

บทที่ 11

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

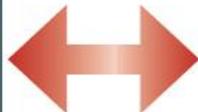
บทที่ 11 พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์

E-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

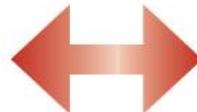
- รูปแบบการทำธุกรรมซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยน สินค้าหรือบริการต่างๆระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผ่านช่องทางการจำหน่ายด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์



ผู้ซื้อ



ช่องทางจำหน่ายอิเล็กทรอนิกส์



ผู้ขาย

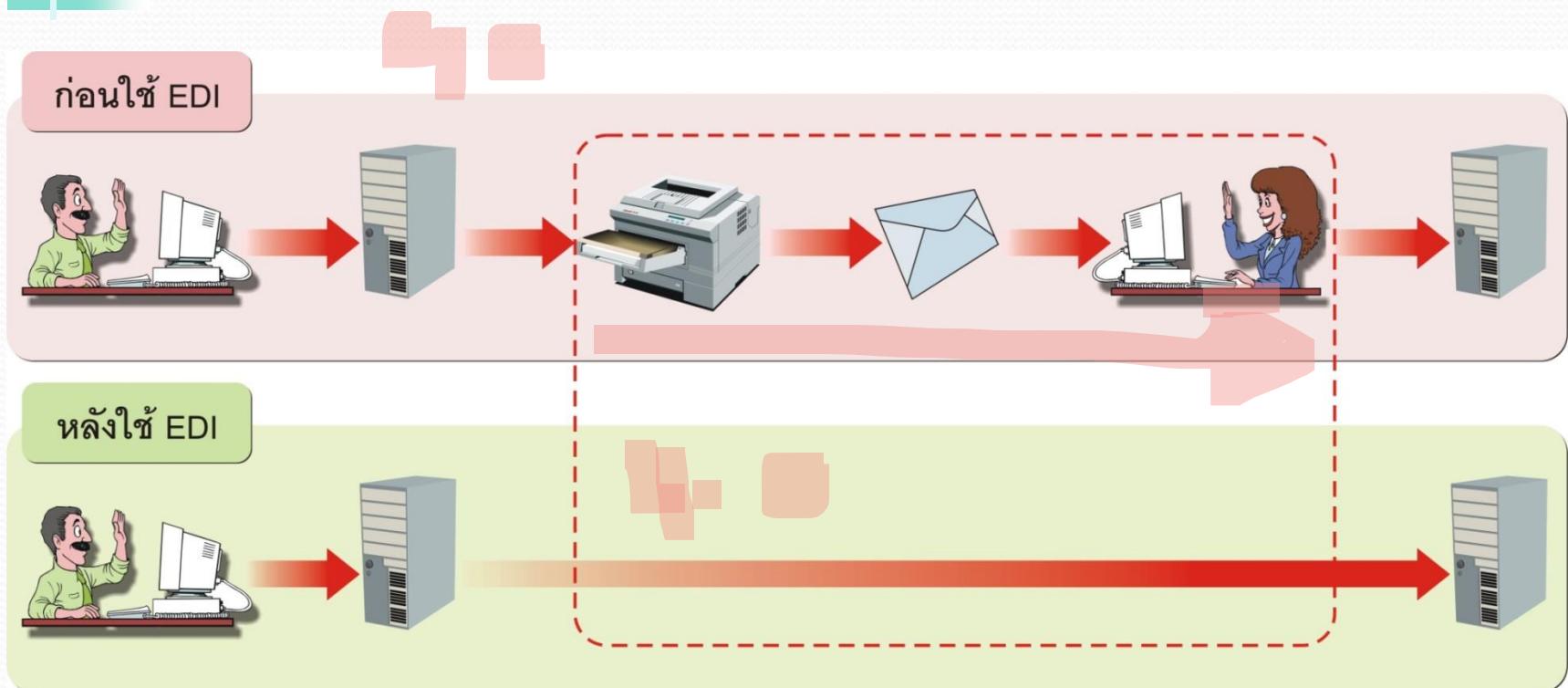
วิัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ยุคการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI)

หัวใจ

- แนวคิดที่จะให้คอมพิวเตอร์ของคู่ค้าทั้งสองฝ่าย แลกเปลี่ยนเอกสารกันทางอิเล็กทรอนิกส์โดยตรง
- ไม่ค่อยนิยมใช้ เพราะมีค่าใช้จ่ายในการวางแผนและดำเนินงานสูง
- ใช้เฉพาะในวงการอุตสาหกรรม หรือการค้าเฉพาะทางที่มีผู้เกี่ยวข้องเพียงไม่กี่ฝ่ายเท่านั้น

วิัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)



การแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (EDI)

วิวัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

● ยุคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- ยุคของอินเทอร์เน็ตที่แพร่ขยายอย่างรวดเร็ว
- เข้าถึงการซื้อขายของผู้บริโภคทั่วๆ ไป
- มีคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟนที่เชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ต ก็สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีต้นทุนที่ถูกลง



๑๔



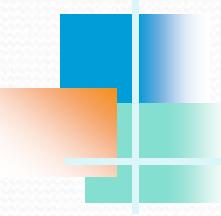
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

PR&VISION

4.00

รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- แบ่งได้หลายรูปแบบตามความสัมพันธ์ทางการตลาด (Market Relationships) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งแบบหลักๆ ที่ใช้กันมีดังนี้
 - แบบธุรกิจกับธุรกิจ เรียกว่า **B2B** (Business-to-Business)
 - แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค เรียกว่า **C2C** (Consumer-to-Consumer)
 - แบบธุรกิจกับผู้บริโภค เรียกว่า **B2C** (Business-to-Consumer)

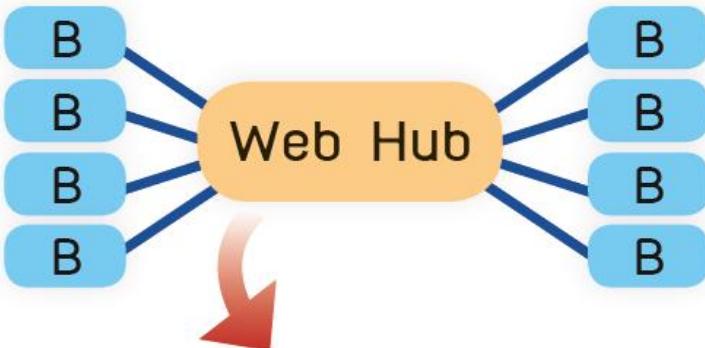


B2B : ธุรกิจกับธุรกิจ

- **แบบธุรกิจกับธุรกิจ** หรือ **B2B** (Business-to-Business)

- การทำธุกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ค้าเนินธุรกิจด้วยกันเอง
- การซื้อขายจะเน้นปริมาณมากและมีราคาสูงพอสมควร
- มักพบในตลาดกลางที่เรียกว่า E-marketplace
- ตัวอย่างของเว็บไซต์เหล่านี้ เช่น www.cementthaiionline.com, www.alibaba.com และ www.pantavanij.com เป็นต้น

B2B : ธุรกิจกับธุรกิจ (ต่อ)



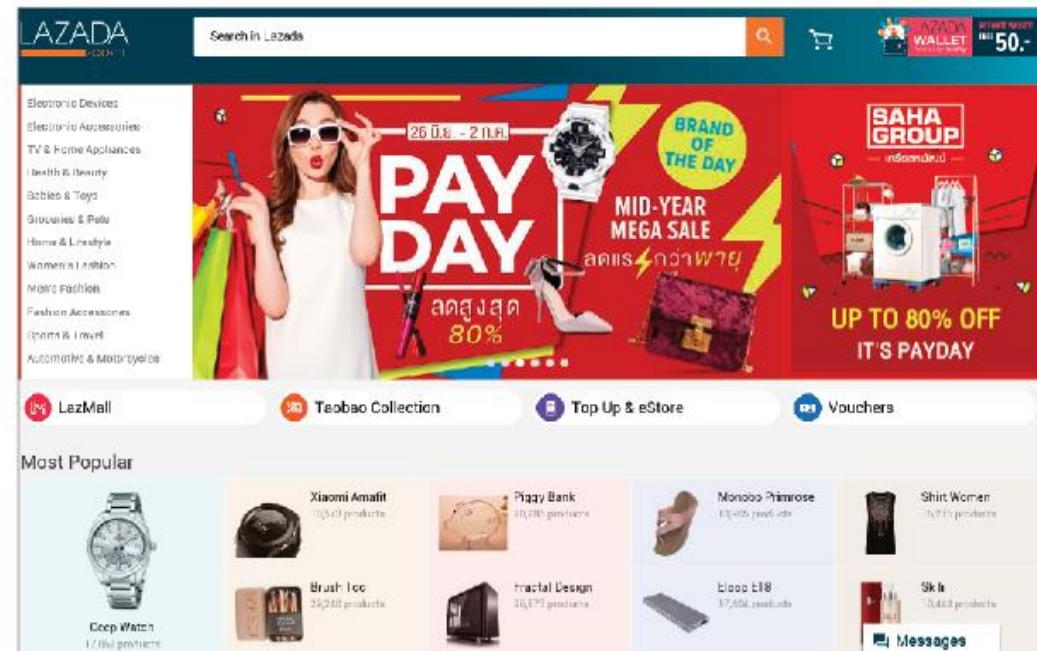
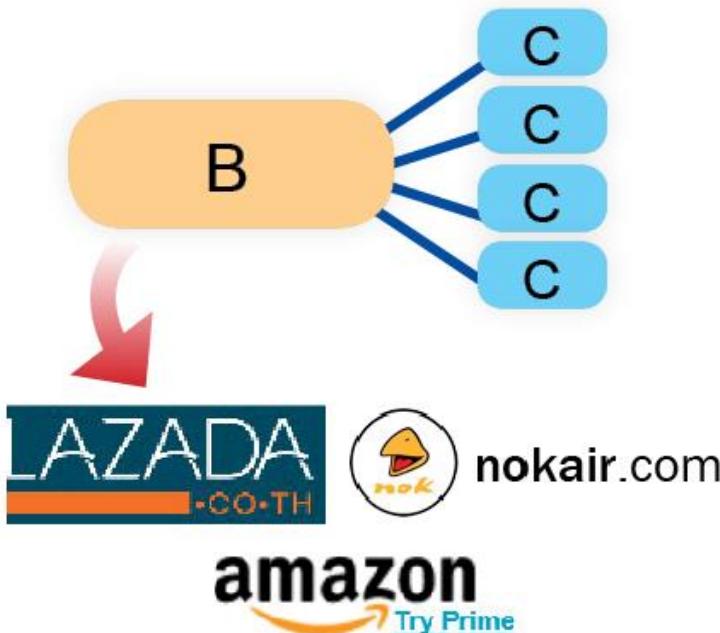
The screenshot displays the homepage of cementhaionline.cementhai.co.th/. The header features the SCG logo and the text "HOME MART Authorized Dealer". Below the header, there are navigation links for "ลูกค้าบุคคลทั่วไป" (Customer), "ผู้ขาย" (Supplier), "ลูกค้าองค์กร" (Business), "เข้าสู่ระบบ SCG Cement-Building Materials", and "Links". A "Company Profile" section contains text about SCG's history and services, mentioning its headquarters in Bangkok, Thailand, and its presence in over 40 countries. A "Contacts" section provides information for the "HOME MART Call Center" (0 2566 2222) and the "SCG Online Service Center" (1 800 231 1060). The footer includes the copyright notice "Copyright © 2013 SCG Cement-Building Materials Co.,Ltd. Allright reserved".

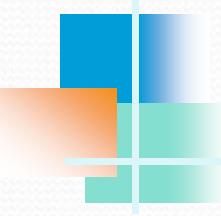
B2C : ธุรกิจกับผู้บริโภค

● แบบธุรกิจกับผู้บริโภค หรือ **B2C** (Business-to-Consumer)

- เป็นรูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พบเห็นมากที่สุด
- ผู้ประกอบการใช้เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคจำนวนมาก เพื่อให้เข้าถึงได้โดยตรง
- ร้านค้าหรือบริษัทจะเปิดเว็บไซต์ที่มีรูปแบบเป็นร้านค้าเสมือนจริง (Virtual store-front)
- ตัวอย่างของเว็บไซต์เหล่านี้ เช่น www.misslily.com, www.amazon.com, www.nokair.com และ www.lazada.co.th เป็นต้น

B2C : ธุรกิจกับผู้บริโภค (ต่อ)





C2C : ผู้บริโภคกับผู้บริโภค

- **แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภค** หรือ **C2C** (Consumer-to-Consumer)

- กิจกรรมซื้อขายสินค้าหรือบริการ เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคคนสุดท้าย
- ผู้ซื้อและผู้ขายจะติดต่อแลกเปลี่ยนรายการซื้อขายด้วยตนเอง
- มักพบเห็นในสินค้าประเภทมือสอง หรือสินค้าประมูล
- ตัวอย่างของเว็บไซต์เหล่านี้ เช่น www.ebay.com, www.pramool.com,
www.olx.com, www.pantipmarket.com และ www.kaidee.com เป็นต้น

C2C : ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (ต่อ)



ขั้นตอนของ E-Commerce

1 ออกแบบและจัดทำเว็บไซต์



2 โฆษณาและเผยแพร่ข้อมูล

Submission to search engines

Submit to the following search engines: Goo MSN AltIt
(required)

Site owner's e-mail: (required)

3 ทำการสั่งซื้อ



5 บริการหลังการขาย



4 ส่งมอบสินค้า



ขั้นที่ 1 การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์

● ออกแบบด้วยรูปหลักๆ ที่สวยงาม น่าสนใจ

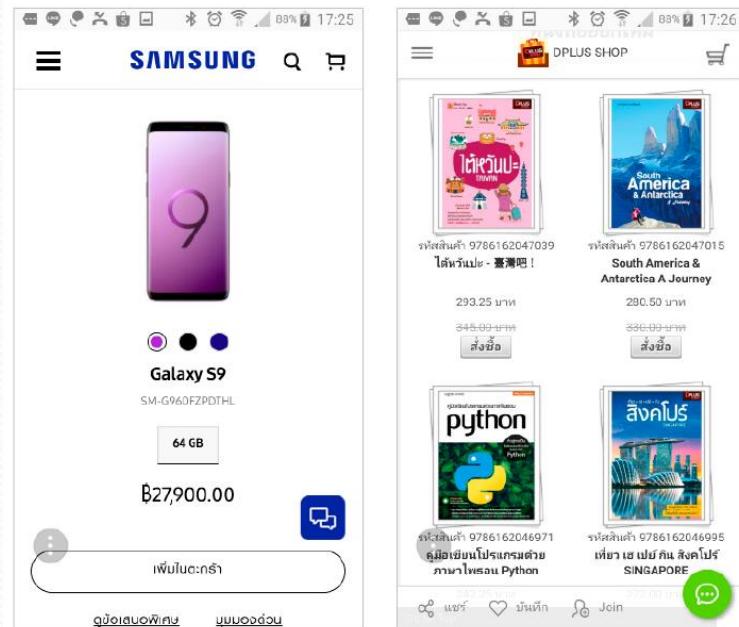
- มีรูปภาพประกอบและลีสันที่ดึงดูดใจ ทำให้น่าเข้ามาชม
- ใส่ข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นเชิงมัลติมีเดีย (ไม่มากเกินไป)
- ออกแบบให้เข้ากับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มี



ขั้นที่ 1 การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)

● อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับออกแบบเว็บไซต์

- การออกแบบขั้นตอนการใช้งานที่ดี
จะทำให้ลูกค้าไม่สับสน
- มีส่วนช่วยนำทางของเว็บไซต์
ในรูปแบบ Navigation
- สร้างระบบที่เรียกว่าแผนผังเว็บไซต์
(Site map) เพื่อให้ทราบเนื้อหาโดยรวม
- แบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาหรือข้อมูลสินค้าภายในเว็บไซต์อย่างชัดเจน
- แสดงภาพตัวอย่างสินค้าขนาดเล็กๆ (Thumbnail)



ขั้นที่ 1 การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)

● ออกแบบเว็บให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน

- ปรับปรุงเว็บไซต์อยู่เสมอ พร้อมทั้งแจ้งข่าวว่าในเว็บไซต์มีอะไรใหม่บ้าง

- ทำให้น่าสนใจและเป็นปัจจุบันที่สุด

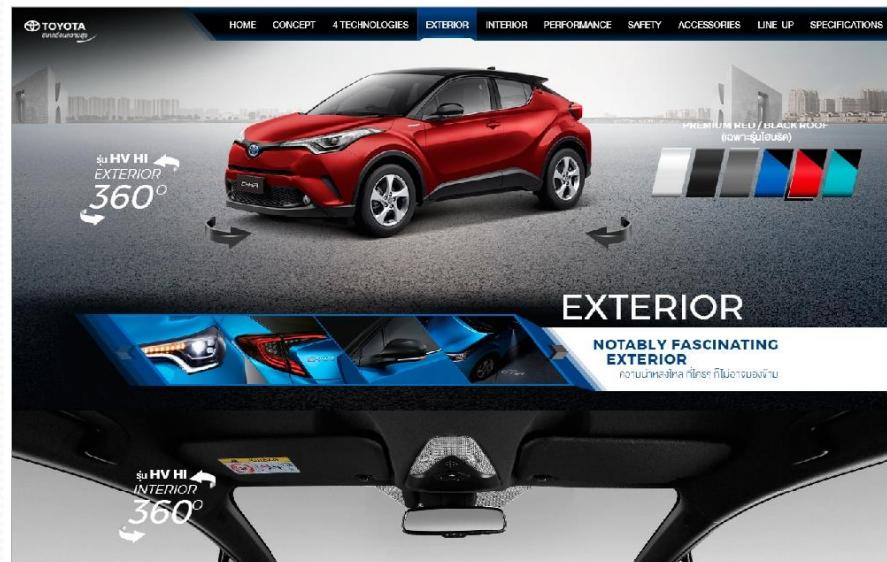
- ออกแบบให้รองรับการใช้งานโมบายไซต์ หรือแบบ Responsive บนสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ต



ขั้นที่ 1 การออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ (ต่อ)

● ออกรูปแบบด้วยการสร้างความแตกต่าง

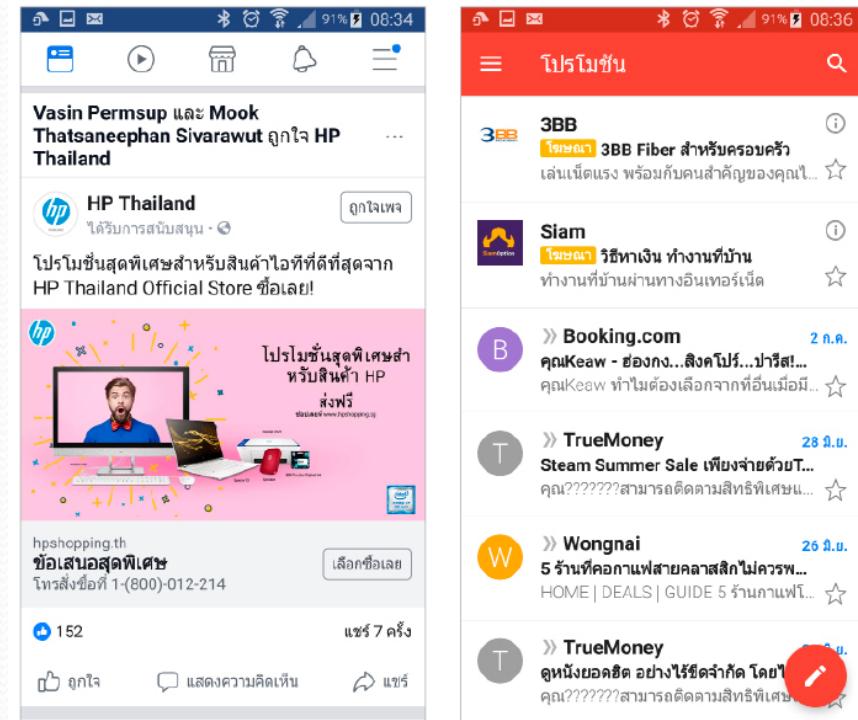
- ออกรูปแบบเว็บไซต์ให้แตกต่างจากคนอื่น ทำให้น่าสนใจได้มากกว่า
- มีคำวิจารณ์หรือ Review สินค้า จากผู้ใช้คนอื่น รวมถึงสร้างระบบค้นหาสินค้าที่ใกล้เคียงกัน เช่น เว็บขายสินค้าประเภทหนังสือ
- ใช้การจำลองภาพสามมิติให้เห็นรูปปลักษณ์ภายใน เช่น เว็บเกี่ยวกับรถยนต์
- สร้างระบบช่วยเลือกรุ่น แบบ หรืออุปกรณ์เสริมอื่นๆ เช่น เว็บขายคอมพิวเตอร์ประกอบ



ขั้นที่ 2 โฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล

● ลงประกาศในกลุ่มหรือ community ต่างๆ

- กระดานข่าว เป็นโปรแกรมบนเว็บที่สร้างขึ้นมาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือสร้างประเด็นเนื้อหาเดพะกลุ่ม
- สามารถลงประกาศได้ฟรี บางแห่งอาจมีค่าธรรมเนียมเล็กน้อย
- ใช้เป็นพื้นที่บรรยายคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการอย่างคร่าวๆ และอาจลงรูปภาพตัวอย่างด้วย



ขั้นที่ 2 โฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

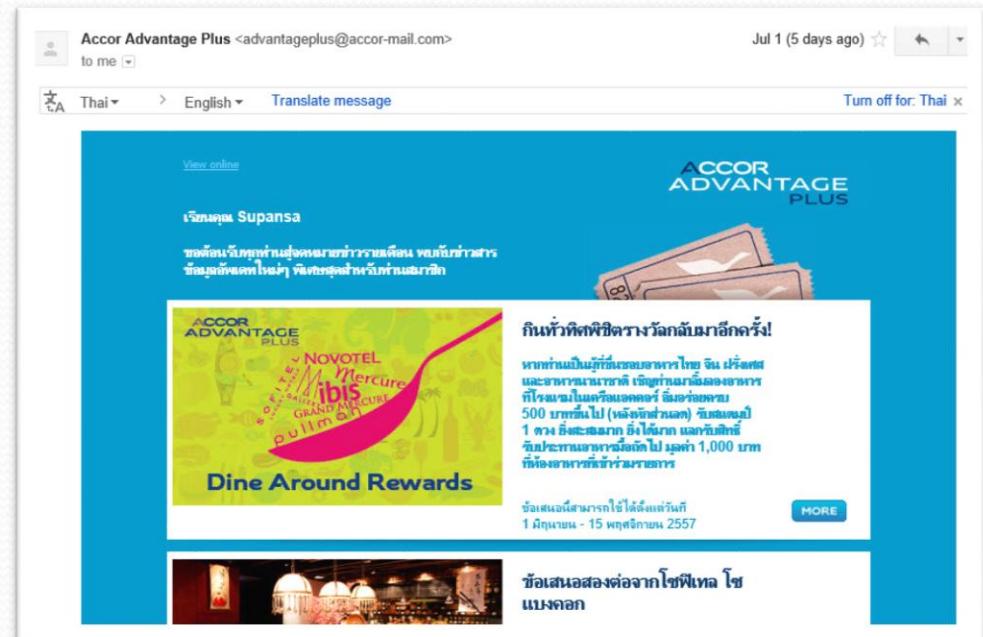
จัดทำป้ายโฆษณาออนไลน์ (Banner)

- สร้างโดยข้อความและรูปภาพที่บ่งบอกถึงความหมายและแนวคิดบางอย่างของตัวสินค้า
- ป้าย Banner มีหลายขนาด เช่น แบบยาวที่ติดตั้งไว้ส่วนบนหรือล่างของหน้าเว็บเพจ หรือแบบเล็กๆ ที่ติดไว้ส่วนกลางหรือด้านข้างของตัวเว็บ เป็นต้น
- ใช้รูปแบบเหมือนกับการสร้างป้ายโฆษณาจริง
- อาจมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการลงโฆษณาผ่านกระดาษข่าว

ขั้นที่ 2 โฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

● สร้างโฆษณาผ่านอีเมล

- อาศัยการสร้างข้อความเอกสารคล้ายๆ กับแผ่นพับหรือใบปลิวเพื่อแจ้งข่าวสาร
- ผู้ขายสินค้าจะรวมรายชื่ออีเมลของลูกค้าจำนวนมากแล้วส่งโฆษณาออกไปพร้อมๆ กัน
- อาจได้ผลไม่ดีนัก หากเป็นการส่งจดหมายโฆษณาสินค้าที่มีความถี่หรือบ่อยเกินไป



ขั้นที่ 2 โฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

● การโฆษณาด้วยสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

- ลงโฆษณาขายสินค้าหรือสร้างบัญชีผู้ใช้ เพื่อเน้นขายลินค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, YouTube และ Line
- ทำโปรโมชั่นขายสินค้าร่วมกับเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งซื้อปั้งลินค้าออนไลน์ เช่น Lazada, Shopee
- อาจต้องจ่ายค่าโฆษณาหรือจ่ายส่วนแบ่งให้กับทางเว็บ โดยจ่ายเป็นรายเดือน รายปี หรือตามแต่เงื่อนไขของเว็บไซต์นั้นๆ

ขั้นที่ 2 โฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

The screenshot shows the Facebook Advertising Campaign Manager. At the top, it says "โฆษณาบน Facebook" (Facebook Ads) and "กว่า 1 พันล้านคน. เราจะช่วยคุณเดินต่อ สู่สาธารณะที่บุคคลที่คุณดูแล"). Below this, there are three columns of steps:

- ขั้นตอนที่ 1: สร้างเพจ Facebook ของคุณ**
ทุกเริ่งนั้น Facebook เริ่มนั่นเป็นเพจของคุณ สร้างเพจ เป็นวิธีดีสุดสู่สาธารณะ ลูกค้าที่ง่าย และไม่มีค่าใช้จ่าย
- ขั้นตอนที่ 2: เชื่อมต่อกับผู้คน**
ให้คนถูกใจเพจของคุณ สร้างโพยโฆษณา หลักหลายรูปแบบ และกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะที่ชื่นชอบของคุณ แนะนำและประเมินได้
- ขั้นตอนที่ 3: สร้างการมีส่วนร่วมด้วยเนื้อหาที่มีคุณภาพ**
โพสต์ข้อมูลอีกเด็ดที่มีคุณภาพ และโปรดโนท์โพสต์ของคุณด้วยโพยโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าและเพื่อนๆ มีส่วนร่วม เริ่มเลย

Below the steps, there's a section for "มีอะไรบ้างในโฆษณา Facebook?" (What's in a Facebook ad?) with a link to "ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการโฆษณา". At the bottom, there's a "กดติดตาม" (Follow) button.

เลือกเงื่อนไขและงบโฆษณาที่จะชำระให้ Facebook

The screenshot shows the "การตั้งค่า" (Settings) screen for a campaign. A red dashed box highlights the "เลือกผู้ที่เข้าชม" (Select Audience) section. Inside this section, the following settings are visible:

- ผู้คนที่อยู่ในเมือง: ประเทศไทย (Thailand)
- ความสนใจ: เพิ่มความสนใจ 4-10 รายการ...
- อายุ: 21 - ในภาระน้ำดื่มชาไทยสูงสุด
- เพศ: ชาย (Male), ผู้ชาย (Male), ผู้หญิง (Female)

Below this, another red dashed box highlights the "เลือกงบประมาณ" (Select Budget) section. It shows:

- งบประมาณต่อวัน: B323.00 กลุ่มอายุ 36 - 144 คน...
- กำหนดเวลา: หยุดโฆษณาที่อย่างต่อเนื่อง (Selected), 7 วัน, 14 วัน, 28 วัน, กำหนดเอง (Selected)
- หมายเหตุ: หมายเหตุโฆษณาที่จะแสดงเมื่อ 26/8/2014 (Los Angeles)

At the bottom right, there are "ยกเลิก" (Cancel) and "ไปต่อไป" (Next) buttons.

ตัวอย่างการโฆษณาสินค้าบนหน้าเพจของ Facebook

ขั้นที่ 2 โฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

● ลงทะเบียนกับผู้ให้บริการค้นหาข้อมูลเพื่อโฆษณาเว็บไซต์

- มีผู้ให้บริการค้นหาข้อมูล (Search Engine) ออยู่มากมาย เช่น Google, Bing ซึ่งสามารถโฆษณาเว็บไซต์ของเราได้โดย
 - ลงทะเบียนกับผู้ให้บริการค้นหาข้อมูลโดยตรง
 - ใช้บริการของบริษัทตัวกลางที่รับดำเนินการให้แบบเสร็จสรรพ โดยจะลงทะเบียนกับผู้ให้บริการค้นหาข้อมูลได้เป็นจำนวนมาก
- วิธีนี้อาจทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกได้ง่ายมากขึ้น
- ตัวอย่างการลงโฆษณา กับผู้ให้บริการค้นหาข้อมูล เช่น Google Adwords เป็นต้น

ขั้นที่ 2 การโฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

The screenshot shows the Google AdWords interface with the following details:

- Address Bar:** https://adwords.google.com/cm/Campaigns
- Header:** Google AdWords, หน้าแรก, แคมเปญ, โอกาส, เครื่องมือ, รหัสลูกค้า: 734-XXX-XXXX, exam@gmail.com
- Main Content Area:**
 - Section: ยินดีต้อนรับสู่ AdWords!**
 - Section: สร้างแคมเปญแรกของคุณ**
 - เริ่มต้นใช้งาน
 - เลือกงบประมาณของคุณ
 - สร้างโฆษณาของคุณ
 - เลือกค่าหลักที่น่าโฆษณาของคุณไปไประเสนอผู้ที่อาจเป็นลูกค้า
 - ป้อนข้อมูลการเรียกเก็บเงิน
 - Section: สำหรับผู้โฆษณาออนไลน์ที่เขียนช่วย**
 - เลือกอย่างใดอย่างหนึ่งลงต่อไปนี้และเริ่มใช้งานคุณลักษณะต่างๆ ที่ครบถ้วนของ AdWords
 - เริ่มการสร้างแคมเปญขั้นสูง
 - ไปที่ การตั้งค่าการเรียกเก็บเงิน
 - ตั้งค่า เครื่องมือวัด Conversion
- Help Article:** เรียนรู้เพิ่มเติม
 - ค่าตามที่ไว้ใน
 - โฆษณาของฉันจะปรากฏที่ใด
 - AdWords มีค่าใช้จ่ายเท่าไหร
 - ฉันควรเลือกงบประมาณอย่างไร
 - ฉันจะเลือกการเสนอราคา CPC สูงสุดได้อย่างไร
 - ฉันจะเลือกค่าหลักได้อย่างไร
 - ฉันจะเขียนข้อความโฆษณาที่ตรงเป้าหมายได้อย่างไร
 - ค้นหาจากคุณยังไงให้เหลือ
 - ดำเนินการ
- Footer:** ทรัพยากรเพิ่มเติม
 - สำหรับการสนับสนุนการตั้งค่าแคมเปญทางโทรศัพท์หรือ: 02 104 0400 (ไม่อยู่ในประเทศไทย)
 - ต้องการเรียนรู้ข้อมูลเบื้องต้นทั้งหมดใช้หรือไม่ ลองดู คู่มือสำหรับผู้เริ่มต้นใช้งาน ของเราระบบทามาก
 - หากคุณต้องการทราบรายละเอียดที่ผ่านการรับรองของ AdWords เพื่อจัดการบัญชีของคุณ ให้ใช้ การตั้งค่าการรับรองของ AdWords ของเราเพื่อทราบรายละเอียดที่มีประสิทธิภาพ
- Checklist:** หากคุณต้องการความช่วยเหลือเพิ่มเติม
 - รับแนวคิดในการออกแบบและเชื่อมต่อส่วนที่เศษเพื่อช่วยเราปรับปรุง
 - ประเมินตัวชี้ภาพการโฆษณาของเราระบบทามาก
 - รับจดหมายข่าว AdWords พร้อมด้วยวิธีปฏิบัติที่เหมาะสมและข้อเสนอเพื่อปรับเปลี่ยนผลลัพธ์ให้ใหม่ของ AdWords

การลงทะเบียนสมัครใช้ Google Adwords เพื่อโฆษณาเว็บไซต์กับกูเกิล

ขั้นที่ 2 โฆษณาเผยแพร่หรือให้ข้อมูล (ต่อ)

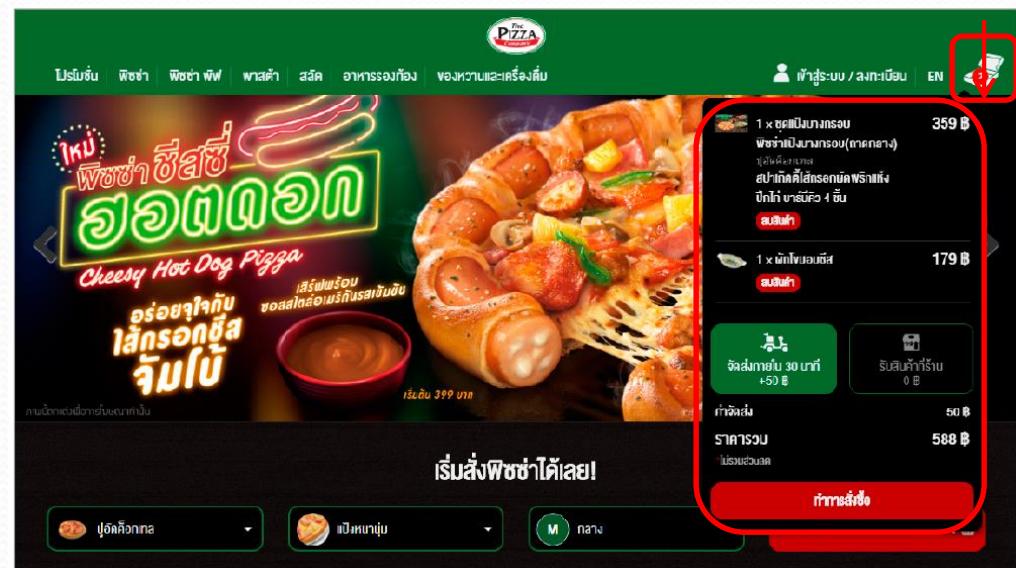
● โปรโมทเว็บไซต์ด้วยการทำ SEO || ช่องทาง

- SEO (Search Engine Optimization) เป็นเทคนิคการทำให้เว็บไซต์ของเราอยู่ในอันดับต้นๆ ของการค้นหาด้วย Search Engine ต่างๆ เช่น Google
- โดยการปรับแต่งเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้ดูน่าสนใจตามกลไกของ Search engine เพื่อให้เว็บไซต์ถูกค้นพบได้ง่ายและเร็วขึ้น เช่น การใส่คีย์เวิร์ด การเลกัลิงค์ ฯลฯ
- การทำ SEO ให้มีประสิทธิภาพนั้นมี 2 ประเดิมสำคัญคือ
 - **SEO On-Page** เป็นการปรับแต่งโครงสร้างภายในของเว็บ
 - **SEO Off-Page** เป็นการสร้างลิงค์เชื่อมโยงจากเว็บอื่นมายังเว็บไซต์ของเราเรียกว่า Backlink

ขั้นที่ 3 ทำรายการซื้อขายและชำระเงิน

- เป็นขั้นตอนการทำรายการสั่งซื้อ (Order)
- มีระบบเลือกสินค้าที่ต้องการ
เรียกว่า ตะกร้าสินค้า หรือ
รถเข็นสินค้า (Shopping Cart)
- รองรับการชำระเงินหลายแบบ เช่น
บัตรเครดิต บัตรเครดิตเสมือน
e-wallet ต่างๆ เช่น True Wallet,
Rabbit LINE Pay หรือจ่ายผ่าน
ตัวกลางชำระเงินเช่น PayPal, 2C2P, Omise
- เพื่อความปลอดภัยในการซื้อขายออนไลน์ ระบบชำระเงินจะต้องมีการเข้ารหัสข้อมูลที่รับส่งด้วย

สินค้าที่คลิกซื้อ
จะเข้าไปอยู่ในตะกร้า



ขั้นที่ 3 ทำรายการซื้อขายและชำระเงิน (ต่อ)

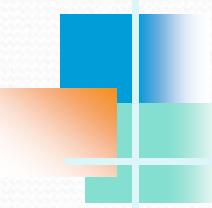
● ความปลอดภัยในการชำระเงิน

- มีการพิสูจน์ตัวตน (Authentication) ว่าเป็นผู้ซื้อหรือผู้ขายที่ตกลงกันจริงๆ เช่น มีการล็อกอินก่อนเข้าใช้
- มีความถูกต้องของข้อมูล (Integrity) ว่ารายการซื้อขายและชำระเงินที่ทำผ่านระบบมีความถูกต้องเชื่อถือได้ไม่ถูกแก้ไขโดยบุคคลอื่น
- มีการทำปฏิเสธความรับผิดชอบ (Non-repudiation) มีระบบที่ยืนยันได้ว่าเมื่อตกลงกันแล้วจะปฏิเสธภายหลังว่าไม่ได้ทำการไม่ได้
- มีการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลให้บุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องรับรู้รายละเอียดการซื้อขายและการชำระเงิน
- มีความปลอดภัย (Safety) ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมั่นใจว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น หมายเลขบัตรเดบิต ที่อยู่ของผู้ซื้อ ฯลฯ จะไม่ถูกเปิดเผย

ขั้นที่ 4 การส่งมอบสินค้า

- การจัดส่งสินค้า แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

- **สินค้าที่จับต้องได้** (Hard Goods) สินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีตัวตนและจับต้องได้ เช่น ห้องสีอ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ สินค้าหัตถกรรม ฯลฯ
- **สินค้าที่จับต้องไม่ได้** (Soft Goods) เป็นสินค้าที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล เช่น ข้อมูลข่าวสาร เพลง รูปภาพ ไฟล์เอกสาร หรือซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ฯลฯ



ขั้นที่ 4 การส่งมอบสินค้า (ต่อ)

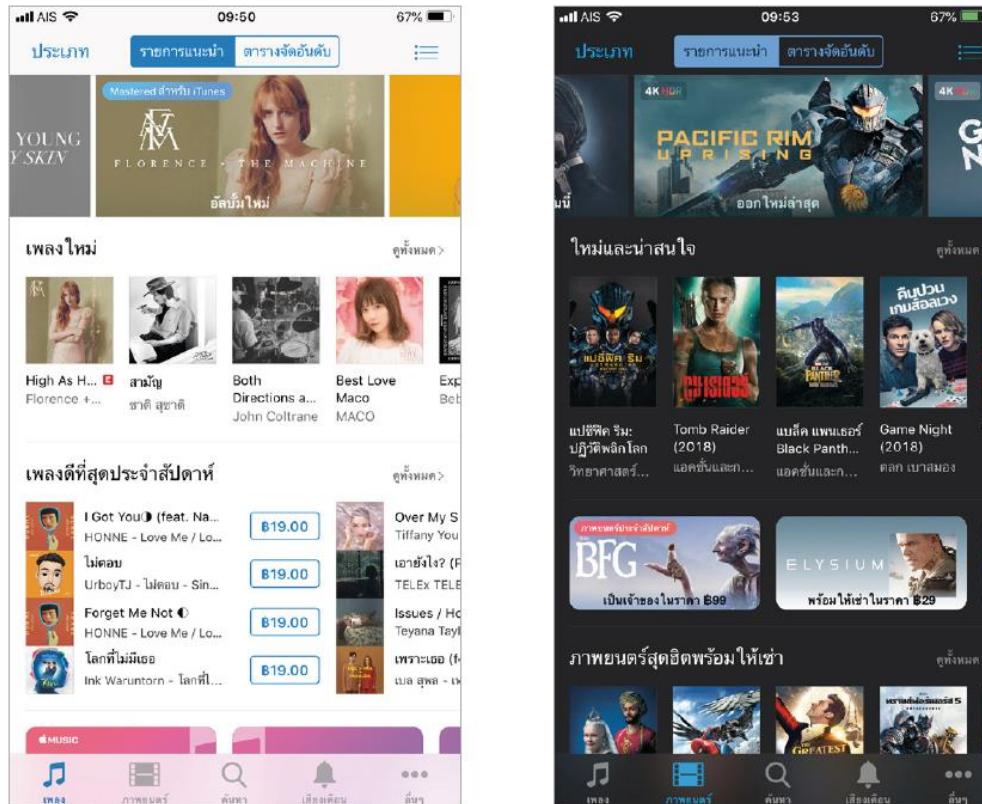
- การจัดส่งสินค้าแบบจับต้องได้ (Hard Goods)

- อาศัยวิธีการส่งสินค้าตามปกติทั่วไป เช่น ระบบไปรษณีย์ ทางเรือ ทางอากาศ
- ผู้ให้บริการจัดส่ง เช่น บริษัทไปรษณีย์ไทย, FedEx, DHL หรือ UPS

ขั้นที่ 4 การส่งมอบสินค้า (ต่อ)

- การจัดส่งสินค้าแบบจับต้องไม่ได้ (Soft Goods) มีหลายรูปแบบ เช่น
 - ใช้วิธีให้ลูกค้าดาวน์โหลด เช่น ซอฟต์แวร์ทางคอมพิวเตอร์ เพลง หรือไฟล์ภาพ
 - จำกัดจำนวนครั้งในการดาวน์โหลด
 - ให้ดาวน์โหลดได้เฉพาะสมาชิกเท่านั้น ซึ่งอาจมีค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บเพิ่ม
 - หากไฟล์มีขนาดใหญ่มาก อาจทำเป็นแผ่น CD/DVD และจัดส่งทางไปรษณีย์แทนได้

ขั้นที่ 4 การส่งมอบสินค้า (ต่อ)



ตัวอย่างหน้า iTunes Store ของ Apple สามารถซื้อเพลง
หรือซื้อ/เช่าภาพยนตร์ผ่านแอปได้เลย

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ขั้นที่ 5 การบริการหลังการขาย

- นิยมใช้กับลินค้าที่มีขั้นตอนการใช้ที่ยุ่งยาก ซับซ้อน หรือไม่สามารถทำความเข้าใจได้โดยทันที
- ช่วยแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- อาจจัดตั้งเป็นศูนย์บริการลูกค้า (Call Center)
- บางบริษัทจัดทำระบบบัญหาตามปุ่อย หรือ FAQ (Frequency Ask Question)

ขั้นที่ 5 การบริการหลังการขาย (ต่อ)



แบบฟอร์มการเริ่มใช้งาน

- + TrueMoney Wallet คืออะไร?
- + สินทรัพย์ที่มีอยู่ใน Wallet คืออะไร?
- + เงินใน Wallet มาจากไหน?
- + เดือนเดียวแล้ว Wallet แบบไหนดีที่สุด?
- + เดือนเดียวแล้ว Wallet มีค่าธรรมเนียมมากไหม?
- + เงินใน Wallet ใช้ได้อย่างไรได้บ้าง?
- + เอาเงินเข้ามาแล้ว จะถอนไปยังบัญชีธนาคารยังไง?
- + ข้อสงสัยเพิ่มเติม หรือพบปัญหาการใช้งานติดต่อที่ไหน?

การชำระเงินด้วย TrueMoney Wallet ที่ 7-Eleven

- + กรณีลืมรหัสผ่านแล้วต้องรีเซ็ตรหัสผ่านที่ 7-Eleven ได้
- + กรณีลืมรหัสผ่านแล้วต้องรีเซ็ตรหัสผ่านที่ 7-Eleven ต้องติดต่อศูนย์ลูกค้า 7-Eleven
- + ไม่สามารถติดต่อศูนย์ลูกค้า 7-Eleven ได้ ต้องติดต่อศูนย์ลูกค้า 7-Eleven ของร้านค้าที่ซื้อสินค้า

ตัวอย่างระบบปัญญา
บุอย (FAQ) ที่นำมาใช้
ตอบปัญหาของลูกค้า

E-Business

- เป็นการหารายได้จากการขายสินค้าและบริการ ในรูปแบบธุรกิจออนไลน์แบบอื่นๆ
 - **Advertising** สร้างรายได้จากการโฆษณาทั้งโดยตรง หรือทางอ้อม เช่น ติดแบนเนอร์โฆษณา รับรีวิวสินค้า บล็อกเกอร์ เว็บไซต์เฉพาะทาง
 - **Subscription** สร้างรายได้จากการเก็บค่าสมาชิก เพื่อให้เข้าถึงบริการต่างๆ เช่น Netflix
 - **Freemium** สร้างรายได้จากการแจกฟรีแล้วพ่วงการขายเมื่อลูกค้าพอใจใช้บริการเพิ่ม
 - **Transaction fee** สร้างรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่านายหน้า
 - **Affiliate** สร้างรายได้จากการแนะนำหรือบอกต่อ