

เปรียบเทียบช่องทางค้าปลีกออนไลน์ของ SMEs e-Marketplace VS Social Commerce

แต่ละช่องทางมีข้อดี - ข้อเสียอย่างไร?



e-Marketplace



Social Commerce

e-Marketplace Platform



ช่องทางการ ซื้อขายสินค้า

ช่องทาง การชำระเงิน

e-Banking ได้รับความนิยมสูงสุด โดยเฉพาะ Mobile Banking

รูปแบบการ ทำงาน และ เส้นทางของ การชำระเงิน

e-Marketplace จะคิดค่าธรรมเนียมการขายกับผู้ขาย 5 - 10% ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า

ในขณะที่ผู้ขายแบบ Social Commerce อาจต้องชำระค่าโฆษณาออนไลน์ เพื่อให้ร้านค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

Social Media



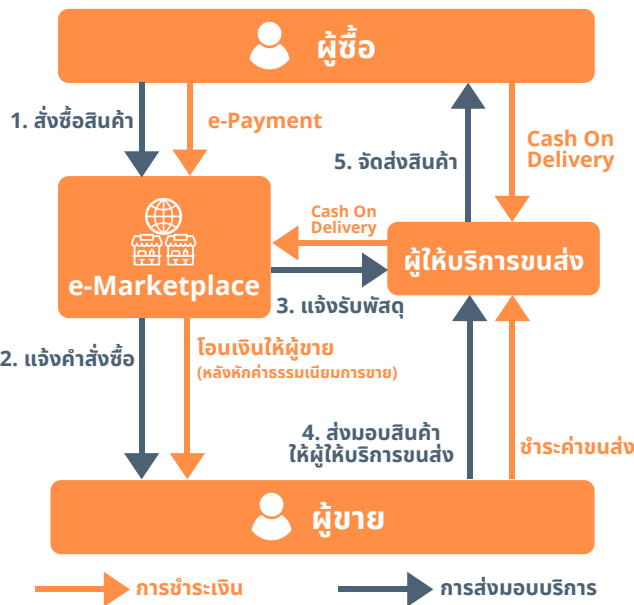
Messaging Application



e-Banking

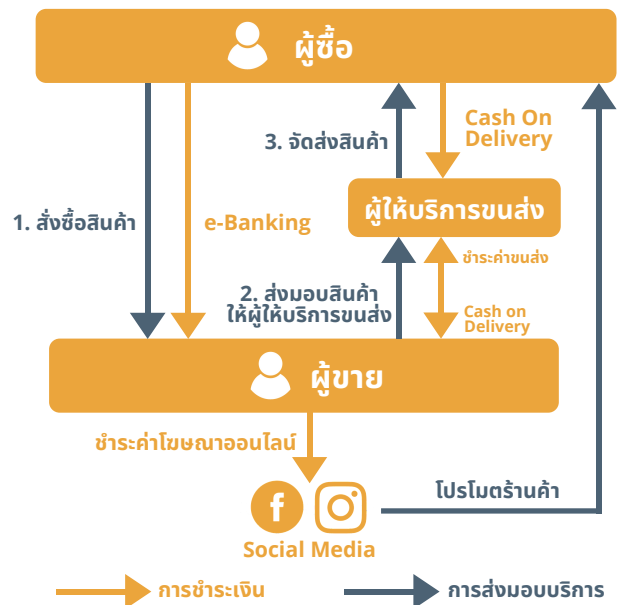


Cash On Delivery



- มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่บนแพลตฟอร์มอยู่แล้ว
- มีช่องทางชำระเงินหลากหลาย
- มีระบบเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการขนส่งโดยตรง
- มีกิจกรรมส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์ม
- มีระบบจัดการออเดอร์สำหรับผู้ขาย

- มีการแข่งขันด้านราคาสูง เนื่องจากมีสินค้าประเภทเดียวกันขายบนแพลตฟอร์มจำนวนมาก
- ผู้ขายต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการขายราว 5 - 10% ของราคาสินค้าที่ขายทุกรายการ



- ร้านค้าไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมการขาย
- ความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ
- มีการแข่งขันด้านราคาต่ำกว่า เนื่องจากไม่ต้องแข่งขันกับร้านค้าจำนวนมากบนแพลตฟอร์ม

- ใช้เวลาและเงินทุนในการสร้างฐานลูกค้า
- ช่องทางรับชำระเงินมีจำกัด
- ผู้ขายต้องวางระบบจัดการออเดอร์ด้วยตนเอง

ข้อดี

ข้อเสีย

ในปัจจุบันร้านค้าออนไลน์ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก นิยมวางขายสินค้าผ่านทั้ง 2 ช่องทาง