

Uniเรียนที่

3

ประเภทของ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับบทเรียน

รู้และเข้าใจประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
แบบต่าง ๆ ตามหลักการด้วยความละเอียดรอบคอบ



สาระการเรียนรู้

1. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B (Business to Business)
2. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C (Business to Consumer)
3. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ C2C (Consumer to Consumer)
4. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ C2B (Consumer to Business)
5. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2G (Business to Government)



จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้
2. อธิบายหลักการทำงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภทได้
3. วิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภทได้
4. ยกตัวอย่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภทได้
5. ประยุกต์ใช้ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
6. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความละเอียด รอบคอบ



สมรรถนะประจำบทเรียน

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ปฏิบัติการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสม



แผนผังความคิด (Mind Mapping)

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ
B2B (Business to Business)

ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ
B2C (Business to Consumer)

ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ
C2C (Consumer to Consumer)

ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ
C2B (Consumer to Business)

ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ
B2G (Business to Government)



ความนำ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีหลายประเภท แต่ละประเภทมีลักษณะการทำงานหรือข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ฉะนั้นผู้ที่ทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงควรเลือกประเภทให้เหมาะสมกับธุรกิจหรือผู้ซื้อเอง โดยในบทเรียนนี้จะศึกษาเกี่ยวกับประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ดังนี้ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B (Business to Business) ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C (Business to Consumer) ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ C2C (Consumer to Consumer) ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ C2B (Consumer to Business) และประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2G (Business to Government)

1. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B (Business to Business)

B2B ย่อมาจาก **Business to Business** หมายถึง การทำธุรกิจที่ติดต่อซื้อขายกับองค์กรธุรกิจด้วยตนเอง ไม่ใช่การซื้อขายในนามคนธรรมดาแบบรายบุคคล ตัวอย่างเช่น ธุรกิจประเภทที่เป็นบริษัทเอเจนซี บริษัทที่ปรึกษา ด้านธุรกิจ แพ็กเกจทัวร์สำหรับองค์กร บริษัทผลิตสินค้าขายส่ง บริษัทด้านกฎหมายสำหรับองค์กร ฯลฯ

ดังนั้น B2B Marketing คือ การทำการตลาดให้กับธุรกิจที่ซื้อขายกันระหว่างองค์กร โดยการทำ B2B Marketing จะมีจุดประสงค์เพื่อให้ธุรกิจอื่นๆ คู่แข่งกับชื่อแบรนด์ ไปจนถึงเปลี่ยนองค์กรต่างๆ มาเป็นลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างจากการทำ B2C Marketing ซึ่งเป็นการทำการตลาดระหว่างแบรนด์และลูกค้าโดยตรง

ขั้นตอนการทำ B2B Marketing

ขั้นตอนในการทำ B2B Marketing จะขึ้นอยู่กับกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ (Awareness)

เป็นขั้นตอนที่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดตระหนักได้ว่ากำลังมีปัญหาบางอย่าง และเริ่มต้นค้นหาข้อมูล

เพื่อหาทางสำหรับแก้ไขปัญหาเหล่านั้น ในขั้นตอนนี้การทำ B2B Marketing จะเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูลที่สำคัญและช่วยแก้ปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายกำลังเผชิญอยู่ได้ เช่น การทำ SEO ในคำศัพท์เวิร์ดที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการค้นหา ซึ่งถ้าลูกค้าค้นหาเจอเว็บไซต์ และได้แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญ จะทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและจดจำแบรนด์ได้ในฐานะของเว็บไซต์ที่มีประโยชน์

ขั้นที่ 2 การพิจารณา (Consideration)

เป็นขั้นตอนที่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดจะรวบรวมข้อมูลที่ค้นหาเข้ามาเข้าด้วยกัน เพื่อนำมาพิจารณาว่าทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาคืออะไร หากขั้นตอนนี้ได้นำเสนอสินค้าและบริการเพื่อเป็นทางออกเพิ่มเติมที่ดูแล้วเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ กลุ่มเป้าหมายจะนำไปพิจารณาร่วมด้วย

ขั้นที่ 3 การตัดสินใจ (Decision)

หากสินค้าและบริการตรงกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายมองหา ทั้งในด้านการใช้งาน การแก้ปัญหา การเพิ่มตัวเลขชี้วัดผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจ (Return On Investment : ROI) และอยู่ในงบประมาณที่ต้องการก็จะตัดสินใจซื้อได้

ขั้นที่ 4 การซื้อซ้ำ (Retention)

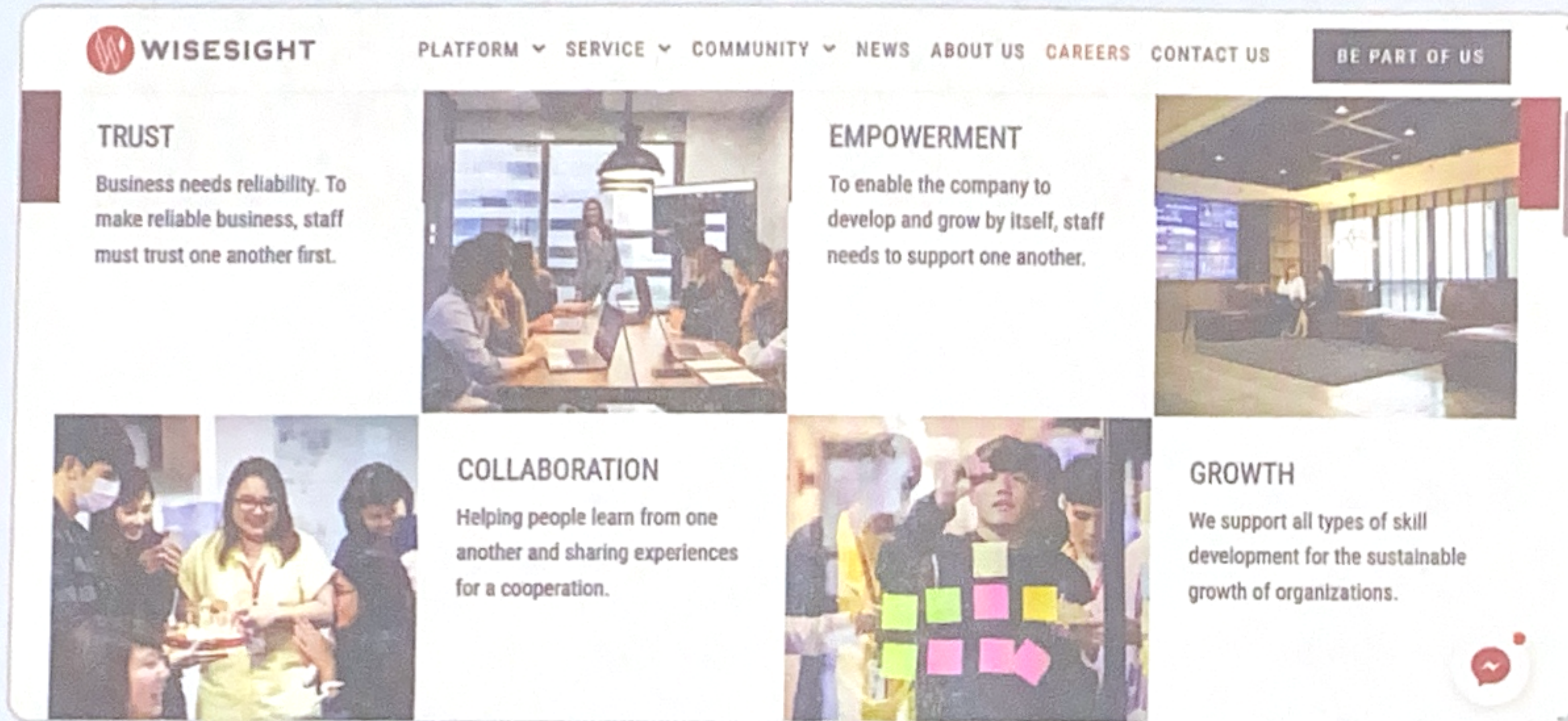
การทำ B2B Marketing จะให้ความสำคัญสำหรับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) หรือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำมากขึ้น เนื่องจากมูลค่าของลูกค้าของธุรกิจ B2B นั้นค่อนข้างมาก และมีค่าใช้จ่ายต่อการได้มาซึ่งลูกค้าหนึ่งรายนั้นค่อนข้างสูง ทำให้การรักษาฐานลูกค้าเก่าเอาไว้ให้กลับมาซื้อซ้ำเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำตลาดลงไปได้มากกว่าการเสียเงินเพื่อหาลูกค้าใหม่เข้ามาเรื่อย ๆ

ตัวอย่าง ธุรกิจ B2B ในประเทศไทย

ธุรกิจ B2B ในประเทศไทยนั้นมีหลายอุตสาหกรรม เช่น โรงงานผลิตสินค้า บริษัทเอเจนซี บริษัทที่ปรึกษา ด้านธุรกิจ/ด้านกฎหมายให้องค์กร บริษัททัวร์สำหรับองค์กร ฯลฯ ซึ่งจะทำธุรกิจโดยขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่เป็นลูกค้าองค์กรด้วยตัวเอง ตัวอย่างธุรกิจแบบ B2B อย่างละเอียด จะกล่าวถึง Wisersight ซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์อันดับ 1 ในประเทศไทย ที่เป็นรูปแบบ B2B ด้วยเช่นกัน เนื่องจาก Wisersight เป็นบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลอันดับหนึ่งในประเทศไทยที่พัฒนาเครื่องมือและบริการที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล (Data) ในด้านต่างๆ เช่น

- 1) WARROOM แพลตฟอร์มดูแลลูกค้าในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ให้กลายเป็นศูนย์รวมของข้อมูลและการทำงาน CRM
- 2) RESEARCH บริการทำบทวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก และบริการด้าน Data Consulting ที่ปรึกษาสำหรับการทำธุรกิจ
- 3) ZOCIAL EYE เครื่องมือด้าน Social Listening ที่ช่วยให้แบรนด์เข้าใจข้อมูลตลาดและวางกลยุทธ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

แพลตฟอร์มและบริการต่าง ๆ จึงออกแบบมาเพื่อธุรกิจแบบ B2B เช่น แบรินด์ เอเจนซี หน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ที่จำเป็นจะต้องใช้ข้อมูลบนโลกสื่อสังคมออนไลน์ในการทำการตลาดหรือดูแลลูกค้า โดยแพลตฟอร์มและบริการทั้งหมดนี้สามารถนำไปใช้ในการทำการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ ไปจนถึงส่งเสริมการขายสำหรับองค์กรได้ ซึ่งธุรกิจต่าง ๆ ที่สนใจสามารถติดต่อทีมงาน Wiselight เพื่อสอบถามและรับข้อมูลสำหรับประกอบการตัดสินใจก่อนได้ ทำให้ธุรกิจ B2B ที่ร่วมงานไม่ได้ตัดสินใจจากการอ่านข้อมูลเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับคำปรึกษาที่เหมาะสมอีกด้วย



ภาพที่ 3.1 Wiselight
ที่มา : <https://wisesight.com/careers/>

นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างธุรกิจ B2B ในประเทศไทยให้เป็นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งธุรกิจ B2B ในประเทศไทยมีอยู่มากมายในหลายอุตสาหกรรม ในที่นี้จะกล่าวถึงตัวอย่างธุรกิจอุปกรณ์เครื่องครัวซีกัล (Seagull) จากบริษัท ไทยสแตนเลสสตีล จำกัด ที่เข้ามาขยายตลาดฝั่ง B2B กลุ่มร้านอาหาร SME ด้วยการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อแสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพ สร้างความเชื่อมั่น (Build Authority) ให้ลูกค้ามั่นใจ รวมถึงใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการตลาดแบบ B2B เพื่อติดต่อกับคนในบริษัทอย่างการทำการตลาดแบบดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาหาเอง (Inbound Marketing) เช่น

- 1) การจัดสัมมนาให้ความรู้การตลาดธุรกิจอาหารในยุคปัจจุบัน ให้ความรู้และแบ่งปันประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ทั้งดิจิทัล การเงิน การบริหารจัดการ ฯลฯ เพื่อให้ได้ผู้ติดต่อ (Contact) หรือผู้ที่สนใจ (Lead) การทำธุรกิจร้านอาหาร
- 2) การเปิดชั้นเรียนสอนทำอาหารและขนม เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจ
- 3) การสร้างเครือข่ายพันธมิตรร้านอาหารด้วยการจัดออนไลน์แคมเปญจากการสร้างคอนเทนต์และประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการขยายฐานกลุ่มลูกค้าร่วมกับร้านอาหารพันธมิตร เช่น Little Tree Garden, Cuisine de Garden, The Hub Café and Eatery, Pomelo Cafe ร้านเขียวไข่กา ฯลฯ



ภาพที่ 3.2 ร้านเชิ๋วไข่กา
ที่มา : <https://shorturl.asia/K3hbJ>

- 4) การทำ Social Listening เพื่อดูแลการผลิตคอนเทนต์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การทำ Follower Analysis, การทำ Content Engagement และการหาข้อมูลทำ Branded Content จากกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้
- 5) การใช้ Facebook เพื่อนำเสนอคอนเทนต์ทั้งวิดีโอและรูปภาพ
- 6) การใช้ Youtuber และ Influencer ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นตัวแทนคนรุ่นใหม่ เข้ามาเสริมให้การสื่อสารมีความหลากหลายและเข้าถึงผู้บริโภคยุคปัจจุบัน

ลักษณะเด่น

- 1) ปริมาณการซื้อขายมาก
- 2) มีการเจรจาต่อรองและทำสัญญาระยะยาว
- 3) ต้องใช้ระบบที่เชื่อมโยงกับระบบธุรกิจภายใน เช่น ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning : ERP)

ตัวอย่าง

บริษัท A ผลิตแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ และขายให้กับบริษัท B ที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยใช้เว็บไซต์ B2B เช่น Alibaba ในการค้นหาคู่ค้า ทำการเสนอราคา และชำระเงินผ่านระบบออนไลน์

ตารางเปรียบเทียบข้อดี-ข้อจำกัดของ B2B

ข้อดี	ข้อจำกัด
ลดต้นทุนการจัดซื้อ	ต้องมีระบบการจัดการที่ซับซ้อน
เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต	ต้องใช้เวลาในการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

2. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C (Business to Consumer)

B2C ย่อมาจาก **Business to Consumer** หมายถึง ธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคโดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลาง จุดเด่นในการทำธุรกิจประเภทนี้คือความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ง่ายและรวดเร็ว ดังนั้น แนวทางในการทำธุรกิจนี้จึงต้องเน้นการขายที่สามารถตอบโจทย์ของผู้บริโภคทั่วไป มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในปัจจุบันสามารถทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดที่ดีมากยิ่งขึ้น

รูปแบบการทำธุรกิจแบบ B2C

รูปแบบการทำธุรกิจแบบ B2C ที่มีประสิทธิภาพ คือ การสร้างกลยุทธ์การตลาดที่ต้องเน้นการจัดการคอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์หรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมการตัดสินใจซื้อจากลูกค้า ดังนั้น การทำธุรกิจ B2C ให้ประสบความสำเร็จจึงต้องรู้หลักการและแนวทางการทำตลาดที่เหมาะสมและชัดเจน โดยต้องอาศัยความเข้าใจในองค์ประกอบต่อไปนี้

1) ความเข้าใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ผู้สนใจทำธุรกิจนี้ต้องศึกษาให้เข้าใจก่อนว่ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ B2C คือใคร ทั้งข้อมูลเบื้องต้น เช่น เพศ อายุ อาชีพ ที่อยู่อาศัย กำลังซื้อ รวมถึงความสนใจเป็นพิเศษ

2) ช่องทางการตลาดที่เหมาะสม

ในปัจจุบันนอกจากการทำตลาดผ่านช่องทางสื่อหลักต่าง ๆ แล้ว ช่องทางออนไลน์ก็นับเป็นแนวทางการทำตลาด B2C ที่ดี ช่วยสร้างการจดจำที่ดีให้กับลูกค้า และเพิ่มช่องทางการติดต่อที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว และเป็นต้นทุนในการทำการตลาดที่ไม่สูงมาก โดยช่องทางที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ควรเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการด้วย

3) ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ช่องทางการสื่อสารที่ดีของ B2C คือ การสร้างหนทางการสื่อสารที่เป็นอิสระ และควรเพิ่มโอกาสในการกล่าวถึงแบรนด์ของธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การที่ลูกค้าสามารถรีวิวธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้อย่างอิสระ ทำให้ทราบว่าลูกค้ารู้สึกอย่างไรกับธุรกิจหรือแบรนด์อีกด้วย

4) การสร้างความจงรักภักดี (Loyalty) ให้กับธุรกิจ

การทำการตลาดที่ดีจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษกับสินค้า บริการหรือแบรนด์ของธุรกิจได้ดี ยังสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ยิ่งเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จทางธุรกิจที่ดีมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่าง ธุรกิจ B2C

1) ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม

การท่องเที่ยวและโรงแรมเป็นฐานธุรกิจ B2C ที่ค่อนข้างใหญ่สำหรับประเทศไทย บริษัททัวร์และเจ้าของโรงแรมทำหน้าที่เป็นเจ้าของบริการ (Business) โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภค (Consumer) จึงเห็นว่าวิธีการโปรโมตจะเน้นสื่อสารกับคนทั่วไปและเข้าถึงได้ง่าย

2) ร้านค้าออนไลน์

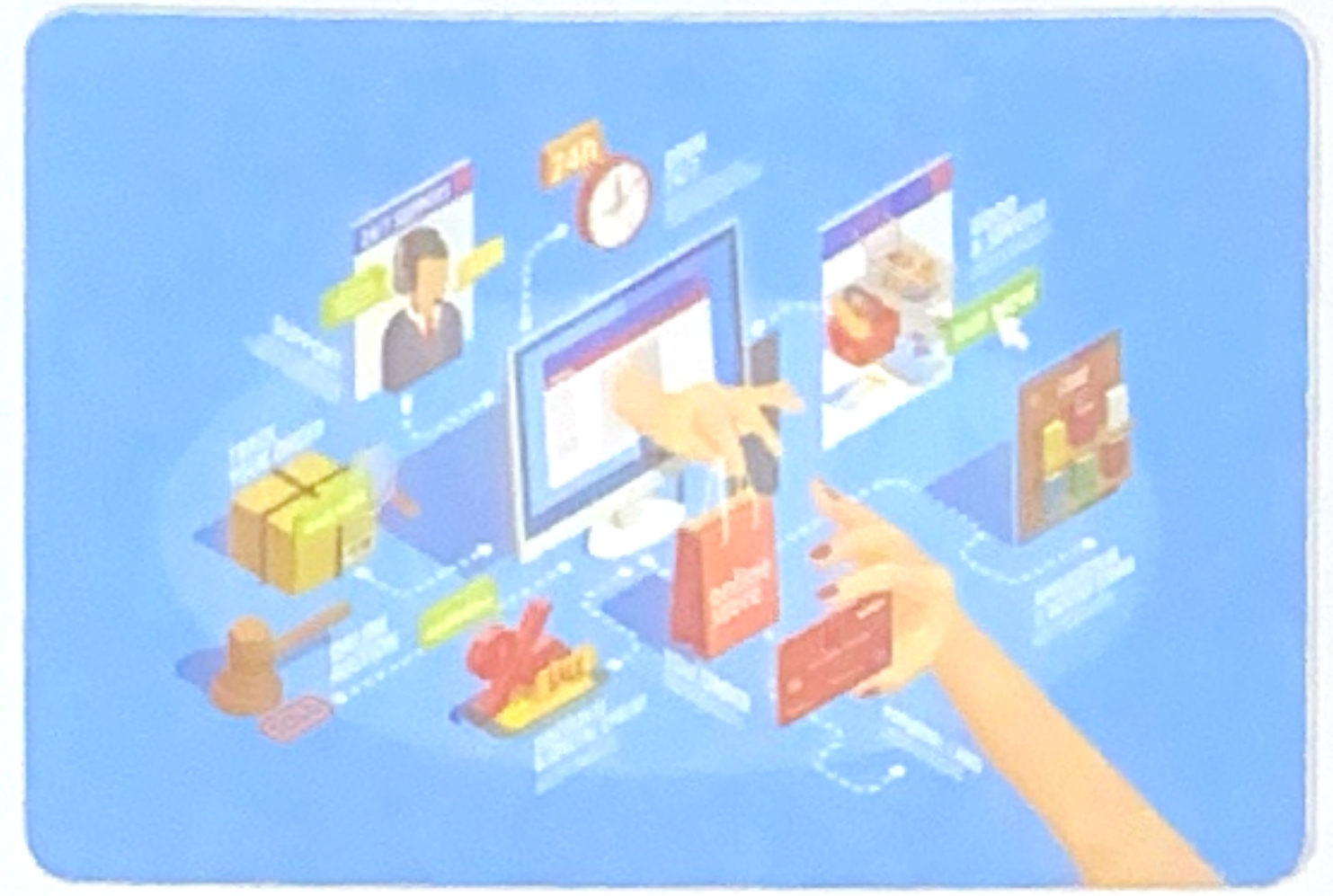
ร้านค้าต่างๆ ใน Online Marketplace อย่าง Shopee หรือ Lazada เป็นตัวอย่างธุรกิจ B2C ที่ใกล้ชิดมากเจ้าของร้านค้าจะลงขายสินค้าหลากหลายรูปแบบให้ผู้บริโภคทยอยเข้ามาเลือกซื้อ เป็นธุรกิจ B2C ที่ทุกคนสามารถเริ่มลองทำได้

3) ร้านเสริมสวยและสถาบันเสริมความงาม

ไม่ว่าจะเป็นร้านสปา ร้านหวด ร้านทำเล็บมือ ร้านต่อขนตา ร้านทำผม หรือคลินิกตกแต่งศัลยกรรมล้วนเป็นธุรกิจแบบ B2C ทั้งสิ้นเพราะเน้นให้บริการบุคคลทั่วไป

4) ร้านอาหาร

ร้านอาหารเป็นอีกหนึ่งธุรกิจ B2C ที่ใช้บริการกันเป็นประจำ โดยเจ้าของร้านทำหน้าที่เป็นธุรกิจที่ให้บริการ ที่เข้ามารับประทานอาหารในฐานะลูกค้า (Customer)



ภาพที่ 3.3 Online Marketplace
ที่มา : <https://shorturl.asia/y7HTc>

จะเห็นว่าธุรกิจ B2C แทบจะเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน และมีวิธีการโปรโมตที่หลากหลายกว่าธุรกิจ B2B มาก ความเป็นพลวัตทางธุรกิจ (Dynamic) ที่จะทำให้ความสามารถของธุรกิจในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเหมาะสมกับธุรกิจ B2C

ลักษณะเด่น

- 1) การซื้อขายง่ายและรวดเร็ว
- 2) มีระบบตะกร้าสินค้า ชำระเงิน และจัดส่ง
- 3) ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาและรีวิวได้

ตัวอย่าง

ผู้ใช้เข้าแอปพลิเคชัน Lazada เพื่อซื้อหูฟังไร้สายจากร้านค้า X เลือกสินค้า ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และได้รับสินค้าภายใน 3 วัน

ข้อดี-ข้อจำกัดของ B2C	
ข้อดี	ข้อจำกัด
สะดวก รวดเร็ว	มีการแข่งขันสูงในตลาดออนไลน์
เข้าถึงลูกค้าได้กว้าง	ลูกค้าเปลี่ยนใจได้ง่ายและคาดหวังบริการที่ดี
ส่งเสริมการทำตลาดแบบดิจิทัล	ความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าออนไลน์ยังมีข้อจำกัด

3. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ C2C (Consumer to Consumer)

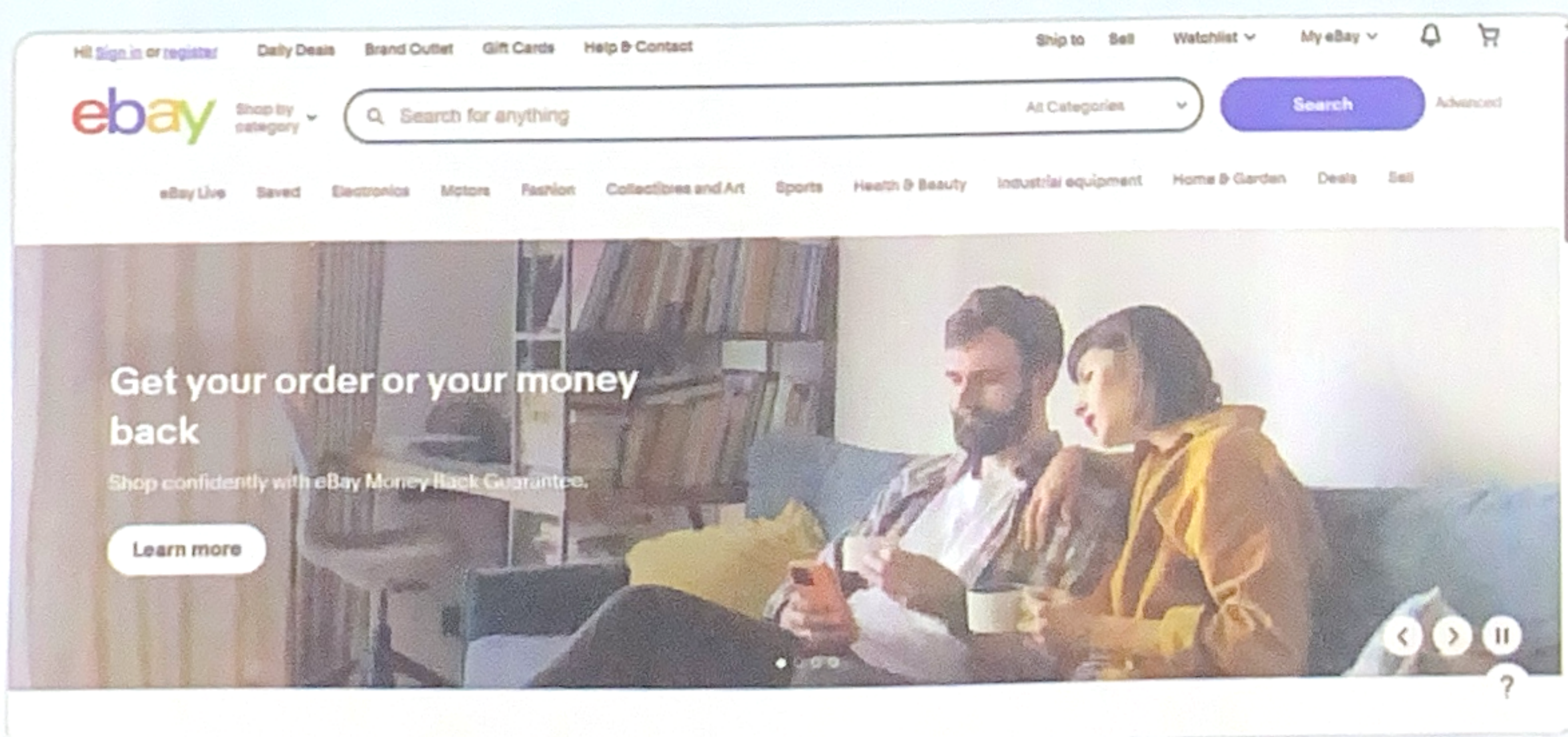
C2C ย่อมาจาก **Consumer to Consumer** หมายถึง การค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค เป็นรูปแบบธุรกิจที่มักกำหนดให้ผู้บริโภคคนหนึ่งขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคอีกรายหนึ่ง เมื่อทำแบบออนไลน์ C2C จะกลายเป็นรูปแบบหนึ่งของอีคอมเมิร์ซ การขายแบบ C2C นี้มักได้รับการอำนวยความสะดวกโดยบุคคลที่สามที่ดูแลรายละเอียดธุรกรรมเพื่อรับคอมมิชชันจากการนำฝ่ายต่างๆ ได้แก่ ผู้ขายโดยตรงและลูกค้าที่มีศักยภาพมาพบกัน พร้อมทั้งเสนอการควบคุมคุณภาพที่ทั้งสองฝ่ายยอมรับได้

รูปแบบหรือจุดประสงค์ของกลยุทธ์ทางธุรกิจและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเกี่ยวข้องคือ การเปิดโอกาสให้ฝ่ายหนึ่งสามารถขายตรงให้กับผู้ซื้อที่มีศักยภาพได้โดยไม่ต้องใช้เงินจำนวนมากในการสร้างและดูแลหน้าร้านออนไลน์ ซึ่งช่วยให้ผู้ขายสามารถเก็บกำไรได้มากขึ้น เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินทุนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแบบดั้งเดิม จากรูปแบบธุรกิจทั้งหมด C2C มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดมากที่สุด โดยสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ด้วยต้นทุนที่น้อยที่สุด

ผู้ซื้ออาจได้รับราคาที่สามารถแข่งขันได้มากขึ้นหากผู้ขายบนแพลตฟอร์ม C2C เดียวกันแข่งขันกัน คำศัพท์ทั่วไปสำหรับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซประเภทนี้คือ ตลาด แนวคิดของตลาดสะท้อนถึงตัวอย่างในโลกแห่งความเป็นจริง เช่น ตลาดนัดของเก่า ซึ่งเจ้าของอาคารจะเสนอพื้นที่ให้กับผู้ขายเพื่อแลกกับเปอร์เซ็นต์ของกำไร

ตัวอย่าง

ธุรกิจ C2C ได้แก่ eBay, Amazon Marketplace และ Etsy ซึ่งทั้งหมดทำหน้าที่เป็นตัวกลางออนไลน์ แม้ว่าในทางเทคนิคแล้วบุคคลหนึ่งอาจเป็นผู้ขายในสถานการณ์เช่นนี้ แต่ถือเป็นรูปแบบธุรกิจแบบผู้บริโภคต่อผู้บริโภค (และบางคนรู้จักในชื่อรูปแบบธุรกิจแบบลูกค้าต่อลูกค้า) เนื่องจากผู้ขายดังกล่าวไม่ใช่ธุรกิจแบบดั้งเดิม

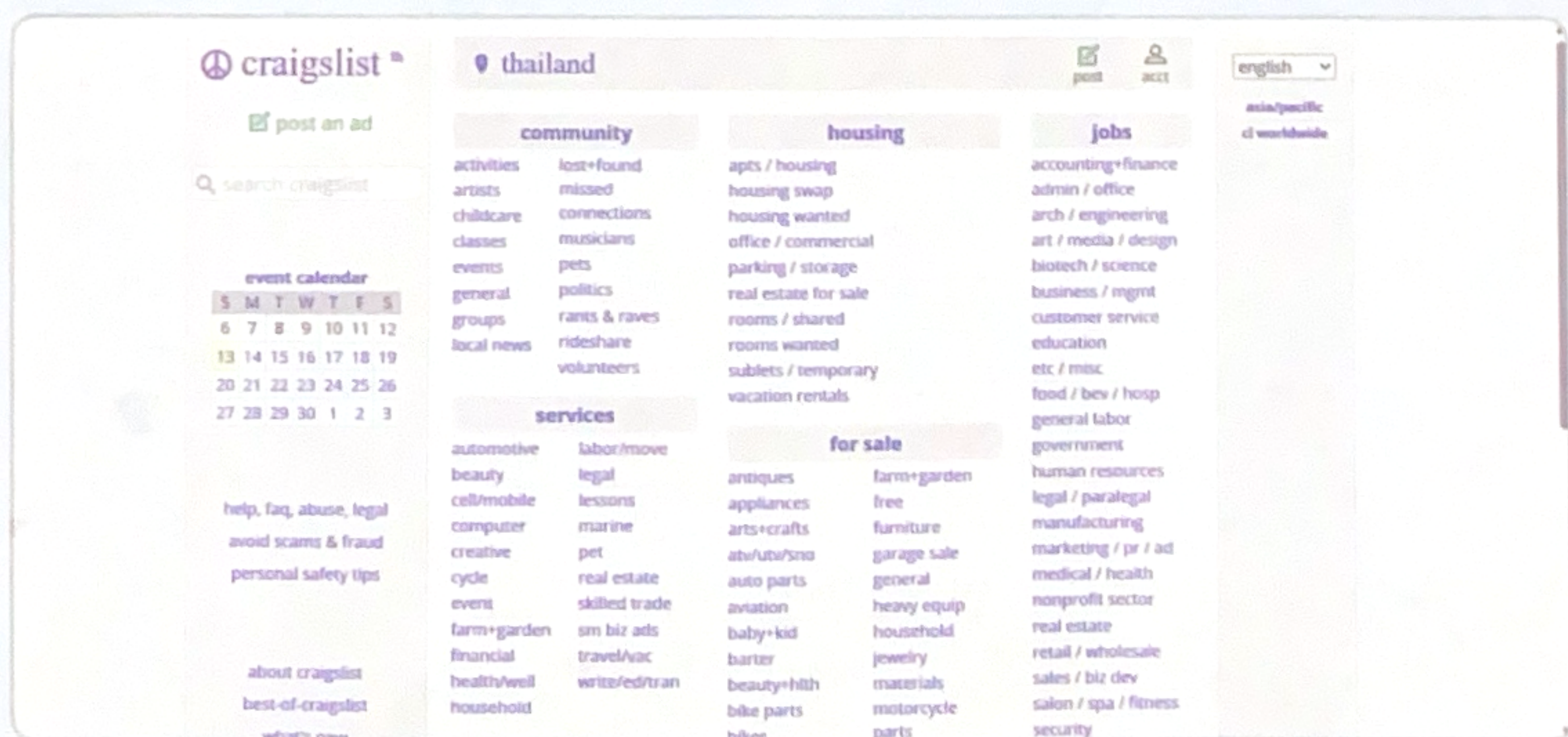


ภาพที่ 3.4 เว็บไซต์ eBay
ที่มา : <https://www.ebay.com/>

eBay เป็นตัวอย่างหนึ่งที่ผู้บริโภคนำสินค้าให้กับผู้บริโภครายอื่นๆ ทางออนไลน์ โดยเริ่มต้นจากสภาพแวดล้อมแบบลูกค้าถึงลูกค้าอย่างแท้จริง ถือเป็นเว็บไซต์ประมูลแบบลูกค้าถึงลูกค้าแห่งแรกบนเว็บไซต์ แม้ว่ารายการ Buy It Now จะเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดในการกำหนดราคาสินค้าบน eBay ที่ช่วยให้ผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าได้ทันที ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมมากกว่าการประมูลแบบกำหนดเวลา eBay สร้างรายได้ด้วยการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ขายสำหรับสิทธิพิเศษในการเชื่อมโยงผู้ขายกับผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ดังนั้น จึงทำหน้าที่เป็นทั้งการประมูลออนไลน์และแพลตฟอร์ม C2C สำหรับโฆษณาแบบจําแนกรายการ

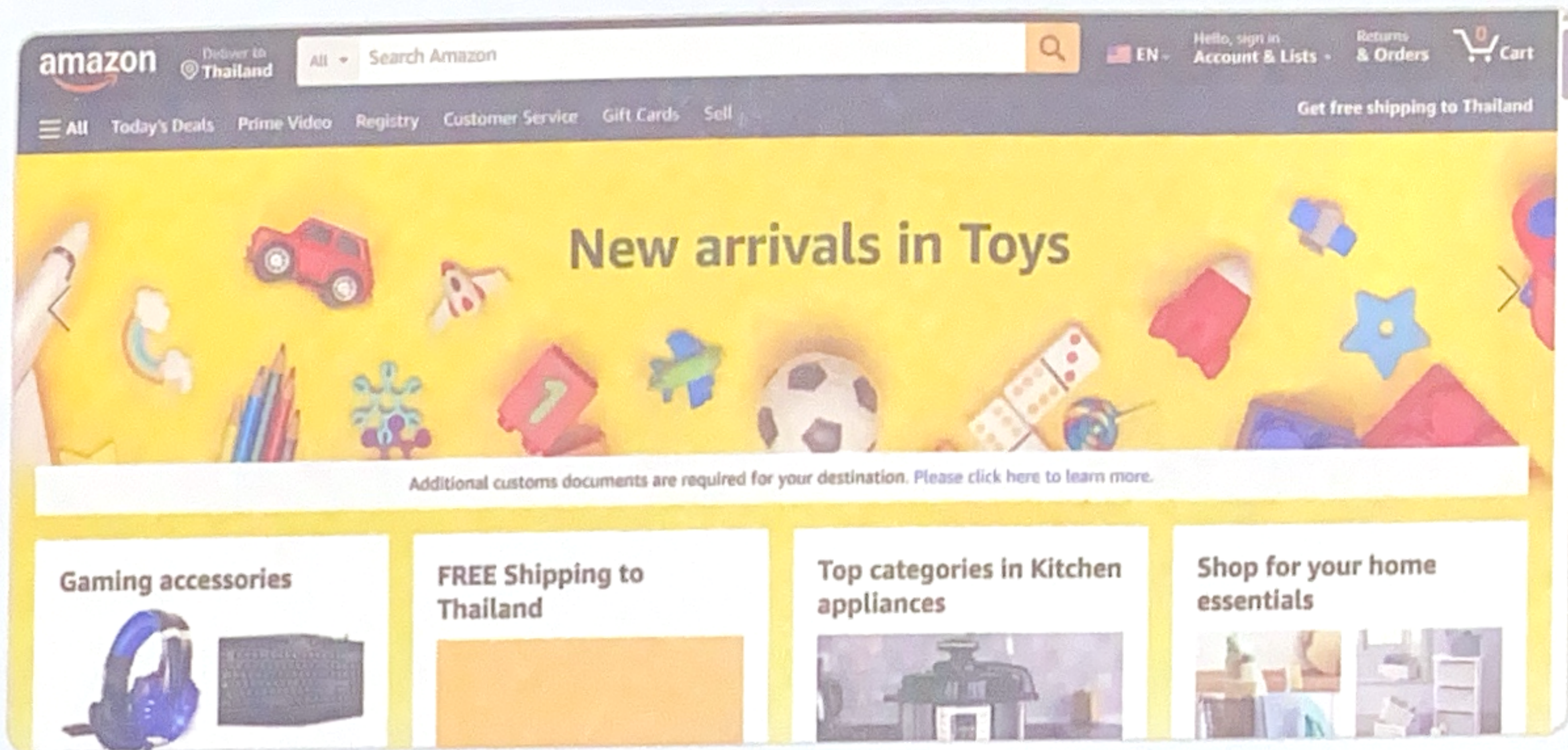
ผู้ซื้อที่มีตัวเลือกการชำระเงินหลายทาง เช่นบัตรเครดิต PayPal หรือบัตรเครดิตที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเชื่อมโยงกับบัญชีธนาคารได้ ความสามารถในการยอมรับตัวเลือกการชำระเงินที่หลากหลายนี้เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ผู้ขายเลือก eBay มากกว่าเว็บไซต์อื่น จากนั้นผู้ขายจะใช้ซอฟต์แวร์จัดส่งของ eBay เพื่อสร้างฉลาก จากนั้นจึงจัดส่งสินค้าโดยใช้หนึ่งในสามผู้ให้บริการขนส่งหลัก

เครกส์ลิสต์ (Craigslist) คือ เว็บไซต์ประกาศซื้อขายสินค้า บริการ หางาน และอื่นๆ อีกมากมาย โดยมีลักษณะเป็นกระดานข่าวออนไลน์แบบแบ่งหมวดหมู่ ผู้ใช้สามารถโพสต์ประกาศของตนเองได้ฟรี และสามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการได้จากประกาศที่มีอยู่ ซึ่งในกรณีส่วนใหญ่เครกส์ลิสต์ จะทำหน้าที่เป็นตลาดฟรีสำหรับผู้บริโภคในการติดต่อกับผู้บริโภคที่มีศักยภาพรายอื่นในระดับท้องถิ่นผ่านธุรกิจของบุคคลที่สาม เครกส์ลิสต์จะเรียกเก็บเงินสำหรับการลงโฆษณาหางานเพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่าย แต่จุดประสงค์หลักคือ การสร้างตลาดอีคอมเมิร์ซ C2C โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



ภาพที่ 3.5 เว็บไซต์ Craigslist
ที่มา : <https://shorturl.asia/wtKes>

Amazon นำเสนอตลาดซื้อขายออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด ผู้ซื้อชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือ PayPal และผู้ขายจะได้รับการชำระเงินผ่าน Amazon ไปยังบัญชีธนาคารของตนเองหรือบัญชี PayPal Amazon เรียกเก็บเงินในอัตราที่สูงที่สุดแห่งหนึ่งของเว็บไซต์ C2C บนเว็บ แต่ผู้ขายยังคงใช้บริการนี้เนื่องจาก Amazon เข้าถึงผู้คนได้มากขึ้นและมีฟีเจอร้ส่งเสริมการขาย



ภาพที่ 3.6 Amazon

ที่มา : <https://www.amazon.com/>

ข้อดีของ C2C สำหรับเจ้าของตลาด

- 1) เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ C2C เป็นแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทพิเศษที่มีข้อได้เปรียบหลายประการเหนือรูปแบบอีคอมเมิร์ซ ตลาด B2C แบบดั้งเดิม
- 2) ไม่ต้องมีสินค้าคงคลัง เนื่องจากแพลตฟอร์ม C2C เป็นเพียงตัวกลางที่รับส่วนแบ่งจากรูกรม C2C ซึ่งจะช่วยเหลือการผูกขาดเงินทุนในสินค้าคงคลังและขจัดความจำเป็นในการจัดเก็บและขนส่ง นอกจากนี้ยังช่วยขจัดต้นทุนการขนส่งที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบธุรกิจ B2B เพียงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายการและ/หรือค่าธรรมเนียมมูลค่าสุดท้ายโดยไม่ต้องเสี่ยงกับการมีสินค้าคงคลังเช่นเดียวกับเมื่อขายผลิตภัณฑ์ในร้านค้าจริง
- 3) ต้องการพนักงานน้อยลง ธุรกิจที่ไม่มีสินค้าคงคลังไม่จำเป็นต้องมีพนักงานบรรจุหีบห่อ ผู้จัดส่ง หรือพนักงานขับรถ
- 4) เปลี่ยนผู้ซื้อให้กลายเป็นผู้ขาย ผู้ซื้อที่คุ้นเคยกับเว็บไซต์ในฐานะแพลตฟอร์มการชื้อขายมักมองว่าเว็บไซต์นั้นน่าเชื่อถือ จึงกล้าสมัครเป็นผู้ขายด้วยตัวเอง กลายเป็นประสบการณ์แบบลูกค้าสู่ลูกค้า (C2C) อย่างแท้จริง คือ ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าเปลี่ยนมาขายสินค้าให้ลูกค้ารายอื่น
- 5) สามารถเลือกระดับความเกี่ยวข้องได้ ข้อตกลงการใช้งานจะกำหนดว่าแพลตฟอร์ม C2C จะเกี่ยวข้องเพียงใดกับธุรกรรมทางธุรกิจระหว่างลูกค้ากับลูกค้า ตัวอย่างเช่น ข้อตกลงการใช้งานของ Kickstarter ระบุว่าแพลตฟอร์มไม่สามารถรับผิดชอบต่อสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างผู้สร้างและผู้ให้การสนับสนุนได้
- 6) แพลตฟอร์มไม่ต้องรับผิดชอบต่อสินค้าปลอม ดังตัวอย่างกรณี Tiffany and Co. ฟ้อง eBay โดยกล่าวว่า eBay ได้ประโยชน์จากการขายสินค้าปลอม แต่ศาลตัดสินว่าแพลตฟอร์ม C2C อย่าง eBay ไม่มีความรับผิดชอบทางกฎหมายต่อสินค้าที่ผู้ขายนำมาปลอมแปลง

ข้อดีและข้อเสียของ C2C สำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย

ข้อดีสำหรับผู้ขาย

- 1) แพลตฟอร์ม C2C ช่วยให้ผู้ขายสามารถลงรายการสินค้าเพื่อขายได้โดยไม่ต้องเสียค่าโฆษณา ค่าการตลาด หรือค่าดำเนินการใดๆ เจ้าของแพลตฟอร์มจะดูแลเรื่องต่างๆ เช่น การควบคุมคุณภาพและฟีดแบ็กส่งเสริมการขาย
- 2) ผู้ขายสามารถใช้ประโยชน์จากการแสดงตนทางเว็บของตลาดเพื่อให้ตนเองอยู่ในอันดับต้นๆ ของผลการค้นหาในเครื่องมือค้นหาได้ อีคอมเมิร์ซประเภทนี้ไม่เพียงช่วยให้ผู้ขายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นกว่าที่ทำได้ด้วยตัวเองเท่านั้น แต่ยังทำได้เร็วกว่าอีกด้วย
- 3) ผู้ขายยังได้รับประโยชน์เนื่องจากสามารถเปลี่ยนระดับการมีส่วนร่วมในแต่ละวันได้ ในขณะที่ธุรกิจแบบดั้งเดิมจะทำให้ยุ่งอยู่ตลอดเวลา กล่าวอีกนัยหนึ่ง C2C สร้างโอกาสที่ดีสำหรับงานเสริมคล้ายกับการจัดการขายสินค้าในโรงรถในสภาพแวดล้อมออนไลน์

ข้อดีสำหรับผู้ซื้อ

- 1) ผู้ซื้อได้รับประโยชน์จากเว็บไซต์ C2C เนื่องจากผู้ขายควบคุมราคาและสามารถหลีกเลี่ยงต้นทุนค่าใช้จ่ายเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับบริษัทค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้ซื้อจึงสามารถใช้ประโยชน์จากราคาที่ต่ำกว่านี้ ซึ่งบริษัทค้าปลีกอาจไม่ได้ให้ อีกทั้งยังได้รับคำมั่นสัญญาในการควบคุมคุณภาพที่กำหนดให้ผู้ขาย
- 2) การค้าแบบ C2C มอบความสะดวกสบายในการจับจ่ายซื้อสินค้าจากที่บ้านให้กับผู้ซื้ออีกด้วย ตลาด C2C ที่ออกแบบมาอย่างดีจะเป็นผลดีต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

ลักษณะเด่น

- 1) เปิดโอกาสให้ทุกคนเป็นผู้ขายได้
- 2) เน้นการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ซื้อ-ผู้ขาย
- 3) ราคายืดหยุ่นและต่อรองได้

ตัวอย่าง

นายบีขายโทรศัพท์มือถือมือสองผ่าน Facebook Marketplace โดยโพสต์รูปภาพสินค้า พร้อมรายละเอียดและราคาขาย จากนั้นนัดผู้ซื้อส่งของและรับเงินปลายทาง

ข้อดี-ข้อจำกัดของ C2C	
ข้อดี	ข้อจำกัด
ต้นทุนต่ำ	ความเสี่ยงในการถูกหลอกลวงมีสูง
ใช้งานง่าย	ขาดการรับประกันคุณภาพสินค้า
มีสินค้าหลากหลาย	ไม่มีระบบรับชำระเงินที่ปลอดภัยเท่ากับ B2C

4. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ C2B (Consumer to Business)

C2B ย่อมาจาก **Consumer to Business** หมายถึง ผู้บริโภคเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับธุรกิจ เช่น การเสนอภาพถ่ายหรือหรือไอเดียให้บริษัท ซึ่งเป็นรูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่กำลังเติบโตอย่างแพร่หลาย ซึ่งยังไม่สามารถเข้าถึงมุมมองของคนทั่วไปได้ แตกต่างจากโมเดลธุรกิจทั่วไปส่วนใหญ่ โมเดลผู้บริโภคต่อธุรกิจ (C2B) ช่วยให้บริษัทต่าง ๆ ได้รับผลประโยชน์จากผู้บริโภคและในทางตรงกันข้าม ระบบธุรกิจนี้ บริษัทต่าง ๆ จะได้รับผลประโยชน์จากความเต็มใจของลูกค้าในการให้คำแนะนำหรือข้อมูลด้านการตลาดแก่ธุรกิจหรือเสนอราคาด้วยตนเอง

รูปแบบลักษณะการทำงานของ C2B

รูปแบบผู้บริโภคต่อธุรกิจมีประสิทธิภาพทางออนไลน์เป็นอย่างดีเนื่องจากสามารถเข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้อย่างง่าย ในกรณีที่ธุรกรรมทางธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแบบทิศทางเดียว โดยบริษัทต่าง ๆ นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า ระบบทิศทางคู่ใหม่นี้ช่วยให้ลูกค้าสามารถกลายเป็นองค์กรของตนเองได้ ยิ่งไปกว่านั้น การลดต้นทุนของบริการพัฒนาเว็บไซต์ เครื่องพิมพ์คุณภาพสูง และกล้องวิดีโอทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงเครื่องมือสื่อสารและส่งเสริมการขายได้ทันที ซึ่งก่อนหน้านี้จำกัดอยู่เพียงบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่เท่านั้น ดังนั้น ทั้งธุรกิจและผู้บริโภคจึงได้รับประโยชน์จากระบบธุรกิจ C2B กล่าวคือ เพื่อให้โมเดล C2B บรรลุผลสำเร็จอย่างสมบูรณ์ จำเป็นต้องระบุบุคคลที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ลูกค้าอาจเป็นบุคคลก็ได้ที่มีสิ่งที่มีค่าที่จะนำเสนอให้กับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น ช่างภาพหรือบล็อกเกอร์ที่มอบรูปภาพสต็อกให้กับแบรนด์ต่างๆ

ในกรณีนี้บริษัทอาจเป็นแบรนด์ใดก็ได้ที่วางแผนจะซื้อบริการหรือสินค้าจากผู้คนไม่ว่าจะโดยทางอ้อมผ่านตัวกลางหรือโดยตรง ตัวกลางจะเชื่อมโยงแบรนด์ที่ต้องการบริการหรือความต้องการกับบุคคลต่างๆ ในการโปรโมตผลิตภัณฑ์และบริการผ่านแพลตฟอร์มการจัดจำหน่ายต่างๆ และมอบความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค โลจิสติกส์ และการส่งเสริมการขายให้กับผู้บริโภค

แนวโน้มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ C2B

พาณิชย์แบบอิเล็กทรอนิกส์แบบ C2B เป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับระบบดั้งเดิมโดยสิ้นเชิง ในสถานการณ์อื่น ๆ แทนที่บริษัทจะโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้ากลับเรียกร้องผลิตภัณฑ์หรือบริการในราคาที่พึงพอใจ และรอให้ธุรกิจมาเติมเต็มส่วนที่ขาดนั้น ปัจจุบันโมเดลอีคอมเมิร์ซประเภทนี้ได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากลูกค้าเริ่มเข้าใจความสามารถที่ตนมีและใช้ประโยชน์จากกรณีนี้เพื่อให้ได้ข้อเสนอที่ดีกว่า

ตัวอย่าง

ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางอาจเป็นบริษัทที่ต้องการเติมเต็มตำแหน่งงานที่ว่างผ่านทางเว็บไซต์การจ้างงาน โดยอ้างอิงบริษัทที่ต้องการโฆษณาออนไลน์ผ่าน Facebook อย่างมีประสิทธิภาพ หรือบริษัทการตลาดดิจิทัลที่ต้องการให้ผู้ทำการตลาดตอบแบบสำรวจและให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพของบริการของตน

ตัวอย่าง

ประเภทธุรกิจ ได้แก่ บล็อกเกอร์ต่าง ๆ เจ้าของเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาดี ๆ และผู้ติดตามจำนวนมาก ทั้งการตลาด เทคโนโลยี อสังหาริมทรัพย์ รถยนต์ เว็บไซต์ให้ความรู้ข่าวสารต่าง ๆ

เนื่องจาก C2B ถือเป็นธุรกิจใหม่ จึงยังไม่มีกรอบกฎหมายพื้นฐาน เช่น การออกใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้าหรือการรับชำระเงินอย่างสมบูรณ์ ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบเดิมที่ค่าจ้างจะถูกจ่ายให้กับพนักงานกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ในกรณีส่วนใหญ่ ธุรกิจ C2B จะต้องดำเนินการชำระเงินหลายรายการให้กับลูกค้าที่แตกต่างกัน การขยายฐานลูกค้าให้เติบโตต้องอาศัยความมุ่งมั่นและทักษะพิเศษบางประการ เช่นเดียวกับโมเดลธุรกิจ B2B ที่ต้องอาศัยการจัดการบัญชีและการขายเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่วน C2B แปรนด์ที่สนใจขยายธุรกิจเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นควรพิจารณาใช้เครื่องมือเหล่านี้

- 1) ช่องทางออนไลน์ เช่น ผู้ติดตาม X และเพจ Facebook
- 2) การวิจัยตลาด (การแบ่งกลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ การสำรวจเชิงปริมาณ)
- 3) ช่องทางการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภค ได้แก่ ช่องทางข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็น สายบริการลูกค้า และการให้คะแนน/วิจารณ์
- 4) มีบทบาทสำคัญในงานประชุมและสัมมนาการค้า การโฆษณาในวารสารการค้า การตลาดดิจิทัล และแคมเปญสร้างความตระหนักรู้แบบเดิม ๆ

ลักษณะเด่น

- 1) ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขราคา
- 2) ธุรกิจเลือกผู้ให้บริการตามความสามารถ
- 3) เหมาะกับแรงงานยุคดิจิทัล

ตัวอย่าง

คุณพิมพ์เป็นนักเขียนบทความเสรี ใช้เว็บไซต์ Fastwork ในการเสนอราคาค่าบริการให้กับบริษัทสตาร์ทอัพ เมื่อได้รับการว่าจ้าง จึงเขียนบทความส่งงานผ่านระบบและได้รับเงินผ่านบัญชีธนาคาร

ข้อดี-ข้อจำกัดของ C2B	
ข้อดี	ข้อจำกัด
สร้างรายได้จากความสามารถ	รายได้ไม่แน่นอน ขึ้นกับปริมาณงาน
ยืดหยุ่นเรื่องเวลา	ต้องสร้างชื่อเสียงและโปรไฟล์ให้เป็นที่ยอมรับ
ลดต้นทุนในการหาบุคลากรของธุรกิจ	มีการแข่งขันสูงในตลาดฟรีแลนซ์

5. ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2G (Business to Government)

B2G ย่อมาจาก **Business to Government** หมายถึง การประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ เป็นธุรกิจการบริหารการค้าของประเทศเพื่อเน้นการบริหารการจัดการที่ดีของรัฐบาล ซึ่งข้อแตกต่างที่สำคัญเมื่อเทียบกับ B2B และ B2C คือ ในรูปแบบ B2G โดยทั่วไปบริษัทจะเสนอราคาแบบมีโครงสร้างตามรายละเอียดที่ภาครัฐต้องการ มีการเปรียบเทียบราคา มีการทำสัญญาที่มีระยะเวลาที่ชัดเจน หากผิดสัญญาหรือไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลา จำเป็นต้องมีส่วนโทษ เนื่องจากจะมีผลต่อการส่งมอบงานตามแผนงานของรัฐบาล และกระทบต่อการเบิกงบประมาณ และบริษัทที่จะทำธุรกิจในลักษณะนี้จำเป็นต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของภาครัฐ เช่น ประสบการณ์ การมีผลงานอ้างอิง

รูปแบบลักษณะของงาน B2G ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจหลัก

- งานการให้บริการของภาครัฐในลักษณะ B2G มีมากมายโดยเฉพาะกิจกรรมที่ธุรกิจต้องติดต่อกับภาครัฐ เช่น
- 1) การจัดซื้อของภาครัฐที่ต้องติดต่อกับเอกชน (e-Procurement)
 - 2) งานให้บริการข้อมูลข่าวสาร
 - 3) งานเสนอโครงการ การเปิดประมูล การยื่นแบบ ยื่นซองประกวดราคา
 - 4) งานการเสียภาษีอากรและการตอบรับเมื่อยื่นแบบ รวมทั้งการตัดโอนรายการทางการเงินระหว่างภาครัฐกับเอกชน
 - 5) งานบริการในแบบดิจิทัลไลเบรารี ข้อมูลเทคนิคและข้อมูลบริการที่เป็นประโยชน์ เช่น ข้อมูลสิทธิบัตร ข้อมูลมาตรฐาน ข้อมูลเพื่อประกอบการทางธุรกิจบางอย่าง
 - 6) การกรอกแบบฟอร์มและการลงทะเบียนต่าง ๆ
 - 7) ข้อมูลแผนที่ ถนน การคมนาคม ป่าไม้ ข้อมูลทางการแพทย์ ตลอดจนข้อมูลการศึกษาและการทำงาน
 - 8) ข้อมูลบริการที่รัฐสำรวจ เช่น สถิติ
 - 9) ข้อมูลทางกฎหมายที่จำเป็นต่อธุรกิจ
 - 10) งานที่รัฐให้บริการหลัก เป็นงานบริการสาธารณะต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่ เช่น ระบบสาธารณสุขปโภค

ตัวอย่าง B2G

เนื่องจากขนาดของการใช้จ่ายของรัฐบาลในระดับท้องถิ่น ระดับรัฐ และระดับรัฐบาลกลาง จึงมีตัวอย่าง B2G ที่หลากหลาย

ค่าใช้จ่ายด้านโครงสร้างพื้นฐานในระดับประเทศที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด ได้แก่ บริษัทก่อสร้างที่ทำสัญญาก่อสร้างทางด่วนระหว่างรัฐหรือซ่อมแซมทางรถไฟ B2G

ตัวอย่าง อีคอมเมิร์ซ B2G ขั้นนำ

ธุรกิจ B2G ส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชนในหลากหลายสาขา ตั้งแต่เครื่องจักร อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการค้าอาวุธหรือการพัฒนาระบบป้องกันทางทหาร

ธุรกิจ B2G อาจมีขนาดเล็กเท่ากับธุรกิจไอทีขนาดเล็กที่ให้บริการสนับสนุนแก่รัฐบาลเมือง หรืออาจใหญ่โตได้เท่ากับบริษัทโบอิง ซึ่งเป็นธุรกิจที่สร้างเฮลิคอปเตอร์ เครื่องบินขับไล่ ระบบป้องกันขีปนาวุธ และเครื่องบินตรวจการณ์ เป็นต้น

สำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจ B2G ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ โทรคมนาคม และโครงสร้างพื้นฐาน

1) eWorldTrade

eWorldTrade เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำที่เชื่อมโยงธุรกิจกับผู้ซื้อภาครัฐจากทั่วโลก แพลตฟอร์มนี้นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย รวมถึงการจัดหา โลจิสติกส์ และการชำระเงิน

eWorldTrade เป็นตัวเลือกที่ยอดเยียมสำหรับธุรกิจที่ต้องการขยายการเข้าถึงไปยังตลาดใหม่ ๆ แพลตฟอร์มนี้มีผู้ใช้ที่ลงทะเบียนมากกว่า 1 ล้านรายและรองรับธุรกรรมในหลายภาษา

2) Mark43

Mark43 เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซบนคลาวด์ที่ช่วยให้ธุรกิจต่างๆ สามารถจัดการการขายและการดำเนินงานออนไลน์ได้ โดยมีชุดเครื่องมือสำหรับจัดการสินค้าคงคลัง คำสั่งซื้อ ลูกค้า และการจัดส่ง นอกจากนี้ Mark43 ยังมีตลาดสำหรับการขายผลิตภัณฑ์และบริการอีกด้วย

3) OpenGov

OpenGov เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซบนคลาวด์ที่ช่วยให้หน่วยงานของรัฐปรับปรุงการดำเนินงานและให้บริการประชาชนได้ดีขึ้น แพลตฟอร์มนี้ช่วยให้หน่วยงานต่างๆ สามารถตั้งร้านค้าออนไลน์ จัดการสินค้าคงคลัง และรับชำระเงินได้อย่างง่าย นอกจากนี้ OpenGov ยังมีแอปพลิเคชันมือถือที่ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงบริการภาครัฐได้ทุกที่ ทุกเวลา

4) ร้านค้า GovShop

GovShop เป็นตลาดออนไลน์ที่เชื่อมโยงหน่วยงานของรัฐกับผู้ขายที่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการ แพลตฟอร์มนี้ทำให้หน่วยงานต่างๆ ค้นหาผู้ขาย เปรียบเทียบราคา และสั่งซื้อสินค้าได้ง่าย นอกจากนี้ GovShop ยังมีแอปพลิเคชันมือถือเพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ขอบปติได้ทุกที่ ทุกเวลา

5) Senseware

Senseware คือ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซแบบครบวงจรที่มอบชุดเครื่องมือที่ครบครันเพื่อช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ ขายสินค้าออนไลน์ได้ โดยมีทุกอย่างตั้งแต่เครื่องมือสร้างเว็บไซต์และตะกร้าสินค้าที่ปรับแต่งได้ไปจนถึงบริการจัดการคำสั่งซื้อและจัดส่ง

ด้วย Senseware ธุรกิจต่างๆ สามารถสร้างร้านค้าออนไลน์ระดับมืออาชีพได้อย่างรวดเร็วและง่าย โดยไม่ต้องมีความรู้ด้านการเขียนโค้ดหรือการออกแบบใดๆ นอกจากนี้แพลตฟอร์มยังมีเครื่องมือ SEO ในตัวเพื่อช่วยให้ธุรกิจต่างๆ ถูกพบโดยลูกค้าที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้าทางออนไลน์

6) Citymart

Citymart เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ SaaS บนคลาวด์สำหรับธุรกิจขนาดเล็กและผู้ประกอบการ บริษัทก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2013 โดยมีภารกิจในการช่วยให้ธุรกิจในท้องถิ่นเชื่อมต่อกับลูกค้าและเพิ่มรายได้ Citymart มีฟีเจอร์มากมาย เช่น โปรแกรมสะสมคะแนน การนัดหมาย การชำระเงินออนไลน์ และอื่นๆ อีกมากมาย นอกจากนี้แพลตฟอร์มยังมีการสนับสนุนลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน และทดลองใช้งานฟรี 14 วัน

7) Skycatch

Skycatch เป็นผู้ให้บริการโซลูชันอีคอมเมิร์ซครบวงจรที่ช่วยให้ธุรกิจต่างๆ สามารถทำยอดขายทาง

ออนไลน์ได้ แพลตฟอร์มนี้มีชุดเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจต่างๆ จัดการการปรากฏตัวทางออนไลน์ได้ เช่น เครื่องมือสร้างเว็บไซต์ ตะกร้าสินค้า เกตเวย์การชำระเงิน และระบบจัดการคำสั่งซื้อ นอกจากนี้ Skycatch ยังมีเครื่องมือการตลาดและ SEO มากมายเพื่อช่วยให้ธุรกิจต่างๆ โพรโมตผลิตภัณฑ์และบริการของตนทางออนไลน์

8) Spree Commerce

Spree Commerce เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซโอเพนซอร์สที่ช่วยให้ธุรกิจต่างๆ สามารถสร้างและจัดการร้านค้าออนไลน์ของตนเองได้ แพลตฟอร์มดังกล่าวมีฟีเจอร์และเครื่องมือต่างๆ มากมายที่จะช่วยให้ธุรกิจต่างๆ สามารถสร้างและดำเนินการร้านค้าออนไลน์ของตนเองได้ ซึ่งรวมถึงเครื่องมือสร้างเว็บไซต์ ตะกร้าสินค้า เกตเวย์การชำระเงิน ระบบจัดการคำสั่งซื้อ และเครื่องมือทางการตลาด

9) OndaVia

OndaVia เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ B2G ที่มุ่งเน้นการทำให้ธุรกิจต่างๆ ค้นหาและซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องการได้อย่างง่าย บริษัทนำเสนอฟีเจอร์ต่างๆ มากมาย รวมถึงฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ค้นหาได้กว่า 1 ล้านรายการ ตะกร้าสินค้าที่ปรับแต่งได้ และแอปพลิเคชันมือถือ

OndaVia ยังมีคุณสมบัติต่างๆ มากมายที่ออกแบบมาเพื่อช่วยให้ธุรกิจประหยัดเวลาและเงิน เช่น เครื่องมือเปรียบเทียบราคาและโปรแกรมส่วนลดการสั่งซื้อจำนวนมาก

10) SeamlessDocs

SeamlessDocs คือ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ช่วยให้หน่วยงานของรัฐปรับปรุงและทำให้กระบวนการที่ใช้เอกสารเป็นระบบอัตโนมัติ แพลตฟอร์มนี้มีฟีเจอร์มากมาย เช่น แบบฟอร์มออนไลน์การจัดการเวิร์กโฟลว์ ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ อีกมากมาย

ลักษณะเด่น

- 1) มีขั้นตอนการตรวจสอบเข้มงวด
- 2) ต้องเป็นผู้ค้าจดทะเบียนกับรัฐ
- 3) มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ เช่น e-GP

ตัวอย่าง

บริษัท Y ผลิตภัณฑ์เก้าอี้นักเรียน เข้าร่วมประมูลกับกระทรวงศึกษาธิการผ่านระบบ e-Bidding บนเว็บไซต์ gprocurement.go.th หลังผ่านการคัดเลือก บริษัทจัดส่งสินค้าและรับชำระเงินตามสัญญา

ข้อดี-ข้อจำกัดของ B2G	
ข้อดี	ข้อจำกัด
เปิดตลาดภาครัฐให้กับเอกชน	ขั้นตอนการเข้าร่วมซับซ้อนและใช้เวลานาน
โปร่งใส ตรวจสอบได้	ต้องปฏิบัติตามระเบียบและกฎหมายอย่างเข้มงวด
ลดเวลาและขั้นตอนแบบเดิม	ต้องมีเอกสารและคุณสมบัติเฉพาะจึงจะมีสิทธิเข้าร่วม



เกร็ดความรู้

Facebook Reels เป็นฟีเจอร์หนึ่งบน Facebook ที่ให้ผู้ใช้งานสร้างและแบ่งปันวิดีโอสั้น ความยาวไม่เกิน 90 วินาที โดยสามารถใส่เพลง เสียง เอฟเฟกต์ ข้อความ และลูกเล่นอื่นๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ โดย Facebook Reels ถูกออกแบบมาเพื่อความบันเทิงและการสร้างสรรค์ และสามารถแบ่งปันไปยังหน้าฟีด ส่วน Explore หรือพื้นที่อื่นๆ บน Facebook ได้



สรุปประเด็นสำคัญ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทหลัก ได้แก่

1. B2B (Business to Business) การซื้อขายระหว่างองค์กร เช่น บริษัทขายวัตถุดิบให้โรงงาน
2. B2C (Business to Consumer) ธุรกิจขายสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภค เช่น ร้านค้าออนไลน์ใน Shopee
3. C2C (Consumer to Consumer) การขายระหว่างผู้บริโภค เช่น การขายสินค้ามือสองผ่าน Facebook Marketplace
4. C2B (Consumer to Business) ผู้บริโภคขายบริการให้ธุรกิจ เช่น บล็อกเกอร์ขายพื้นที่โฆษณาให้แบรนด์
5. B2G (Business to Government) ธุรกิจที่ทำสัญญากับภาครัฐ เช่น บริษัทจัดซื้ออุปกรณ์ไอทีให้หน่วยงานรัฐ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะและเหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงควรเลือกให้ตรงกับเป้าหมายและความสามารถของตน



Web Guide QR Code

