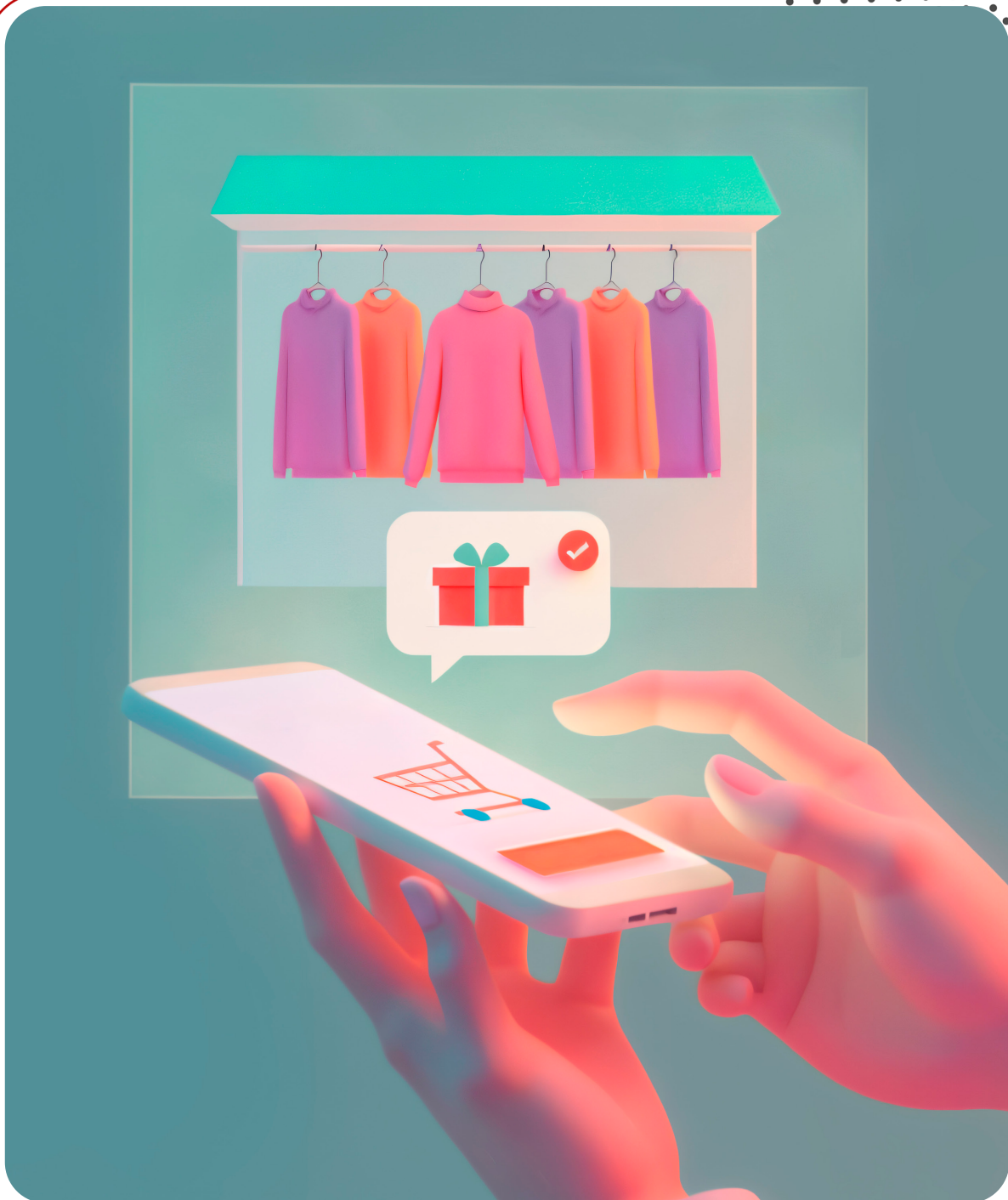


คำนิยามพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการพัฒนา (OECD) ฉบับปี 2568

กรกฎาคม 2569



สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร
ประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบรัสเซลส์



© Money Knack, Unsplash



CPMU
Customs Policy
Monitoring Unit

สร้อยคำ: ท่านผู้อ่าน

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เป็นส่วนสำคัญของระบบเศรษฐกิจโลกและได้เข้ามาเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้บริโภคไปอย่างสิ้นเชิงท่ามกลางพลวัตดังกล่าว การมีค่านิยมที่เป็นมาตรฐานสากลเพื่อใช้ในการวัดผลและจัดเก็บสถิติทางการค้าจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดนโยบายทางการค้าและนโยบายศุลกากรในปัจจุบัน ค่านิยม e-commerce ขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ฉบับปี 2552 (2009) เป็นค่านิยมที่ได้รับการยอมรับและนำไปปรับใช้อย่างกว้างขวางในหลายประเทศ และถูกใช้ในการกำหนดกรอบมาตรฐาน Framework of Standards on Cross-border e-commerce ปี 2565 (2022) ขององค์การศุลกากรโลก (World Customs Organization: WCO)

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้ค่านิยมฉบับปี 2552 (2009) มีข้อจำกัดในการจำแนกประเภทธุรกรรมรูปแบบใหม่ ดังนั้น OECD จึงได้ทบทวนและพัฒนาค่านิยม e-commerce ฉบับปี 2568 (2025) เพื่อสร้างความชัดเจนในส่วนแนวปฏิบัติเพื่อการตีความ (Interpretative Guideline) ให้ครอบคลุมการสั่งซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด (Livestream Shopping) การสั่งซื้อที่ดำเนินการด้วยปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เช่น การสั่งซื้อผ่านแชทบอท AI (AI-powered Chatbot) การสั่งซื้อด้วยเสียง (Voice Shopping) รวมทั้งการกำหนดขอบเขตของแพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัล (Digital Intermediation Platform: DIP) ซึ่งสะท้อนรูปแบบการทำธุรกิจ e-commerce ในปัจจุบัน

การปรับปรุงค่านิยมของ e-commerce ในครั้งนี้ ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ และองค์การระหว่างประเทศต้องปรับปรุงแนวปฏิบัติทางสถิติและการวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจของ e-commerce และมีความสำคัญต่อหน่วยงานไทยในการเปลี่ยนแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับมาตรฐานของ OECD ตามเป้าหมายการเข้าเป็นสมาชิก OECD ภายในปี 2571 (2028) ของรัฐบาล รายงานการศึกษานโยบายศุลกากรในต่างประเทศฉบับนี้ จึงมุ่งนำเสนอรายละเอียดการปรับปรุงค่านิยม e-commerce ของ OECD จากฉบับปี 2552 (2009) ไปสู่ฉบับปี 2568 (2025) พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบและนัยยะสำคัญที่มีต่อกรอบมาตรฐาน Framework of Standards on Cross-border e-commerce ของ WCO เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงระเบียบวิธีปฏิบัติ การบริหารจัดการ และการควบคุมทางศุลกากรให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บราลีรัตน์ ปิ่นตะ

บรรณาธิการที่ปรึกษา

นางสาวบราลีรัตน์ ปิ่นตะ
อัครราชทูต (ฝ่ายศุลกากร)

นายภัสสรณ์รัฐ นิลพันธ์
อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายศุลกากร)

นายอศวรรธน์ เกิดสังข์
เลขาธิการเอก (ฝ่ายศุลกากร)

กองบรรณาธิการ

นายกรวีร์ ทองอินท์

เจ้าหน้าที่โครงการ Customs Policy
Monitoring Unit

จัดทำโดย

สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร
ประจำสถานเอกอัครราชทูต
ณ กรุงบรัสเซลส์

Office of Customs Affairs
Royal Thai Embassy, Brussels

Drève du Rembucher 89
1170 Brussels, Belgium
Tel. +32 2 660 5759
Email: thaicustoms@thaicustoms.be

ท่านผู้อ่านสามารถติดตาม
รายงานฉบับอื่น ๆ ได้ที่
<http://brussels.customs.go.th>
หัวข้อ: รายงานการศีกษา

สารบัญ

01

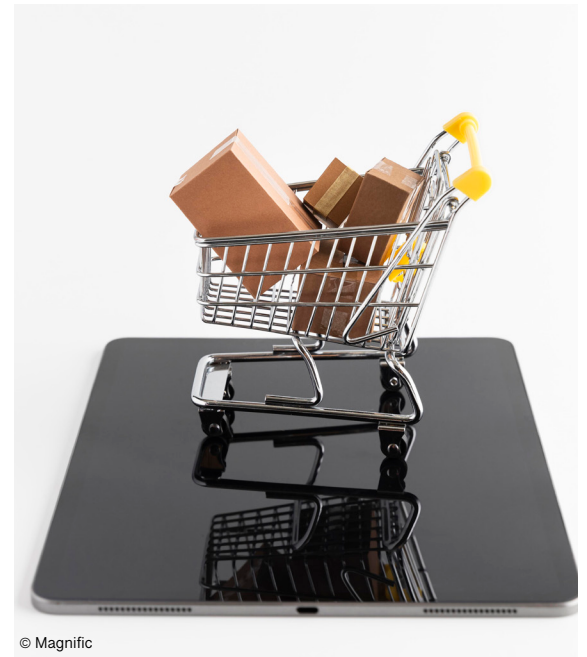
การกำหนดคำนิยาม e-commerce
โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจ
และการพัฒนา (OECD)

1

02

คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2552

3



© Magnific

03

คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568

7

04

บทบาทของคำนิยาม e-commerce ฉบับปี 2568
ของ OECD ต่อมาตรฐาน Cross-border e-commerce
ของ WCO

12



©Magnific



การกำหนดคำนิยาม e-commerce โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการพัฒนา (OECD)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เป็นเสาหลักที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจในโลกยุคดิจิทัล ซึ่งในมุมมองของศุลกากร e-commerce เป็นทั้งโอกาสและความท้าทาย เนื่องจาก e-commerce ช่วยสนับสนุนให้พิธีการศุลกากรเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล ในขณะเดียวกัน ศุลกากรก็ต้องตรวจสอบสินค้ามูลค่าต่ำที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นมหาศาลจากความนิยมซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม e-commerce จึงสังเกตได้ว่าหน่วยงานศุลกากรทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้า e-commerce และมีแนวโน้มที่จะยกเลิกการยกเว้นอากรสำหรับสินค้ามูลค่าต่ำ (de minimis) เพื่อเพิ่มการเก็บรายได้ ปกป้องผู้ประกอบการภายในประเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า

ทั้งนี้ e-commerce เป็นปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับโลก ดังนั้น การมีความเข้าใจและคำนิยาม e-commerce ที่สอดคล้องกันจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการติดตามพลวัตการค้าโลกเพื่อการกำหนดนโยบายควบคุมและอำนวยความสะดวกทางการค้าในมิติต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในปัจจุบัน คำนิยาม e-commerce ที่กำหนดโดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organisation for Economic Co-operation and Development: OECD) ถือเป็นคำนิยามที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีความเรียบง่าย ไม่ผูกติดกับเทคโนโลยีใดเทคโนโลยีหนึ่ง (Technology Neutrality) และมีความสามารถในการปรับตัวต่อการพัฒนาทางเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

OECD ได้กำหนดคำนิยามของ e-commerce ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2544 (2001) และได้ปรับปรุงใหม่ในปี 2552 (2009) เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางเทคโนโลยีและการค้าที่เปลี่ยนไป ซึ่งคำนิยามฉบับปี 2552 (2009) ได้กลายเป็นกรอบที่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูล e-commerce ในระดับระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังถูกใช้ในการกำหนดกรอบมาตรฐาน Framework of Standards on Cross-border e-commerce ปี 2565 (2022) ขององค์การศุลกากรโลก (World Customs Organization: WCO) และเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดคำนิยามของการค้าดิจิทัล (Digital Trade) ในเวลาต่อมา

อย่างไรก็ตาม การหารือในเวทีการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมระหว่างคณะทำงานด้านเศรษฐกิจดิจิทัล การวัดผล และการวิเคราะห์ของ OECD (Working Party on Digital Economics, Measurement and Analysis: WPDEMA) เมื่อเดือนเมษายน 2568 (2025) ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงคำนิยาม e-commerce เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถตีความคำนิยามไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งบัญญัติคำนิยามใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และความนิยมของการสั่งซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

เนื่องด้วยประเทศไทยได้กำหนดเป้าหมายการเข้าเป็นสมาชิก OECD ภายในปี 2571 (2028) และได้เริ่มดำเนินการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนหน่วยงานภายในประเทศให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานของ OECD อย่างเป็นรูปธรรม รายงานการศึกษา นโยบายศุลกากรในต่างประเทศฉบับนี้ จึงขอเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568 (2025) เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านการบริหาร และการควบคุม e-commerce อีกทั้งเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการเจรจาและทำความเข้าใจแนวคิดของ OECD ในประเด็นที่เกี่ยวข้องต่อไป

รายงานการศึกษานี้ เริ่มจากการนำเสนอคำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2552 (2009) ซึ่งเป็นฐานคำนิยามที่มีการใช้บังคับอย่างแพร่หลาย การปรับปรุงนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568 (2025) และสรุปด้วยบทวิเคราะห์ผลกระทบของคำนิยามดังกล่าวต่อกรอบมาตรฐาน Framework of Standards on Cross-border e-commerce ปี 2565 (2022) ของ WCO





คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2552

คำนิยาม e-commerce ของ OECD ในปี 2552 (2009) ให้ความสำคัญกับความเรียบง่าย และความสามารถในการนำไปใช้บังคับได้จริง โดยขับเคลื่อนด้วยหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความสอดคล้องกับบริบททางการค้า (Relevance) ความสามารถในการวัดผล (Measurability) และความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) เพื่อยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพในการเปรียบเทียบข้อมูลสถิติด้าน e-commerce ในระดับระหว่างประเทศ และเพื่อกำหนดคำนิยามที่สามารถปรับตัวเข้าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง

An **e-commerce transaction** is the sale or purchase of goods or services, conducted over computer networks by methods specifically designed for the purpose of receiving or placing of orders. The goods or services are ordered by those methods, but the payment and the ultimate delivery of the goods or services do not have to be conducted online. An e-commerce transaction can be between enterprises, households, individuals, governments, and other public or private organisations.

2009 OECD Definition of e-commerce

การปรับปรุงคำนิยามที่สำคัญจากคำนิยามฉบับปี 2544 (2001) คือ การระบุข้อความ “**...ด้วยวิธีการที่ออกแบบมาเพื่อการรับคำสั่งซื้อโดยเฉพาะ (...by methods specifically designed for the purpose of receiving or placing orders.)**” เพื่อกำหนดว่า e-commerce สื่อถึงธุรกรรมที่ดำเนินการผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีฟังก์ชันสำหรับการสั่งซื้อโดยเฉพาะเท่านั้น ในส่วนคำแนะนำเพื่อการตีความ (Guideline for Interpretation) จึงได้ขยายความว่า ขอบเขตของ e-commerce จะอ้างอิงจากวิธีการสั่งซื้อ ซึ่งนับรวม (Include) คำสั่งซื้อที่ดำเนินการผ่านหน้าเว็บ (Web Page) เครือข่ายภายนอกองค์กร หรือ เอ็กซ์ทราเน็ต (Extranet) และระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange: EDI)

Include: orders made in webpages, extranet or EDI. The type is defined by the method of making the order.

Exclude: orders made by telephone calls, facsimile, or manually typed e-mail.

2009 Guidelines for Interpretation

ทั้งนี้ คำนิยามดังกล่าวไม่นับรวม (Exclude) คำสั่งซื้อที่กระทำการผ่านการพิมพ์ส่งอีเมล (Manually Typed Email) อย่างชัดเจน เนื่องจากขาดระบบการขายทางอิเล็กทรอนิกส์แบบอัตโนมัติ และไม่นับรวมคำสั่งซื้อที่ทำผ่านโทรศัพท์ โทรสาร (แฟกซ์) ระบบ Minitel และระบบโทรศัพท์โต้ตอบอัตโนมัติ โดยการแบ่งแยกเช่นนี้ช่วยให้การรายงานข้อมูลมีความแม่นยำ ลดความคลุมเครือ และทำให้ข้อมูลสอดคล้องกัน

คำนิยามฉบับปี 2552 (2009) ใช้แนวทางที่ไม่ผูกติดกับเทคโนโลยีใดเทคโนโลยีหนึ่ง (Technology-neutral Approach) ซึ่งแตกต่างจากคำนิยามฉบับปี 2544 (2001) ที่เคยระบุประเภทของธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตไว้อย่างเจาะจง ทำให้คำนิยามนี้สามารถนำไปปรับใช้เพื่อรองรับบริบททางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเมื่อแพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัล (Digital Intermediation Platforms: DIP) ได้กลายมาเป็นผู้เล่นรายใหญ่ในตลาด e-commerce ความยืดหยุ่นเช่นนี้ช่วยให้ไม่จำเป็นต้องปรับปรุงคำนิยามบ่อยครั้ง และเหมาะต่อการปรับใช้ในระยะยาว

นอกจากนี้ คำนิยามของ OECD ยังได้ยกเว้นองค์ประกอบบางประการเพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวัดผล โดยองค์ประกอบด้านการชำระเงินออนไลน์และวิธีการจัดส่งสินค้าจะไม่ถูกนำมาเป็นองค์ประกอบหลักในการกำหนดขอบเขตของ e-commerce แต่มุ่งเน้นกำหนดคำนิยามจากเฉพาะขั้นตอนการสั่งซื้อ (Order Placement) เพื่อช่วยลดการเก็บข้อมูลเกินจริง และการเก็บข้อมูลซ้ำซ้อน

การนำคำนิยาม e-commerce ของ OECD ไปใช้ในระดับสากล

คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2552 (2009) เป็นรากฐานสำคัญในการติดตามเศรษฐกิจดิจิทัลในระดับโลก และมีการนำไปปรับใช้อย่างแพร่หลายในบริบทที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ โดยได้รับการยอมรับจากประเทศสมาชิก OECD และประเทศนอกกลุ่ม OECD จำนวนมาก เช่น สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคำนิยามนี้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมต่อการใช้เพื่อติดตามข้อมูลในระดับประเทศและใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลในระดับสากล



1. บทบาทในระบบสถิติทางการค้า

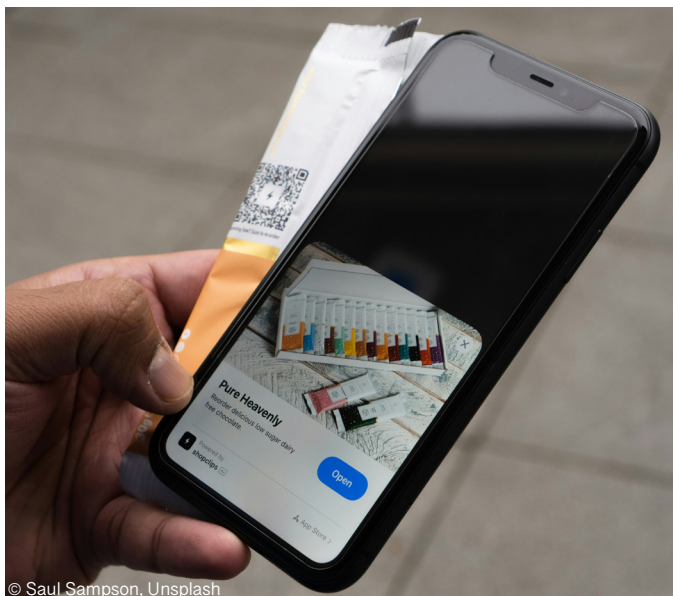
คำนิยามของ OECD เป็นมาตรฐานระดับโลกในการจัดทำสถิติและการเปรียบเทียบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของ e-commerce ในภูมิภาคต่าง ๆ โดยถูกใช้ในโครงการที่สำคัญของ EU หลายโครงการ อาทิ การสำรวจข้อมูลการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (EU Community Surveys on ICT Usage) แบบสำรวจข้อมูล e-commerce ใน EU และประเทศสมาชิก OECD ก็ได้อ้างอิงคำนิยามนี้ในการวิเคราะห์และการกำหนดนโยบายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลและการควบคุมในด้านต่าง ๆ

นอกจากนี้ องค์การศุลกากรโลก (WCO) ยังได้อ้างอิงคำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2552 (2009) ในกรอบมาตรฐาน Framework of Standards on Cross-border e-commerce ปี 2565 (2022) เพื่อเป็นแนวทางการจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-border e-commerce) ดังนั้นระเบียบมาตรฐานด้านการเก็บสถิติข้อมูล e-commerce ของ WCO และ OECD จึงสอดคล้องกัน

2. การนำคำนิยามไปปรับใช้ ในบริบทเฉพาะด้าน

บางประเทศได้นำคำนิยามของ OECD ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทและความสำคัญเร่งด่วนเฉพาะด้านของตน เช่น สาธารณรัฐตุรกีได้นำกรอบคำนิยามของ OECD ไปปรับใช้ในระบบรายงานข้อมูลของศุลกากร เพื่อเพิ่มความแม่นยำของข้อมูลการค้าดิจิทัลและบราซิลได้ใช้คำนิยามนี้ในการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในภาคธุรกิจ ซึ่งได้รวมข้อมูลของการสั่งซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เข้ามาด้วย เพื่อประเมินบทบาทที่เติบโตขึ้นของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

ทั้งนี้ ประเทศไทยได้นำคำนิยามดังกล่าวมาปรับใช้โดยได้นับรวมคำสั่งซื้อที่ทำการพิมพ์ส่งอีเมล (Manually Typed Email) ไว้ในข้อมูลสถิติบางรายการ โดยสหรัฐเม็กซิโกก็มีการนับรวมธุรกรรมที่ดำเนินการผ่านสื่อสังคมออนไลน์และรวมการสั่งซื้อผ่านการพิมพ์ส่งอีเมลไว้ในการสำรวจข้อมูลโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยเช่นกัน การปรับใช้เหล่านี้ช่วยให้ประเทศต่าง ๆ สามารถสำรวจข้อมูลตรงตามบริบทของตนมากขึ้น แต่ได้สร้างความท้าทายในการเปรียบเทียบและติดตามพลวัตทางการค้าดิจิทัลในระดับระหว่างประเทศ



© Saul Sampson, Unsplash

3. ความท้าทาย และประเด็นที่ต้องได้รับการปรับปรุง

เมื่อเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น การจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ e-commerce ให้ครอบคลุมทุกมิติจึงเผชิญกับความท้าทายรูปแบบใหม่ โดยในบางภูมิภาคพบความยากลำบากในการเก็บข้อมูลคำสั่งซื้อ e-commerce เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายมาเป็นแพลตฟอร์มหลักในการซื้อสินค้า ในทำนองเดียวกัน การเติบโตของธุรกิจแบบสมัครสมาชิก (Subscription Model) และธุรกรรมแบบเรียกเก็บเงินประจำ (Recurring Transaction) ยังสร้างความซับซ้อนในการแยกคำสั่งซื้อแบบครั้งเดียว (One-time Order) กับการสั่งซื้อซ้ำแบบอัตโนมัติ (Automated Repeat Purchase) ซึ่งอาจนำไปสู่การเก็บข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนและซ้ำซ้อน

ทั้งนี้ คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2552 (2009) ยังไม่มีการกล่าวถึงธุรกิจรูปแบบใหม่ เช่น ธุรกรรมที่ดำเนินการด้วย AI และการค้าที่โต้ตอบกันทางดิจิทัล (Interactive Digital Commerce) เช่น การซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด (Livestream Shopping) โดยข้อความที่ว่า “เครือข่ายคอมพิวเตอร์ด้วยวิธีการที่ออกแบบมาเพื่อการรับคำสั่งซื้อโดยเฉพาะ” ได้สร้างความคลุมเครือในการตีความ โดยเฉพาะเมื่อสื่อสังคมออนไลน์ถูกใช้เป็นส่วนกลางสำหรับธุรกรรมดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น พัฒนาการของการค้าดิจิทัลเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการปรับปรุงคำนิยามฉบับปี 2552 (2009) ให้สอดคล้องกับบริบทของ e-commerce ที่มีวิธีการสั่งซื้อรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง



TART_



START_



START_



© rawpixel.com, Magnific



คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568

การปรับปรุงนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568 (2025) ยังคงรักษากรอบคำนิยาม ฉบับปี 2552 (2009) เอาไว้ แต่ได้ปรับปรุงรายละเอียด เพื่อรองรับรูปแบบธุรกิจและธุรกรรมทางดิจิทัล ที่เกิดขึ้นใหม่ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ คำนิยามหลักของ e-commerce ไม่มีการเปลี่ยนแปลง จากคำนิยามฉบับปี 2552 (2009) แต่มีการปรับปรุง ในส่วนคำแนะนำเพื่อการตีความ (Guidelines for Interpretation) ให้สอดคล้องกับบริบททางการค้าและ เทคโนโลยีในปัจจุบันมากขึ้น

หลักการสำคัญของคำนิยามฉบับปี 2568 (2025) ยังคงเดิม คือ e-commerce ยังคงถูกกำหนดด้วย “วิธีการสั่งซื้อ” และไม่ได้ให้ความสำคัญกับวิธีการชำระเงิน หรือวิธีการจัดส่งสินค้า โดยสามารถอธิบายรายละเอียด ของคำแนะนำเพื่อการตีความทั้งในส่วนขอบเขตที่นับรวม (Include) และขอบเขตที่ไม่นับรวม (Exclude) ดังนี้

An **e-commerce transaction** is the sale or purchase of goods or services, conducted over computer networks by methods specifically designed for the purpose of receiving or placing of orders. The goods or services are ordered by those methods, but the payment and the ultimate delivery of the goods or services do not have to be conducted online. An e-commerce transaction can be between enterprises, households, individuals, governments, and other public or private organisations.

2025 OECD Definition of e-commerce

1. ขอบเขตที่นับรวม (Include)

คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568 (2025) ยังคงนับรวมการสั่งซื้อผ่านหน้าเว็บ (Webpage) เอ็กซ์ทราเน็ต (Extranet) และระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI) ตามที่ได้กำหนดไว้ในคำนิยามฉบับปี 2552 (2009) สะท้อนว่าแพลตฟอร์มเหล่านี้ยังคงเป็นช่องทางการสั่งซื้อหลัก แต่มีการขยายการตีความให้นับรวมรูปแบบการสั่งซื้ออื่น ๆ ดังนี้

1.1 แอปพลิเคชัน (Application)

คำนิยามใหม่นี้มีการระบุว่าการสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน (Apps) ถือเป็นส่วนหนึ่งของ e-commerce อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่าแอปพลิเคชันจะถูกครอบคลุมโดยปริยายอยู่แล้วภายใต้คำนิยามปี 2552 (2009) เนื่องจากมีรูปแบบการทำงานแบบ Web-based Protocol เช่นเดียวกับหน้าเว็บ แต่การระบุถึงแอปพลิเคชันไว้อย่างชัดเจน ช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและเพื่อให้มีการใช้บังคับอย่างเป็นเอกภาพ

Include: Orders made via webpages, **apps**, extranets, and Electronic Data Interchange (EDI). The type is defined by the method of making the order.

Exclude: Orders made by telephone calls, facsimiles, **on-premise mechanisms (including but not limited to kiosks or QR codes)**, manually typed messages (including but not limited to e-mails).

2025 Guidelines for Interpretation

ทั้งนี้ คำนิยามฉบับปี 2568 (2025) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการสั่งซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และแพลตฟอร์มรับส่งข้อความ (Messaging Platform) จะถือเป็น e-commerce ก็ต่อเมื่อมีการส่งคำสั่งซื้อด้วยเมนูคำสั่งที่ออกแบบมาเพื่อการสั่งซื้อสินค้าโดยเฉพาะ ยกตัวอย่างเช่น ระบบแคตตาล็อกที่มีภายในแอปพลิเคชัน (Structured In-app Catalogue) ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องพิมพ์ข้อความสั่งซื้อด้วยตนเอง การสร้างความชัดเจนนี้เป็นการยอมรับบทบาทของแพลตฟอร์มเหล่านี้ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ที่กำลังเพิ่มมากขึ้น เห็นได้ชัดจากการพัฒนาส่วนเสริมของแพลตฟอร์ม เช่น WhatsApp Carts และ TikTok Shop

ในทางตรงกันข้าม การพิมพ์ข้อความด้วยตนเอง (Manually Typed Order) ยังคงอยู่นอกขอบเขตของคำนิยาม เนื่องจากไม่มีกลไกการสั่งซื้อที่มีโครงสร้างในระบบตามที่คำนิยามกำหนดไว้ ดังนั้น แอปพลิเคชันบางประเภทที่ทำหน้าที่เป็นเพียงประตูเชื่อม (Gateway) ไปยังร้านค้าออนไลน์ในเว็บอื่น ๆ เพื่อดำเนินการสั่งซื้อ และแอปพลิเคชันเองยังไม่รองรับระบบการซื้อขายภายในแอป จึงไม่ถือเป็น e-commerce

1.2 การซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด (Livestream Shopping)

คำนิยามฉบับปี 2568 (2025) ได้สร้างความชัดเจนต่อการซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด (Livestream Shopping) หรือเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “การไลฟ์สด” โดยการสั่งซื้อที่เกิดขึ้นระหว่างกิจกรรมการไลฟ์สดนี้จะถือเป็น e-commerce ก็ต่อเมื่อมีการส่งคำสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มที่ออกแบบมาเพื่อสั่งซื้อสินค้านั้นโดยเฉพาะ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือส่วนเสริมอื่น ๆ ที่ออกแบบมาสำหรับการสั่งซื้อโดยเฉพาะ ซึ่งเข้าถึงได้ผ่านเว็บลิงก์ แท็ก หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ที่แสดงไว้ระหว่างการไลฟ์สดในกรณีเช่นนี้ การไลฟ์สดจะทำหน้าที่เป็นเพียงกิจกรรมส่งเสริมการขาย ในขณะที่ธุรกรรมจะดำเนินการผ่านแพลตฟอร์ม e-commerce อื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม คำนิยามนี้ได้ชี้แจงอย่างชัดเจนว่าคำสั่งซื้อที่ส่งผ่านการพิมพ์ข้อความด้วยตนเองในช่องแชทของการไลฟ์สดนั้นไม่ถือเป็น e-commerce แม้ว่าผู้ดำเนินรายการไลฟ์สดบางรายอาจตอบรับคำสั่งซื้อผ่านกล่องข้อความส่วนตัวหรือช่องแชทของการไลฟ์สดก็ตาม เว้นเสียแต่ในกรณีที่ผู้ชมที่เข้าร่วมการไลฟ์สดพิมพ์ขอลิงก์เพื่อสั่งซื้อสินค้าในช่องแชท จากนั้นจึงเข้าไปดำเนินการซื้อสินค้าผ่านหน้าเว็บภายนอกที่มีระบบการสั่งซื้อ จึงจะถือว่าอยู่ในขอบเขตของคำนิยาม



© Magnific

1.3 วิธีการสั่งซื้อที่ดำเนินการด้วย AI

การสั่งซื้อออนไลน์ถูกดำเนินการด้วย AI มากขึ้น โดยคำนิยามฉบับปี 2568 (2025) ระบุว่าคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจะถือเป็น e-commerce ก็ต่อเมื่อมีการส่งคำสั่งซื้อผ่านระบบที่มีโครงสร้างเพื่อการสั่งซื้อโดยอัตโนมัติ โดยปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนด้วย AI หลากหลายรูปแบบที่นำมาอำนวยความสะดวกในธุรกรรมออนไลน์ ดังนี้

แชทบอท AI (AI-powered Chatbot)

แชทบอท AI กำลังกลายเป็นช่องทางสำคัญในการอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกรรมออนไลน์ โดยเป็นบริการหนึ่งของแพลตฟอร์ม e-commerce แอปพลิเคชันรับส่งข้อความ และเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้า รับคำแนะนำ และส่งคำสั่งซื้อด้วยระบบโดยอัตโนมัติได้ โดยบางระบบมีช่องทางการชำระเงิน (Payment Gateway) ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมจนเสร็จสิ้นได้ภายในการสนทนาครั้งเดียว ซึ่งการสั่งซื้อลักษณะนี้สอดคล้องกับคำนิยามของ OECD

การสั่งซื้อสินค้าด้วยเสียง (Voice Shopping)

เทคโนโลยีการสั่งงานด้วยเสียง เช่น Amazon Alexa Google Assistant และ Apple Siri ช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหา เลือก และซื้อสินค้าผ่านการสั่งด้วยเสียง โดยเชื่อมโยงระบบเข้ากับแพลตฟอร์ม e-commerce อื่น ๆ โดยตรง ซึ่งธุรกรรมเหล่านี้จะได้รับการประมวลผลแบบ Web-based Protocol เช่นเดียวกับหน้าเว็บ จึงมีความสอดคล้องกับนิยาม e-commerce ของ OECD เนื่องจากการส่งคำสั่งซื้อยังคงดำเนินการผ่านระบบเพื่อการสั่งซื้ออย่างชัดเจน

2. ขอบเขตที่ไม่นับรวม (Exclude)

คำนิยามฉบับปรับปรุงปี 2568 (2025) ยังคงมีขอบเขตข้อยกเว้นตามคำนิยามฉบับปี 2552 (2009) ซึ่งไม่นับรวมคำสั่งซื้อที่ทำการโทรศัพท์ โทรสาร (แฟกซ์) หรือการพิมพ์อีเมลแบบปกติ และยังได้ชี้แจงเพิ่มเติมว่า การพิมพ์ข้อความสนทนาด้วยตนเอง ซึ่งรวมถึงคำสั่งซื้อในรูปแบบข้อความที่ไม่มีระบบการสั่งซื้อทางดิจิทัลรองรับ ก็อยู่นอกขอบเขตของ e-commerce เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ คำนิยามยังได้เน้นย้ำถึงเงื่อนไขว่า e-commerce ต้องเป็นการสั่งซื้อทางไกล (Remote) จึงไม่นับรวมการสั่งซื้อ ณ สถานที่ประกอบการจริง (On-premise Order) ที่ดำเนินการผ่านตู้คีออส (Kiosk) หรือ รหัส QR แบบอัตโนมัติ เนื่องจากเครื่องมือเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นเพียงเทคโนโลยีทดแทนพนักงานขายหน้าร้าน ไม่ได้มีลักษณะเป็น e-commerce ตามความหมายที่กำหนดไว้ และเนื่องจากธุรกรรมเหล่านี้เกิดขึ้นในสถานที่จริงซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายมีปฏิสัมพันธ์กันโดยตรง จึงไม่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ด้านการสั่งซื้อทางไกลที่เป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญของคำนิยาม

3. คำอธิบายขอบเขตเพิ่มเติม

นอกเหนือจากการอธิบายขอบเขตที่นับรวมและไม่นับรวมข้างต้น OECD ได้ระบุคำนิยามสำหรับธุรกรรม 2 ประเภทที่จำเป็นต้องมีการสร้างความชัดเจนเพิ่มเติม ได้แก่ การทำธุรกรรมผ่านตัวกลางดิจิทัล (Digital Intermediary) และการสั่งซื้อแบบสมัครสมาชิกทางดิจิทัล (Digitally Ordered Subscription) ซึ่งเป็นรูปแบบธุรกรรมที่พบได้แพร่หลายในบริบทของ e-commerce

3.1 ตัวกลางดิจิทัล (Digital Intermediary)

ตัวกลางดิจิทัล คือ ภาควิชาที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยมักจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากการให้บริการนี้ ในบริบทของ e-commerce มักเรียกว่า **แพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัล (Digital Intermediation Platform: DIP)** เช่น Amazon Lazada Shopee ในเชิงสถิติ ข้อมูลของตัวกลางดิจิทัลสร้างความท้าทายสำคัญในการวัดผลเนื่องจากเสี่ยงต่อการนับซ้ำ (Double Counting) การวัดผลและการเก็บข้อมูลจึงจำเป็นต้องเน้นเฉพาะ “ค่าธรรมเนียมการเป็นตัวกลาง” (Intermediation Fee) ที่เรียกเก็บโดยแพลตฟอร์มเท่านั้น แทนการเก็บข้อมูลที่เป็นมูลค่าของธุรกรรมทั้งหมด เนื่องจากแพลตฟอร์มไม่ได้เป็นเจ้าของสินค้า



© The Finery Report

คำนิยามฉบับปี 2568 (2025) มีการปรับปรุงรายละเอียดที่สำคัญเพื่อสะท้อนถึงบทบาทที่เติบโตขึ้นของตัวกลางดิจิทัล โดยมีข้อเสนอแนะให้แยกคำสั่งซื้อที่ดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัลออกจากคำสั่งซื้อทั่วไป เพื่อช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายและหน่วยงานต่าง ๆ สามารถมองเห็นภาพและเข้าใจบทบาทของแพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัลในระบบเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้นเช่นกัน โดยเชื่อว่าแพลตฟอร์มเหล่านี้กำลังจะเป็นภาคส่วนหลักในการขับเคลื่อน e-commerce และระบบเศรษฐกิจดิจิทัลต่อไปในอนาคต

3.2 การสั่งซื้อแบบสมัครสมาชิกทางดิจิทัล (Digitally Ordered Subscription)

การสั่งซื้อแบบสมัครสมาชิกทางดิจิทัล คือธุรกรรมแบบเรียกเก็บเงินประจำ (Recurring Transaction) สำหรับสินค้าหรือบริการที่สั่งซื้อผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เช่น การสมัครใช้งานซอฟต์แวร์บริการ (Software-as-a-Service: SaaS) หรือการสมัครสมาชิกเพื่อการเข้าถึงสื่อบันเทิงดิจิทัล การสมัครสมาชิกในรูปแบบนี้เพื่อเข้าถึงและสั่งซื้อทั้งสินค้าดิจิทัลหรือสินค้าที่จับต้องได้ถือเป็นธุรกรรม e-commerce ภายใต้กรอบของ OECD เนื่องจากมีคุณสมบัติตรงหลักการที่มีการสั่งซื้อทางไกลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

ความท้าทายในเชิงสถิติของ e-commerce รูปแบบนี้ คือ การแยกแยะประเภทของการชำระเงินที่เกิดขึ้นเป็นประจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้ประกอบการใช้แนวทางการชำระเงินที่แตกต่างกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบันทึกมูลค่าการชำระเงินค่าสมัครสมาชิกตามช่วงเวลาที่เกิดขึ้นจริงเพื่อรับประกันความถูกต้องในการรายงานข้อมูล โดยหากเป็นการชำระเงินค่าสมัครสมาชิกล่วงหน้า (Paid Upfront) ควรรายงานยอดเต็มจำนวนในปีนั้น สำหรับการชำระเงินค่าสมัครสมาชิกแบบรายเดือน ควรรายงานแต่ละยอดในปีที่การชำระเงินนั้นเกิดขึ้นจริง ยกตัวอย่างเช่น การสมัครใช้บริการแบบ 2 ปีที่ชำระเงินล่วงหน้าเต็มจำนวน ควรรายงานยอดทั้งหมดในปีที่ซื้อ ในขณะที่การสมัครแบบชำระเงินรายเดือนควรบันทึกแยกตามปีที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละรอบปี



บทบาทของคำนิยาม e-commerce ฉบับปี 2568 ของ OECD ต่อมาตรฐาน Cross-border e-commerce ของ WCO

คำนิยาม e-commerce ของ OECD มีบทบาทสำคัญในการวางกรอบแนวคิดทางสถิติและการวางแผนนโยบายทางเศรษฐกิจดิจิทัลทั้งระดับในประเทศและระดับระหว่างประเทศ จึงมีบทบาทที่ส่งเสริมการจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-border e-commerce) ที่กำกับดูแลโดยองค์การศุลกากรโลก (WCO) โดยกรอบมาตรฐาน Framework of Standards on Cross-border e-commerce ปี 2565 (2022) ของ WCO ได้ยึดเอาคำนิยาม e-commerce ของ OECD เป็นฐานในการกำหนดข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้ กรอบมาตรฐานของ WCO ได้จากอ้างอิงคำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2552 (2009) การปรับเปลี่ยนคำนิยาม e-commerce มาเป็นฉบับปี 2568 (2025) ของ OECD จึงจะส่งผลกระทบและสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างต่อกรอบมาตรฐานของ WCO อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยสามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นดังต่อไปนี้

1. การยกระดับมาตรฐานรูปแบบการเก็บอากรผ่านแพลตฟอร์ม (Standard 8: Models of Revenue Collection)

มาตรฐานที่ 8 รูปแบบการจัดเก็บรายได้ (Standard 8: Models of Revenue Collection) ในกรอบมาตรฐาน Cross-border e-commerce ของ WCO ได้ระบุทางเลือกในการจัดเก็บอากรของสินค้าไว้อย่างกว้าง ทั้งการเก็บผ่านผู้ขาย (Vendor-based) การเก็บผ่านตัวกลาง (Intermediary-based) หรือการเก็บจากผู้ซื้อปลายทาง (Buyer-based) ทั้งนี้ คำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568 (2025) ได้ให้ความชัดเจนในประเด็นบทบาทหน้าที่ของแพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัล (Digital Intermediation Platform: DIP) ในการทำธุรกรรม e-commerce ส่งผลให้ WCO ต้องพิจารณาการกำหนดให้แพลตฟอร์มเป็นผู้รับผิดชอบการชำระอากรและภาษีเสมือนเป็นผู้จำหน่ายเอง หรือระบบ Platform-Deemed Supplier Model กลายเป็นมาตรฐานหลักในทางปฏิบัติ (Global Default Standard) แทนที่จะเป็นเพียงทางเลือกหนึ่ง

ในขณะเดียวกัน หน่วยงานศุลกากรทั่วโลก รวมถึงศุลกากรไทย ได้เริ่มปรับแนวทางการควบคุมและเก็บอากรสินค้า e-commerce ผ่านแพลตฟอร์มเป็นหลักแล้ว เนื่องจากเป็นมาตรการที่สอดคล้องกับกระแสการยกเลิกการยกเว้นอากรสำหรับสินค้ามูลค่าต่ำ (de minimis) และเปลี่ยนไปใช้ระบบการเก็บอากรศุลกากรสำหรับสินค้าทุกชิ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดเก็บรายได้และยกระดับการควบคุมสินค้า เห็นได้จากการที่กรมศุลกากรไทยได้ลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding: MOU) ว่าด้วยการกำกับดูแลและปราบปรามการนำเข้าสินค้าผิดกฎหมายและสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ร่วมกับแพลตฟอร์ม 5 ราย ประกอบด้วย Lazada Shopee TikTokShop SHEIN และ Temu เพื่อให้แพลตฟอร์มมีหน้าที่จัดเก็บและนำส่งอากรโดยตรงในขั้นตอนการซื้อขาย ช่วยลดงานธุรการในการตรวจปล่อยพัสดุมูลค่าต่ำ ณ ด้านศุลกากร และเปิดช่องว่างทางกฎหมายเรื่องการระบุนความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัล



© Brett Jordan, Unsplash

2. การปรับปรุงการส่งข้อมูลล่วงหน้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (Advance Electronic Data: AED) (Standard 1 & 2: Advance Electronic Data)

มาตรฐานที่ 1 และ 2 ในกรอบมาตรฐานด้าน e-commerce ของ WCO เน้นย้ำให้ประเทศสมาชิกใช้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ล่วงหน้า (Advance Electronic Data: AED) เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงและการตรวจปล่อยสินค้า โดยคำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568 (2025) ได้ขยายกรอบ e-commerce ให้ครอบคลุมการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การสั่งซื้อที่ดำเนินการด้วย AI การสั่งซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การไลฟ์สด และการสั่งซื้อแบบสมัครสมาชิกทางดิจิทัล ดังนั้น WCO จะต้องปรับปรุงมาตรฐานชุดข้อมูล (Dataset) ของข้อมูล AED ให้ครอบคลุมการทำธุรกรรมเหล่านี้ เพื่อส่งเสริมให้ระบบการบริหารความเสี่ยงของหน่วยงานศุลกากรของประเทศสมาชิกสามารถประเมินความเสี่ยงของสินค้า e-commerce ที่มาจากการสั่งซื้อแบบใหม่เหล่านี้ได้อย่างแม่นยำมากขึ้น



3. การปฏิรูปมาตรฐานสถิติและการประเมินมูลค่าทางการค้า (Standard 15: Mechanism of Measurement)



มาตรฐานที่ 15 ในกรอบมาตรฐานด้าน e-commerce ของ WCO ส่งเสริมให้ประเทศต่าง ๆ สามารถเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติของ e-commerce ข้ามพรมแดนได้อย่างมีระบบและสะท้อนความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกนโยบายศุลกากรให้สอดคล้องกับรูปแบบทางการค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามบริบทของสังคม โดยเห็นได้ชัดว่าคำนิยาม e-commerce ของ OECD นั้นให้ความสำคัญกับการวัดมูลค่าการค้าดิจิทัลอย่างแม่นยำและไม่ซ้ำซ้อน โดยได้เสนอแนวทางการวัดมูลค่าทางการค้าของ e-commerce ที่เกิดขึ้นในลักษณะที่ซับซ้อนและมีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน โดยเฉพาะการวัดมูลค่าของ e-commerce ที่ดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มตัวกลางดิจิทัล (DIP) และการสั่งซื้อแบบสมัครสมาชิกทางดิจิทัล

ด้วยเหตุนี้ WCO จึงมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้ประเทศสมาชิกสร้างกรอบความร่วมมือกับหน่วยงานทางสถิติและแพลตฟอร์ม e-commerce ในระดับประเทศ เพื่อให้สามารถรวบรวมข้อมูลสถิติ e-commerce ข้ามพรมแดนได้อย่างครบถ้วนและแม่นยำที่สุด ซึ่งจะส่งผลให้นโยบายศุลกากรของประเทศนั้นสามารถตอบสนองและรับมือต่อภูมิทัศน์การเปลี่ยนแปลงของการค้าในโลกยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อสรุป

การปรับปรุงคำนิยาม e-commerce ของ OECD ฉบับปี 2568 (2025) ได้รักษาหลักการสำคัญของคำนิยามฉบับปี 2552 (2009) ควบคู่ไปกับการปรับปรุงแนวทางการตีความให้มีความชัดเจนและสร้างความสอดคล้องทางสถิติ ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการระบุรูปแบบธุรกิจและประเภทธุรกรรมดิจิทัลรูปแบบใหม่ได้อย่างชัดเจน การปรับปรุงรายละเอียดเหล่านี้ช่วยให้สำนักงานสถิติแห่งชาติและองค์การระหว่างประเทศมีระเบียบวิธีวิจัยที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

การปรับปรุงคำนิยาม e-commerce ของ OECD ในครั้งนี้ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อกรอบมาตรฐาน Framework of Standards on Cross-border e-commerce ปี 2565 (2022) ของ WCO ซึ่งเป็นมาตรฐานสำคัญของหน่วยงานศุลกากรทั่วโลกในการจัดการ e-commerce ข้ามพรมแดน โดยจะส่งผลให้ระบบที่แพลตฟอร์มเป็นผู้รับผิดชอบการชำระอากรและภาษีเสมือนเป็นผู้จำหน่ายเอง หรือระบบ Platform-Deemed Supplier Model กลายเป็นมาตรฐานหลักในทางปฏิบัติ รวมทั้งส่งผลให้ข้อมูลล่วงหน้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (AED) ต้องครอบคลุมข้อมูลการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การสั่งซื้อที่ดำเนินการด้วย AI การไลฟ์สด และมีส่วนกระตุ้นให้หน่วยงานศุลกากรต้องสร้างความร่วมมือกับแพลตฟอร์ม e-commerce ในการเก็บข้อมูลทางสถิติที่ครบถ้วนและสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างแม่นยำ

ทั้งนี้ กรมศุลกากรและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรตระหนักว่านโยบายที่เกี่ยวข้องกับ e-commerce จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถเข้ามาพลิกผันรูปแบบเศรษฐกิจและกระบวนการทำงานของศุลกากรได้อยู่เสมอ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีแผนงานและรวบรวมชุดนโยบาย (Policy Package) ที่เกี่ยวข้องกับ e-commerce เข้าด้วยกันอย่างเป็นเอกภาพ เพื่อให้สามารถเห็นภาพรวมของนโยบาย และสามารถปรับมาตรการให้เข้ากับบริบททางการค้าดิจิทัลในช่วงเวลานั้น ๆ ได้อย่างรอบด้านและทันต่อเหตุการณ์

.....

อ้างอิง

- สำนักงานที่ปรึกษาการศุลกากร ณ กรุงบรัสเซลส์. “จดหมายข่าวศุลกากร CPMU News เดือนพฤศจิกายน 2566 เรื่อง e-commerce de minimis.” <https://shorturl.at/slcPk>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2569.
- OECD. “The 2025 OECD Definition of e-commerce and Guidelines for Interpretation.” <https://doi.org/10.1787/2254f1de-en>. <https://shorturl.at/slcPk>
- WCO. “Framework of Standards on Cross-Border E-Commerce.” https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce/wco-framework-of-standards-on-crossborder-ecommerce_en.pdf. Accessed 14 July 2026.



CPMU

Customs Policy
Monitoring Unit

Office of Customs Affairs
Royal Thai Embassy Brussels

Drève du Rembucher 89
1170 Brussels, Belgium
Tel. +32 2 660 57 59

Email: thaicustoms@thaicustoms.be
<http://brussels.customs.go.th>

© Magnific

