นๆ รวมกับยอดพรีออเดอร์ ลูกค้าจะได้ไม่เสียเวลารอและเมื่อสั่งทีละมากขึ้นก็ได้ราคาถูกลง ไม่นานภายหลังจากช่วงกิจการต่อจากป้า คุณโบว์ก็มีหน้าที่ศึกษาตลาด รับออเดอร์จากลูกค้ารายใหญ่ ขายทีละมากขึ้น แต่มีรายชื้อลูกค้าและฐานลูกค้าที่ส่งต่อจากป้าแล้ว ทั้งฝั่งซื้อและฝั่งขาย มีเครือข่ายที่สะดวก การขยายกิจการจึงมีอุปสรรคน้อย โดยเงินลงทุนเริ่มแรกในการนำเข้าสินค้าเองจากจีนและติดต่อพ่อค้าแม่ค้าจากจีนโดยตรงของคุณโบว์ คือราว 200,000 บาท ส่วนมากมีเครือข่ายพ่อค้าแม่ค้าประจำที่ตลาดในกวางโจว ส่วนคุณเคยเริ่มต้นคล้ายกันกับคุณโบว์ คือการขายแบบพรีออเดอร์และขายผ่านทางเว็บไซต์ออนไลน์ระหว่างที่ไปเรียนที่จีน สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ เมื่อกลับมาจึงดำเนินการขายต่อที่ไทย โดยมีเครือข่ายเดิมจากที่เคยไปตลาดหาซื้อสินค้าที่จีนหลายแห่ง เพราะคุ้นเคยสมัยที่ไปเรียน และได้เดินสำรวจ ไม่ว่าจะเป็นตลาดค้าส่งที่สำคัญของเมืองกวางโจว ตลาดค้าส่งเสื้อผ้าไปหม่า ตลาดค้าส่งหมีขนบู๊เกา ตลาดค้าส่งเสื้อผ้าหลิวฮวา ตลาดค้า

ส่งสื่อชิ้นหนึ่ง ตลาดค้าส่งเสื้อผ้าซาเหอ ไปจนถึงศูนย์กลางการแสดงผลสินค้าประเภทเสื้อผ้ากางเกง แล้วแต่สะดวกว่ามีสินค้าประเภทไหนที่ต้องการ เมื่อกลับมายังไทยได้ลงทุนเพิ่มมากขึ้น

9) มูลค่าการลงทุนต่อรอบ ทั้งคุณ โบริวและคุณเตยไม่สามารถตอบได้แน่นอน มูลค่าต่อรอบแปรผันตามฤดูกาล เศรษฐกิจและค่าเงิน ทั้งนี้ หากเฉลี่ย เงินลงทุนต่อเดือนในรอบ 1 ปี คุณ โบริวกล่าวว่ายู่ราว 100,000 บาทต่อเดือน ส่วนคุณเตย อยู่ที่ 50,000 บาทต่อเดือน

10) ความถี่ในการลงทุน ความถี่ในการลงทุนก็เช่นเดียวกันหากเป็นกิจวัตรแล้วทั้งคู่ตั้งของเฉลี่ยราวเดือนละ 1-2 ครั้ง แล้วแต่ปริมาณการขายในแต่ละเดือน และความต้องการสินค้าเพิ่มเติม สินค้าขายตลาด หรือสินค้าแฟชั่นอื่นๆ หากมีสินค้าเร่งด่วนและคุ้มทุนในการส่งและส่งสินค้าต่อรอบนั้นๆ ก็ส่งกรณีพิเศษให้ลูกค้าได้

11) ช่องทางการซื้อสินค้าและบริการ ทั้งคู่ใช้บริการธนาคารกลางของ Alipay เพราะปลอดภัยกว่า แม้ไม่ได้เลือกสินค้าผ่านเว็บไซต์โดยตรง แต่หากแม่ค้าพ่อค้ามีปัญหา Alipay ก็จะสบายใจกว่าในการ โอนและติดต่อซื้อขาย

12) ความรู้พิธีศุลกากรในการนำเข้า ทั้งคู่ทราบกฎข้อห้ามของศุลกากรเพียงเล็กน้อย แต่อันตรากามีปล่อยให้เป็นที่ของบริษัทขีปี้ังจัดการ ทราบเพียงว่าสินค้าชนิดใดห้ามนำเข้า หรือมีกำแพงภาษีสูง ทั้งนี้ทั้งคู่อธิบายหน้าที่ของบริษัทขีปี้ังเพิ่มเติมว่า คือตัวแทนในการนำสินค้าจากประเทศจีนมาผ่านพิธีศุลกากร ถือเป็นนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพในการเป็นผู้ติดต่อกับกรมศุลกากร เพื่อดำเนินพิธีการศุลกากรแทนเจ้าของสินค้าที่ส่งมาจากประเทศ นำสินค้าเข้ามาขายในประเทศไทย โดยมีหน้าที่ดังนี้ (1) เคลียร์สินค้าที่ศุลกากร (2) ดำเนินการเสียภาษี (3) ส่งสินค้าให้กับลูกค้า

ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าผ่านบริษัทขีปี้ัง

12.1 ต้องตกลงเรื่องอัตราขนส่ง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ต้องจ่ายกับทางบริษัทฯ จากนั้นก็เปิดรหัสลูกค้ากับบริษัท ซึ่งรหัสลูกค้าดังกล่าวจะถูกนำไปคิดไว้ที่สินค้าที่ลูกค้าสั่ง

12.2 ผู้ประกอบการศึกษาเว็บไซต์กลางอิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ

12.3 สมัคร Alipay (จะกล่าวถึงในส่วนต่อไป)

12.4 ค้นหาสินค้าที่ต้องการนำมาจำหน่ายตามเว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์

12.5 สั่งซื้อและต่อรองราคาสินค้าว่าจะต่อรองในอัตราในเท่าใด และต่อรองในระดับใด เป็นประเภทรับสินค้าไปขาย (หน้าอ้าว) หรือ ประเภทแพ็คลงกระเป่า (ตำป่่า)

12.6 ชำระเงินผ่านระบบของเว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์นั้น หรือใช้ระบบ Alipay

12.7 เมื่อชำระเงินแล้วมีการยอมรับ และมีเอกสารยืนยันจากร้านค้าที่สั่งของเรียบร้อยแล้ว ควรแจ้งให้ทางร้านหรือโรงงานคิดรหัสลูกค้าที่เราได้ทำการเปิดไว้กับบริษัทขีปี้ังที่สินค้าด้วย จากนั้นแจ้งรายละเอียดที่ได้ให้กับบริษัทขีปี้ังให้ไปรับสินค้าดังกล่าวเอง หรือให้ร้านค้าส่งสินค้ามาที่โกดังของบริษัทขีปี้ัง

12.8 เมื่อสินค้ามาถึงโกดังในประเทศจีน ทางพนักงานจะดำเนินการนำสินค้าเข้าระบบ พร้อมทั้งประทับตราของแต่ละบริษัทเพื่อเป็นหลักฐานในการรับสินค้าของแต่ละรหัส

12.9 เมื่อสินค้าถึงบริษัทขีปี้ังแล้ว ทางบริษัทก็ต้องส่งสินค้ามายังประเทศไทยด้วยวิธีการต่างๆ เช่น

- ทางเครื่องบินใช้เวลาเฉลี่ยรวมประมาณ 3-5 วัน

- ทางรถยนต์ใช้เวลาเฉลี่ยรวม 8-12 วัน
- ทางเรือขนส่งสินค้าใช้เวลาเฉลี่ยรวม 17-20 วัน

หมายเหตุ บางช่วงอาจมีการเข้มงวดในการตรวจสอบสินค้าเข้าประเทศมากขึ้น ซึ่งอาจใช้เวลามากกว่าปกติประมาณ 3-4 วัน

12.10 เมื่อสินค้าเดินทางมาถึงด่านศุลกากรก็จะถูกดำเนินพิธีการศุลกากร ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวบริษัทชิปปิ้งจะเข้ามาประสานให้

12.11 บริษัทชิปปิ้งจะต้องยื่นเอกสารของลูกค้านำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องให้เจ้าหน้าที่ศุลกากร

12.12 เมื่อบริษัทชิปปิ้งนำสินค้าออกมาจากด่านศุลกากรได้แล้ว ก็จะคิดค่าใช้จ่ายและนำสินค้าไปส่งถึงมือลูกค้าโดยเร็วที่สุด บริษัทชิปปิ้งถือเป็นการสร้างความสะดวกให้กับพ่อค้าแม่ค้า เนื่องจากการดำเนินพิธีการศุลกากรนั้นเป็นไปค่อนข้างยาก และซับซ้อนเกินกว่าที่ผู้สั่งซื้อสินค้าจะดำเนินการได้เอง อีกทั้งกระบวนการในการนำสินค้าเข้าประเทศมีความยุ่งยาก ซับซ้อน ซึ่งถ้าเกิดความผิดพลาดอาจถูกลงโทษทางกฎหมาย จึงไม่ค่อยมีใครยอมเสียเวลามาพบกับความยุ่งยากดังกล่าว ดังนั้นการใช้บริษัทชิปปิ้ง จึงช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากปัญหาความผิดพลาดทางเอกสารการนำเข้าสินค้าออนไลน์จากจีน รวมถึงความเสียหายจากค่าปรับที่เกิดจากการนำเข้าสินค้าบางอย่างต้องมีการขอใบอนุญาตหรือหากเป็นสินค้าอันตรายจะต้องโดยทำลายหรือส่งกลับ โดยทันที ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าได้มากกว่าปกติ และลดทอนการชำระภาษีอากรได้มากกว่าความเป็นจริง อย่างไรก็ตามในการเลือกใช้บริการบริษัทชิปปิ้งให้ได้บริษัทที่ดี มีความรับผิดชอบต่อกู้ค้า ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก โดยมีข้อแนะนำคือ ควรตรวจสอบถามคนรู้จักหรือเพื่อนที่ไว้ใจได้ เพราะการเลือกใช้บริการบริษัทชิปปิ้งควรได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่เชื่อถือได้

13) ช่องทางการนำเข้าและเหตุผล คุณ โบริวเลือกนำเข้าทางบก เพราะขนส่งที่ละมวกๆ แล้วคิดราคาถูกกว่าการขนส่งทางเรือ แต่ข้อเสียคือได้รับสินค้าช้า ส่วนคุณเคยได้เลือกการขนส่งทางเรือ ซึ่งบริษัทนี้ไม่มีกำหนดปิดตู้สามารถส่งสินค้าได้ทุกวัน และใช้เวลาขนส่งทางเรือมายังประเทศไทยเพียง 3-5 วัน เพราะราคาถูกเหมาะสมกับความเร็ว แต่ข้อเสียคือบางครั้งอาจจะติดตรวจโดยกรมศุลกากรกักสินค้าไว้รอตรวจนานกว่าทางอื่นๆ

14) ปัจจัยอื่นๆ ที่คิดว่ามีผลต่อการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ทั้งคู่เห็นพ้องต้องการว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือความผันผวนของเงินบาทต่อเงินหยวน เวลาส่งสินค้าต้องเช็ควันต่อวัน เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการคำนวณและทำบัญชีแต่ละรอบการสั่งซื้อ เรื่องเศรษฐกิจและนโยบายต่างประเทศไม่ได้มีผลกระทบมากนัก โดยเฉพาะนโยบายปรับเปลี่ยนไม่ว่าจะเป็นทั้งลดหรือเพิ่มภาษีการนำเข้า ไม่มีปัญหาและผลกระทบใดๆ เพราะบริษัทชิปปิ้งจะจัดการทุกอย่างให้เบ็ดเสร็จ

4.2 ผู้นำเข้าสินค้าโดยมีรูปแบบวิธีการคือมีการจัดการเองบางส่วน การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง/พืงหาการติดต่อโดยบริษัทขนส่ง พืงพาการจัดการขนส่งและอัตราภาษีจากรัฐกิจการขนส่งระหว่างประเทศจำนวน 2 คน คือคุณแพะและคุณภัทราสามารถจำแนกข้อมูล ทั้ง 2 กรณี ตามตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

1) อายุ พบว่า ทั้งคู่เป็นนักลงทุนที่มีอายุอยู่ในช่วง 29 – 32 ปี เท่านั้น

2) เพศ พบว่า ผู้นำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากสินค้าจากประเทศจีน คุณแพะเป็นเพศชาย อาชีพรับราชการและคุณภัทราทำอาชีพค้าขายเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านแอปพลิเคชันอินสตาแกรม และเว็บไซต์ในรูปแบบร้านค้าที่ให้บริการโดย Facebook

3) สถานภาพสมรส พบว่า ทั้งคุณแพะและคุณภัทรมีสถานภาพสมรส คู่สมรสมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์บ้าง และปรึกษาเรื่องแนวโน้มการลงทุนในสินค้าแต่ละรอบ

4) ระดับการศึกษา พบว่า ทั้งคู่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า คุณแพะมีรายได้เฉลี่ยราวเดือนละ 50,000 บาท ส่วนคุณภัทรา มีรายได้เฉลี่ยราว 80,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้รายได้ต่อเดือนไม่แน่นอนเป็นเพียงตัวเลขโดยประมาณ ขึ้นอยู่กับฤดูกาล กระแสแฟชั่น และรอบการลงทุนในเดือนนั้นๆ

6) ความรู้ทางภาษาจีน พบว่า คุณแพะไม่มีความรู้ภาษาจีนอาศัยการใช้การแปลด้วย google translate ส่วนคุณภัทรา มีความรู้ทางภาษาจีนบ้างเล็กน้อยแต่ยังใช้สื่อสารไม่ค่อยมากนัก

7) ประสบการณ์การขายสินค้าและการเข้าสู่อาชีพ ทั้งคู่เริ่มต้นจากการไม่มีเครือข่ายสังคม แต่เริ่มจากการเล็งเห็นช่องทางอาชีพ ด้วยการเริ่มต้นสั่งซื้อของส่วนตัวมาเพื่อใช้สอยประจำวันเท่านั้น

8) ประสบการณ์การลงทุน ทั้งคู่ไม่เคยมีประสบการณ์การลงทุนในธุรกิจอื่นมาก่อน

9) มูลค่าการลงทุนต่อรอบ ทั้งคุณแพะและคุณภัทราไม่สามารถตอบได้แน่นอน มูลค่าต่อรอบแปรผันตามฤดูกาล เศรษฐกิจและค่าเงิน ทั้งนี้ หากเฉลี่ย เงินลงทุนต่อเดือนในรอบ 1 ปี คุณแพะกล่าวว่ายู่ราว 30,000 บาทต่อเดือน ส่วนคุณภัทราอยู่ที่ 50,000 บาทต่อเดือน

10) ความถี่ในการลงทุน ทั้งคู่เป็นครั้งของสินค้าระบบฟรีแอดเดอ์ก่อน คือหาถูกก็ซื้อเงินมัดจำบางส่วนเพื่อยืนยันการสั่งซื้อ เมื่อรวบรวมครบกำหนดวัน ราว 15 วันต่อรอบการสั่งซื้อ จึงสั่งสินค้าหนึ่งรอบ

11) ช่องทางในการซื้อสินค้าและบริการ ทั้งคู่ใช้บริการธนาคารกลางของ Alipay เพราะปลอดภัยกว่า แม้ไม่ได้เลือกสินค้าผ่านเว็บไซต์โดยตรง แต่หากแม่ค้าพ่อค้ามีบัญชี Alipay ก็จะสบายใจกว่าในการโอนและติดต่อซื้อขาย

12) ความรู้พิธีศุลกากรในการนำเข้า ทั้งคู่ทราบกฎข้อห้ามของศุลกากรเพียงเล็กน้อย แต่อันตรายาก็ปล่อยให้เป็นที่หน้าของบริษัทซิปป์จัดการ ทราบเพียงว่าสินค้าชนิดใดห้ามนำเข้า หรือมีกำแพงภาษีสูง

13) ช่องทางในการนำเข้าและเหตุผล ทั้งคู่ปล่อยให้เป็นการจัดการของบริษัทซิปป์ ตามคำแนะนำว่าติดช่วงวันหยุดหรือเทศกาลของจีนหรือไม่ ควรเลือกการส่งแบบใดถึงทันเวลา เวลากำหนดคร่าวๆ ไม่ตายตัว หากเกิดความล่าช้าผู้ขายเป็นคนประนีประนอมกับลูกค้าเอง

14) ปัจจัยอื่นๆ ที่คิดว่ามีผลต่อการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ทั้งคู่เห็นพ้องต้องการว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือความผันผวนของค่าเงินบาทต่อเงินหยวน เวลาสั่งสินค้าต้องเช็ควันต่อวัน เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการคำนวณและทำบัญชีแต่ละรอบการสั่งซื้อ เรื่องเศรษฐกิจและนโยบายต่างไม่ได้มีผลกระทบมากนัก โดยเฉพาะนโยบายปรับเปลี่ยนไม่ว่าจะเป็นทั้งลดหรือเพิ่มภาษีการนำเข้า ไม่มีปัญหาและผลกระทบใดๆ เพราะบริษัทซิปป์จะจัดการทุกอย่างให้เบ็ดเสร็จ

4.3 ผู้นำเข้าสินค้าโดยมีรูปแบบวิธีการคือมีการพึ่งพาธุรกิจการให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร การนำเข้าโดยพึ่งพาธุรกิจให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การเลือกสินค้าผ่านการแนะนำของผู้ให้บริการ การขนส่งไปจนจบกระบวนการการนำเข้า จำนวน 2 คน คือคุณเซฟ และคุณหลิว พบว่า

1) อายุ พบว่า ทั้งคู่เป็นนักลงทุนที่มีอายุอยู่ในช่วง 27 – 29 ปี เท่านั้น

2) เพศ พบว่า ผู้นำเข้าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากสินค้าจากประเทศจีน คุณเซฟเป็นเพศชาย และคุณหลิว ทั้งคู่ทำอาชีพค้าขายเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านแอปพลิเคชันอินสตagram และเว็บไซต์ในรูปแบบร้านค้าที่ให้บริการโดย Facebook และ Inwshop

3) สถานภาพสมรส พบว่า ทั้งคู่มีสถานภาพสมรสโสด

4) ระดับการศึกษา พบว่า ทั้งคู่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า คุณเซฟมีรายได้เฉลี่ยราวเดือนละ 30,000 บาท ส่วนคุณหลิวมีรายได้เฉลี่ยราว 20,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้รายได้ต่อเดือนไม่แน่นอนเป็นเพียงตัวเลขโดยประมาณ ขึ้นอยู่กับฤดูกาล กระแสแฟชั่น และรอบการลงทุนในเดือนนั้นๆ

6) ความรู้ทางภาษาจีน พบว่า ทั้งคู่ไม่มีความรู้ภาษาจีนเลย

7) ประสบการณ์การขายสินค้าและการเข้าสู่อาชีพ ทั้งคู่เริ่มต้นจากการไม่มีเครือข่ายสังคม แต่เริ่มจากการเล็งเห็นช่องทางอาชีพ ด้วยการเริ่มต้นสั่งซื้อของส่วนตัวมาเพื่อใช้สอยประจำวันเท่านั้น

8) ประสบการณ์การลงทุน ทั้งคู่ไม่เคยมีประสบการณ์การลงทุนในธุรกิจอื่นมาก่อน

9) มูลค่าการลงทุนต่อรอบ ทั้งคุณเซฟและคุณหลิวไม่สามารถตอบได้แน่นอน มูลค่าต่อรอบแปรผันตามฤดูกาล เศรษฐกิจและค่าเงิน ทั้งนี้ หากเฉลี่ยเงินลงทุนต่อเดือนในรอบ 1 ปี คุณเซฟกล่าวว่ายู่ราว 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนคุณหลิวอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน

10) ความถี่ในการลงทุน ทั้งคู่เปิดรับของสินค้าระบบฟรื่อเดอ์ก่อน คือหาลูกค้าเก็บเงินมัดจำบางส่วนเพื่อยืนยันการสั่งซื้อ เมื่อรวบรวมครบกำหนดวัน ราว 15 วันต่อรอบการสั่งซื้อ จึงสั่งสินค้าหนึ่งรอบ

11) ช่องทางในการซื้อสินค้าและบริการ ทั้งคู่ใช้บริการขั้นตอนในการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ตัวกลางสำเร็จรูปที่ให้บริการครอบคลุมตั้งแต่การสั่งซื้อ การนำเข้า และส่งของจนถึงมือผู้สั่งซื้อ ทั้งคู่เคยใช้เว็บไซต์ตัวกลางเหล่านี้ในการเลือกซื้อสินค้า คือ www.alibabthailand.com, www.bebefamily.com, www.toabao2you.com เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ใช้ทั้งคู่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า ความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาเว็บไซต์ตัวกลางเหล่านี้ เพราะไม่มีความรู้ภาษาจีน ความชำนาญในการซื้อขาย ไม่มีเครือข่ายในประเทศจีน และยังมีประสบการณ์ในการค้าขายน้อย หรือเพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ โดย ณ ขณะนี้ เว็บไซต์ตัวกลางนี้เป็นทางเลือกที่ดี ในการลดความเสี่ยงสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ทางภาษาจีน เพราะการสื่อสารที่ผิดพลาด อาจจะนำมาซึ่งความเสียหายของสินค้า การผิดไปจากรูปแบบที่สั่งหรือที่เข้าใจ เป็นต้น

12) ความรู้พิธีศุลกากรในการนำเข้า ทั้งคู่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับภาษีและพิธีศุลกากรเลย ปล่อยให้ทางเว็บสำเร็จรูปคำนวณให้เบ็ดเสร็จและแจ้งยอดสรุปรวมทีเดียว

13) ช่องทางในการนำเข้าและเหตุผล ทั้งคู่ปล่อยให้เป็นการจัดการของบริษัทผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูปที่เป็นตัวกลาง ข้อดีของการใช้บริการสั่งสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์คือเลิกทอนิกส์ที่ให้บริการเป็นภาษาไทย สามารถเข้าใจได้ง่าย ติดต่อประสานงานกับทางเว็บไซต์ได้สะดวก ให้อำนวยความสะดวกในเรื่องของภาษีศุลกากร และการขนส่งอย่างเบ็ดเสร็จ ทั้งนี้ทั้งคู่มีความเห็นพ้องต้องกันมามีความล่าช้าเล็กน้อย ไม่สามารถควบคุมเวลาได้อย่างเบ็ดเสร็จ แต่ไม่ส่งผลเสียหายกับธุรกิจมากมายเพราะทั้งคู่คิดว่าตนเป็นผู้ค้ารายย่อย การประนีประนอมกับลูกค้าที่สั่งไม่ใช่เรื่องยาก

14) ปัจจัยอื่นๆ ที่คิดว่ามีผลต่อการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ทั้งคู่เห็นพ้องต้องการว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือความผันผวนของค่าเงินบาทต่อเงินหยวน เวลาสั่งสินค้าต้องเช็ควันต่อวัน เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการ

คำนวณและทำบัญชีแต่ละรอบการสั่งซื้อ เรื่องเศรษฐกิจและนโยบายต่างไม่ได้มีผลกระทบมากนัก โดยเฉพาะนโยบายปรับเปลี่ยนไม่ว่าจะเป็นทั้งลดหรือเพิ่มภาษีการนำเข้า ไม่มีปัญหาและผลกระทบใดๆ เพราะบริษัทผู้ให้บริการเว็บไซต์ตัวกลางจะจัดการทุกอย่างให้เบ็ดเสร็จ พร้อมแจกแจงรายละเอียดต่างๆ ให้ในขั้นตอนสรุปปิดการสั่งซื้อเรียบร้อยแล้ว

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิจัย

รูปแบบการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน	การจัดการเองทั้งหมด	การจัดการเองบางส่วน	การพึ่งธุรกิจการให้บริการครบวงจร
การติดต่อซื้อขายกับผู้ผลิตโดยตรง	ผู้ซื้อดำเนินการเอง (สั่งซื้อจากเว็บไซต์ของผู้ผลิตโดยตรง, สามารถเข้าถึงแหล่งของผู้ผลิตได้โดยตรง, ผู้ซื้อมีความรู้ภาษาจีนหรือมีคอนเนกชันที่ประเทศจีน)	ผู้ซื้อดำเนินการเอง/พึ่งธุรกิจการให้บริการฯ (สั่งซื้อเว็บไซต์ของผู้ผลิต หรือ ซื้อทัวร์จากทางชิปปิ้งเพื่อเยี่ยมชมโรงงาน)	ผู้ซื้อใช้บริการเว็บไซต์ฯ โดยทางเว็บไซต์ฯ จะมีลิ้งรายละเอียดสินค้าชนิดต่างๆ ที่เป็นภาษาไทย
การจ่ายเงินค่าสินค้า	ผ่าน Alipay โดยผู้ซื้อ มีบัญชี Alipay เป็นของตนเอง	ผู้ซื้อไม่มีบัญชี Alipay เป็นของตนเอง สามารถใช้บริการโอนเงินระหว่างประเทศจากเว็บไซต์ที่ให้บริการ	ผู้ซื้อโอนเงินให้กับเว็บไซต์ฯ และทางเว็บไซต์ฯ จะโอนเงินไปให้แก่ผู้ผลิตเอง
การนำเข้าสินค้า	ผู้ซื้อติดต่อหาชิปปิ้งเอง รวมทั้งให้ดูแลเรื่องของพิธีการนำเข้าศุลกากร และอัตราภาษีด้วย	บริษัทชิปปิ้งจะดำเนินการนำเข้าสินค้าให้ (กรณีซื้อสินค้าและใช้บริการผ่านทางบริษัทฯ)	เว็บไซต์จะนำเดินการนำเข้าสินค้าให้กับผู้ซื้อ
การส่งสินค้าภายในประเทศ	พึ่งพาบริการไปรษณีย์ของรัฐหรือเอกชน	พึ่งพาบริการไปรษณีย์ของรัฐหรือเอกชน	พึ่งพาบริการไปรษณีย์ของรัฐหรือเอกชน

6. บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร โดยกระบวนการและวิธีการ วิเคราะห์อันจะได้ดำเนินการกระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ อันได้แก่การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาแยกประเด็นหลักที่พบในข้อมูล ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดจากนั้นจึงนำประเด็นหลักมาพิจารณาแยกออกเป็นประเด็นย่อยและหัวข้อย่อย โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นรองของกระบวนการวิเคราะห์ ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ พบการนำเข้า 3 รูปแบบใหญ่ๆ คือ

กรณีที่ 1 เป็นกรณีที่มีความชำนาญ และมีคอนเนกชันที่ประเทศจีน มีการจัดการเองทั้งหมด การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง จัดการการนำเข้าและการขนส่งเอง มีความรู้เรื่องอัตราภาษีและ การนำเข้า ในกรณีนี้ พ่อค้าแม่ค้าที่มีความชำนาญ มีความรู้ พูดภาษาจีน ได้หรือมี คอนเนกชันที่ ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงอยู่ประเทศจีน โดยเฉพาะในเขตจังหวัดที่มีการขายส่งสินค้า หรือเขตโรงงาน ก็จะเดินทางไปยังประเทศจีนเพื่อติดต่อนำเสนอสินค้า มาขายในประเทศไทย พร้อมทั้งโอนเรื่องจัดการทางด้านภาษีและการนำสินค้าผ่าน บริษัทชิปปิ้ง เหตุผลที่ต้องพึ่งพา บริษัทชิปปิ้ง เพราะบริษัทชิปปิ้งเป็นเสมือนตัวแทนและเป็นผู้อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มีการนำเข้าหรือ ส่งออกสินค้าจากประเทศจีน การพึ่งพาบริษัทเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่ช่วยเหลือให้ ผู้ประกอบการที่ต้องการนำเข้าสินค้า จากจีนสามารถทำธุรกิจได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะการเติมเงินผ่านระบบธุรกรรมทางการเงินภายในประเทศจีนอย่าง Alipay ไปได้อย่างสะดวกมากกว่าต้องมาทำเอง ซึ่งรวมถึงตัดปัญหาอื่นๆ อาทิ การนำเข้าสินค้าภายใต้กฎเกณฑ์ของ กรมศุลกากร การดำเนินพิธีการทางด้านเอกสารนำเข้าหรือส่งออก และการติดต่อกับกรมศุลกากร ในเรื่องของภาษี เป็นต้น

กรณีที่ 2 กรณีที่ผู้นำเข้าไม่มีความชำนาญ และไม่มีความรู้ที่ประเทศจีน การจัดการเองบางส่วน การนำเข้าเอง เลือกสินค้าเอง ติดต่อผู้ผลิตเอง/พึ่งพาการติดต่อโดยบริษัทขนส่ง พึ่งพาการจัดการขนส่งและอัตราภาษีจากธุรกิจ การขนส่งระหว่างประเทศ สำหรับพ่อค้า แม่ค้าหรือผู้ประกอบการที่ไม่มีความชำนาญ ไม่เคยไปประเทศจีน พูด ภาษาจีนไม่ได้ ไม่มีเครือข่ายที่อยู่ที่นั่น การนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนเป็นเรื่องที่ยาก ไม่ง่ายเหมือนการซื้อสินค้าจาก โห้หลาจากร้านค้าส่งย่านสำเพ็งมาจำหน่าย แต่กระนั้นก็เชื่อว่าจะไม่มีการออก ผู้ประกอบการสามารถซื้อแพคเกจทัวร์ซื้อ สินค้าขายส่งถึงแหล่งที่ประเทศจีน มีพ่อค้าแม่ค้ามากมายที่อยากนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน แต่ไม่รู้จะเริ่มตรงไหน จนทำให้มีบริษัทที่ประกอบการทางด้านชิปปิ้งบางส่วนผันตัวทำบริษัททัวร์ที่มีคอนเนกชันกับบริษัทชิปปิ้ง ที่จัดทัวร์ พาคนไทยไปซื้อสินค้าจากประเทศจีนเพื่อนำมาจำหน่ายในประเทศไทย ด้วยการพาไปติดต่อกับร้านขายส่งใน ประเทศจีน พร้อมทั้งสอนหลักการทำธุรกิจกับชาวจีนไปพร้อมๆ กับให้คนไทยที่ไปทัวร์ซื้อสินค้า ได้ตกลงเสนอข้อ แลกเปลี่ยนทางธุรกิจ รวมถึงเงื่อนไขต่างๆ ระหว่างกันให้เป็นที่เรียบร้อย เพื่อต่อไปผู้ประกอบการคนไทยจะได้ติดต่อ สั่งซื้อสินค้ากับทางร้านค้าที่อยู่ในประเทศจีนได้ด้วยตัวเอง จากนั้นผู้ประกอบการคนไทยก็จะนำสินค้ามาเสนอขาย ตามช่องทางทำมาค้าขายที่ตนมีอยู่ ในรูปแบบดังนี้ 1) เปิดร้านค้าของตนเอง offline (มีร้านค้าของตนเอง นำสินค้า ไปฝากขายในร้านค้าของคนอื่น) 2) เปิดร้านค้าขายแบบ online (มีเว็บไซต์เป็นของตนเองนำสินค้าไปวางขายใน เว็บไซต์อื่นๆ) โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 คนต่างใช้บริการธนาคารตัวกลาง หรือ Alipay เพื่อลดความเสี่ยงในการติดต่อ ซื้อขายกับผู้ขายจากประเทศจีนโดยตรง ซึ่งธนาคารกลางนี้คือบริการหนึ่งที่ทางเว็บไซต์หลัก เช่น www.alibaba.com ที่มีเป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการค้าขาย มีขั้นตอนคือ

- 1) ผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกันว่าจะทำการซื้อขายผ่านบัญชีของ Alipay
- 2) ผู้ซื้อ โอนเงินเข้าบัญชีกลางซื้อขายนั้น ทาง Alipay แจ้งไปยังผู้ขายว่าผู้ซื้อโอนค่าสินค้าเรียบร้อยแล้ว
- 3) ผู้ขายสินค้าจัดส่งสินค้าไปยังที่อยู่ปลายทางที่ผู้ซื้อแจ้ง แสดงหลักฐานการส่งสินค้ากับ Alipay
- 4) เมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าและตรวจสอบความเรียบร้อย ก็แจ้งสถานการณรับสินค้าและการซื้อขายเสร็จสิ้นแก่

Alipay

5) ภายหลังจากที่ Alipay ตรวจสอบสถานะแล้ว โอนเงินจากบัญชีกลางเข้าสู่บัญชีผู้ขาย เป็นอันจบสิ้น กระบวนการขายอย่างสมบูรณ์

กรณีที่ 3 กรณีที่ไม่มีความชำนาญ และไม่มีความคุ้นเคยที่ประเทศจีนและต้องการความสะดวกเปิดเสรีในบริการเดียว โดยพึ่งพาธุรกิจการให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร การนำเข้าโดยพึ่งพาธุรกิจให้บริการการนำเข้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การเลือกสินค้าผ่านการแนะนำของผู้ให้บริการ การขนส่งไปจนถึงกระบวนการการนำเข้า ในกรณีนี้นั้นปัจจุบันมีบริการ “เว็บไซต์ตัวกลาง” ที่ให้บริการเป็นภาษาไทย ทำหน้าที่ส่งและคุยเชื่อมต่อกับผู้ขายในประเทศจีนแทน ผู้ซื้อสินค้า ยกตัวอย่างตามที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์ คือ www.alibabthailand.com www.bebefamily.com www.toobao2you.com เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ใช้ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า ความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาเว็บไซต์ตัวกลางเหล่านี้ เพราะไม่มีความรู้ภาษาจีน ความชำนาญในการซื้อขาย ไม่มีเครือข่ายในประเทศจีน และยังมีประสบการณ์ในการค้าขายน้อย หรือเพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ โดย ณ ขณะนี้ เว็บไซต์ตัวกลางนี้เป็นทางเลือกที่ดี ในการลดความเสี่ยงสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ทางภาษาจีน เพราะการสื่อสารที่ผิดพลาด อาจจะนำมาซึ่งความเสียหายของสินค้า การผิดไปจากรูปแบบที่สั่งหรือที่เข้าใจ เป็นต้น

ทั้งนี้สิ่งที่น่าสนใจยิ่งที่เป็นข้อค้นพบสำคัญ คือการเคลื่อนของช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด หรือ 7Ps ที่เคลื่อนจากตลาดทางกายภาพ ไปเป็นตลาดบนอินเทอร์เน็ตเสมือนไร้พรมแดน เข้าถึงง่ายและมีแนวโน้มที่ผู้ขาย หรือผู้กระจายสินค้า (distributor) จะอำนวยความสะดวกแบบเบ็ดเสร็จครบวงจรให้แก่ผู้ซื้อมากขึ้น สอดคล้องกับงานของสุดาควง เรืองรุจิระ (2543, น. 205-206) ที่กล่าวไว้ว่าการจัดจำหน่ายหรือการอธิบายถึง Place เป็นการศึกษาถึงกิจกรรมและสถาบันและสถาบันการตลาดที่สร้างอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา สถานที่ และความเป็นเจ้าของเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้ เช่นเดียวกับ รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2549, น. 93) กล่าวไว้ว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีความซับซ้อนมากขึ้นและลักษณะของคนกลางมีรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันทางด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตก็ปรับกลยุทธ์ของสินค้าอุปโภค หรือสินค้าอุตสาหกรรมเพียงอย่างเดียวสินค้าหลาย ๆ อย่างเป็นได้ทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าอุตสาหกรรมหรือมีสินค้ากึ่งอุตสาหกรรม

รังสรรค์สรุปว่าการจัดจำหน่ายแบบเปิดเป็นนโยบายที่ไม่ได้จำกัด เป็นการกระจายสินค้าไปในวงกว้าง เปิดสำหรับผู้ขายทุก ๆ ราย นโยบายนี้ใช้กับสินค้าที่ต้องการขายปริมาณมาก แต่จะมีจุดด้อยในการควบคุม เพราะมีปริมาณมาก และมีความซับซ้อนในการบริหารการขาย อาจจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายมาก ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคจำหน่ายผ่านทั้งร้านค้าส่งขนาดใหญ่ ร้านค้าส่งขนาดกลาง ร้านค้าปลีกทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก บริษัทต้องใช้พนักงานจำนวนมาก หรืออาจจะต้องใช้หน่วยรถขายสดร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ทำให้ต้องลงทุนมหาศาลความซับซ้อนในการบริหารก็มาจากระบบการขายที่มีต่อแต่ละที่จะแตกต่างกัน ไม่สามารถทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ระบบการเก็บข้อมูลการขายและการตลาดมีความซับซ้อน ยกแก่การวิเคราะห์และติดตามประเมินผล แต่งานของผู้เขียนพบว่าการลงทุนในตลาดในระดับกว้างขึ้นผ่านระบบ E-Commerce นั้นกลับลดพนักงานลงจำนวนมาก รวมถึงจุดกระจายสินค้า และต้นทุนการกระจายสินค้า ซึ่งทำให้ต้นทุนลดลงไปอย่างสิ้นเชิง แต่เป็นไปได้ว่าผู้ผลิตจะต้องมีองค์ความรู้ และต้องการความเฉพาะเจาะจงของสายงานสนับสนุน หรือเพิ่มอาชีพเกี่ยวกับเทคโนโลยีและสารสนเทศเพิ่มเติม เพื่อก้าวไปพร้อมกับระบบไร้สายที่ซับซ้อน

สาเหตุต้องมีนโยบายแบบเปิดในตลาด E-Commerce ครบวงจร

1) ความต้องการให้อัตราการครอบคลุมตลาด (Market Coverage) ให้สูงที่สุดคือ สามารถกระจายสินค้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มและทุกที่ได้รวดเร็ว

2) ลดกลไกพ่อค้าคนกลาง เช่น ร้านค้าส่งไม่ได้ดำเนินกลไกเป็นที่ต้องการ อาทิ การกระจายสู่ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และการทำการส่งเสริมการขาย อันเนื่องจากขาดสมรรถนะทั้งด้านบุคลากรด้านการเงิน โดยเฉพาะการไม่ยอมรับกลไกดังกล่าวทำให้ผู้ผลิตต้องดำเนินการด้วยตนเองในการกระจายสู่ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

3) ความปลอดภัย เช่น การซื้อขายคดกลางโอนเป็นไปด้วยความรัดกุมยิ่งขึ้นผ่านธนาคารกลาง ที่เอื้อประโยชน์ต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

4) ความรวดเร็วในการประสานงาน ทั้งระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย และผู้ทำหน้าที่ขนส่งระหว่างกลาง ทั้งนี้หากมีบริษัทจัดการการขนส่งที่รวดเร็ว ปลอดภัย มีประสิทธิภาพและราคาถูก ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายก็สามารถลดต้นทุนบทบาทการจ้างพนักงานที่ต้องดูแลในส่วนนี้ และความรับผิดชอบต่อสินค้าระหว่างขนส่งได้ด้วยเช่นกัน

รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2549, น.100) กล่าวว่า การจัดทำนโยบายแบบเลือกสรรเป็นการให้ความสำคัญการขายผลิตภัณฑ์ของตนให้กับผู้ขายที่ได้เลือกสรรแล้วว่าได้มาตรฐานที่กำหนด เช่น มีความสามารถในการขาย มีความสามารถทางการเงิน อัตราส่วนการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่ง สถานที่ตั้ง ฯลฯ การใช้นโยบายนี้ทำให้ควบคุมหรือบริหารได้ในระดับที่เหมาะสม และต้นทุนการจัดจำหน่าย ไม่ต้องมากเกินไปจนเกินไป แต่ในกรณีนี้ต้องยอมรับว่าจะได้อัตราการครอบคลุมตลาดเพียงระดับหนึ่ง ไม่สามารถครอบคลุมได้ทั้งหมด หรือสินค้าที่มีระดับราคาที่สูงเล็กน้อย และเมื่อคำนวณแล้ว ถ้าต้องการมีอัตราการครอบคลุมตลาดที่สูงกว่าก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงขึ้นในอัตราที่สูงกว่า ทำให้ประสิทธิภาพลดลง ความสำคัญของการจัดทำนโยบาย คือ การเข้ามาพัฒนาและช่วยเหลือในการแลกเปลี่ยน ซึ่งหมายถึง การซื้อและการขายสินค้า เพราะในปัจจุบันไม่ใช่ผลิตเพียงเพื่อบริโภคเท่านั้น แต่จะมีผลผลิตส่วนเกินเพื่อนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินมาเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการอื่น ดังนั้นการจัดจำหน่ายจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ 2 ฝ่าย คือทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ถ้าไม่มีสถาบันทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องจะทำให้สูญเสียทรัพยากรและเวลาในการแลกเปลี่ยนสินค้าอย่างมาก

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1) ประเด็นเพิ่มเติมเรื่องกรณีมีเครือข่ายเงินและมีเครือข่ายทางสังคมที่มีประสบการณ์ร่วมกันนั้น เป็นสิ่งที่น่าสนใจและควรลงรายละเอียดในเชิงลึก ถึงความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนระหว่างในภายในกลุ่ม ผู้วิจัยค้นพบเครือข่ายสังคมนี้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ เผยให้เห็นถึงเครือข่ายการค้าในผู้ขายสินค้าที่นำเข้าประเภทเดียวกัน รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนกันบ้างในกรณีที่นำเข้าสินค้าประเภทเดียวกัน แบบเดียวกัน ในกรณีที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการตลาดนั้น เป็นแนวทางการเกื้อกูลและพึ่งพากันท่ามกลางระบบการขายสินค้าประเภทเดียวกันและการตลาดที่เสมือนเป็นการแข่งขันโดยสมบูรณ์

2) ในส่วนของความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร การนำเข้า โดยมากผู้ซื้อมักพึ่งพาบริการจากบริษัทขนส่งที่ไว้วางใจ เพราะความรู้ในส่วนนี้ต้องมีการอัปเดตในช่วงของการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาและทักษะความชำนาญในการทำความเข้าใจ ประกอบกับการทำความเข้าใจผลกระทบในการนำเข้าและการขายจากนโยบายของรัฐบาลหรือระบบเศรษฐกิจและสังคมนั้น ผู้ขายไม่ได้มีความเข้าใจอย่างชัดเจนมากนัก เพียงแต่พิจารณาตลาดและกำลังซื้อ เงินทุนหมุนเวียนในแต่ละรอบ และคาดคะเนเองในช่วง ไฮ – โลว์ ซีซั่น โดยมุ่งแก้ปัญหาไปที่การส่งเสริมการขายและการพิจารณาหาสินค้าใหม่มาเป็นกระแสแฟชั่นใหม่มากกว่า

ปัญหา อุปสรรคและแนวทางในการพัฒนา

1) ด้วยความจำกัดของระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้า และความจำกัดของกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงและการบอกต่อนั้น อาจทำให้เห็นข้อมูลในเชิงลึกที่ไม่ครอบคลุมรอบด้าน ซึ่งแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาอย่างหนึ่งคือการทำวิจัยโดยบูรณาการร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อ ได้มาซึ่งข้อมูลทั้งในภาพกว้างและภาพแคบ

2) การเข้าสู่อาชีพและการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนั้น ด้วยความเข้าใจโดยนัยแล้วสามารถเลือกสรรนิยามตามทฤษฎีการตัดสินใจในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมจากประสบการณ์หรือแรงจูงใจอื่นๆ ผู้ศึกษาพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากเป็นเพศหญิง แต่ภายในงานศึกษานี้ พบเพศชายที่มีเพศสภาวะเป็นชาย (สถานภาพสมรสและมีบุตร) การเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมาขายจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาอยู่ไม่น้อย

เอกสารอ้างอิง

รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2549). การตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จสำหรับผู้บริหาร SMEs. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). ทิศทาง e – Commerce ไทย. สืบค้นจาก

http://service.nso.go.th/nso/web/article/article_32.html.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). สสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2557

สืบค้นจาก <http://www.slideshare.net/boonlert/ict-usage-survey-thailand-2557>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2556). สืบค้นจาก

http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search/result_by_department-th.jsp

E-commerce in China Statistics and Trends. (2013). Retrieved from <http://visual.ly/e-commerce-china>