



# บทที่ 8 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)



บรรยายโดย ผศ.ดร.กนกพัชร์ กอประเสริฐ



## หัวข้อเนื้อหาประจำบท

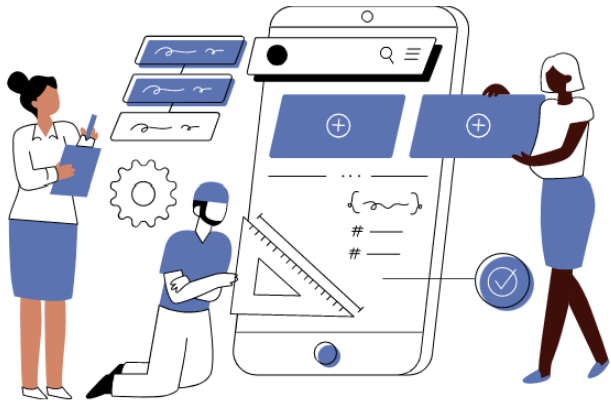
ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประวัติของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนประสมทางการตลาดระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์





## ความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กระบวนการทำธุรกรรมทุกชนิด ซื้อ ขาย ประมวลแลกเปลี่ยนหรือถ่ายโอน  
สินค้าและบริการ ตลอดจนเนื้อหาที่เป็นดิจิทัลหรือธุรกรรมทางการค้า  
แลกเปลี่ยนที่ก่อให้เกิดมูลค่ากับคู่ค้าทั้งสองฝ่าย

การทำธุรกรรมหรือธุรกิจที่ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในทุก ๆ ช่องทางรวมถึง  
การขายสินค้าและบริการผ่านสื่อดิจิทัล

กระบวนการดำเนินธุรกิจการค้าและบริการทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม  
เชิงพาณิชย์ทั้งส่วนบุคคลและระดับองค์การผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์





# ประวัติของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ค.ศ. 1960 ใช้ทางการทหารในอเมริกา เรียกว่า **Electronic Data Interchange : EDI**

การสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ **Electronic Funds Transfer : EFT**

การค้าบนโลกอินเทอร์เน็ตใช้งานอย่างกว้างขวาง





## ความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



1. ลดจำนวนชั้นในการติดต่อผ่านคนกลาง

2. ผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้น

3. ผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น

4. ผู้ซื้อที่มีสิทธิ์มีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น

5. ทำธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ตและติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ต



## รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ธุรกิจกับผู้บริโภค

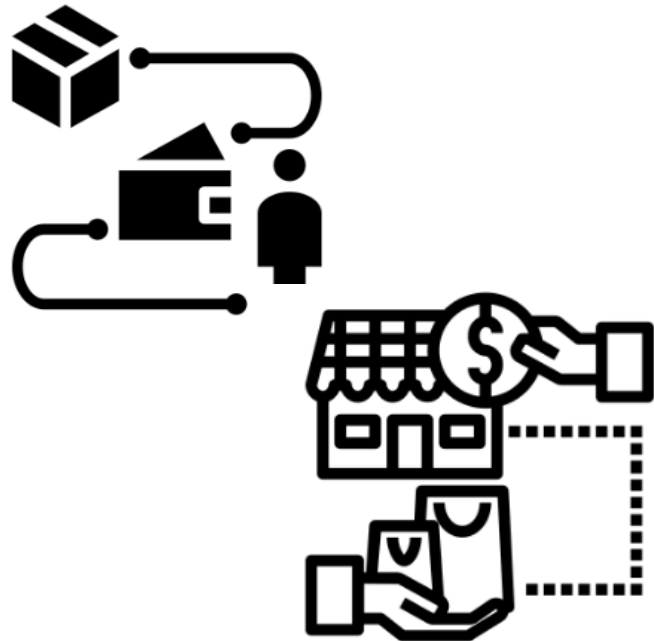
**Business to Customer : B2C**

การค้าปลีกไปยังผู้บริโภคทั่วไป

การชำระผ่านบัตรเครดิต การค้าแบบ  
ที่นิยมมากที่สุด



## รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



### ธุรกิจกับธุรกิจ

## Business to Business : B2B

การค้าขนาดใหญ่ระหว่างองค์กรกับ  
องค์กร

การค้าส่งทำธุรกรรมแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ  
ชำระผ่านระบบธนาคาร



## รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ผู้บริโภคกับผู้บริโภค

**Customer to Customer : C2C**

การค้าปลีกระหว่างบุคคลทั่วไป  
ระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกัน

ผู้ใช้สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยน  
สินค้ากันได้ตามชอบใจ





## รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



Business to Government

ผู้บริโภคร่วมกับผู้บริโภค

**Business to Government : B2G**

การค้าระหว่างธุรกิจกับรัฐบาลเริ่ม  
นำมาใช้โดยรัฐบาลให้มีการประมูล

เช่น ประมูลการสร้างถนน สร้าง  
อาคารสถานที่



## ขั้นตอนหลักการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์





## ปัจจัยแห่งความสำเร็จของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



มีเป้าหมายลูกค้าที่แน่นอน จัดเนื้อหาให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน

มีรูปแบบมาตรฐานของเว็บเพจเป็นที่ยอมรับ เรียบง่ายน่าเชื่อถือ

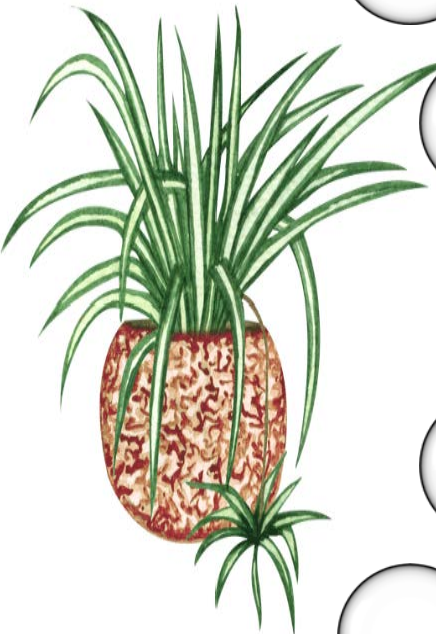
ขายสินค้าราคาไม่แพงมีนโยบายรับประกันสินค้า

ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ลูกค้าเพียงพอ

ปรับปรุงข้อมูลเว็บไซต์อยู่เสมอ สร้างระบบสั่งซื้อสินค้าอย่างง่าย ไม่ซับซ้อน



## ปัจจัยแห่งความล้มเหลวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- 
- เว็บไซต์ไม่ได้รับความสนใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่มีการดูแลเว็บไซต์ ข้อมูลเก่า
  - ใจร้อน ขาดความอดทนของลูกค้าเมื่อเปิดเว็บไซต์
  - ไม่ได้ให้ความสำคัญกับคำถามของลูกค้า ตอบคำถามลูกค้าช้าเกินไป
  - ไม่ยอมลงทุนอย่างจริงจัง ไม่เข้าใจถึงความสำคัญของระบบอย่างแท้จริง
  - ผู้บริหารขาดวิสัยทัศน์ ไม่มีกำหนดว่าบริษัทจะทำอะไรในอนาคต



## ส่วนประสมทางการตลาดระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### ผลิตภัณฑ์

- สินค้าอุปโภคบริโภค
- สินค้าอุตสาหกรรม

### ราคา

- ตั้งราคาที่ตลาดยอมรับ
- ควรตั้งราคาต่ำและสูง
- ราคาสินค้าเป็นแพ็ค

### ช่องทางการจัดจำหน่าย

- การส่งมอบสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวางรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย

### การส่งเสริมการตลาด

- จัดรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล
- ใช้เกมส์พื้นฐานส่งเสริมการขาย
- สร้างสิ่งจูงใจ

# สรุป



ความหมายของพลาสมาอิเล็กทรอนิกส์

ประวัติของพลาสมาอิเล็กทรอนิกส์

ความสำคัญของพลาสมาอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบของการทำพลาสมาอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนประสมทางการตลาดระบบพลาสมาอิเล็กทรอนิกส์



## แบบฝึกหัดท้ายบท

1. ให้นักศึกษาอธิบายความแตกต่างของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ BtoB กับ BtoC พอสังเขป
2. ให้นักศึกษาอธิบายประวัติความเป็นมาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ให้นักศึกษาอธิบายส่วนประสมทางการตลาดสำคัญกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไร





## อ้างอิง

กนกพัชร์ กอประเสริฐ.(2559). เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จังหวัดนครปฐม  
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). คู่มือลัดเปิดร้านค้าออนไลน์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
[www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th).

ธนาคารแห่งประเทศไทย. “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Others/eCommerce/Pages/eCommerce.aspx>ราชบัณฑิตยสถาน. “โซเซียลมีเดีย”. เข้าถึงได้จาก: <http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=4357>.







มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม