

บทที่ 10 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

E-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- รูปแบบการทำธุรกรรมซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการต่างๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผ่านช่องทางกำหนัดด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR.VISION

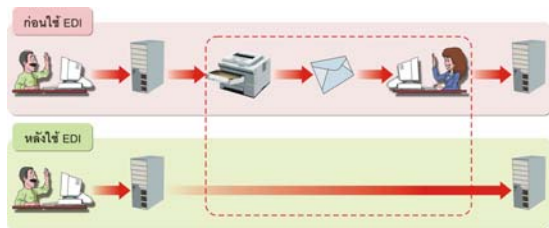
วิวัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ยุคการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI)

- แนวคิดที่จะให้คอมพิวเตอร์ของคู่ค้าทั้งสองฝ่ายแลกเปลี่ยนเอกสารกันทางอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยตรง
- นิยมใช้น้อย เพราะมีค่าใช้จ่ายในการวางระบบและดำเนินงานสูง
- ใช้เฉพาะในวงการอุตสาหกรรมหรือการค้าเฉพาะทางที่มีผู้เกี่ยวข้องเพียงไม่กี่ฝ่ายเท่านั้น

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR.VISION

วิวัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)



การแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR.VISION

วิวัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

ยุคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- ยุคของอินเทอร์เน็ตที่แผ่ขยายอย่างรวดเร็ว
- เข้าถึงการซื้อขายในระดับของผู้บริโภคทั่วไป
- มีคอมพิวเตอร์และต่อกับอินเทอร์เน็ต ก็สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้
- มีโปรแกรมรองรับที่คมก้องขึ้นเช่น browser
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีต้นทุนที่ถูกลง

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR.VISION

โปรแกรมสำหรับดูข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR.VISION

รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แบ่งได้ตามความสัมพันธ์ทางการตลาด (market relationships) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้ 3 รูปแบบดังต่อไปนี้

- แบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B : Business-to-Business)
- แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C : Consumer-to-Consumer)
- แบบธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C : Business-to-Consumer)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR.VISION

แบบธุรกิจกับธุรกิจ

(B2B : Business-to-Business)

- การทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ดำเนินธุรกิจด้วยกันเอง
- การซื้อขายจะเป็นปริมาณมากและมีราคาสูงพอสมควร
- มักพบในตลาดกลางที่เรียกว่า E-marketplace
- ตัวอย่างเช่น pantavanij, tradepointthailand, worldbidthailand

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

แบบธุรกิจกับธุรกิจ

(B2B : Business-to-Business) (ต่อ)



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค

(C2C : Consumer-to-Consumer)

- กิจกรรมซื้อขายสินค้าหรือบริการเกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคนสุดท้าย
- ผู้ซื้อและผู้ขายจะติดต่อแลกเปลี่ยนรายการซื้อขายด้วยตนเอง
- มักพบเห็นในสินค้าประเภทมือสอง หรือสินค้าประมูล
- ตัวอย่างของธุรกิจประเภทนี้ เช่น ebay, pramool

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค

(C2C : Consumer-to-Consumer) (ต่อ)



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

แบบธุรกิจกับผู้บริโภค

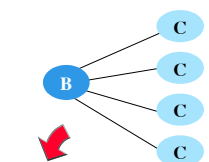
(B2C : Business-to-Consumer)

- รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พบเห็นมากที่สุด
- ผู้ประกอบการใช้เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคจำนวนมากเพื่อให้เข้าถึงได้โดยตรง
- ร้านค้าหรือบริษัทจะเปิดเว็บไซต์ที่มีรูปแบบเป็นร้านค้าเสมือนจริง (Virtual store-front)
- ตัวอย่างเช่น thaigem, amazon, misslily

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

แบบธุรกิจกับผู้บริโภค

(B2C : Business-to-Consumer) (ต่อ)



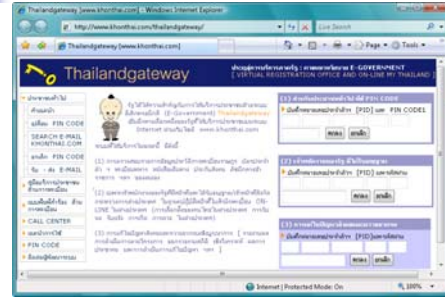
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government)

- บริการของภาครัฐที่นำเสนอข้อมูลให้กับประชาชนรวมถึงการแสวงหารายได้บางประเภทผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
- ใช้เป็นแหล่งข้อมูลกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานของรัฐ
- ตัวอย่าง เช่น บริการการเลือกภัยผ่านอินเทอร์เน็ต บริการข้อมูลของกรมการปกครอง เป็นต้น

งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับองค์กรเทคโนโลยีสารสนเทศ PR VISION

ประตูสู่การบริการภาครัฐ หรือ TGW (Thailandgateway)



งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับองค์กรเทคโนโลยีสารสนเทศ PR VISION

ขั้นตอนการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับองค์กรเทคโนโลยีสารสนเทศ PR VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์

- ออกแบบด้วยรูปลักษณ์ที่สวยงาม น่าสนใจ
 - มีรูปภาพประกอบและสีสันที่ดึงดูดใจและอยากเข้ามาเยี่ยมชม
 - การใส่ข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นเชิงสถิติมีดี (ไม่มากเกินไป)
 - ออกแบบให้เข้ากับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มี
 - ฯลฯ

งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับองค์กรเทคโนโลยีสารสนเทศ PR VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)



เว็บไซต์บริการเรียนค่าน้ำ

งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับองค์กรเทคโนโลยีสารสนเทศ PR VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)

- ออกแบบขั้นตอนวิธีใช้ที่ง่ายและสะดวก
 - วิธีใช้งาน" หรือ "ขั้นตอน" ที่ดี ทำให้ลูกค้าไม่สับสน
 - มีการจัดวางส่วนของรูปแบบ navigation
 - สร้างระบบที่เรียกว่าแผนที่ไซต์ (site map) เพื่อให้ทราบเนื้อหาโดยรวม
 - แบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาหรือข้อมูลสินค้าภายในเว็บไซต์อย่างชัดเจน
 - ฯลฯ

งานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับองค์กรเทคโนโลยีสารสนเทศ PR VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)



ภาพประกอบขนาดเล็กรูปแบบ thumbnail

งานผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR/VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)

- ออกแบบเว็บให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน
 - มีการเปลี่ยนแปลงให้มีอะไรใหม่ๆอยู่เสมอ
 - ทำให้น่าสนใจและเป็นปัจจุบันที่สุด
 - อาจมีการบอกกล่าวว่ามีอะไรใหม่ๆบ้างในเว็บไซต์
 - ฯลฯ

งานผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR/VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)



โปรโมชันใหม่ในเว็บไซต์

งานผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR/VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)

- ออกแบบด้วยการสร้างความแตกต่าง
 - ไม่เหมือนคนอื่นทำให้น่าสนใจได้ดีกว่า
 - มีคำวิจารณ์หรือ review สินค้าจากผู้ใช้อื่น รวมถึงสร้างระบบค้นหาสินค้าที่ใกล้เคียงกัน เช่น เว็บไซต์สินค้าประเภทหนังสือ
 - ใช้คอมพิวเตอร์จำลองภาพสามมิติให้เห็นรูปลักษณะหรือสเปกภายใน เช่น เว็บไซต์เกี่ยวกับรถยนต์
 - สร้างระบบช่วยเหลือกลุ่ม แบบ อุปกรณ์อื่นให้ลูกค้า เช่น เว็บไซต์คอมพิวเตอร์ประกอบ
 - ฯลฯ

งานผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR/VISION

ขั้นตอนที่ 1 : การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)



เว็บไซต์เกี่ยวกับรถยนต์ให้ลูกค้าเปรียบเทียบสีรถ

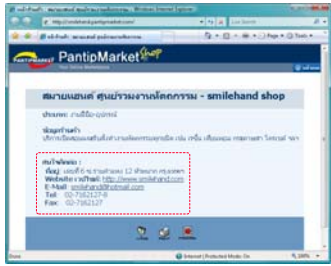
งานผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR/VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล

- ลงประกาศตามกระดานข่าว
 - กระดานข่าวเป็นลักษณะของโปรแกรมบนเว็บที่สร้างขึ้นมาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือสร้างประเด็นเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม
 - สามารถทำได้ฟรี หรือหากมีอาจเสียค่าธรรมเนียมเพียงเล็กน้อย
 - นิยมพิมพ์เป็นข้อความ (text) บอกลักษณะสมบัติของสินค้าหรือบริการอย่างคร่าวๆ โดยผู้ให้บริการบางรายอาจยินยอมให้เผยแพร่รูปภาพตัวอย่างได้

งานผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR/VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)



ประกาศโฆษณาขายสินค้าบนกระดานข่าว

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

■ จัดทำป้ายโฆษณาออนไลน์

- การเอารูปภาพบอกความหมายและอธิบายแนวคิดบางอย่างของตัวสินค้ามาสร้าง banner
- พบเห็นได้หลายชนิด เช่น แบบยาวที่ติดตั้งไว้ส่วนบนและส่วนล่างของหน้าเว็บเพจ หรือแบบเล็ก ๆ ที่ติดไว้ส่วนกลางหรือด้านข้างของตัวเว็บ
- ใช้เทคนิคแปลกๆ เหมือนกับการสร้างป้ายโฆษณาจริง
- อาจมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการลงโฆษณาผ่านกระดานข่าว



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

■ สร้างโฆษณาผ่านอีเมล

- อาศัยการสร้างข้อความเอกสารคล้ายกับแผ่นพับหรือโบรชัวร์เพื่อแจ้งข่าวสาร
- ผู้ขายสินค้าจะรวบรวมรายชื่ออีเมลลูกค้าจำนวนมากและทำการส่งออกไปเป็นเอกสารเว็บในคราวเดียวกัน
- อาจได้ผลไม่ดึ้นัก หากเป็นการส่งจดหมายโฆษณาสินค้าที่มีความถี่หรือบ่อยเกินไป

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

การใช้อีเมลเผยแพร่ข้อมูลเว็บ



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

■ เผยแพร่ผ่านสื่ออื่นๆ

- วิธีที่มีการใช้งานกันมาอย่างยาวนานและอาจให้ผลดีเช่นเดียวกัน
- พบเห็นได้กับการเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์หรือสื่ออื่นๆ
- การใช้ภาพ สี สัน หรือข้อความมีการกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ
- อาจมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าแบบอื่นๆ

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)



โฆษณาเว็บไซต์บนรถโดยสารประจำทาง

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

- ลงทะเบียนกับผู้ให้บริการค้นหาข้อมูล
 - มีผู้ให้บริการค้นหาข้อมูล (search engine) อยู่มากมาย เช่น Google, Yahoo, Lycos, Astaravista, Sanook หรือ Huna
 - อาศัยบริษัทตัวกลางที่ทำหน้าที่ดำเนินการให้แบบสร้างสรรค์ และลงทะเบียนกับผู้ให้บริการได้เป็นจำนวนมาก
 - หรือแจ้งไปยังผู้ให้บริการค้นหาข้อมูลได้โดยตรง
 - วิธีนี้อาจทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักกับคนทั่วโลกได้ง่ายมากขึ้น



ขั้นตอนที่ 2 : การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)



ขั้นตอนที่ 3 : การทำรายการซื้อขาย



- ประกอบด้วยการทำรายการสั่งซื้อ หรือ order
- บางแห่งมีระบบที่เรียกว่า *รถเข็นสินค้า (shopping cart)*
- รองรับการชำระเงินหลายแบบ ที่นิยมมากเช่น บัตรเครดิต
- เพื่อให้ระบบนำซื้อถือ อาจต้องเข้ารหัสข้อมูลที่รับส่งด้วย

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

ขั้นตอนที่ 3 : การทำรายการซื้อขาย (ต่อ)

- **วัตถุประสงค์ของการเข้ารหัสข้อมูล**
 - **รักษาความลับ** คือการป้องกันการดักอ่านข้อมูล โดยไม่ได้รับอนุญาต ผู้ซื้อและผู้ขายจริงเท่านั้นที่จะติดต่อกันได้
 - **เชื่อถือได้** คือถูกต้องตรงกัน ผู้ใดมาเปลี่ยนแปลงแก้ไขไม่ได้ หากมีการแก้ไขสามารถทราบได้ทันที เพราะผู้ที่แอบแก้ไขข้อมูลนั้น จะไม่สามารถเข้ารหัสใหม่ให้เหมือนเดิมได้
 - **พิสูจน์ทราบตัวตนจริงๆของผู้ซื้อและผู้ขาย** คือยืนยันว่าผู้ซื้อหรือผู้ขายเป็นผู้ทำการเข้ารหัสและส่งเอกสารนั้นออกมาจริงๆ เมื่อผู้ซื้อได้ทำการสั่งซื้อไป ผู้ขายเองจะไม่ส่งของหรือเปลี่ยนแปลงราคาภายหลังไม่ได้

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

ขั้นตอนที่ 3 : การทำรายการซื้อขาย (ต่อ)



ตัวอย่างของการเข้ารหัสแบบ SSL

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

ขั้นตอนที่ 3 : การทำรายการซื้อขาย (ต่อ)



ตัวอย่างตัวกลางรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR:VISION

ขั้นตอนที่ 4 : การส่งมอบสินค้า

- สินค้าที่จะจัดส่งได้แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้
 - สินค้าที่จับต้องได้ (hard goods)
 - สินค้าที่อยู่ในกลุ่มที่มีตัวตนและจับต้องได้ เช่น หนังสือ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ สินค้าหัตถกรรม
 - สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (soft goods)
 - เป็นสินค้าที่อยู่ในรูปดิจิทัล เช่น ข้อมูลข่าวสาร เพลง รูปภาพ เอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ หรือซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 4 : การส่งมอบสินค้า (ต่อ)

- การจัดส่งสินค้าแบบจับต้องได้ (hard goods)
 - อาศัยวิธีการส่งสินค้าตามปกติทั่วไป เช่น ระบบไปรษณีย์ ทางเรือ ทางอากาศ
 - มีผู้ให้บริการหลายราย เช่น การสื่อสารแห่งประเทศไทยหรือ กสท. (ถูกและประหยัด)
 - หากต้องการเร่งด่วนและเร็ว อาจเลือกใช้ผู้ให้บริการรายอื่น เช่น FedEx, DHL หรือ UPS

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 4 : การส่งมอบสินค้า (ต่อ)

- การจัดส่งสินค้าแบบจับต้องไม่ได้ (soft goods)
 - อาจใช้วิธีให้ลูกค้าดาวน์โหลด เช่น ซอฟต์แวร์ทางคอมพิวเตอร์ เพลง หรือไฟล์ภาพ
 - ผู้ขายอาจมีการจำกัดจำนวนครั้งในการดาวน์โหลด
 - สินค้าบางอย่างอาจให้ดาวน์โหลดได้เฉพาะสมาชิกเท่านั้น ซึ่งอาจมีค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บเพิ่ม
 - หากไฟล์มีขนาดใหญ่มาก บางรายอาจทำเป็นแผ่น CD และส่งทางไปรษณีย์แทนได้

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 5 : การบริการหลังการขาย

- นิยมใช้กับสินค้าที่มีขั้นตอนการใช้ที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ไม่สามารถทำความเข้าใจได้โดยทันที
- ช่วยแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- ทำได้โดยจัดตั้งเป็นศูนย์บริการลูกค้าหรือ call center
- บางบริษัทอาจสร้างระบบปัญหาถามบ่อยหรือ FAQ (Frequency Ask Question)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION

ขั้นตอนที่ 5 : การบริการหลังการขาย (ต่อ)



ตัวอย่างระบบปัญหาถามบ่อย (FAQ)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ PR@VISION