



Botok



中泰合作“中文+电子商务”项目师资培训

โครงการอบรม “ภาษาจีน+อีคอมเมิร์ซ” รูปแบบออนไลน์ สำหรับบุคลากรครู

电子商务发展历程 与商业模式

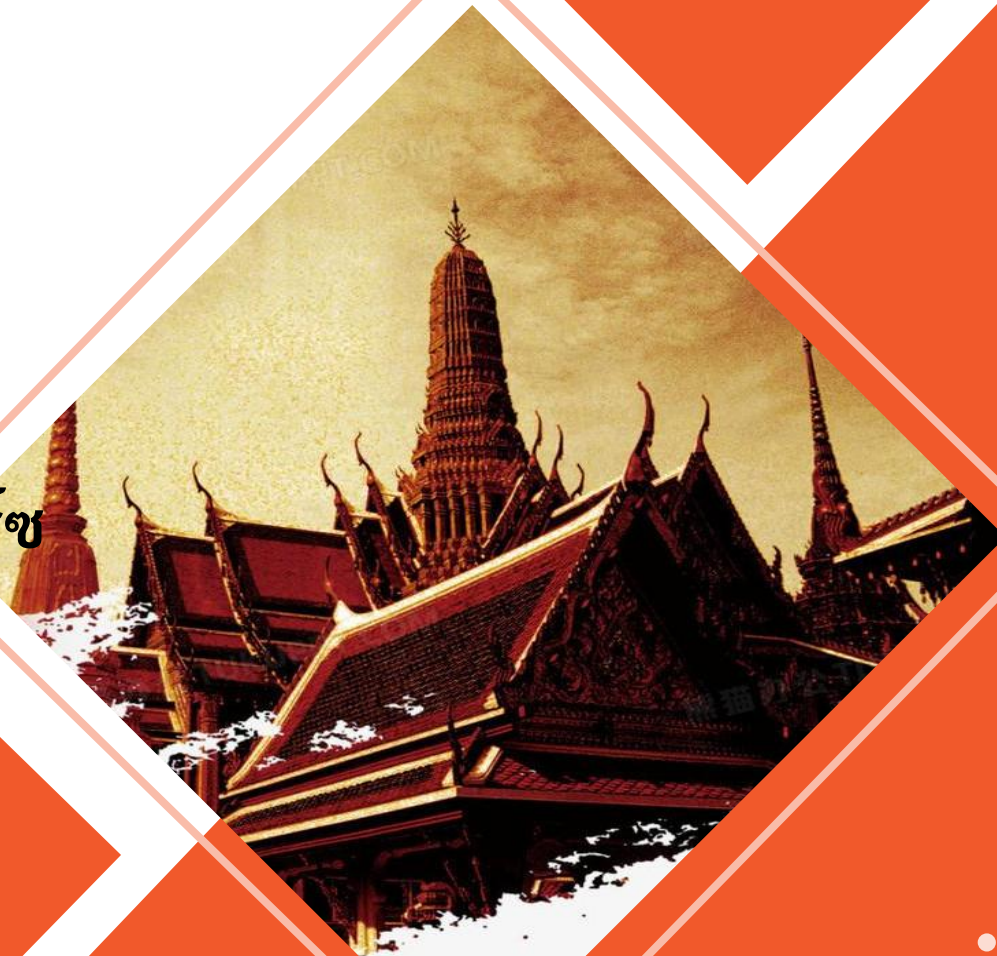
เรียนรู้ประวัติการพัฒนาและโมเดลธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

主 讲：黑龙江农业经济职业学院

副教授 李祥杰

บรรยายโดย รองศาสตราจารย์ Li Xiangjie

วิทยาลัยเศรษฐศาสตร์เกษตรเหอหลงเจียง



目录 CONTENTS

一、电子商务认知

E-commerce cognition

1. ความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ

三、商业模式认知

Business model cognition

3. การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

二、电子商务发展历程

Development history of e-commerce

2. ประวัติการพัฒนารอีคอมเมิร์ซ

四、电子商务商业模式

E-commerce business model

4. รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ





电子商务认知

E-commerce cognition

ความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ



一、电子商务认知

ความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ

1.什么是电子商务

1.อีคอมเมิร์ซคืออะไร?

电子商务是指在**因特网**开放的网络环境下，基于**浏览器/服务器应用方式**，买卖**双方不谋面**地进行各种**商贸活动**，实现消费者的网上购物、商户之间的**网上交易**和**在线电子支付**以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种**新型的商业运营模式**。

อีคอมเมิร์ซ คือ การดำเนินธุรกิจบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านเบราว์เซอร์/แอปพลิเคชันเซิร์ฟเวอร์ โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถดำเนินกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ต่างๆ ได้โดยไม่ต้องพบหน้ากัน ผู้บริโภคสามารถทำกิจกรรมต่างๆผ่านบนออนไลน์ได้ อาทิ ช้อปปิ้งออนไลน์ การซื้อขายออนไลน์ ระหว่างร้านค้ากับผู้บริโภค การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กิจกรรมทางการเงิน และบริการอื่นๆ และการทำธุรกรรมทางการเงินอื่นๆ ซึ่งนับเป็นการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่อย่างหนึ่ง

一、电子商务认知

ความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ

2.电子商务特点

2.คุณลักษณะของอีคอมเมิร์ซ

- 降低成本，提高效率
- 无时间和地域限制
- 公平享用信息资源
- 减少交易中间环节
- 增强买卖双方的互动性
- 信息快速传递
- ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิต
- ไม่จำกัดเรื่องเวลาและสถานที่
- ใช้ทรัพยากรข้อมูลได้อย่างเสรี
- ลดช่องว่างระหว่างการทำธุรกรรม
- เสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- ส่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว



一、电子商务认知

ความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ

ปัจจัย
ที่ก่อให้เกิด

产生
条件

โลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ 经济全球化发展

经济全球化使国际范围内的商务活动变得频繁，国际贸易成为各国经济发展的重要组成部分，电子商务应运而生。

โลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจทำให้กิจกรรมเชิงธุรกิจระหว่างประเทศเกิดขึ้นบ่อยครั้งขึ้น การค้าระหว่างประเทศได้กลายเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ และเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดอีคอมเมิร์ซขึ้น

互联网与信息技术的发展、普及和广泛应用

การพัฒนาและการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างกว้างขวาง
互联网与信息技术为电子商务提供应用条件。

อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนส่งเสริมการใช้งานด้านอีคอมเมิร์ซ

信用卡和电子商务金融的普启遍应用

การใช้บัตรเครดิตและการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่ออีคอมเมิร์ซอย่างแพร่หลาย
完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统，成为电子商务网上支付的重要手段。

ระบบการคำนวณและการชำระเงินผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ด้วยบัตรเครดิตทั่วโลกที่สมบูรณ์แบบมากขึ้นได้กลายเป็นวิธีการชำระเงินออนไลน์ที่สำคัญของอีคอมเมิร์ซ

电子安全交易协议的制定和安全技术的保证

การกำหนดข้อตกลงด้านความปลอดภัยสำหรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และการรับประกันความปลอดภัยทางเทคโนโลยี
电子商务交易协议为网张上的电子商务活动提供了一个安全的环境。

ข้อตกลงการทำธุรกรรมอีคอมเมิร์ซ ได้ส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับกิจกรรมอีคอมเมิร์ซบนเว็บไซต์

政府的支持与推动 รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุน

各国政府的重视为电子商务发展提供了良好的生存环境；电子商务法律法规和技术标准为电子商务合法进行和长远发展提供保障。

การให้ความสำคัญของรัฐบาลแต่ละประเทศมีผลต่อการดำรงอยู่และการพัฒนาของธุรกิจอีคอมเมิร์ซอย่างมาก กฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานทางเทคโนโลยีของอีคอมเมิร์ซ เป็นหลักประกันที่สำคัญของการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในระยะยาว

3.电子商务产生条件

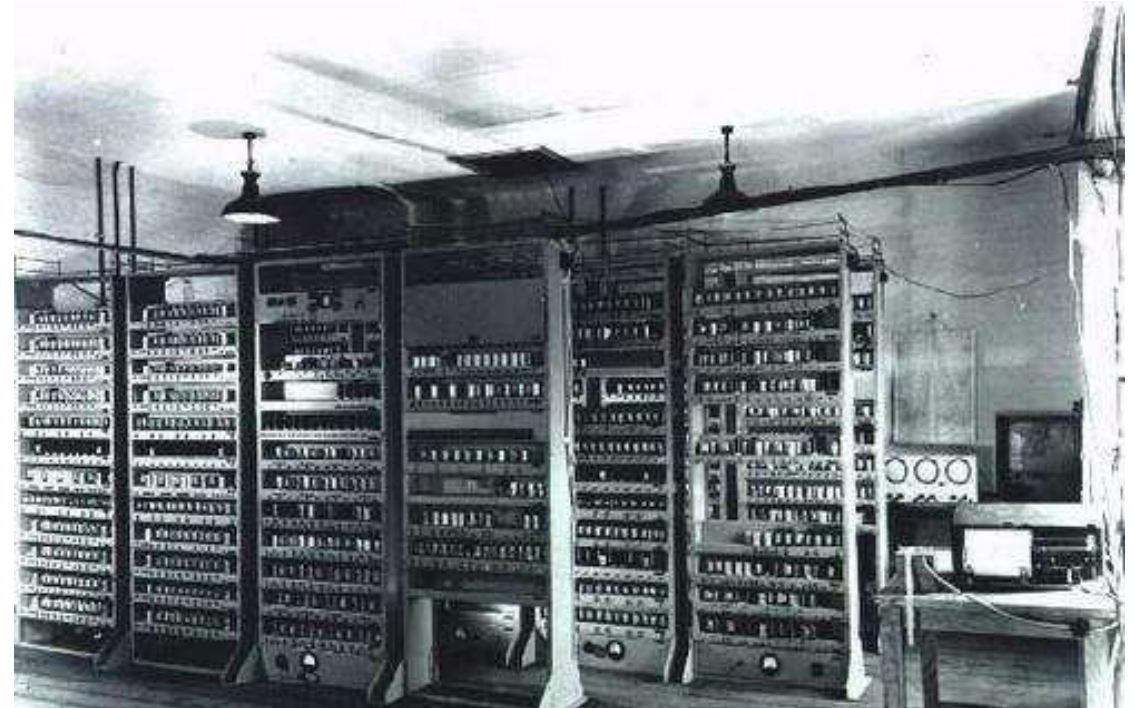
7

3.ปัจจัยที่ก่อให้เกิดอีคอมเมิร์ซ

(1) 世界互联网的起源

- 1961年麻省理工学院
- 伦纳德.克兰罗克 (博士)
(Leonard Kleinrock)
- 发表的分组交换技术的论文
- 成为**互联网的标准**通信方式。
- ค.ศ.1961 สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์
- ลีโอนาร์ด ไคลน์ร็อก (ดร.)
(Leonard Kleinrock)
- ได้เผยแพร่วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับ“แพ็คเกจสวิตชิง”
- กลายเป็นเทคโนโลยีพื้นฐานของอินเทอร์เน็ต

(1) การกำเนิดของอินเทอร์เน็ตทั่วโลก



3.电子商务产生条件

3.ปัจจัยที่ก่อให้เกิดอีคอมเมิร์ซ

(1) 世界互联网的起源

(1) การกำเนิดของอินเทอร์เน็ตทั่วโลก

1961年-1995年

经过**35**年的发展和市场普及

奠定了世界互联网的应用的基础。

พ.ศ.2504-2538

หลังจาก 35 ปีของการพัฒนาและความนิยมในตลาด
เป็นการวางรากฐานสำหรับการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก

1961年	互联网的标准通信方式 分组交换技术	麻省理工学院的伦纳德·克兰罗克 (Leonard Kleinrock) 博士发表
1969年	“ARPANET”阿帕网启动	美国国防部开始启动具有抗核打击性的计算机网络开发计划
1971年	ARPANet发展15个站点, 23台主机 雷·汤姆林森开发了电子邮件	ARPANET的技术开始向大学等研究机构普及
1973年	ARPA Net扩展成国际互联网	第一批接入的有英国和挪威的计算机
1975年	第一台微机Altair8008诞生	世界上第一台微机Altair8008诞生于新墨西哥州的MITS公司。微机时代来临
1983年	“TCP/IP”来袭 全球Internet正式诞生	ARPANET宣布将把过去的通信协议“NCP(网络控制协议)”向新协议“TCP/IP(传输控制协议/互联网协议)”过渡
1987年	联接Internet的主机数突破1万台	Internet主干网升为T1速率(1.54Mbps)。最早的也是最著名的服务提供商之一CompuServe成立
1991年	万维网www诞生, Internet商业化 简易浏览器诞生 互联网开始想社会普及	欧洲粒子物理研究所(CERN)的科学家提姆·伯纳斯李(Tim Berners-Lee)开发出了万维网(World Wide Web)和极其简单的浏览器(浏览软件)
1993年	真正的浏览器“Mosaic”诞生 互联网开始得以爆炸性普及	伊利诺斯大学美国国家超级计算机应用中心的学生马克·安德里森(Mark Andreessen)等人开发出了真正的浏览器“Mosaic”。该软件后来被作为网景导航者(Netscape Navigator)推向市场, 企业大量进入Internet
1995年	新兴电子化业务大量出现	NSF推出新的高速骨干网结构并成为NII的试验平台 SUN公司推出服务于网络编程的Java语言, 获得极大成功 进入Internet的国家和地区达到168个, 接入的网络数达4.6万多个, 计算机超过640万台, 用户6000多万, 每天通信量超过100GB

3.ปัจจัยที่ก่อให้เกิดอีคอมเมิร์ซ

(2) 中国互联网的发展

(2) การกำเนิดของอินเทอร์เน็ตในประเทศจีน

- ◆ 在1987年开始探索互联网
- ◆ 在1994年4月成功全功能接入国际互联网
- ◆ 中国开始进入互联网的时代。

-เริ่มสำรวจอินเทอร์เน็ตในปี 1987

-การเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบในเดือน
เมษายน ค.ศ.1994

-ประเทศจีนเริ่มเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ต

截至2022年6月，中国网民规模为**10.51**亿，互联网普及率达**74.4%**。

ในเดือนมิถุนายน ค.ศ.2022 จำนวนผู้ใช้งานเน็ตจีนจะอยู่ที่ **10.51 พันล้านคน** และอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึง **74.4%**

注：网民是指平均每周使用互联网至少1小时的人。

หมายเหตุ ผู้ใช้งานเน็ต หมายถึงผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3.电子商务产生条件

3.ปัจจัยที่ก่อให้เกิดอีคอมเมิร์ซ

(3) 泰国互联网的发展

(3) การกำเนิดของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

截止到2020年12月底，泰国有**6900**多万人口，**八成**以上都是**互联网用户**，这些互联网用户中有**九成**左右都是**活跃用户**，**平均每日使用互联网的时长**排在**世界前列**。网民数量的增加为**泰国发展互联网服务业提供坚实的基础**。互联网的普及让泰国消费者购物的方式也发生了变化，由传统的**线下、现场购物**转向了**线上、网络购物**。

近几年，在泰国的电子商务产业规模不断扩大的前提下，泰国**配送服务、物流服务、数字支付**等行业也开始进入高速发展阶段，泰国互联网产业呈现繁荣发展的场面。

ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2563 ประเทศไทยมีประชากรมากกว่า **69 ล้านคน** มากกว่า **80%** เป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต และประมาณ **90%** ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเหล่านี้เป็นผู้ใช้ที่ยังใช้งานอยู่(Active users) และการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันอยู่ในอันดับต้นๆของโลก จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นเป็นการปูรากฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนาการให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ความนิยมของอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนวิธีการจับจ่ายของผู้บริโภคชาวไทย เปลี่ยนจากการซื้อปั้งแบบออนไซต์ หรือ ซื้อแบบดั้งเดิม เป็นการซื้อปั้งออนไลน์แทน

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ภายใต้การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซในไทย ทำให้การบริการกระจายสินค้า บริการโลจิสติกส์ การชำระเงินดิจิทัล และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ของไทย ได้เข้าสู่ช่วงของการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และภาคอุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตของไทย แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองที่เด่นชัดมากขึ้น



电子商务发展历程

Development history of e-commerce

ประวัติการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ



1.世界电子商务的发展阶段

1. ขั้นตอนการพัฒนาคอมเมิร์ซในโลก

01

基于EDI电子商务

20世纪60年代至20世纪90年代

01 อีคอมเมิร์ซที่ใช้ระบบ EDIเป็นฐาน
ศตวรรษที่ 20 ยุค 60 ถึง ยุค 90

02

基于互联网的电子商务

20世纪90年代以来

02 อีคอมเมิร์ซที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นฐาน
ศตวรรษที่ 20 ยุค 90 เป็นต้นไป



1.世界电子商务的发展阶段

1.ขั้นตอนการพัฒนาคอมเมิร์ซทั่วโลก

(1) 基于EDI的电子商务 (20世纪60年代至20世纪90年代)

- EDI (电子数据交换) 是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上去的电子传输方法。
- 电子商务雏形
- 纸交易” 或 “无纸贸易”

(1) อีคอมเมิร์ซที่ใช้ระบบ EDIเป็นฐาน (1960 ถึง 1990)

- EDI (การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์) การแลกเปลี่ยนเอกสารทางธุรกิจ ระหว่างบริษัทคู่ค้าในรูปแบบมาตรฐานสากล จากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่ง
- เป็นต้นแบบของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- “การค้ากระดาษ” หรือ “การค้าไร้กระดาษ”



1. 世界电子商务的发展阶段

1. ขั้นตอนการพัฒนาคอมเมอร์ซในโลก

(2) 基于互联网的电子商务 (20世纪90年代以来)

- 国际互联网 (Internet) 走向普及, 走入企业和普通百姓家庭;
- 商业贸易活动正式进入互联网
- 电子商务成为互联网应用的最大热点
- 具有成本低、覆盖广、功能全、更灵活的优势。

(2) อีคอมเมอร์ซที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นฐาน

- อินเทอร์เน็ต (Internet) กำลังเป็นที่นิยม และได้แทรกซึมสู่องค์กรและวิถีชีวิตของประชาชน
- กิจกรรมเชิงพาณิชย์เข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ตอย่างเป็นทางการ
- อีคอมเมอร์ซกลายเป็นสิ่งยอดนิยมที่ใหญ่ที่สุดของแอปพลิเคชันทางอินเทอร์เน็ต
- ข้อดี คือ ต้นทุนต่ำ ครอบคลุมพื้นที่กว้าง ฟังก์ชันครบ และคล่องตัวกว่า



二、电子商务发展历程

2.ประวัติการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ

2.中国电子商务的发展阶段

1.ขั้นตอนการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย

- (1) 萌芽期 (1997-2020)
- (2) 基础建设期 (2003—2008年)
- (3) 快速发展期 (2009—2016年)
- (4) 挖掘期 (2016至今)

1.0 ช่วงเริ่มต้น (ค.ศ.1997-2020)

การดำเนินการข้อมูลอีคอมเมิร์ซในรูปแบบเว็บไซต์
ใช้ผู้บริโภคเป็นจุดเริ่มต้น

เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่สำคัญ

8848 joyo.com Ebay อาลีบาบา

2.0 ช่วงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (ค.ศ.2003-2008)

การพัฒนาและการให้บริการระบบชำระเงิน โลจิสติกส์
บูรณาการข้อมูลอีคอมเมิร์ซในรูปแบบแพลตฟอร์ม

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่สำคัญ

เถาเป่า อีเบย์ เว็บบไปปา

ระบบชำระเงิน อาลีเพย์

ระบบโลจิสติกส์ “ซานทง ยี่ต้า” กลายเป็นซัพพลายเออร์ด้าน
ขนส่ง

3.0 ช่วงเติบโตเต็มที่(ค.ศ.2009-2016)

ปลดล็อกเงินปันผลทางอินเทอร์เน็ต แข่งขันดุ
เดือด เกิดธุรกิจอีคอมเมิร์ซแบบแนวตั้งอย่างแพร่
หลาย อีคอมเมิร์ซเข้าสู่ยุคอุปกรณ์เคลื่อนที่

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซแนวตั้ง (Vertical E-

Commerce)

Suning.com เข้าสู่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

Vipshop dangdang.com เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์

อีคอมเมิร์ซข้ามแดน Netease, kaola.com

พัฒนาตามลำดับ

ระบบอุปกรณ์เคลื่อนที่

ค.ศ.2015 อุปกรณ์เคลื่อนที่ขยายกว้างกว่าระบบ
PC

中国电商的发展阶段

1.0 萌芽期

1997-2002

电商以网站形式进行信息撮合，C端需求萌芽

主要网站电商

□ 8848、卓越网、易趣网、阿里巴巴

2.0 基础建设期

2003-2008年

支付、物流体系建立，电商以综合平台形式集成信息、支付、物流服务，形成生态

主要平台电商

□ 淘宝、eBay易趣、拍拍网
支付体系
□ 支付宝成立
物流体系
□ “三通一达”成为电商物流供应商

3.0 快速发展期

2009-2015年

互联网红利释放，平台竞争激烈，垂直电商百花齐放，电商迈入移动化

垂直电商

□ 苏宁进入电商领域
□ 唯品会、当当上市
□ 网易考拉等跨境电商相继面世

移动化

□ 2015年移动端交易规模超PC端

4.0 存量挖掘期

2016年-至今

互联网红利殆尽，以内容和社交为主导的细分赛道成为电商发展突破口

内容主导

□ 淘宝推出直播及6大内容模块，直播电商方兴未艾
□ 小红书、抖音、耀世星辉等平台先后布局内容电商赛道

社交主导

□ 拼多多快速崛起，成立三年实现上市
□ 社区团购2018年爆发式增长，预计2020年市场规模破千亿

4.0 ช่วงคิดค้น (ค.ศ.2016 ถึงปัจจุบัน)

หมดยุคเงินปันผลทางอินเทอร์เน็ต ใช้เนื้อหาากับกลุ่มชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อน กลายเป็นความก้าวหน้าในการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซแนวตั้ง (Vertical E-Commerce)

Suning.com เข้าสู่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

Vipshop dangdang.com เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์

อีคอมเมิร์ซข้ามแดน Netease, kaola.com **พัฒนาตามลำดับ**

ลำดับ

ระบบเคลื่อนที่

ค.ศ.2015 อุปกรณ์เคลื่อนที่ขยายกว้างกว่าระบบPC

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

3. 电商的平台萌芽与发展

(1) Amazon (亚马逊)

- 1995年7月，杰夫·贝索斯，全美**第一家网络零售公司**-网上书店。
- 逐渐发展成为一家**多元化全球跨境电子商务公司**，产品种类包含图书、保健品、电子产品、生涯用品等。
- 2004年亚马逊进入了中国市场，2008年是占中国市场份额的15.4%。
- 在阅历了流量红利期、刷单、铺货期后，**亚马逊卖家逐渐走向精致化**。

(1) แอมะซอน (Amazon)

- ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ.1995 เจฟฟ์ เบโซส์ บริษัทค้าปลีกออนไลน์แห่งแรกในร้านหนังสือออนไลน์ของสหรัฐอเมริกา
- บริษัทได้ค่อยๆ พัฒนาเป็นบริษัทอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนระดับโลกที่มีความหลากหลายจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ อาทิ หนังสือ ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของใช้ประจำวัน ฯลฯ
- Amazon เข้าสู่ตลาดจีนในปี ค.ศ.2004 และคิดเป็น 15.4% ของส่วนแบ่งตลาดจีนในปี ค.ศ.2008
- หลังจากผ่านช่วงเงินปันผลจากยอดเข้าชม ช่วงปีนยอดสั่งซื้อ และการกระจายตลาด ผู้ขายของ Amazon ค่อยๆ ได้รับการขัดเกลาสู่ความเป็นมืออาชีพ



电商之父 ---杰夫·贝索斯

เจฟฟ์ เบโซส์ บิดาแห่งธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

3. 电商的平台萌芽与发展

3. การพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

(2) eBay(易贝网)

- 1995年9月，彼埃尔·奥米迪亚，市场份额不断扩大，相继在30多个国家开展了业务。
- 在2002年，通过易趣网进入中国，2003年在国内的C2C市场占据了接近80%的份额。
- **开创C2C模式先河**
- 2018年财年，eBay活跃用户达到1.79亿，平台交易额为945.8亿美元，占美国市场的6.1%，居第二位。



3. การพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

(2) อีเบย์ (ebay)

- ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2538 ปีแอร์ โอไมดตีอาร์ ยังคงขยายส่วนแบ่งการตลาดและเปิดตัวธุรกิจอย่างต่อเนื่องใน 30 กว่าประเทศ
- ค.ศ.2002 เข้าสู่ประเทศจีนผ่าน eBay ปี ค.ศ.2003 ครอบครองตลาด C2C ในประเทศจีนเกือบ 80%
- ผู้บุกเบิกรูปแบบ C2C
- ในปีงบประมาณ ค.ศ.2018 ผู้ใช้งาน eBay มีจำนวนถึง 179 ล้านราย และปริมาณธุรกรรมบนแพลตฟอร์มอยู่ที่ 94.58 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 6.1% ของตลาดสหรัฐ ซึ่งอยู่ในอันดับที่สอง

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

3. 电商的平台萌芽与发展

3. การพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในช่วงแรก

1995年 电子商务元年

ปี ค.ศ.1995 ปีแรกของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

3. 电商的平台萌芽与发展

3. การพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

(3) Alibaba (阿里巴巴)

- 1998年12月成立阿里巴巴
- 2003年, 淘宝网
- 2004年, 支付宝
- 2010年, 速卖通
- 2012年, **Lazada**, 致力于通过商业和科技促进印尼、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国和越南六国市场发展。
- 2021年, **天猫** “双十一” 总销售额：5403亿，同比增长8%

(3) อาลีบาบา (Alibaba)

- ก่อตั้งอาลีบาบาในเดือนธันวาคม ค.ศ.1998
- ค.ศ.2003 Taobao.com
- ค.ศ.2004 อาลีเพย์
- ค.ศ.2010 AliExpress
- ค.ศ.2012 ลาซาด้า มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการพัฒนตลาดใน 6 ประเทศ (อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนามผ่านธุรกิจและเทคโนโลยี
- ค.ศ.2021 ยอดขายรวมในเทศกาล "11.11" ของTmall 540.3 พันล้าน เพิ่มขึ้น 8% เมื่อเทียบกับเป็นรายปี



二、电子商务发展历程

2.ประวัติการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ

电商的平台创立时间

3.การพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

Eachnet (สหรัฐ)
อาลีบาบา (ประเทศจีน)
จิงตง (จีน)

年份 ปี	1995年 ปีค.ศ.1995	1998年 ปีค.ศ.1998	2003年 ปีค.ศ.2003	2008年 ปีค.ศ.2008
成立平台 ก่อตั้งแพลตฟอร์ม	แอมะซอน (สหรัฐ) 亚马逊 (美国) 易贝网 (美国) อีเบย์ (สหรัฐ)	易趣网 (美国) 阿里巴巴 (中国) 京东 (中国)	淘宝 (阿里巴巴) เถาเป่า (อาลีบาบา)	唯品会 (中国) Vipshop (ประเทศจีน)
年份	2010年 ปีค.ศ.2010	2011年 ปีค.ศ.2011	2012年 ปีค.ศ.2012	2015年 ปี ค.ศ.2015
成立平台 ก่อตั้งแพลตฟอร์ม	速卖通 (阿里巴巴) 沃尔玛 (美国)	wish海淘网 (美国) 蘑菇街 (中国)	Lazada (阿里巴巴) 国美在线 (中国)	虾皮 (新加坡) 拼多多 (中国)
	AliExpress (อาลีบาบา) Walmart (สหรัฐ)	haitao.com (สหรัฐ) Mogujie (ประเทศจีน)	ลาซาด้า (อาลีบาบา) <u>Gourmet Market</u> (ประเทศจีน)	Shopee(สิงคโปร์) พินตัวตัว (ประเทศจีน)

二、电子商务发展历程

2.ประวัติการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ

4.电商的平台快速发展

4.การพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซช่วงเติบโตเต็มที่



AliExpress (速卖通)

2010年4月正式上线

阿里巴巴旗下

国际版淘宝

-เมษายน ค.ศ.2010 เปิด

ตัวอย่างเป็นทางการ

-อยู่ภายใต้อาลีบาบา

-Taobao เวอร์ชันสากล



Wish (海淘网)

2011年成立

北美和欧洲最大移动电商平台

90%卖家来自中国

-ก่อตั้งในปี ค.ศ.2011 แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซบนมือถือที่ใหญ่ที่สุดในอเมริกาเหนือและยุโรป ผู้ขาย 90% มาจากประเทศจีน



Lazada

成立于2012年，是东南本土和最大电子商务平台，致力于印尼、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南六国，居泰国跨境电商平台第一位。

ก่อตั้งปี 2012 เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในท้องถิ่นที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เน้นให้บริการในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โดยเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนอันดับหนึ่งในประเทศไทย



Shopee(虾皮)

2015年在新加坡成立

泰国、马来西亚、菲律宾、巴西、墨西哥等十余个市场。居泰国跨境电商平台第二位。

ก่อตั้งขึ้นที่สิงคโปร์ในปี 2015 ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บราซิล เม็กซิโก และอีกกว่าสิบตลาด เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนที่ใหญ่เป็นอันดับสองในประเทศไทย

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

4. 电商的平台快速发展

4. การพัฒนาของแพลตฟอร์มคอมเมิร์ซช่วงเติบโตเต็มที่

C2M拼团购物

消费者直连生产

新型电子商务商业模式

第三方社交电商平台

ข้อป้ังแบบรวมกลุ่ม C2M

การผลิตโดยตรงสู่ผู้บริโภค

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซใหม่

แพลตฟอร์มโซเชียลอีคอมเมิร์ซบุคคล

ที่สาม



社交电商思维

通过沟通分享形成的社交理念，形成了拼多多独特的新社交电商思维。

แนวคิด Social Commerce

แนวคิดทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารและการแบ่งปันได้ก่อเกิดเป็นแนวคิดอีคอมเมิร์ซแบบใหม่ที่ไม่เหมือนใครของพินตัวตัว

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

5. 电商的发展变革

5. วิวัฒนาการของอีคอมเมิร์ซ

(1) 互联网静态网站与社交网络并存

(1) การอยู่ร่วมกันระหว่างเว็บไซต์คงที่และโซเชียลเน็ตเวิร์ก

发展初期，传统的互联网网站都是通过**静态网站**来实现内容的展示，是**通过搜索引擎**内容聚合来实现。

这个发展阶段的互联网用户非常分散，**内容作者与用户无法互动**，用户和网站也各自独立与分裂，这便导致了信息流的缺失。

互联网网站与内容流型社交网络（**Facebook（脸书）、微博**等）的并存。

- ในช่วงแรกของการพัฒนา เว็บไซต์อินเทอร์เน็ตแบบดั้งเดิมจะแสดงเนื้อหาผ่าน**เว็บไซต์แบบคงที่** ซึ่งแสดงเนื้อหาจาก**เครื่องมือค้นหา**
- ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในขั้นตอนการพัฒนานี้**อยู่ในลักษณะกระจัดกระจาย** ผู้เขียนเนื้อหา**กับผู้ใช้ไม่สามารถโต้ตอบถึงกันได้** ผู้ใช้กับเว็บไซต์ถูกแบ่งแยกกันอย่างสิ้นเชิง ซึ่งนำไปสู่การขาดแคลนการไหลเวียนของข้อมูล
- ตัวอย่าง การอยู่ร่วมกันของเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตและโซเชียลเน็ตเวิร์ก ยอดนิยม (**Facebook, Weibo ฯลฯ**)

二、电子商务发展历程

2.ประวัติการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ

5.电商的发展变革

5.วิวัฒนาการของอีคอมเมิร์ซ

(2) 用户从PC端向移动端发展升级

(2) ผู้ใช้งานPC เปลี่ยนไปสู่ การใช้บนมือถือเคลื่อนที่

- 用户开始聚焦并逐渐成为互联网的中心，**形成了统一的账号体系；**
 - **动态内容和信息流的服务**取代了静态网站内容呈现，使得内容方更加深受欢迎。
 - 用户的使用习惯发生改变，更多的用户从互联网**PC端往移动端的发展升级。**
- ผู้ใช้เริ่มให้ความสนใจและค่อยๆ กลายเป็นศูนย์กลางของอินเทอร์เน็ต ก่อเกิดระบบบัญชีที่รวมเป็นหนึ่งเดียว
 - บริการเนื้อหาแบบไดนามิกและกระแสข้อมูล ได้แทนที่การนำเสนอเนื้อหาเว็บไซต์แบบคงที่ ทำให้เนื้อหาเป็นที่นิยมมากขึ้น
 - พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้(User)เปลี่ยนไป และผู้ใช้งานจำนวนมากเปลี่ยนจากการใช้งานผ่านพีซีมาเป็นมือถือเคลื่อนที่

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

5. 电商的发展变革

5. วิวัฒนาการของอีคอมเมิร์ซ

(3) 网站移动化, 内容与服务并重

(3) เว็บไซต์แบบเคลื่อนที่ และเนื้อหากับการให้บริการสำคัญเท่ากัน

- 随着3G门户的推广, 网站的使用开始移动化, **移动社交APP**逐渐的**开始崛起**。
- **容与服务并重**, 主要的内容提供方式是信息流, 消息流为主, 内容流为辅。
- 用户可以通过移动APP直面服务
- 未来互联网发发展也向着**移动化, 智能化**, 通过**大数据分析**, 消息和内容将会**更精准化**。

● จากการส่งเสริมพอร์ทล 3G ทำให้การใช้งานเว็บไซต์ปรับเปลี่ยนสู่อุปกรณ์เคลื่อนที่ และแอปโซเชี่ยลบนมือถือได้เพิ่มความร้อนแรงขึ้น

● เนื้อหาและการให้บริการสำคัญเท่ากัน วิธีหลักในการจัดหาเนื้อหาคือกระแสข้อมูล โดยมีกระแสข้อมูลเป็นหลักและกระแสเนื้อหาเป็นส่วนเสริม

● ผู้ใช้สามารถใช้บริการได้โดยตรงผ่านแอฟมือถือ

● แนวโน้มการพัฒนาด้านอินเทอร์เน็ตในอนาคตจะมุ่งสู่ อุปกรณ์เคลื่อนที่ ระบบอัจฉริยะ ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ข่าวสารและเนื้อหาจะมีความแม่นยำมากขึ้น

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

5. 电商的发展变革

5. วิวัฒนาการของอีคอมเมิร์ซ

(4) 运营战略由图文转向视频

(4) กลยุทธ์การดำเนินงานเปลี่ยนจากข้อความสู่วิดีโอ



淘宝 (Alibaba Group)

2013年9月

开放主图视频展示位

2017年

开放消费者视频评论功能

กันยายน ค.ศ.2013

-เปิดฟีเจอร์วิดีโอหลัก

ค.ศ.2017

-เปิดฟีเจอร์การแสดง

ความคิดเห็นผ่านวิดีโอ



京东商城

2015年

逐渐开放主图视频展示位

2017年

开放消费者视频评论功能

ปี 2015 เปิดตำแหน่งแสดงวิดีโอบน

ภาพหลักอย่างต่อเนื่อง

ปี 2017

เปิดฟังก์ชันแสดงความคิดเห็นผ่าน

วิดีโอของผู้บริโภค



Amazon (亚马逊)

2017年

开放美国站主图视频展示位

2018年

开入视频评论展示位

2020年 德英法日开放会员主图视频位

ปี 2017 เปิดตำแหน่งแสดงภาพและ

วิดีโอหลักที่สหรัฐอเมริกา

ปี 2018 เข้าสู่ตำแหน่งวิดีโอรีวิว

ปี 2020 เยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส

และญี่ปุ่นเปิดตัววิดีโอภาพหลัก

สำหรับสมาชิก

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

5. 电商的发展变革

5. วิวัฒนาการของอีคอมเมิร์ซ

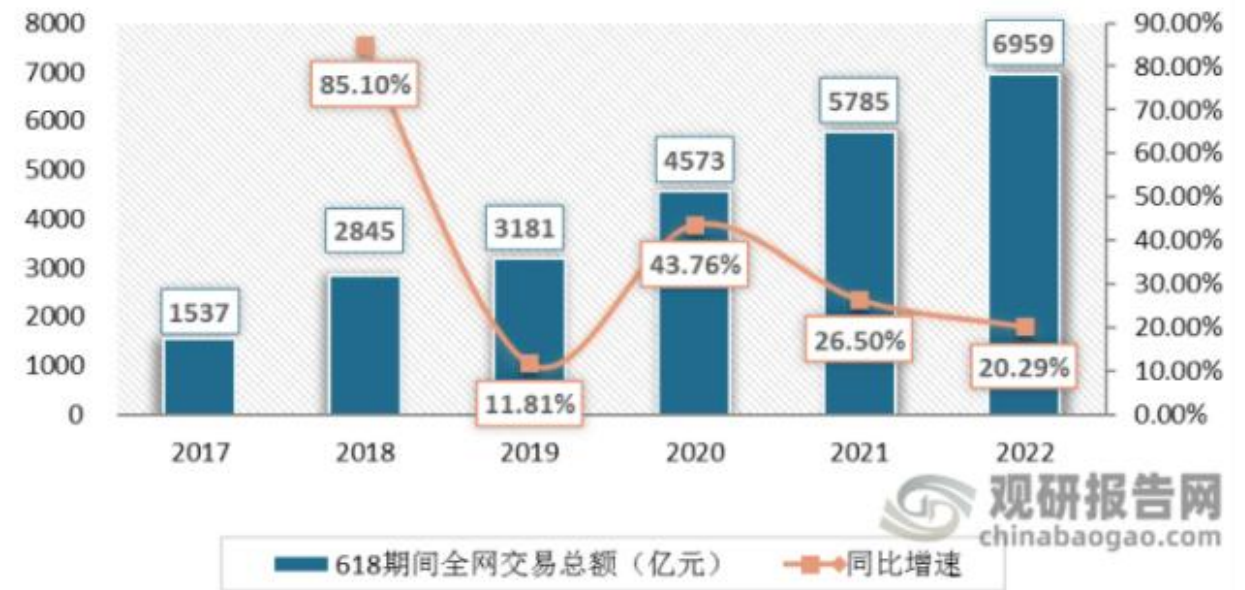
(5) 运营战略由图文转向视频

(5) กลยุทธ์การดำเนินงานเปลี่ยนจากข้อความสู่วิดีโอ

2014-2019年全球网络零售交易总额（万亿美元）



2017-2021年618期间全网交易总额及增速



二、电子商务发展历程

2.ประวัติการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ

5.电商的发展变革

5.วิวัฒนาการของอีคอมเมิร์ซ

(6) 电商生活化

((6)อีคอมเมิร์ซสู่ชีวิตประจำวัน

- 电子商务的**核心**是通过**互联网成交**
- **基础**是互联网平台的**用户数量**。
- 电商走进了**微信、Facebook (脸书)** 等社交平台。

(หัวใจสำคัญของธุรกิจอีคอมเมิร์ซคือ การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีพื้นฐาน คือ จำนวนผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต
อีคอมเมิร์ซได้เข้าสู่วีแชท เฟสบุ๊ก และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอื่นๆ



二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

6. 电商的发展三大特征

ลักษณะ 3 ประการของการพัฒนาคอมเมิร์ซ



创新驱动

นวัตกรรมการขับเคลื่อน

体现在技术创新和业务模式创新两个方面，具有高度的不稳定性和动态竞争特征。

สะท้อนให้เห็นถึงทั้งสองด้านของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจที่มีลักษณะของความไม่แน่นอนและการแข่งขันแบบไดนามิกสูง



时效性强

ความทันสมัย

准确判断并把握时机，将关键信息技术、典型商业模式与相吻合的互联网发展水平结合。

มีการตัดสินใจถูกต้อง อีกทั้งยังคว้าโอกาสที่จะรวบรวมเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญ รูปแบบธุรกิจทั่วไป และระดับการพัฒนาที่สอดคล้องกันของอินเทอร์เน็ต



跨界属性强

จุดแข็งของการข้ามพรมแดน

随着线上线下的深度融合，新兴业态的边界愈发模糊，很难将现在代表性的电商企业/平台对应到某一个传统的业务模块中。

ด้วยความที่การรวบรวมของธุรกิจออนไลน์และหน้าร้านมีสูงมาก ขอบเขตของธุรกิจเกิดใหม่จึงมีความคลุมเครือมากขึ้น ดังนั้นการทำแผนที่ธุรกิจและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่เป็นตัวแทนในปัจจุบันกับโมดูลธุรกิจแบบดั้งเดิมนั้นจึงเป็นเรื่องยาก

二、电子商务发展历程

2. ประวัติการพัฒนาคอมเมิร์ซ

7. 电商的发展趋势

แนวโน้มที่จะพัฒนาคอมเมิร์ซ



引领新技术的发展

เป็นผู้นำในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่

引领新技术的发展。大数据、区块链、人工智能、生物识别等关键技术将在电子商务领域应用推广，

并进一步完善；

เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ และเทคโนโลยีที่สำคัญ เช่น ข้อมูลขนาดใหญ่ บล็อกเชน ปัญญาประดิษฐ์ และไบโอเมตริกซ์ จะถูกนำมาใช้และส่งเสริมในด้านอีคอมเมิร์ซ และปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น



数字经济重要组成

ส่วนสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล

数字经济发展的核心 หัวใจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล



深度融合

ความลึกของการบูรณาการ

溢出效应将进一步放大，产业深度融合，覆盖到更多领域

อุตสาหกรรมจะได้รับการบูรณาการเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมสาขาต่างๆ เพิ่มขึ้นและผลประโยชน์ก็จะทำการกระจายออกไปเพิ่มมากขึ้น



法制环境日益完善

การปรับปรุงกฎหมายให้ดียิ่งขึ้น

治理环境将日益完善，为电子商务的健康发展提供良好的政策环境支持。

ระบบการกำกับดูแลจะได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีการสนับสนุนนโยบายในการพัฒนาคอมเมิร์ซให้ดียิ่งขึ้น



商业模式认知

Business model cognition

การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

三、商业模式认知

3.การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

1.什么是商业模式

รูปแบบธุรกิจคืออะไร

(美) 保罗·泰莫斯	包含了描述商业活动中各个参与者及其角色的产品、服务和信息流的体系结构，对参与者潜在利益的描述，对收入来源的描述
(美) 阿米特 (法) 左特	商业模式是企业创新的焦点和企业为自己、供应商、合作伙伴及客户创造价值的决定性来源
(美) 阿福亚赫 (瑞士) 图西	应当将商业模式看作公司运作的秩序，公司依据其使用公司资源超越竞争者和向客户提供更多的价值，从而获利
(比利时) 伊夫·皮尼厄	企业提供给顾客的价值和为创造该价值、获得收入流所需要的企业及其伙伴网络的体系结构
(中) 罗琨	一个组织在明确外部假设条件、内部资源和能力的前提下，用于整合组织本身、顾客、供应链伙伴、员工、股东或利益相关者来获取超额利润的一种战略创新意图和可实现的结构体系以及制度安排的集合

商业模式是指企业与企业之间、企业的部门之间、乃至与顾客之间、与渠道之间都存在各种各样的交易关系和连结方式。

รูปแบบธุรกิจ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค และรูปแบบการเชื่อมต่อช่องทางที่หลากหลาย

三、商业模式认知

3.การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

1.商业模式定义

นิยามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจเป็นการอธิบายภาพรวมขององค์กรในการปฏิบัติหน้าที่และกิจกรรมหลัก

商业模式是对一个组织如何行使其功能的描述，是对其主要活动的提
 เป็นการกำหนดลูกค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการของบริษัท รวมถึงให้ข้อมูลว่าบริษัทมีการจัดระเบียบ การสร้างรายได้
 纲概括。它定义了公司的客户、产品和服务,提供了有关公司如何组织以
 และผลกำไรอย่างไร
 及创收和盈利的信息。

รูปแบบธุรกิจจะรวมกับกลยุทธ์ของบริษัท ซึ่งมีการแนะนำและวางแผนโมเดลธุรกิจ

商业模式与公司战略一起，主导了公司的主要决策。商业模式还
 อธิบายถึงรูปแบบธุรกิจได้อธิบายถึงผลิตภัณฑ์ บริการ ตลาดผู้บริโภค และกระบวนการทางธุรกิจของบริษัทอีกด้วย

描述了公司的产品、服务、客户市场以及业务流程。

三、商业模式认知

3.การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

1.商业模式本质

ลักษณะของรูปแบบธุรกิจ

ชี้ให้เห็นว่า ในกรณีของทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างรูปแบบการทำการใดที่สามารถสร้าง

是指在企业现有资源情况下，企业家要解决如何赚钱，赚多少钱，以
มูลค่าให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องผ่านรูปแบบธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจบนพื้นฐานเกี่ยวกับวิธีการสร้างรายได้

及如何持续性赚钱的经营根本问题，需要**通过商业模式的设计，创造**
วิธีการทำการใด และวิธีการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

一套为客户持续创造价值的盈利模式。



บริษัทจะทำกำไรอย่างไร

+



บริษัทจะทำกำไรมากเท่าไร

+



头条 @欧赛斯

บริษัทจะรับประกันการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องได้อย่างไร

三、商业模式认知

3. การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

35

2. 商业模式核心

2. สิ่งสำคัญของรูปแบบธุรกิจ

顾客

ผู้ซื้อ

价值

มูลค่า

利润

ผลกำไร

3.商业模式九大要素

9 องค์ประกอบของรูปแบบธุรกิจ

序号 ลำดับ	要素名称 ชื่อองค์ประกอบ	要素要解决的核心问题 ปัญหาหลักที่แก้ได้ด้วยองค์ประกอบ
1	价值主张 ข้อเสนอมูลค่า	即公司通过其产品和服务所能向消费者提供的价值。价值主张确认了公司对消费者的实用意义。
2	消费者目标群体 กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค	即公司所瞄准的消费者群体。这些群体具有某些共性，定义消费者群体的过程也被称为市场划分。 มูลค่าที่บริษัทเสนอให้กับผู้บริโภคผ่านทางผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท การนำเสนอคุณค่านี้เป็นการยืนยันความคุ้มค่าเชิงประโยชน์ที่มีต่อผู้บริโภค เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่บริษัทตั้งเป้าไว้ กลุ่มเหล่านี้มีลักษณะบางอย่างร่วมกัน ซึ่งกระบวนการกำหนดกลุ่มผู้บริโภค เรียกว่า การแบ่งส่วนการตลาด
3	分销渠道 ช่องทางการจัดจำหน่าย	即公司用来接触消费者的各种途径。这时阐述了公司如何开拓市场。它涉及到公司的市场和分销策略。ช่องทางต่างๆ ที่บริษัทใช้เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค โดยมีการอธิบายถึงกลยุทธ์และวิธีการพัฒนาการตลาดของบริษัท รวมไปถึงการกระจายสินค้าของบริษัท
4	客户关系 คอนเนคชันผู้บริโภค	即公司同其消费者群体之间所建立的联系。我们所说的客户关系管理即与此相关。
5	价值配置 การจัดสรรมูลค่า	คอนเนคชันระหว่างบริษัทและกลุ่มผู้บริโภค โดยเราเรียกว่า การจัดการคอนเนคชันของผู้บริโภคที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัท 即资源和活动的配置。การจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรม
6	核心能力 สมรรถภาพหลัก	即公司执行其商业模式所需的能力和资格。สมรรถภาพและคุณสมบัติที่บริษัทต้องการนำมาดำเนินรูปแบบธุรกิจของตน
7	全作伙伴网络 เครือข่ายพันธมิตรเต็มรูปแบบ	即公司同其他公司之间为有效地提供价值并实现其它商业化而形成的合作关系网络。这也是描述了公司的商业联盟范围。เครือข่ายความร่วมมือระหว่างบริษัทและบริษัทอื่นๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและเติบโตในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังอธิบายถึงขอบเขตของพันธมิตรทางธุรกิจของ บริษัท
8	成本结构 โครงสร้างต้นทุน	即所使用的工具和方法的货币描述。การอธิบายเครื่องมือและวิธีการใช้ต้นทุน
9	收入模型 รูปแบบรายได้	即公司通过 各种收入流来创造财富的途径。บริษัทสร้างความมั่นคงผ่านช่องทางแหล่งรายได้ที่หลากหลาย

三、商业模式认知

3.การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

4.商业模式类型

ประเภทของรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบร้านค้า

店铺模式： 就是在具有潜在消费者群的地方开设店铺并展示其产品或服务。

“รูปแบบเหยื่อและตะขอ” เรียกอีกอย่างว่า “รูปแบบมีดโกนและใบมีด” หรือเรียกว่า “รูปแบบขายพ่วง”

“饵与钩” 模式--也称为 “剃刀与刀片” 模式，或是 “搭售” 模式



บริษัทจะประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จ ขึ้นอยู่กับการออกแบบธุรกิจของบริษัท ซึ่งจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่

公司的成败与否最终取决于它的商业设计是否符合了消费者的优先需求。



四

电子商务商业模式

E-commerce business model

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ



四、电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

1.电子商务商业模式定义

คำนิยาม รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เป็นการแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมขององค์กร

电子商务商业模式是企业运作电子商务、
ในการสร้างมูลค่าและมีการดำเนินธุรกิจอีคอมเมิร์ซผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

创造价值的表现形式，是在互联
หลังจากที่ภายในองค์กรมีการกำหนดตำแหน่งกลุ่มตลาดและเป้าหมาย

网环境下，电子商务企业确定细分市场和目
ซึ่งผู้บริโภคแล้ว จะดำเนินการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

标顾客之后，通过企业内部特定的组织机构和
เพื่อรวบรวมขั้นตอนกระบวนการที่มีมูลค่าที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายพันธมิตร

在价值网中的定位，运用网络信息技术，与价
ท้ายที่สุด เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และนำเอา

值网上的各合作成员整合相关的流程，最终满
ผลกำไรมาเข้าสู่องค์กร

足顾客的需要，并给企业带来盈利的方式。

四、电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

2. 电子商务商业模式优势

ข้อได้เปรียบของรูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

- ◆ 改进原有的重要流程或特性 **提高运作效率，并降低成本；**
 มีการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการดั้งเดิมที่สำคัญหรือคุณสมบัติพิเศษให้ดีขึ้น และยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย
- ◆ 创新性突破企业业务 **创造新的价值。**
 สร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ และนวัตกรรมที่กล้าธุรกิจแบบเดิม

3.电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ



Business



Consumer



Government

电子商务的参与者可分为:

ผู้เข้าร่วมรูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้:

B (Business) 、 C (Consumer) 、 G (Government) 等。

根据电子商务参与者不同性质可以为:

เนื่องด้วยคุณสมบัติที่แตกต่างกันของผู้เข้าร่วมรูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้:

B2B、 B2C、 B2G、 C2G、 O2O等。

3.电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

(1) B2B模式 (Business to Business)

ธุรกิจ (รวมถึงร้านค้า) ไปจนถึงธุรกิจแบบอีคอมเมิร์ซ กล่าวคือ การซื้อขายสินค้า บริการ และข้อมูลระหว่างธุรกิจผ่านเครื่องมือต่างๆ

企业（包括商家）对企业的电子商务，即企业与企业之间
 通过工具来进行产品、服务及信息交易。供需双方都是企业，

使用互联网来完成商务活动的过程。

ตัวอย่าง Alibaba International Station, Dunhuang.com, Huicong.com และอื่น ๆ เป็นต้น

如：阿里巴巴国际站、敦煌网、慧聪网等



(1) B2B模式-分类

การแบ่งประเภทรูปแบบธุรกิจและธุรกิจ

ซึ่งประกอบด้วย B2B การค้าระหว่างประเทศ และ B2B การค้าภายในประเทศ ตัวอย่างเช่น China Supplier และ Dunhuang เป็น B2B

- 按服务对象分为**外贸B2B**和**内贸B2B**，如**中国供应商**、**敦煌网**是外贸B2B，**阿里巴巴 (1688)** 是内贸B2B平台。

การค้าระหว่างประเทศ ส่วน อาลีบาบา (1688) เป็น B2B การค้าภายในประเทศ

敦煌网是外贸B2B，**阿里巴巴 (1688)** 是内贸B2B平台。

แบ่งออกเป็น B2B แบบครอบคลุม และ B2B แบบตรง ตัวอย่างเช่น อาลีบาบาและอู๋จางเป็นแพลตฟอร์ม B2B แบบครอบคลุม

- 按行业性质分为**综合B2B**和**垂直B2B**，如**阿里巴巴**、**慧聪网**是综合B2B平台，**中国化工网**、**中国工控网**是垂直B2B平台。

ส่วน เครือข่าย China Chemical และเครือข่ายควบคุมอุตสาหกรรมจีนเป็นแพลตฟอร์ม B2B แบบตรง

网是综合B2B平台，**中国化工网**、**中国工控网**是垂直B2B平台。



(1) B2B模式-分类

B2B แบบครอบคลุม การรวบรวมขั้นตอนกระบวนการทำธุรกรรมที่คล้ายคลึงกันในอุตสาหกรรมต่างๆ ไว้ที่เดียวกัน เพื่อเสนอให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีโอกาสในการทำธุรกรรม ตัวอย่างเช่น อาลีบาบา (1688)

综合型B2B 将各个行业中相近的交易过程集中到一个场所，为企业的采购方和供应方提供交易机会。如阿里巴巴国际站、1688等

ไม่มีสินค้า และไม่ใช้ร้านค้า แต่จะเป็นผู้ให้บริการ(เทคโนโลยี) ที่เพิ่มมากขึ้น

- 没有产品，也不是商家，更多的是**服务提供者**。
ช่วยให้ทั้งสองฝ่ายสามารถลดการลงทุนและต้นทุนสำหรับธุรกิจค้าขายร่วมกัน
- 帮助交易双方降低投入，为企业降低成本；
ยกระดับโอกาสในการสื่อสารและการทำธุรกิจค้าขายร่วมกัน ช่วยลดห่วงโซ่และลดระยะเวลา อีกทั้งยังเพิ่มขีดความสามารถในการ
- 提高双方直接沟通和交易的机会，减少环节，缩短时间，提升企业竞争能力。
แข่งขันทางธุรกิจ



(1) B2B模式-分类

B2B แบบตั้งตรง

เป้าหมายหลัก คือ มุ่งไปที่ผู้ปฏิบัติงานในสาขาธุรกิจสาขาใดสาขาหนึ่ง โดยจะมีข้อได้เปรียบในด้านของความ

垂直型B2B 主要是面向某个商业领域或某一个行业的从业者，**优势**
มุ่งมั่นและความเป็นมืออาชีพ ตัวอย่างเช่น เครือข่าย China Chemical และเครือข่ายควบคุมอุตสาหกรรมจีน เป็นต้น

在于专注和专业。 如中国化工网、中国工控网等。
ซึ่งมีแนวโน้ม 2 แบบ ได้แก่ “ต้นน้ำ” และ “ปลายน้ำ”

分为 “上游” 和 “下游” 两个方向：

ผู้ผลิตหรือผู้ค้าปลีกสามารถสร้างติดต่อเสนอในด้านอุปทานกับซัพพลายเออร์ต้นน้ำ (Dell-ผู้ผลิตชิปและเมนบอร์ดต้นน้ำ)

- 生产商或零售商可以与上游的供应商之间形成供货关系-戴尔公司与上游

的芯片和主板制造商

ความสัมพันธ์ด้านการขายระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายปลายน้ำ - ความสัมพันธ์ระหว่างหัวเว่ยและผู้จัดจำหน่าย

- 产商与下游的经销商之间形成的销货关系-华为与其分销商之间。

(1) B2B模式-电商平台运营模式

รูปแบบ B2B - แพลตฟอร์มรูปแบบการทำงานของอีคอมเมิร์ซ

运营的核心是**发掘采购商客户**，为采购商**提供采购服务**，同时**满足供应商的销售需求**。
หัวใจสำคัญในการดำเนินงาน คือ การสำรวจผู้บริโภครองร้านค้า ให้บริการจัดซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภค และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค(ผู้ขาย)



ประเภทของแพลตฟอร์มข้อมูล 信息平台型

- ผู้ซื้อและผู้ขายจะเน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลบนแพลตฟอร์ม
- **买卖双方集中在交易平台上**
การซื้อขายเว็บไซต์ไม่ได้มีส่วนร่วมในการกระทำของผู้ใช้
进行信息交流，网站不参与
และไม่รับประกันประสิทธิภาพของข้อมูลแพลตฟอร์ม
用户行为、不保证平台信息
ทุกธุรกิจมีการซื้อขายในเว็บไซต์เดียวกัน
的有效性。行业都在同一网
เช่น อาลีบาบา
站上进行贸易,如阿里巴巴。



ประเภทของสื่อออนไลน์ 网络媒体型

- เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ B2B ที่ให้บริการโฆษณาแก่
- **是为企业提供广告宣传为主**
ธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งธุรกิจจะมีข้อมูลที่หลากหลาย
的B2B电商平台。行业资讯丰
แต่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซส่วนใหญ่จะเน้นเป็นข้อมูลในการ
ส่งเสริมการขาย ตัวอย่างเช่น Hudeong
富。电子商务信息则多是宣
传推广性质的。如慧聪网。



ประเภทของการบริการจัดซื้อ 采购服务型

- เป็นเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ B2B ที่มีความเป็นมืออาชีพ
- **是网站为会员提供采购外**
และมีส่วนร่วมในการจัดซื้อและขาย โดยจะทำการให้บริการ
包服务的B2B电子商务网
จัดซื้อแก่สมาชิก
站。参与到采购销售行为
中，专业性很强。

(2) B2C模式 (Business to Customer)

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซสู่ผู้บริโภค (Business to Consumer e-Commerce) กล่าวคือ ธุรกิจขายสินค้า บริการ และข้อมูลต่างๆ ให้แก่ผู้บริโภค

企业对消费者的一种电子商务模式，即企业通过互联网将产品、服务
ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยทั่วไปแล้วการค้าปลีกออนไลน์ถือเป็นธุรกิจหลัก ซึ่งจะแบ่งออกเป็น ร้านค้าแบบครบวงจร ร้านค้าเฉพาะทาง

及信息销售给个人消费者。一般以**网络零售**业为主，细分为综合商城、
ร้านค้าแบบห้างสรรพสินค้า ร้านค้ารูปแบบตั้งตรง แบรินด์คอมโพสิต ร้านค้าแบรนด์ไฟฟ้าและร้านค้าออนไลน์ประเภทอื่นๆ

专一融合型、百货商店、垂直商店、复合品牌、轻型品牌店和服务型等类型

ซึ่งถือเป็นรูปแบบอีคอมเมิร์ซที่ผลิตออกมาเป็นอันดับแรกๆ

网店。最早产生的电子模式。

ตัวแทนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ได้แก่ Amazon

WISH

Tmall International

Beijing Mall

Suning Easy Buy

代表电商平台：**亚马逊**、**WISH**、**天猫国际**、**京东商城**、**苏宁**

Vipshope

SHOPEE

易购、唯品会、SHOPEE

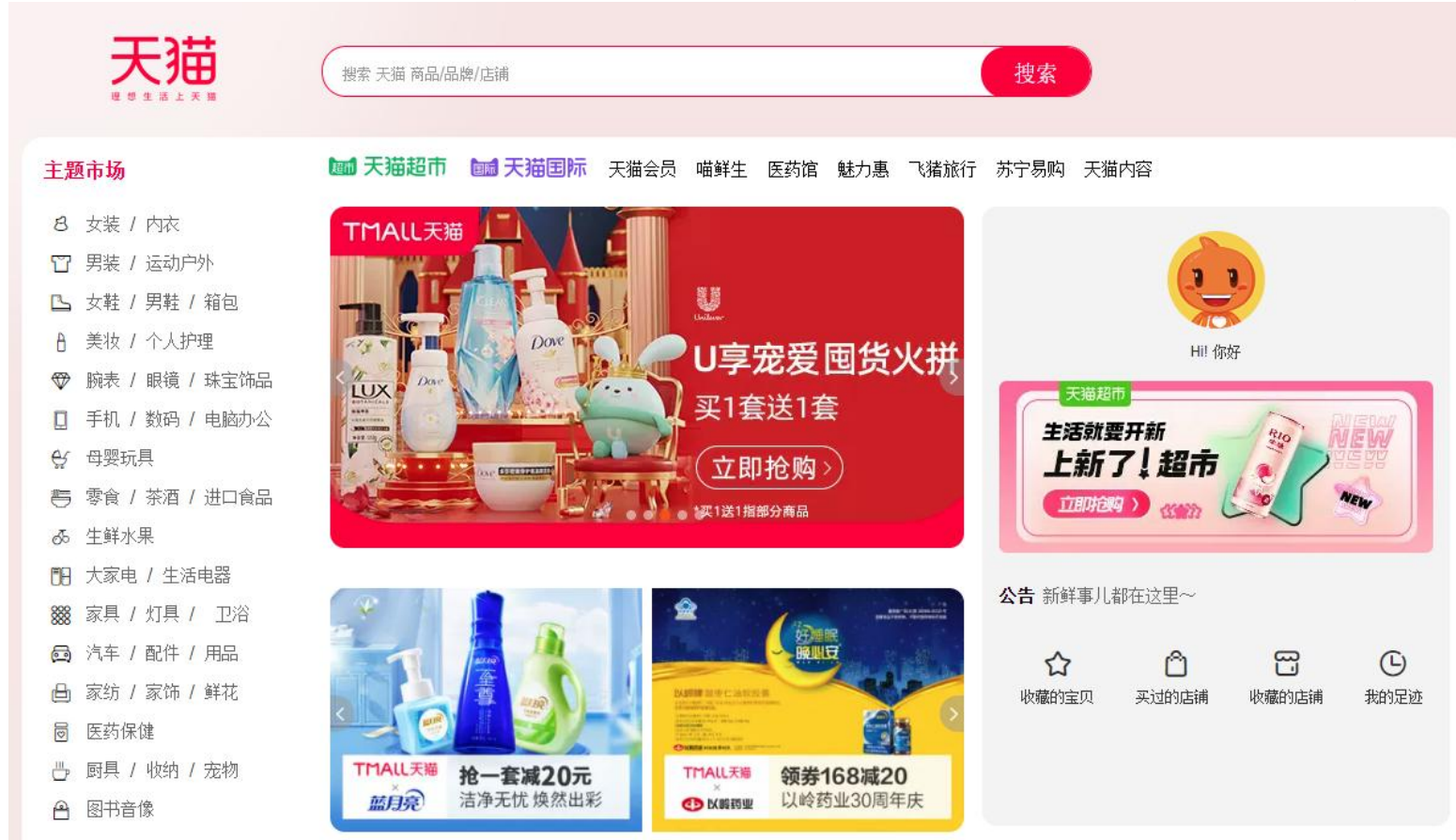


(2) B2C模式-天猫

รูปแบบ B2C - Tmall

Tmall เดิมชื่อ Taobao Mall ซึ่งถือเป็นแพลตฟอร์มค้าปลีกออนไลน์ B2C ที่ครอบคลุม

天猫原名淘宝商城，是一个综合性B2C网络零售平台。



七天无理由退换货、正品保障、无忧购

(2) B2C模式-京东

รูปแบบ B2C - Jing Dong



JD CENTRAL
JD.CO.TH



49

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซขนาดใหญ่แห่งแรกของจีนที่ประสบความสำเร็จในการเปิดตัวครั้งแรก
中国第一个成功上市的大型综合性电子商务平台

JD.com (JD) ร่วมกับธุรกิจไทยจัดตั้ง JD.com Center เพื่อให้บริการผู้บริโภคอย่างครบวงจร อาทิ สำนักงานคอมพิวเตอร์ การสื่อสารแบบเคลื่อนที่

JD (京东) 与泰国企业合资建立**京东泰国站 (JD Central)**，为消费者提供完整品类商品及
แม่และเด็ก และกีฬากลางแจ้ง เป็นต้น ตามรูปแบบการดำเนินงานของ JD.com จะมีการนำระบบการจัดการและโลจิสติกส์ขั้นสูงของ JD.com

完善的服务，热卖品类包括**电脑办公、移动通讯、母婴儿童、运动户外**等；沿用京东运营模
ใช้ในการดำเนินงานอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย เพื่อให้การบริการจัดส่งที่รวดเร็วมากถึง 4 ชั่วโมง ซึ่งจะถึงจุดหมายในวันถัดไป

式，将京东的先进管理与物流体系代入泰国电商营运中，提供**次日达**甚至**4小时**的快速送达服务。

(3) B2C模式-当当网

รูปแบบ B2C - Dang Dang



dangdang.com

敢做敢当当

50

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซขนาดใหญ่แห่งแรกของจีนที่ประสบความสำเร็จในการเปิดตัวครั้งแรก

中国第一个成功上市的大型综合性电子商务平台

开学季 有梦有YOUNG 5折封顶

百万图书

送：北京

欢迎光临当当，请[登录](#) 成为会员 [购物车0](#) [我的订单](#) [我的云书房](#) [我的当当](#) [当当拼团](#) [小说投稿](#) [企业采购](#) [客户服务](#) [切换无障碍](#) [进入关怀版](#)

dangdang.com

烟霞里

全部分类

购物车0 我的订单

热搜：良品铺子 共和国脊梁 乐高 十万个为什么 金字塔原理 我是大女主 高级搜索

全部商品分类

图书 电子书 童装童鞋 女装 食品 母婴玩具

图书、童书
电子书
创意文具
服饰、内衣
鞋靴、箱包
运动户外
孕、婴、童
家居、家纺、汽车
家具、家装、康体
个人护理、清洁
食品、茶酒
珠宝首饰
手机、数码、电脑办公
家用电器
当当礼品卡、生活服务

极价书屋
精品图书 88元10件

悦小说文学 限时5折

亲子保健旅游美食 88元10件

新书预售 热门新书抢先订

中小学用书开学季 每满100减50

当当礼品卡 奇先生妙小姐 限量发售

3.电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

(2) B2C模式-分类

การแบ่งประเภทรูปแบบ B2C



注: 贝贝网是杭州贝购科技有限公司于2014年4月创立的, 是国内领先的母婴特卖平台。

Beibei.com ก่อตั้งขึ้นในเดือนเมษายน 2014 โดย Hangzhou Beigou Technology Co., Ltd. ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มชั้นนำสำหรับแม่และเด็กในประเทศจีน

(2) B2C模式-案例

รูปแบบ B2C - กรณีตัวอย่าง

รูปแบบ B2C แบบครบวงจร - อเมซอน

综合型B2C模式-Amazon (亚马逊首页)

The screenshot shows the Amazon.cn homepage. At the top, there's a navigation bar with the Amazon logo, a search bar, and links for account, orders, and shopping cart. Below this is a secondary navigation bar with categories like 'All', 'Store of the Day', 'Prime', 'Coupons', 'New Arrivals', 'Kindle eBooks', 'Amazon App Download', 'Global Stores', and 'Customer Service'. A promotional banner for 'Sports and Outdoor Spring Refresh' is visible. The main banner features a 'Today's Deals' (今日特惠) section with a 'Global Synchronized Low Prices' (同步全球 天天价优) message and a 'Overseas Purchase' (海外购) icon. Below the banner, there's a 'Overseas Purchase Tips' (海外购 TIPS) section with two bullet points: 'By Amazon US / UK / Japan / Germany, please recognize the respective logos when purchasing' and 'Cross-border free shipping: Prime members enjoy 0 threshold free shipping on orders over 300 yuan'.

amazon.cn 全部分类

您好, 登录 账户及心愿单 退货 与我的订单 购物车

三 全部 镇店之宝 Prime 优惠券 新品发布 奥莱折扣 Kindle电子书 亚马逊APP下载 全球开店 客户服务

运动户外春焕新 限时直降 69 元起

日亚爆款 美亚大牌 德亚热卖 英伦尖货 领券立减

今日特惠
同步全球 天天价优
海外购

海外购 TIPS

- 由亚马逊美国 / 英国 / 日本/德国分别从境外销售和发货, 购买时请分别认准: a 海外购 a 海外购 a 海外购 a 海外购
- 跨境免邮: prime 商品单笔订单满300元免邮, Prime会员更享0门槛免邮

今日特供

第 1 页, 共 14 页



¥188.41 起 镇店之宝
日本飞利浦品牌开春大促



¥136.34 起 镇店之宝
Anne Klein时尚腕表甜蜜心意



¥238.32 起 镇店之宝
waterpik专场大促



¥102.78 起 Prime 优惠
时尚首饰箱包腕表惊喜价

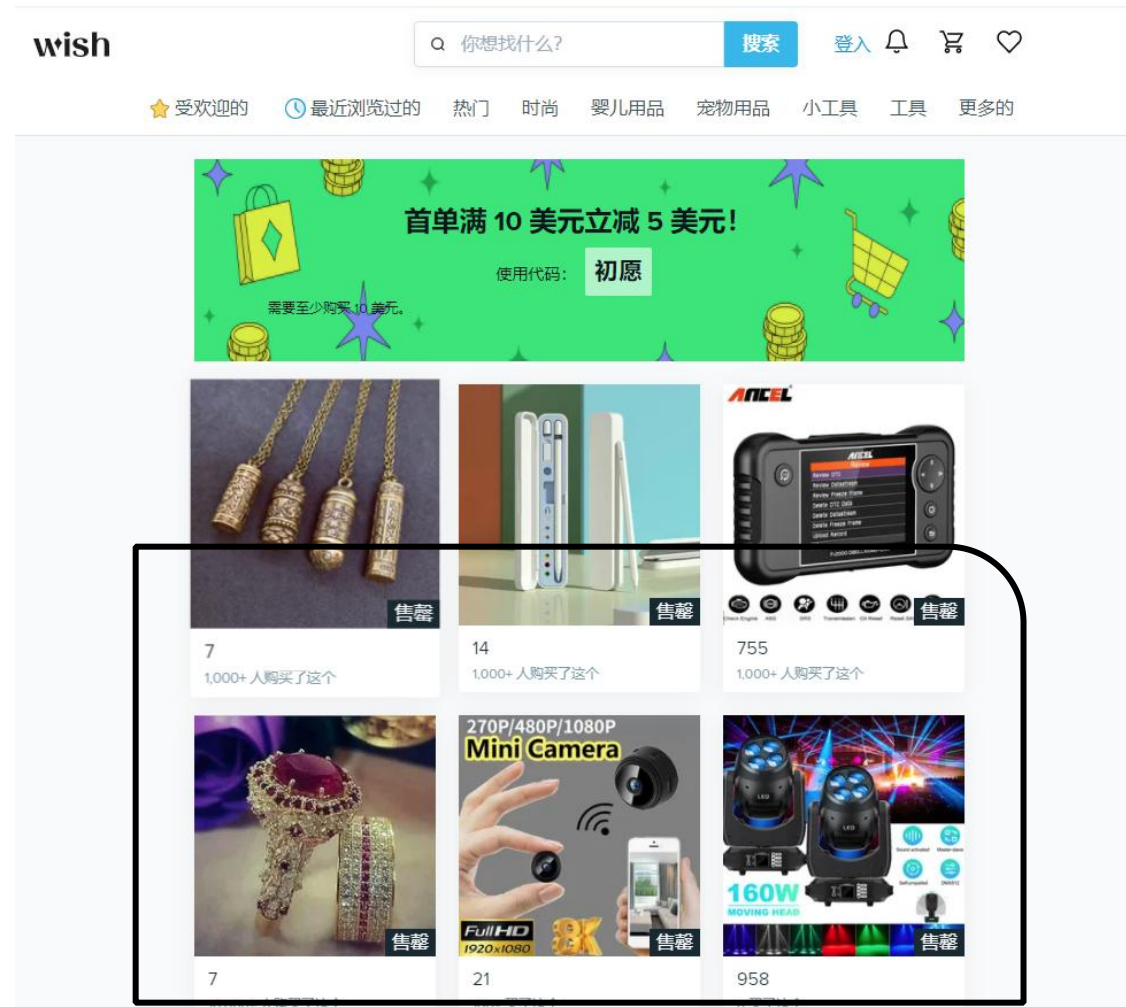


¥60.53 起 镇店之宝
未来生活摄影器材及配件大促

(2) B2C模式-案例

รูปแบบ B2C - กรณีตัวอย่าง

รูปแบบ B2C แบบครบวงจร - Wish 综合型B2C模式-Wish (海淘网首页)



(2) B2C模式-案例

รูปแบบ B2C - กรณีตัวอย่าง

รูปแบบ B2C แบบครอบคลุม - Tmall

综合型B2C模式-天猫国际



美容美妆 Beauty

(2) B2C模式-案例

รูปแบบ B2C - กรณีตัวอย่าง

รูปแบบ B2C แบบขายตรง - Huawei 直销型B2C模式-华为商城

HUAWEI Mate50 系列

超光变 XMAGE 影像 [立即购买](#)

首页 | 华为官网 | V码(优购码) | 企业购 | Select Region | 更多精彩

请登录 | 注册 | 我的订单 | 客服 | 网站导航 | 手机版 | 购物车(0)

VMALL 华为商城 华为专区 鸿蒙智联 莫塞尔 华为智选 HarmonyOS 特惠企采 教育购

手机 >
电脑 >
平板 >
智慧屏 >
穿戴 >
耳机音箱 >
门锁路由 >
出行车品 >
配件 >
生态产品 >
美食酒饮 >
增值服务/企业商用 >

HUAWEI MateBook 14s

2.5K高刷触控屏¹ | 第12代英特尔®标压处理器 | 超级终端²
至高优惠500元

到手价: ¥ 6299 起 [立即购买](#)

智慧办公 智能家居 AITO汽车 影音娱乐 运动健康

(2) B2C模式-案例

รูปแบบ B2C - กรณีตัวอย่าง

รูปแบบ B2C แบบขายตรง - ehaier.com 直销型B2C模式-海尔商城

海尔集团
唯一官方商城

【618超级预售】

空调 618直选攻略 冰箱 滚筒洗衣机 热水器 冷柜 净水机

我的购物车 0

商品分类

- 冰箱
- 空调
- 洗衣机
- 电视
- 热水器
- 厨房电器
- 冷柜
- 智能产品
- 净水机
- 生活小家电
- 厨房小家电

首页 有好货 HOT 抢鲜购 NEW 领券中心 HOT 会员 VIP 社区 线下体验店 成套设计

抢鲜直选

618 超级预售

定金100元抵150元
成交额最高返800钻石
前200名支付定金赠好礼

6月9日10点-6月15日24点

Hi~ 你好

登录 注册

会员俱乐部 升级微店主

商城公告 更多

海南因台风订单配送受影响公告
青岛受峰会管控影响物流配送通知
因5.27号长春地区举行国际马拉松配...
因上合峰会青岛全面进入交通管制通知

货到付款 超时免单

全国联保

618生活直选节

2. 电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

57

รูปแบบ B2C (ธุรกิจและผู้บริโภค)

(2) B2C模式 (Business to Customer)

ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าในช่วง "Double 11" ปี 2021 (วันที่ 1 ถึง 11 พฤศจิกายน) มูลค่าการซื้อขายรวมของแพลตฟอร์ม

数据显示, 2021年“双十一”(11月1-11日), 全网B2C

อีคอมเมิร์ซ B2C ทั้งหมด 952.3 พันล้านหยวนเพิ่มขึ้น 13.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และลดลงอย่างมากจาก 29%

电商平台累计成交额**9523**亿元, 同比增长**13.4%**, 较2020年的
ในปี 2020 ในจำนวนนั้น ยอดขายของ Tmall เพิ่มขึ้น 8.5% เมื่อเทียบกับรายปี ซึ่งต่ำกว่า 26.1% ในปี 2020 อย่างมีนัยสำคัญ

29%明显下降。其中, 天猫成交额同比增长8.5%, 较2020年的26.1%明显放缓。

2.电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

รูปแบบ C2C (ผู้บริโภคและผู้บริโภค) (3) C2C模式 (Customer to Customer)

e-Commerce ระหว่างผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในกิจกรรมของอีคอมเมิร์ซบนอินเทอร์เน็ต

是消费者与消费者间的电子商务。即消费者与消费者在互联网中从事的电子商务活动。

ตัวอย่างเช่น รูปแบบ ebay, eachnet, Taobao เว็บไซต์ขายของมือสอง และ Goofish

像易贝、易趣、淘宝，出售二手、闲置等模式。



(3) C2C模式-案例

รูปแบบ C2C - กรณีตัวอย่าง



59

易贝 ebay



海淘热门 | 查看全部 →



每日折扣



汽配类产品



认证新产品



电子



时尚



客户服务



卖家中心

ก่อตั้งขึ้นในปี 1995 และเป็นจุดเริ่มต้นของรูปแบบ C2C
1995年创立，标志着C2C模式诞生

(3) C2C模式-案例

รูปแบบ C2C - กรณีตัวอย่าง

Taobao เป็นแพลตฟอร์มการซื้อขายอีคอมเมิร์ซ C2C ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

淘宝网是全球最大的C2C电子商务交易平台。

The screenshot displays the Taobao.com homepage. At the top, there's a search bar with the text '宝贝 | 平衡车' and a '搜索' (Search) button. Below the search bar, a row of category links includes '新款连衣裙', '四件套', '潮流T恤', '时尚女鞋', '短裤', '半身裙', '男士外套', '墙纸', '行车记录仪', and '新款男鞋'. The main navigation bar features links to '天猫', '聚划算', '天猫超市', '司法拍卖', '飞猪旅行', '天天特卖', '极有家', and '淘宝直播'. A large banner in the center promotes '政府处置好货多多' (Many good goods from government disposal) with a '1元起拍' (Start bidding at 1 yuan) button. To the right of the banner, a user profile for 'lixiangjie_2005' is shown with statistics: 150 items in the shopping cart, 2 items pending receipt, 0 items pending shipment, 0 items pending payment, and 0 items pending evaluation. Below the profile, a '运输中' (In transit) status is indicated. The bottom section, titled '猜你喜欢' (猜你喜欢), features three product recommendations: a Kailas outdoor vest for ¥258, a Volkswagen Touareg rain wiper for ¥14, and a Lin's Wood Bed for ¥1599.

分类

- 女装 / 内衣 / 奢品
- 女鞋 / 男鞋 / 箱包
- 美妆 / 饰品 / 洗护
- 男装 / 运动 / 百货
- 手机 / 数码 / 企业礼品
- 家装 / 电器 / 车品
- 食品 / 生鲜 / 母婴
- 医药 / 保健 / 进口

宝贝 | 平衡车 搜索

新款连衣裙 四件套 潮流T恤 时尚女鞋 短裤 半身裙 男士外套 墙纸 行车记录仪 新款男鞋

天猫 聚划算 天猫超市 司法拍卖 飞猪旅行 天天特卖 极有家 淘宝直播

政府处置好货多多
车房罚没珍品低价
1元起拍 >

Hi!
lixiangjie_2005

150 购物车 2 待收货 0 待发货 0 待付款 0 待评价

运输中
[哈尔滨市]快件离开【黑龙江哈尔...

宝贝收藏 买过的店 收藏的店 我的足迹

热点 疫情场景淘宝卖家指导手册

猜你喜欢 个性推荐

凯乐石/Kailas男款户外运动徒步登山防风保暖软壳
送运费险
¥ 258

大众途观雨刮器原装11-16年老款17-18新途观L汽车
送运费险 淘金币抵0.4元
¥ 14

林氏木业北欧橡木实木床现代简约1米5床1.8双
¥ 1599

รูปแบบ O2O (ออนไลน์และหน้าร้าน)

(4) O2O模式 (Online To Offline)

ธุรกิจหน้าร้านมีโอกาสจะถูกรวมเข้ากับช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ช่องทางออนไลน์เป็นแผนกต้อนรับส่วนหน้าของการทำธุรกิจค้าขายหน้าร้าน

即将线下商务的机会与互联网结合在一起，让互联网成为线下交易的前台，这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，可以
จึงสามารถใช้บริการช่องทางออนไลน์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ และผู้บริโภคสามารถใช้บริการคัดกรองออนไลน์ อีกทั้งสามารถชำระเงินผ่านช่องทาง
ออนไลน์ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ระบบเศรษฐกิจบนช่องทางออนไลน์

通过线上进行结算。多用于实体经济的互联网化。

โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคจะได้รับส่วนลดและได้รับการสนับสนุนให้ซื้อหรือจองผ่านรูปแบบออนไลน์หรือรูปแบบการให้บริการ

一般通过打折、提供信息、服务预订等方式，促使消费者线上购买或预
ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนการประกอบการหน้าร้านและการบริโภค
订，从而带动线下经营和消费。

didiglobal

ele.me

Taopiaopiao

Meituan

滴滴打车、饿了么、淘票票、美团。



传统电商模式对照表

ตารางเปรียบเทียบรูปแบบอีคอมเมิร์ซแบบดั้งเดิม

项目 รายการ		B2B模式 รูปแบบ B2B	B2C模式 รูปแบบ B2C	C2C模式 รูปแบบ C2C	O2O模式 รูปแบบ O2O
นิยาม	定义	企业与企业之间的电子商务 (Business to Business)	企业与消费者之间的电子商务 (Business to Customer)	消费者与消费者之间的电子商务 (Consumer to Consumer)	线上与线下相结合的电子商务 (Online to Offline, 即O2O)
	特点	交易金额较大、交易操作规范、交易过程复杂、交易对象广泛	购物成本低、商品价格相对较低、个性化服务	用户数量大、用户销售体系不成熟、交易金额较小、个人网站平均寿命短、由第三方平台负责技术及相关服务	消费者通过线上购买或者支付, 享受线上的优惠价格, 同时又可享受线下的服务
แหล่งกำไร		盈利来源	网络广告费、产品销售营业收入、出租虚拟店铺、网站的其他间接收入 (如网上支付)	网络广告费、会员费、增值服务费 (如物流、交易支付费)、特色服务费 (如产品特色展示费)	网络广告费、佣金、其他服务 (如派送服务)
ตัวแทนแพลตฟอร์ม		代表平台	1688、中国化工网、中国制造网	亚马逊、海淘网、天猫商城、京东商城	淘宝网、闲鱼、微店
				饿了么、美团网、滴滴打车	

3.电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

63

商家/Business、消费者/Consumer

(5) 其它模式

รูปแบบอื่นๆ

B2G

企业与政府（电子政务）

ธุรกิจและรัฐบาล (e-Government)

G2G

政府对政府

รัฐบาลและรัฐบาล

C2M

用户直连制造

ผู้ใช้เชื่อมต่อการผลิตโดยตรง

C2B

消费者到企业（按需定制）

ผู้บริโภคไปสู่การประกอบธุรกิจ (ปรับแต่งตามความต้องการ)

4.电子商务发展的启示

การชี้แนะในการพัฒนาธุรกิจอีคอมเมิร์ซ



政策 环境完善

นโยบายสภาพแวดล้อมมีความสมบูรณ์แบบ



基础 设施建设

การสร้างโครงสร้างพื้นฐาน



新技术 应用

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่



“互联网+” 全民普及

อินเทอร์เน็ต + ทำให้เป็นที่นิยมทั่วโลก

一、电子商务认知

ความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ

电子商务定义、特点、产生条件及互联网的发展现状等

นิยามความหมาย ลักษณะเด่น ปัจจัยที่ก่อให้เกิดและสถานะของการพัฒนาระบบอีคอมเมิร์ซ เป็นต้น

二、电子商务发展历程

ประวัติการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ

世界电子商务发展阶段、中国电子商务发展阶段、电子商务平台的萌芽和发展、电商发

展的变革、三大特征和发展趋势等。

ขั้นตอนการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในโลก ขั้นตอนการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในประเทศจีน การพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

วิวัฒนาการของอีคอมเมิร์ซ ลักษณะ 3 ประการของการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและแนวโน้มที่จะพัฒนาอีคอมเมิร์ซ เป็นต้น

三、商业模式认知

การเรียนรู้รูปแบบธุรกิจ

商业模式定义、本质、核心、九大要素、商业模式类型等。

นิยามรูปแบบธุรกิจ สำคัญ หัวใจสำคัญ 9 องค์ประกอบหลัก และรูปแบบธุรกิจ เป็นต้น

四、电子商务商业模式

รูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

电子商务商业模式定义、优势、商业模式 (B2B、B2C、C2C、O2O) 及代表平台等。

นิยามของรูปแบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ จุดแข็ง รูปแบบธุรกิจ (B2B, B2C, C2C, O2O) และแพลตฟอร์มตัวแทน เป็นต้น

กรุณาจับคู่รูปแบบอีคอมเมิร์ซและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ดังต่อไปนี้

请将以下电商模式和电商平台进行匹配连线?

รูปแบบอีคอมเมิร์ซ
电商模式

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ
电商平台

รูปแบบ B2B

B2B模式

Amazon Tmall Wish
亚马逊、天猫商城、Wish

รูปแบบ B2C

B2C模式

ebay taobao paipai.com
易贝、淘宝、拍拍网

C2C模式

didiglobal Meituan Taopiaopiao
滴滴打车、美团、淘票票

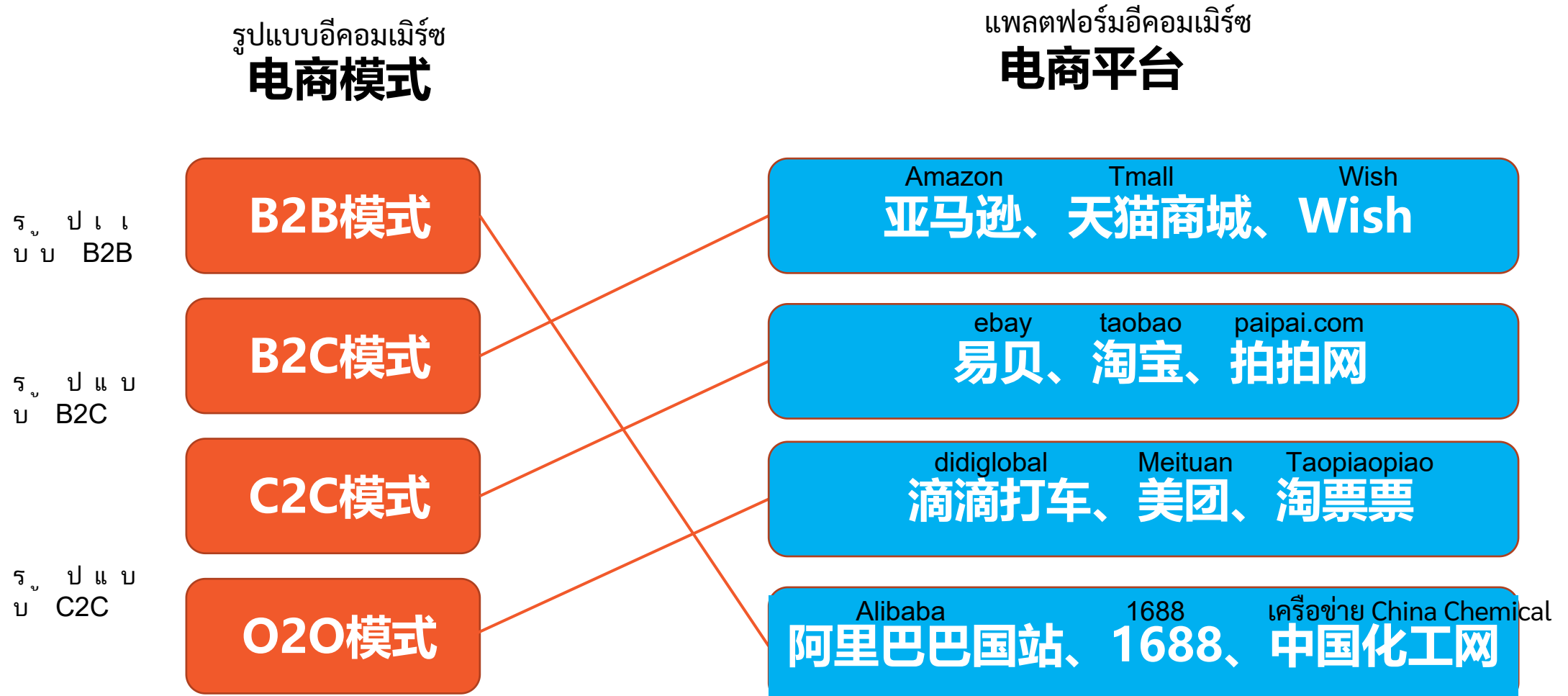
รูปแบบ C2C

O2O模式

Alibaba 1688 เครือข่าย China Chemical
阿里巴巴国站、1688、中国化工网

กรุณาจับคู่รูปแบบอีคอมเมิร์ซและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ดังต่อไปนี้

请将以下电商模式和电商平台进行匹配连线?





Botok



中泰合作“中文+电子商务”项目师资培训

โครงการอบรม “ภาษาจีน+อีคอมเมิร์ซ” รูปแบบออนไลน์ สำหรับบุคลากรครู

感谢观看聆听

ขอบคุณที่รับชมและรับฟัง

主讲：黑龙江农业经济职业学院

副教授 李祥杰

บรรยายโดย รองศาสตราจารย์ Li Xiangjie

วิทยาลัยเศรษฐศาสตร์เกษตรเหอหลงเจียง

