



การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค E - COMMERCE เพื่อวางแผนการตลาด
กรณีศึกษา: WHATSALE APPLICATION
E - COMMERCE BEHAVIOR STUDY FOR MARKET PLANNING
A CASE STUDY: WHATSALE APPLICATION

นางสาว จิราพร รัตนวงศ์

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2560

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค E - COMMERCE เพื่อวางแผนการตลาด
กรณีศึกษา: WHATSALE APPLICATION
E - COMMERCE BEHAVIOR STUDY FOR MARKET PLANNING
A CASE STUDY: WHATSALE APPLICATION

นางสาว จิราพร รัตนวงศ์

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ

(อาจารย์ ดร . สรสมัยพร เจริญพิทย์)

..... กรรมการสอบ

(อาจารย์ฐานสิน ญาติสูงเนิน)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ภัทมะ เจริญพงษ์)

..... ประธานสหกิจศึกษาสาขาวิชา

(อาจารย์นุชนารถ พงษ์พานิช)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ชื่อโครงการ	การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค E - COMMERCE เพื่อวางแผนการตลาด กรณีศึกษา: WHATSALE APPLICATION E - COMMERCE BEHAVIOR STUDY FOR MARKET PLANNING A CASE STUDY: WHATSALE APPLICATION
ผู้เขียน	นางสาว จิราพร รัตนวงศ์
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ภัทมะ เจริญพงษ์
พนักงานที่ปรึกษา	คุณพิชิต ลีวิบูลย์ศิลป์
ชื่อบริษัท	บริษัท บัชชีปัส จำกัด
ประเภทธุรกิจ/สินค้า	บริษัทที่ให้บริการทางการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน Buzzbees และยังให้บริการธุรกิจที่ใช้ Privilegr CRM Application

บทสรุป

การทำสหกิจศึกษานี้ ผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานในแผนก Production ซึ่งได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในส่วนของการดูแล Admin Whatsale Application ซึ่งลักษณะงานที่ได้ทำประจำคือ Update content และจัด Schedule content ในระบบ Back office ของ Whatsale Application ซึ่งมีผลต่อยอด Active User ในแต่ละวัน

การได้รับผิดชอบในส่วนนี้ ทำให้เข้าใจการทำงานของระบบ Black office Whalesale Application รวมไปถึงการได้ศึกษาตลาดออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ว่าช่วงเวลานั้นๆมีแนวโน้มของสินค้าและบริการในประเภทใด ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้จาก Active User แต่ปัจจุบันยังไม่มีความพอที่จะวัดผลได้ ซึ่งเป็นปัญหาหลักของ Whatsale Application ผู้จัดทำจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถเพิ่ม Active User จาก Google Analytic และ ไฟล์ Excel Report จาก Black office เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ตลาดออนไลน์สำหรับนำไปปรับใช้ในในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าได้สหกิจศึกษา ณ บริษัท บัชชีบีส์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2560 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2560 ส่งผลให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณค่าอย่างมาก สำหรับ รายงานการ สหกิจฉบับนี้ สามารถสำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลาย ฝ่ายดังนี้

1. คุณณัฐธิดา สวงนสิน (Managing Director)
กรรมการผู้จัดการ บริษัท บัชชีบีส์ จำกัด ที่มอบโอกาสให้ที่มีคุณค่ายิ่งแก่ ข้าพเจ้าในการเข้ามาสหกิจศึกษา
2. คุณพิริวัตร ลีวิบูลย์ศิลป์ (Production Manager)
ที่ให้คำแนะนำ ดูแลและคำปรึกษาระหว่างการทำงาน
3. คุณจันทร์ทิพย์ มาลี (Production)
ที่ช่วยสอนงานระบบ Black office รวมทั้งให้คำปรึกษาและแนะนำในเรื่อง ต่างๆระหว่างการปฏิบัติงานตลอดระยะเวลา 4 เดือน

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือในปฏิบัติงานและการ จัดทำรายงานฉบับนี้ ข้าพเจ้าใคร่ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกท่านของบริษัท บัชชีบีส์ จำกัด และขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา อาจารย์ภัทมะ เจริญพงษ์ ที่มีส่วนร่วมในการให้ ข้อมูล เป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความ เข้าใจเกี่ยวกับชีวิตการทำงานจริง ข้าพเจ้าขอขอบคุณ ไว้ ณ ที่ นี้

TNI

สารบัญ

หน้า

บทสรุป	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพประกอบ	ฉ

บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ	1
1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร	2
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	3
1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	3
1.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน	3
1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	3
1.8 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงานและโครงการที่ได้รับมอบหมาย	4
1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	5
2.1 The Four P's หรือ Marketing Mix	6
2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.3 E – commerce	13
2.4 ทฤษฎี Edward Deming (PDCA)	21
2.5 แผนภาพวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC)	23

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	5
2.6 Google Analytic	28
2.7 Backoffice Whatsale Application.....	30
2.8 Microsoft Excel	31
3. แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน	32
3.1 แผนงานการฝึกงาน.....	32
3.2 รายละเอียดที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน	32
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน	33
4. สรุปผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ	39
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน	39
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ	44
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	45
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	45
5.2 ประโยชน์ที่นักศึกษาได้รับ	45
5.3 ปัญหาและอุปสรรค/แนวทางการแก้ไขปัญหา.....	45
5.4 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน	46
เอกสารอ้างอิง	47
ภาคผนวก	48
ประวัติผู้จัดทำโครงการ	67

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

3.1	ตารางแผนการปฏิบัติงานตลอดระยะเวลา 4 เดือน	32
-----	---	----



สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1	แผนที่บริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด 1
1.2	แผนผังองค์กร..... 2
2.1	กระบวนการ E – commerce 16
2.2	ประโยชน์ของ E – commerce 21
2.3	แผนภาพ ทฤษฎี Edward Deming (PDCA) 23
2.4	แผนภาพวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC)..... 26
2.5	ตัวอย่าง Google Analytics 30
3.1	หน้าหลักของระบบ back office 34
3.2	หน้าค้นหาเนื้อหาในระบบ back office..... 35
3.3	หน้าการเพิ่มเนื้อหาในระบบ back office..... 36
3.4	หน้าการเพิ่ม Scheduleในระบบ back office..... 36
3.5	ผลสถิติจาก Google Analytic..... 37
3.6	ไฟล์ Excel สถิติการกดเข้าดูเนื้อหาใน application..... 38
4.1	กราฟ Active User จาก Google Analytic ของ Whatsale Application..... 40
4.2	สถิติ Active User เดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม 2017..... 40
4.3	สถิติ Active User เดือนสิงหาคม ถึง กันยายน 2017 41
4.4	กราฟแสดงสถิติจำนวนเฉลี่ยคน Click ในแต่ละ Category..... 41
4.5	ตัวอย่าง Contents ที่มีคน Click มากที่สุด 42
4.6	ตัวอย่างการนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ใน www.buzzebees.com 43
4.7	ตัวอย่างสถิติแบรนด์ที่มีคนสนใจและ click มากที่สุด (4 กันยายน 2560)..... 43
4.8	ตัวอย่างการนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้กับบริษัท Outsource 44

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด
 ที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ : อาคารว่องวานิชคอมเพล็กซ์ บี ชั้นที่ 26 100/99
 ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง
 กรุงเทพมหานคร 10310
 โทรศัพท์ : 02 645 0014
 Website : www.buzzebees.com



ภาพที่ 1.1 แผนที่บริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัทที่ให้บริการทางการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน Buzzebees โดยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานกิจกรรมผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อสะสมคะแนนไว้แลกของรางวัลหรือส่วนลดสินค้า นอกจากนี้บริษัทยังให้บริการธุรกิจที่ใช้ Privilegr CRM Application อีกด้วย รวมไปถึงการ

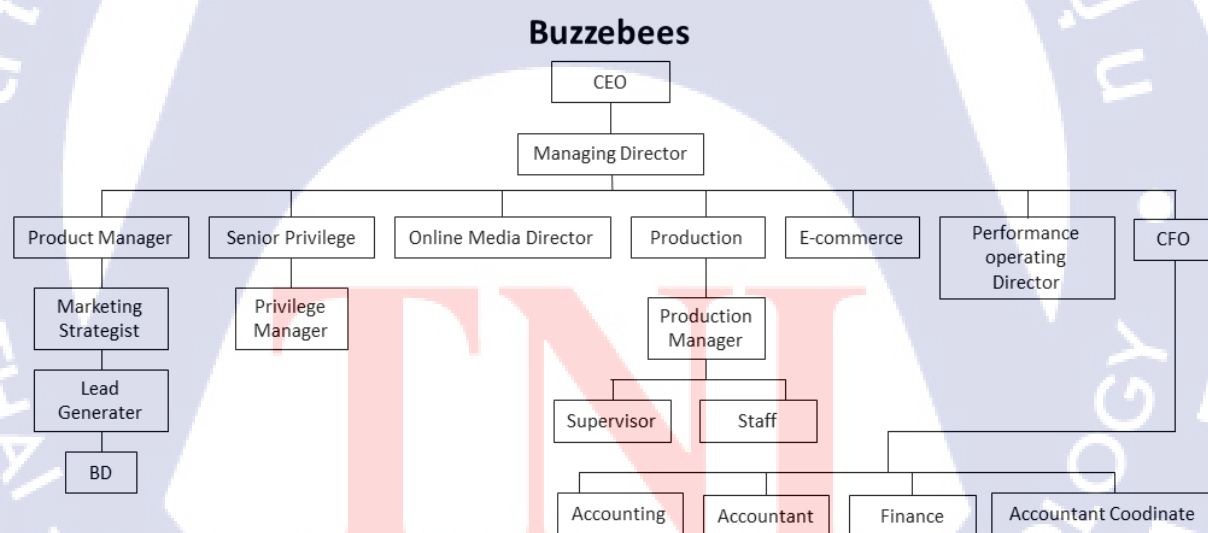
พัฒนาแอปพลิเคชัน Whatsale แหล่งรวบรวมโปรโมชั่นเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคน
ปัจจุบัน

บริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด ประกอบด้วยบริการ 5 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1. M-Commerce platform
2. CRM solution
3. Online Media
4. Online Survey
5. Corporate Fulfillment

เพื่อรองรับกับธุรกิจในระดับต่างๆ ตั้งแต่ร้านค้ารายย่อย ผู้ประกอบการ SME
จนถึงลูกค้าระดับองค์กรรายใหญ่ๆ ได้อย่างครบวงจร

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.2 แผนผังองค์กร

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในตำแหน่ง Production (Admin Whatsale Application) โดยมีหน้าที่ดูแล Content ใน Application อัปเดตและดูแลรายงานในแต่ละวัน

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : คุณพิชิต ลีวิบูลย์ศิลป์

ตำแหน่ง : Production Manager

โทรศัพท์ : 092 467 8174

E-mail : phithiwat@buzzbees.com

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน 2560 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2560

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากบริษัท บัซซี่บีส์ เป็น Start Up จึงต้องการข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ใน Application อื่นๆ จึงจำเป็นต้องใช้ Whatsale Application เข้ามาช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค และนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้กับ Application อื่นๆ เพื่อให้มียอดขายและผู้ใช้อย่างยิ่งขึ้น

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ

1.8.1 เพื่อเพิ่ม Active User

1.8.2 เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

1.8.3 เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้คนและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.8.4 เพื่อเก็บและรวบรวมข้อมูลของสินค้าที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้นๆ

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

ศึกษาและเรียนรู้ Online Marketing อยู่ตลอดเวลาว่ามีแนวโน้มไปทางไหน เพื่อให้ทราบถึงไลฟ์สไตล์ของคนปัจจุบันที่กำลังสนใจสินค้าและบริการประเภทไหนในช่วงเวลาใด เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ใน E – Commerce Application อื่นๆ

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.10.1. Whatsale Application คือ Application ที่รวมโปรโมชัน (Promotion) สินค้า ของลดราคา (Sale) จากแหล่งต่างๆ ที่จะทำให้ผู้ใช้ไม่พลาดทุกข่าวสารของ โปรโมชัน และ Sale ไม่ว่าจะเป็น Event อาหารและเครื่องดื่ม เสื้อผ้า Accessory ท่องเที่ยว เทคโนโลยี เครื่องสำอางค์ เฟอร์นิเจอร์ รถยนต์และอื่นๆ อีกมากมาย โดยคุณสามารถติดตามช่วงโปรโมชันที่จะระบุ วัน เดือน ปี สถานที่ เพื่อความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยอุปกรณ์ สินค้าทั้งหลายในราคาสุดคุ้ม

1.10.2. Active User คือ จำนวนคนที่เข้าใช้ Application โดยสามารถแบ่งออกเป็นแบบ DAU (Daily Active Users) จำนวนคนเข้า Application ต่อวัน และ MAU (Monthly Active Users) จำนวนคนที่เข้าใช้ Application ต่อเดือน

1.10.3. GA (Google Analytic) คือ เทคโนโลยีที่ใช้ในการวิเคราะห์ ช่วยในการเก็บข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้อิงวิเคราะห์ปรับปรุงในส่วนงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำการตลาด การซื้อโฆษณา การปรับเปลี่ยนเว็บไซต์

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้ได้นำความรู้ทางด้านทฤษฎีและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำงานทั้งที่เป็นความรู้ที่เคยเรียนมาก่อนหน้าที่สถาบันและได้รับความรู้ใหม่ๆระหว่างการทำงานมาใช้ร่วมกันเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ผู้จัดทำได้ทำการจัดทำโครงงานเรื่องการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค E - COMMERCE เพื่อวางแผนการตลาด เพื่อเพิ่ม Active User ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้กับ E-commerce Application อื่นๆ ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน มีหัวข้อต่อไปนี้

- **ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง**

- 2.1 The Four P's หรือ Marketing Mix
- 2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 E – commerce
- 2.4 ทฤษฎี Edward Deming (PDCA)
- 2.5 แผนภาพวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC)

- **เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน**

- 2.6 Google Analytic
- 2.7 Backoffice Whatsale Application

- **โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงาน**

- 2.5 Microsoft Excel

● ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 The Four P's หรือ Marketing Mix

ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประกอบทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ถ้าเรารู้เรื่องเหล่านี้แล้วในฐานะนักการตลาดเราควรเสนอทางเลือกที่ง่ายกว่า ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยเพื่อให้ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางในการพิจารณา

2.1.2 การจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อน แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา

การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการ

ขนส่ง Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า สื่อการขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหาร การตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสินค้านั้นไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่าย ตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

2.1.3 การกำหนดราคา (Price)

เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสดส่วนลดการค้า หรือส่วนลดปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1.3.1 คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้น ผลิตภัณฑ์นั้น

2.1.3.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.1.3.3 การแข่งขัน

2.1.3.4 ปัจจัยอื่นๆ

2.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่า มีผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค

การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

2.1.4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุดแต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

2.1.4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

2.1.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แถมเพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่างๆ ฯลฯ

2.1.4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะ

ความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจจะขึ้นอยู่กับ การยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิดว่าองค์กรธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคม หรือผู้บริโภค เช่น การผลิตสินค้า แล้วปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำ หรือทำให้อากาศเป็นพิษ ก่อให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม โดยมีได้หาวิธีแก้ไข จะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์กรธุรกิจ บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นกิจการขายเบียร์ ซึ่งมีส่วนในการเสนอสิ่งที่เป็นพิษภัยต่อประชาชน จึงพยายามทำปายโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ ด้วยการเสนอเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นการชดเชย เบี่ยงเบนความรู้สึกรู้สึกต่อต้านของสังคม หากกลุ่มผู้บริโภคไม่พอใจและไม่ต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิต ย่อมเป็นสาเหตุที่จะจำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้

2.1.4.5 กระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ดีต้องมีประสิทธิภาพและคุณภาพ

2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ Consumer Behavior หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อ และใช้สินค้าบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของตน ดังนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อคุณจะได้นำไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจเช่นกัน เหมือนกับสุภาษิตจีนที่กล่าวไว้ข้างต้น

2.2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนักการตลาด 6Ws ซึ่งประกอบไปด้วย

2.2.1.1 WHO – ใครคือกลุ่มเป้าหมาย

เป็นการศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรม เช่น เพศ อายุ

อาชีพ สถานที่ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยระบุข้อมูลของคุณได้ชัดเจน เพื่อที่คุณจะสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม และสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้นั่นเอง

2.2.1.2 WHAT – ผู้บริโภค ซื้ออะไร

ก่อนอื่นคุณต้องทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น องค์ประกอบผลิตภัณฑ์หีบห่อ คุณสมบัติตัวสินค้า ที่ตรงตามความต้องการ ตราสินค้าต้องตราขึ้นเท่านั้น เป็นต้น เพื่อที่คุณจะนำไปปรับปรุง หรือส่งเสริมสินค้าและบริการของคุณ ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้าและบริการ รูปแบบของสินค้า คุณภาพสินค้า เพื่อสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง รวมถึงสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ

2.2.1.3 WHERE – ช่องทางในการซื้อ

ช่องทางที่ลูกค้าใช้ในการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อผ่านเว็บไซต์ ซื้อที่ตลาดขายสินค้าเฉพาะ หรือห้างสรรพสินค้า หรือพูดง่ายๆ ก็คือการสถานที่ ที่กลุ่มเป้าหมายมักชอบไปซื้อสินค้า

2.2.1.4 WHY – ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อ

เราควรศึกษาถึงผู้บริโภค หาเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อเพื่อตอบสนองตามความต้องการ ซื้อเพื่อตอบสนองตามปัจจัยพื้นฐานหรือการซื้อกระเป๋าสตางค์แบรนด์เนมเพื่อเข้าสังคม และการซื้อถุงมือเพราะอยู่ในช่วงหน้าหนาว คุณต้องตอบคำถามกับตัวเองให้ได้ว่าเขาจะซื้อของเราเพื่ออะไร

2.2.1.5 WHEN – โอกาสในการซื้อหรือจะซื้อเมื่อไหร่

เราต้องคำนึงถึงสินค้าของคุณว่า สินค้าคุณเป็นสินค้าที่อยู่ในช่วงเวลาหรือไม่ หรือเป็นสินค้าที่ขายได้ตลอดทั่วปี เพราะคุณต้องแยกแยะสินค้าเหล่านี้ออกจากกันก่อน บางครั้งสินค้าคุณอาจเป็นช่วงเทศกาล อาทิ คุณเปิดธุรกิจโรงแรมคุณก็ต้องดูเหมือนกันว่าช่วงไหนคนไม่ค่อยไปโรงแรม คุณก็ต้องจัดการลดโปรโมชันราคาห้องพักให้ต่ำลงเพื่อการอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งสิ่งนี้สามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจยังคงดำรงอยู่ในโลกของการตลาดออนไลน์

2.2.1.6 WHOM - ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของลูกค้าต่อการซื้อสินค้า

บางครั้งลูกค้าก็ไม่ได้ซื้อเพราะความต้องการของตนเองเพียงอย่างเดียว อาจมีบุคคลอื่นที่มีผลครอบคลุมในการซื้อดังนี้

- ผู้ริเริ่ม คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้ออะไรสักอย่าง
- ผู้ที่แนะนำ คือ ผู้ที่มีส่วนในการเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
- ผู้ตัดสินใจ คือ ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ บางครั้งอาจจะเป็นญาติ พ่อและแม่
- ผู้ซื้อ คือ ใครก็ได้ที่มีเงินเพียงพอต่อการซื้อ

ดังนั้นการทำธุรกิจ อันดับแรกคุณต้องทำความเข้าใจลูกค้า ด้วยการวิเคราะห์พฤติกรรมใน 6Ws ข้างต้นนี้เสียก่อน เพราะเป็นส่วนสำคัญมากในการตัดสินใจ ไม่ว่าคุณจะทำธุรกิจอะไร ลองนำหลักทฤษฎีนี้ไปใช้ดูนะครับ เพื่อสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ

การตลาดออนไลน์ ไม่ใช่เรื่องยากอย่างที่คิด หากมีความรู้ ความเข้าใจและถ้าได้ผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำ ก็จะช่วยเสริมให้การทำการตลาดออนไลน์ ของคุณมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.2 การศึกษาแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

หรือเรียกอีกหนึ่งว่า SR Theory เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้าโดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้าไปในความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buying's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ จนทำให้เกิดความต้องการก่อนแล้วจึงทำให้เกิดการปฏิบัติตอบสนอง (R-Response)

2.2.2.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.2.2.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)

เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ รายได้ของ
ผู้บริโภคเป็นต้น มีอิทธิพลต่อความต้องการของ
บุคคล

2. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology)

เช่น เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

3. สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง (Law and Political)

เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้า
หนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการ
ของผู้ซื้อ

4. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยใน เทศกาล
ต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ
ซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออันเป็นผลจาก
ปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยา ปัจจัย
เหล่านี้มีอิทธิพลต่อนักการตลาด เนื่องจากมีประโยชน์ต่อการพิจารณาความ
สนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ตัดสินใจด้านราคา
จัดช่องทางการจำหน่ายและส่งเสริมการจำหน่ายต่อไป

2.2.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer Decision Process)

ผู้บริโภคจะมีรูปแบบหรือขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่ต่างกัน
แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าและสถานการณ์ในขณะ
ตัดสินใจซื้อ วิธีการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละครั้งเป็นกระบวนการซึ่ง
ประกอบด้วยกิจกรรมหลายๆอย่าง แต่เมื่อพูดถึงการซื้อคนมักนึกถึงการ
ตัดสินใจซื้อซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการซื้อเท่านั้น กระบวนการ ตัดสินใจ
ของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอน คือ

1. ความรู้สึกต้องการ
2. พฤติกรรมก่อนซื้อ

3. การตัดสินใจซื้อ
4. พฤติกรรมการใช้
5. ความรู้สึกหลังการซื้อ

2.2.4 การตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response)

ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
2. การเลือกด้านระดับราคา (Price Choice)
3. การเลือกด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place Choice)
4. การเลือกด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion Choice)
5. การเลือกที่มีรายได้เป็นตัวกำหนด (Income Choice)

2.3 E – Commerce

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมทุกรูปแบบโดยครอบคลุมถึงการซื้อขายสินค้า/บริการ การชำระเงิน การโฆษณาโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ระบุว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านและระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ องค์การการค้าโลก ให้คำจำกัดความไว้ว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์

2.3.1 E –Commerce คืออะไร

Electronic Commerce หรือ E-Commerce คือ การซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยส่งข้อมูลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครือข่าย เช่น Internet ถ้าผู้ใช้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ คู่สายโทรศัพท์ โมเด็ม และเป็นสมาชิกของบริการ Internet ก็สามารถทำการค้าผ่านระบบเครือข่ายได้

E-Commerce เป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี Internet กับการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือบริการผ่านทาง Internet ผู้คนทั่วโลกภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ทำให้การดำเนินการซื้อขายอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดรายได้ในระยะเวลาอันสั้น

2.3.2 ความสำคัญของ E - Commerce

เนื่องมาจากอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ การแข่งขันทางการค้าเสรีและระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันและชิงความได้เปรียบกันที่ “ความเร็ว” ทั้งการนำเสนอสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

กรอบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

- แอปพลิเคชันของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ปัจจัยทางการบริหาร
- โครงสร้างพื้นฐาน
- ประเภทสินค้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สำหรับสินค้าที่ซื้อขายในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกได้ดังนี้

- สินค้าที่มีลักษณะเป็นข้อมูลดิจิทัล (Digital Products)
- สินค้าที่ไม่ใช่ข้อมูลดิจิทัล (Non-Digital Products)

2.3.3 กระบวนการ E – commerce

มีขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาข้อมูล

ขั้นตอนแรกของการซื้อสินค้าเป็นการค้นหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการ แล้วนำข้อมูลแต่ละร้านมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน โดยใช้

เว็บไซต์ที่นิยม หรือ Search Engines เช่น <http://www.google.com> เป็นต้น

2. การสั่งซื้อสินค้า

เมื่อลูกค้าเลือกสินค้าที่ต้องการแล้ว จะนำรายการที่ต้องการเข้าสู่ระบบตะกร้า และจะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนรายการและปริมาณที่สั่งได้

3. การชำระเงิน

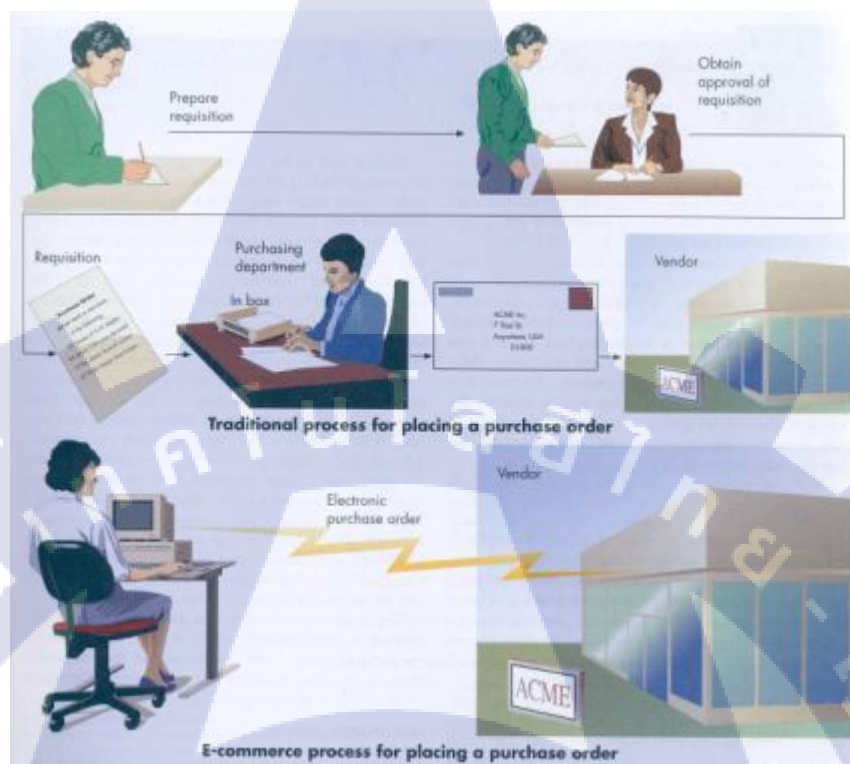
เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าที่ต้องการ ในขั้นถัดมาจะเป็นการกำหนดวิธีการชำระเงิน ขึ้นอยู่กับความสะดวกของลูกค้าว่าจะเลือกวิธีไหน

4. การส่งมอบสินค้า

เมื่อลูกค้ากำหนดวิธีการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว จะเข้าสู่วิธีเลือกส่งสินค้า ซึ่งการส่งมอบสินค้าอาจจัดส่งให้ลูกค้าโดยตรง การใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้า หรือส่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การดาวน์โหลดเพลง เป็นต้น

5. การให้บริการหลังการขาย

หลังจากเสร็จสิ้นการสั่งซื้อแต่ละครั้ง ร้านค้าต้องมีบริการหลังการขายให้กับลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็นติดต่อกับลูกค้าผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น อีเมลล์ และเว็บบอร์ด



ภาพที่ 2.1 กระบวนการ E – commerce

ที่มา: <https://nokhookstudio.com>

2.3.4 ข้อดีของการใช้ E – Commerce

2.3.4.1 การซื้อขายสินค้าแบบ Online สามารถตัดปัญหายุ่งยากในเรื่องของการต่อรองราคาและตัดปัญหาเกี่ยวกับนายหน้า เพราะมีเพียงแค่รหัสบัตรเครดิตที่เปิดบัญชีกับธนาคาร ท่านก็สามารถซื้อสินค้าผ่าน Internet ได้

2.3.4.2 ข้อมูลของลูกค้าจะถูกเก็บไว้ใน E-Mail บุคคลอื่นไม่สามารถเปิดอ่านได้นอกจากผู้จัดจำหน่ายเท่านั้น เพิ่มมูลค่าและปริมาณทางการค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ ลดต้นทุน และเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลางและขนาดเล็ก มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้นด้วย

- 2.3.4.3 ผู้ซื้อสามารถค้นหาข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปถึงร้านค้า หรือผ่านพ่อค้าคนกลาง
- 2.3.4.4 ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกับผู้ซื้อรายอื่น หรือมีโอกาสสัมผัสกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ฟังตัวอย่างเพลง อ่านเรื่องย่อของหนังสือ หรือชมบางส่วนของ VDO ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้ซื้อที่มีข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น ในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อแบบ Digital Form จะสามารถส่งข้อมูลผ่าน Internet ได้ทันที
- 2.3.4.5 ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าทั่วโลกได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การจัดตั้งร้านค้า การจัดตกแต่งสถานที่ ค่าใช้จ่ายการจัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้า และยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นๆได้อีกด้วย

2.3.5 ข้อจำกัดในการใช้ E-Commerce

- 2.3.5.1 ความไม่ปลอดภัยของข้อมูล ขาดการตรวจสอบการใช้บัตรเครดิตบน Internet ข้อมูลบนบัตรเครดิตอาจถูกดักฟังหรืออ่านเพื่อเอาชื่อและหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้โดยที่เจ้าของบัตรเครดิตไม่รู้ได้ การส่งข้อมูลจึงต้องมีการพัฒนาวิธีการเข้ารหัสที่ซับซ้อนหลายขั้นตอน เพื่อให้ข้อมูลของลูกค้าได้รับความปลอดภัยสูงสุด
- 2.3.5.2 ประเทศไทยยังไม่มีธนาคารพาณิชย์ที่จะทำหน้าที่รับประกันความเสี่ยง สำหรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปัจจุบันการชำระเงินยังต้องผ่านธนาคารที่เป็นของต่างประเทศ
- 2.3.5.3 ปัญหาความยากจน ความด้อยโอกาสและขาดความรู้ทางเทคโนโลยี รวมทั้งขาดเครือข่ายการสื่อสาร เช่น ระบบเคเบิลระบบโทรศัพท์ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง จึงทำให้ชนบทที่ห่างไกลไม่สามารถเข้าถึงและใช้บริการ Internet ได้

- 2.3.5.4 E-Commerce ยังมีประเด็นเชิงนโยบายที่ทำให้รัฐบาลต้องเข้ามา กำหนดมาตรการ เพื่อให้ความคุ้มครองกับผู้ซื้อและผู้ขาย ขณะเดียวกันมาตรการในเรื่องระเบียบที่จะกำหนดขึ้นต้องไม่ ขัดขวางการพัฒนาเทคโนโลยี
- 2.3.5.5 ผู้ซื้อไม่มั่นใจเรื่องการเก็บรักษาความลับทางธุรกิจ ข้อมูลส่วนบุคคลเช่น ไม่มั่นใจว่าจะมีผู้นำหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้ ประโยชน์ในทางที่มีขอบหรือไม่
- 2.3.5.6 ผู้ขายไม่มั่นใจว่าลูกค้ามีตัวตนอยู่จริง จะเป็นบุคคลเดียวกับที่แจ้ง สั่งซื้อสินค้าหรือไม่ มีความสามารถในการที่จะจ่ายสินค้าและ บริการหรือไม่ และไม่มั่นใจว่าการทำสัญญาซื้อขายผ่านระบบ Internet จะมีผลถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่
- 2.3.5.7 ด้านรัฐบาล ในกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละประเทศกันจะใช้ กฎหมายของประเทศใดเป็นหลัก หากมีการกระทำผิดกฎหมาย ในการการกระทำการซื้อขายลักษณะนี้ ความยากลำบากในการ ติดตามการซื้อขายทาง Internet อาจทำให้รัฐบาลประสบปัญหา ในการเรียกเก็บภาษีเงินได้และภาษีศุลกากร การที่ E-Commerce ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค และการปฏิบัติงานของภาครัฐบาล ทำให้รัฐบาลอาจเข้ามากำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและผู้ขายที่ใช้บริการ E-Commerce รวมทั้งให้ความสนใจในการ พัฒนาบุคลากร การพัฒนาปัจจัยที่จะเพิ่มความสะดวกทางด้าน โทรคมนาคมสื่อสาร
- 2.3.5.8 ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำสำเนาหรือดัดแปลงหรือ สร้างขึ้นใหม่ได้ง่ายกว่าเอกสารที่เป็นกระดาษ จึงต้องจัดการ ระบบการรักษาความปลอดภัยในการอ้างสิทธิให้พอ
- 2.3.5.9 E-Commerce ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ ขึ้นอยู่กับการจัดการทางธุรกิจที่ดีด้วย การนำระบบนี้มาใช้จึงไม่ สมควรทำตามกระแสนิยม เพราะถ้าลงทุนไปแล้วไม่สามารถ ให้บริการที่ดีกับลูกค้าได้ ย่อมเกิดผลเสียต่อบริษัท

2.3.5.10 ปัญหาที่เกิดขึ้นกับงานด้านกฎหมายและลายเซ็น ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่จะกำกับดูแลการทำนิติกรรม การทำการซื้อขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.3.6 ประโยชน์ของ E –Commerce

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจมาก เพราะนับวันก็ยังมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆซึ่งส่งผลให้การค้าทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวได้อย่าง รวดเร็วและการทำธุรกิจบนเว็บไซต์นั้นสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้มากมายหลายประการ ได้แก่

1. ทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และขายสินค้าได้ทั่วโลก นักท่องอินเทอร์เน็ตจากทั่วทุกมุมโลกสามารถเข้ามาในเว็บไซต์ของบริษัทได้ตลอดเวลาผู้ขายสามารถนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยคำสั่งซื้ออาจเกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมง และมาจากที่ต่างๆกัน
2. ข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอ และประหยัดค่าใช้จ่าย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีประโยชน์ที่สำคัญมากอีกประการหนึ่ง คือสามารถ เสนอข้อมูลที่ใหม่ล่าสุดให้กับลูกค้าได้ทันทีซึ่งช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์เอกสาร และประหยัดเวลาในการประชาสัมพันธ์
3. ทำงานแทนพนักงานขาย และเพิ่มประสิทธิภาพการขาย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถทำงานแทนพนักงานขายของคุณได้ โดยสามารถทำการค้าในรูปแบบอัตโนมัติ และดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการทางธุรกิจภายในองค์กรนั้นๆ
4. แทนหน้าร้าน หรือบูทแสดงสินค้า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแสดงสินค้าที่มีอยู่ให้กับลูกค้าทั่วโลกได้มองเห็นสินค้าของคุณ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายตกแต่งหน้าร้าน หรือในการเดินทางออกไปในบูทแสดงสินค้าในที่ต่างๆ
5. เทคโนโลยีช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น ปัจจุบันมีเทคโนโลยีใหม่ๆมาช่วยในการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

เช่น การแสดงสินค้าโดยผู้ชมสามารถดูสินค้าได้ 180 องศา หรือลูกค้าสามารถอ่านหัวข้อของหนังสือที่ต้องการซื้อก่อนได้

6. ง่ายต่อการชำระเงิน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถชำระเงินได้อย่างสะดวกสบายโดยวิธีการตัดผ่านบัตรเครดิตหรือการโอนเงินเข้าบัญชีซึ่งจะเป็นระบบอัตโนมัติ
7. เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ในโลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บริษัทขนาดเล็กสามารถมีโอกาสด้านธุรกิจเทียบได้กับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายๆอย่าง เป็นต้นว่า ชื่อ URL ของบริษัทควรจะจำง่าย การออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ การสั่งซื้อและการชำระเงินมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี เป็นต้น
8. สร้างความประทับใจและพึงพอใจได้มากกว่า ปัจจุบันการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายดาย สินค้าและบริการมีให้เลือกมากมายทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง และเสียเวลาไปกับการค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วที่สุด เช่น ถ้าลูกค้าต้องการซื้อของตกแต่งบ้านจากเว็บไซต์ Bangpa-in.com ลูกค้าสามารถจะค้นหาสินค้าจากประเภทของสินค้า หรือค้นหาตามรูปแบบที่ต้องการได้ ในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าและได้ให้รายละเอียดส่วนตัวไว้ ร้านค้าสามารถบันทึก รายละเอียดของลูกค้าไว้ในฐานข้อมูลของเราเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าครั้งต่อไป (Member System)
9. รู้และแก้ปัญหาต่างๆได้ทันทั่วทั้งที่ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถให้บริการหลังการขายได้เช่นกัน โดยใช้ประโยชน์จากอีเมลในการติดต่อลูกค้า การสร้างแบบสอบถามลูกค้าเพื่อสอบถามความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการทำให้ร้านค้าสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นและทันทั่วทั้งที่



ภาพที่ 2.2 ประโยชน์ของ E-Commerce

ที่มา : <http://jangaor.blogspot.com>

2.4 ทฤษฎี Edward Deming (PDCA)

Dr. William Edwards Deming ได้พัฒนางจร PDCA ขึ้นมาจากแนวคิดของ Dr. W.A. Shewhart ในระยะแรกรู้จัก วงจร PDCA ในนาม Shewhart Cycle จากนั้น Dr. William Edwards Deming ได้นำพัฒนาปรับใช้ในการควบคุมคุณภาพในวงการอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น จึงมีชื่อเรียกว่า Deming Cycle โดย มีความเชื่อว่า คุณภาพสามารถปรับปรุงได้ จึงเป็นแนวคิด ของการพัฒนาคุณภาพงานขึ้นพื้นฐาน เป็นการกำหนดขั้นตอนการทำงานเพื่อสร้างระบบการผลิตให้สินค้ามีคุณภาพดี การให้บริการดี หรือทำให้กระบวนการทำงานเป็นไปอย่างมีระบบโดยใช้ได้กับทุกๆสาขา วิชาชีพแม้กระทั่งการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์

กระบวนการแก้ไขปัญหาประกอบด้วย

2.4.1 Plan (วางแผน)

การวางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบ ครอบคลุมถึงการกำหนดหัวข้อที่ต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ซึ่งรวมถึงการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน อาจประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน Plan การจัดอันดับความสำคัญของ เป้าหมาย กำหนดการดำเนินงาน กำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน กำหนดผู้รับผิดชอบหรือผู้ดำเนินการและกำหนดงบประมาณที่จะใช้ การเขียนแผนดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของลักษณะ การดำเนินงาน การวางแผนยังช่วยให้เราสามารถคาดการณ์สิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต และช่วยลดความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

2.4.2 Do (ปฏิบัติตามแผน)

การดำเนินการตามแผน อาจประกอบด้วย การมีโครงสร้างรองรับ การดำเนินการ (เช่น คณะกรรมการหรือหน่วยงานของคณะ) มีวิธีการ ดำเนินการ (เช่น มีการประชุมของคณะกรรมการมีการจัดการเรียน การสอน มีการแสดงความจำนงขอรับนักศึกษาไปยังทบวงมหาวิทยาลัย) และมีผลของการดำเนินการ (เช่น รายชื่อนักศึกษาที่รับในแต่ละปี)

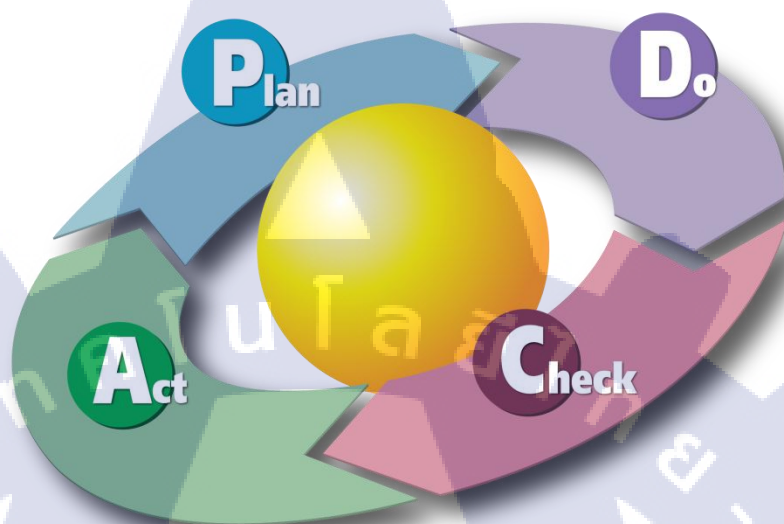
2.4.3 Check (ตรวจสอบการปฏิบัติตามแผน)

การประเมินแผน อาจประกอบด้วย การประเมินโครงสร้างที่รองรับ การดำเนินการ การประเมินขั้นตอนการดำเนินงาน และการประเมินผลของ การดำเนินงานตามแผนที่ได้ตั้งไว้ โดยในการประเมินดังกล่าวสามารถ ทำได้เอง โดยคณะกรรมการที่รับผิดชอบแผนการดำเนินงานนั้น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการประเมินตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องตั้งคณะกรรมการ อีกชุดมาประเมินแผน หรือไม่ จำเป็นต้องคิดเครื่องมือหรือแบบประเมิน ที่ยุ่งยากซับซ้อน

2.4.4 Act. (ปรับปรุงแก้ไข)

การนำผลการประเมินมาพัฒนาแผน อาจประกอบด้วย การนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ว่ามีโครงสร้าง หรือขั้นตอนการปฏิบัติงานใดที่ควร ปรับปรุง

หรือพัฒนาสิ่งที่คืออยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และสังเคราะห์รูปแบบ การดำเนินการ
ใหม่ที่เหมาะสม สำหรับการดำเนินการ ในปีต่อไป



ภาพที่ 2.3 แผนภาพ ทฤษฎี Edward Deming (PDCA)

ที่มา : <http://www.swpark.or.th>

2.5 แผนภาพวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC)

การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) เป็น การศึกษา วิเคราะห์และแยกแยะถึง ปัญหาที่เกิดขึ้นในระบบ พร้อมทั้งเสนอแนะทางแก้ไขตามความต้องการของ ผู้ใช้งานและความเหมาะสมต่อสถานะทางการเงินขององค์กร การออกแบบระบบ (System Design) คือ การสร้างแบบพิมพ์เขียวของระบบใหม่ตามความต้องการในเอกสารความ ต้องการระบบ กำหนดสิ่งที่จำเป็น เช่น อินพุต เอาท์พุต ส่วนต่อประสานผู้ใช้ และการ ประมวลผล เพื่อประกันความน่าเชื่อถือ ความถูกต้องแม่นยำ การบำรุงรักษาได้ และความ ปลอดภัยของระบบ นอกจากนั้นการออกแบบระบบเป็นวิธีการออกแบบ และกำหนด คุณสมบัติทางเทคนิคโดยนำระบบคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ เพื่อแก้ปัญหาที่ทำการ วิเคราะห์มาแล้วขั้นตอนการวิเคราะห์และออกแบบระบบออกเป็น 2 ระดับคือ ขั้นต้น และ ขั้นสูง

1. ขั้นต้น (Basic System Analysis) ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนคือ

1.1 System Requirement

เป็นการรับทราบปัญหา หรือความต้องการของผู้ใช้หรือเจ้าของงานอาจเรียกรวมได้ว่า เป็นขั้นตอนของการเก็บรายละเอียด

1.2 Context Description

เป็นการกำหนดบริบท ประกอบด้วย List of Entities, List of Data และ List of Process

1.3 Context Diagram

เป็นการออกแบบโครงสร้างบริบท โดยอาศัยข้อมูลในขั้นตอนที่ 1.2 นักวิเคราะห์ระบบบางราย

1.4 Process Hierarchy Chart

เป็นการเขียนผังการไหลของข้อมูล ที่ปรากฏตามขั้นตอนที่ 1.3

1.5 Data Flow Diagram : DFD

เป็นการเขียนผังการไหลของข้อมูลใน ที่ปรากฏตามขั้นตอน 1.4

1.6 Process Description

เป็นการอธิบายรายละเอียด Process ให้ชัดเจนขึ้น

1.7 Data Modeling

เป็นขั้นตอนการกำหนด Cardinality เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของ Entities ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในระบบ ซึ่งใช้ Data Storage ที่ได้ในขั้นตอน DFD

1.8 Data Dictionary

เป็นขั้นตอนกำหนด Attribute ที่อ้างอิงใน Data Modeling เพื่อกำหนดรายละเอียดที่จะเป็นเบื้องต้นสำหรับใช้ในระบบ

2. ขั้นสูง (Advance System Analysis) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

2.1 Database Design

เป็นขั้นตอนการออกแบบฐานข้อมูล โดยอาศัยข้อมูลนำเข้าในขั้นตอนที่ 1.7 และ 1.8 ซึ่งอาจใช้วิธีการ Normalization หรือ Entity Relationship Model แล้วแต่กรณี ซึ่งไม่จำเป็นว่าจะต้องได้ Normal Form

(5NF) ขึ้นอยู่กับ นักวิเคราะห์ระบบจะเห็นว่า มีความจำเป็นและเหมาะสมในระดับใด

2.2 Data Table Description

เป็นขั้นตอนกำหนดรายละเอียด Attribute ที่มีในแต่ละ Table

2.3 Output Design

การออกแบบส่วนแสดงผล แยกออกเป็น รายงาน เอกสาร และ ข้อความ มีพฤติกรรม 3 ชนิด

2.3.1 แสดงผลจากฐานข้อมูลโดยตรง (Data to Output : D2O)

2.3.2 แสดงผลจากการประมวลผลที่ได้รับจากการข้อมูลนำเข้า

2.3.3 แสดงผลโดยตรงจากข้อมูลนำเข้า (Input to Output : I2O)

โดยสามารถแสดงผลได้ทั้งกระดาษ และจอภาพ การออกแบบ Output Design ควรกระทำก่อนการออกแบบอื่นๆ ทั้งหมด เพราะจะช่วยตรวจสอบว่า มี Attribute ที่ออกแบบไว้ในขั้น 2.2 ครบถ้วนหรือไม่

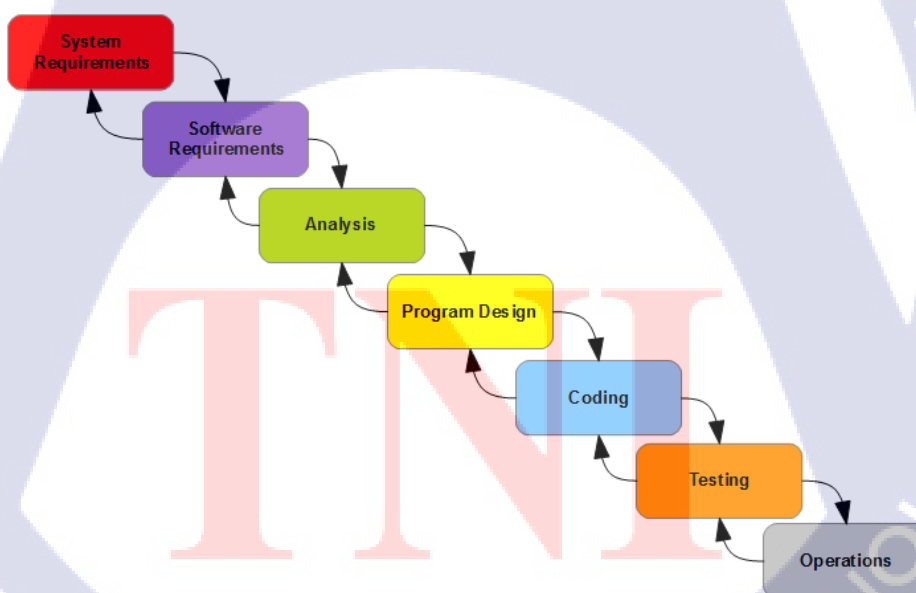
2.4 Input Design

การออกแบบส่วนนำข้อมูลเข้า วัตถุประสงค์เป็นการออกแบบเพื่อนำข้อมูลเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์ จึงถูกออกแบบให้มีรูปแบบสอดคล้องกับการแสดงผลทางจอภาพ คือ 25 บรรทัด 80 คอลัมน์ แม้ว่าบางครั้งจะถูกออกแบบเป็นแบบบันทึกข้อมูลล่วงหน้า ก่อนนำมาบันทึกผ่านจอภาพ ก็ยังอ้างอิงกับตำแหน่งทางจอภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงความสับสนของผู้ใช้

วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) คือ กระบวนการทางความคิด (Logical Process) ในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาทางธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ โดยระบบที่จะพัฒนานั้น อาจเริ่มด้วยการพัฒนาระบบใหม่เลยหรือนำระบบเดิมที่มีอยู่แล้วมาปรับเปลี่ยน ให้ดียิ่งขึ้น ภายในวงจรนี้จะแบ่งกระบวนการพัฒนาออกเป็นระยะ (Phases) ได้แก่ ระยะการวางแผน (Planning Phase) ระยะการวิเคราะห์ (Analysis Phase) ระยะการออกแบบ (Design Phase) และระยะการสร้างและพัฒนา (Implementation Phase) โดยแต่ละระยะจะประกอบไปด้วยขั้นตอน (Steps) ต่างๆ แตกต่างกันไปตาม Methodology ที่นักวิเคราะห์นำมาใช้ เพื่อให้เหมาะสมกับ

สถานะทางการเงินและความพร้อมขององค์กรในขณะนั้นขั้นตอนในวงจรพัฒนาระบบช่วยให้นักวิเคราะห์ระบบสามารถดำเนินการได้อย่างมีแนวทางและเป็นขั้นตอน ทำให้สามารถควบคุมระยะเวลาและงบประมาณในการปฏิบัติงานของโครงการพัฒนาระบบได้ ขั้นตอนต่างๆ นั้นมีลักษณะคล้ายกับการตัดสินใจแก้ปัญหาตามแนวทางวิทยาศาสตร์อันได้แก่ การค้นหาปัญหา การค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหา การประเมินผลแนวทางแก้ไข ปัญหาที่ค้นพบเลือกแนวทางที่ดีที่สุดและพัฒนาทางเลือกนั้นให้ใช้งานได้ แบ่งเป็น 7 ขั้นตอน ได้แก่

1. ค้นหาและเลือกสรร โครงการ (Project Identification and Selection)
2. จัดตั้งและวางแผน โครงการ (Project Initiating and Planning)
3. วิเคราะห์ระบบ (Analysis)
4. ออกแบบเชิงตรรกะ (Logical Design)
5. ออกแบบเชิงกายภาพ (Physical Design)
6. พัฒนาและติดตั้งระบบ (System Implement)
7. ซ่อมบำรุงระบบ (System Maintenance)



ภาพที่ 2.4 แผนภาพวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC)

ที่มา : <http://www.swpark.or.th>

1. การค้นหาและเลือกสรรโครงการ (Project Identification and Selection) เป็นขั้น ตอน ในการค้นหาโครงการพัฒนาระบบ ที่เหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบันของบริษัท สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และให้ผลประโยชน์กับ บริษัทมากที่สุด โดยใช้ตารางเมตริกซ์ (Matrix Table) เป็นเครื่องมือประกอบการ พิจารณา ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ดำเนินการผ่านไปแล้วในเบื้องต้น สามารถสรุปกิจกรรม ได้ดังนี้ ค้นหาโครงการพัฒนาระบบที่เห็นสมควรต่อการได้รับการพัฒนาจำแนกและ จัดกลุ่มโครงการ เลือกโครงการที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนา

2. การเริ่มต้นและวางแผนโครงการ (Project Initiating and Planning System Development) เป็น ขั้นตอนในการเริ่มต้นจัดทำโครงการด้วยการจัดตั้งทีมงาน กำหนด ตำแหน่งหน้าที่ให้กับทีมงานแต่ละคนอย่างชัดเจน เพื่อร่วมกันสร้างแนวทางเลือกใน การนำระบบใหม่มาใช้งาน และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด จากนั้นจะร่วมกันวางแผน จัดทำโครงการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ ศึกษาความเป็นไปได้ของ โครงการ และประมาณการต้นทุน และกำไรที่จะได้รับจากการลงทุนในโครงการ พัฒนาระบบ เพื่อนำเสนอต่อผู้จัดการ เพื่อพิจารณาอนุมัติดำเนินการในขั้นตอนต่อไป โดยในขณะที่น่าเสนอ โครงการอยู่นี้ถือเป็นการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 2 ซึ่งใช้ เทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อเท็จจริงด้วยการสัมภาษณ์ (Interviewing) การออกแบบ สอบถาม (Questionnaires)

3. การวิเคราะห์ (System Analysis)เป็นขั้นตอนในการศึกษาและวิเคราะห์ถึง ขั้นตอนการดำเนินงานของระบบเดิม ซึ่งการที่จะสามารถดำเนินการในขั้นตอนนี้ ได้ จะต้องผ่านการอนุมัติในขั้นตอนที่ 2 ใน การนำเสนอโครงการหลังจากนั้นจะรวบรวม ความต้องการในระบบใหม่ จากผู้ใช้งานแล้วนำมาศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการ เหล่านั้นด้วย การใช้เครื่องมือชนิดต่าง ๆ ได้แก่ แบบจำลองขั้นตอนการทำงานของ ระบบ (Process Modeling) โดยใช้แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram: DFD) และแบบจำลองข้อมูล (Data Modeling) โดยใช้แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ ระหว่าง ข้อมูล (Entity Relationship Diagram: E-R Diagram) สรุปกิจกรรมในขั้นตอน ที่ 3 ได้ดังนี้

4. การออกแบบเชิงตรรกะ (Logical Design) เป็นขั้นตอนในการออกแบบ ลักษณะการทำงานของระบบตามทางเลือกที่ได้จากเลือกไว้จากขั้นตอนการวิเคราะห์ ระบบโดยการออกแบบในเชิงตรรกะนี้ยังไม่ได้มีการระบุถึงคุณลักษณะของอุปกรณ์ที่ จะนำมาใช้เพียงแต่กำหนดถึงลักษณะของรูปแบบรายงานที่เกิดจากการทำงานของ

ระบบ ลักษณะของการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ และผลลัพธ์ที่ได้จากระบบ ซึ่งจะเลือกใช้การนำเสนอรูปแบบของรายงานและลักษณะของจอภาพของระบบจะทำให้สามารถเข้าใจขั้นตอนการทำงานของระบบได้ชัดเจนขึ้น

5. การออกแบบเชิงกายภาพ (Physical Design) เป็นขั้นตอนที่ระบุถึงลักษณะการทำงานของ ระบบทางกายภาพหรือทางเทคนิค โดยระบุถึงคุณลักษณะของอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้ เทคโนโลยีโปรแกรมภาษาที่จะนำมาทำการเขียนโปรแกรมฐานข้อมูลของการออกแบบเครือข่ายที่เหมาะสมกับระบบ สิ่งที่ได้จากขั้นตอนการออกแบบทางกายภาพนี้จะเป็นข้อมูลของการออกแบบ เพื่อส่งมอบให้กับโปรแกรมเมอร์เพื่อ ใช้เขียนโปรแกรมตามลักษณะการทำงานของระบบที่ได้ออกแบบและกำหนดไว้

6. การพัฒนาและติดตั้งระบบ (System Implementation) เป็นขั้นตอนในการนำข้อมูลเฉพาะ ของการออกแบบมาทำการเขียน โปรแกรมเพื่อให้เป็นไปตามคุณลักษณะและรูปแบบ ต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ หลังจากเขียนโปรแกรมเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการทดสอบโปรแกรม ตรวจสอบหาข้อผิดพลาดของโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมา และสุดท้ายคือการติดตั้งระบบ โดยทำการติดตั้งตัวโปรแกรม ติดตั้งอุปกรณ์ พร้อมทั้งจัดทำคู่มือและจัดเตรียมหลักสูตรฝึกอบรมผู้ใช้งานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ระบบใหม่สามารถใช้งานได้

7. การซ่อมบำรุงระบบ (System Maintenance) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของวงจรพัฒนาระบบ (SDLC) หลัง จากระบบใหม่ได้เริ่มดำเนินการ ผู้ใช้ระบบจะพบกับปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากความไม่คุ้นเคยกับระบบใหม่ และค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหานั้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้เองได้ สรุปกิจกรรมในขั้นตอนที่ 7 ได้ดังนี้

● เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.6 Google Analytic

ใช้ในการเก็บข้อมูลผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ปรับปรุงในส่วนงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำการตลาด การซื้อโฆษณา การปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ และการหาสิ่งที่ผู้เข้าชมเว็บไซต์สนใจ เช่น สินค้า บริการ รวมถึงเนื้อหาต่างบนเว็บไซต์ของเรา กล่าวโดยสรุปก็คือ Google Analytics เป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บและ

วิเคราะห์ข้อมูลที่จะทำให้เราทราบถึงปัญหาหรือโอกาสที่มีอยู่ และสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพื่อจะทำให้ธุรกิจเติบโตและมียอดขายเพิ่มขึ้นนั่นเอง

สิ่งที่ Google Analytics เก็บข้อมูลให้เรานั้น เรียกได้ว่าเก็บทุกอย่างที่เราจำเป็นต้องใช้งานอยู่แล้ว ซึ่งหลายอย่างก็เป็นเรื่องเทคนิคเกินไปที่จะพูดถึง แต่ขอสรุปเฉพาะส่วนที่สำคัญและเป็นประโยชน์กับเจ้าของเว็บไซต์ส่วนใหญ่ไว้ดังนี้

2.6.1 เก็บข้อมูลลูกค้าที่เข้ามาที่เว็บไซต์

ไม่ว่ามาจากการโฆษณาและการทำการตลาดผ่านสื่อชนิดใด เช่นมาจากโพสบน facebook fan page, email, หรือมาจากการค้นหาใน Google Search ซึ่งทำให้เราทราบว่าช่องทางใดเป็นช่องทางที่ดีที่สุดในการเพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์เป็นต้น

2.6.2 สามารถที่จะเก็บยอดขายที่เกิดขึ้น

จากการเข้าเว็บไซต์จากช่องทางต่างๆ เมื่อนำมาคำนวณรวมกับต้นทุนค่าโฆษณาแล้ว จะทำให้เราทราบว่าช่องทางใดเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไปมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของยอดขายที่เกิดขึ้น จำนวนการสั่งซื้อ หรือแม้แต่การสมัครสมาชิก ซึ่งจะทำให้เราสามารถกำหนดงบประมาณในการใช้สื่อชนิดต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6.3 ระบุกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน

สามารถบอกได้ว่าคนที่เข้ามาที่เว็บไซต์นั้นเป็นผู้ชายหรือผู้หญิง มีอายุประมาณเท่าใด ข้อมูลนี้จะทำให้เราทราบว่าใครเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่สร้างยอดขายมากที่สุด ใครเป็นกลุ่มที่เราต้องให้ความสนใจมากขึ้น

2.6.4 การนำไปประยุกต์ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ

ในแง่ของพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ Google Analytics จะให้ข้อมูลในเรื่องของจำนวนหน้าเว็บที่เข้าดู เวลาที่ใช้อยู่บนเว็บไซต์ และที่สำคัญที่สุดก็คือ ข้อมูลที่จะบอกเราว่า ผู้ที่เข้ามาที่เว็บไซต์ได้ซื้อสินค้ากับเราหรือไม่ อะไรขายดี อะไรขายไม่ได้ ซึ่งข้อมูลต่างๆ ที่กล่าวมานี้จะถูกประมวลผลและแสดงออกมาใน

รูปแบบของรายงานที่อ่านเข้าใจได้ง่าย สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพได้ทันทีนั่นเอง



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่าง Google Analytics

2.7 ระบบ Back Office

ระบบ Back Office เป็นระบบที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ผู้ดูแล Application ใช้สำหรับจัดการกับข้อมูลต่างๆ ดังนั้น งานหลักๆ ที่จะต้องใช้ในระบบ Back Office จึงประกอบไปด้วย

1. การดูรายการข้อมูลที่มีอยู่แล้ว
2. การเพิ่มข้อมูล
3. การแก้ไขข้อมูล
4. การลบข้อมูล
5. การเตรียม/ Upload รูปภาพสำหรับ Banner / Logo

- โปรแกรมที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.8 Microsoft Excel

ใช้สำหรับเก็บข้อมูลในลักษณะของตาราง ที่มีความสามารถในการคำนวณและสร้างกราฟจากข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งช่องตารางแต่ละช่องจะมีชื่อประจำแต่ละช่อง ทำให้ง่ายต่อการป้อนข้อมูล การแก้ไขข้อมูล สะดวกต่อการคำนวณและการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ สามารถจัดข้อมูลต่างๆ ได้อย่างเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น



บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

ผู้จัดทำได้สหกิจศึกษาที่ บริษัท บัชชีปี้ส์ จำกัด ในตำแหน่งงาน Admin Whatsale Application โดยได้ปฏิบัติงานเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน ถึงเดือน กันยายน ปีการศึกษา 2560 มีแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ดังนี้

3.1 แผนงานการฝึกงาน

ตารางที่ 3.1 ตารางแผนงานปฏิบัติงานตลอดระยะเวลา 4 เดือน

หัวข้องาน	เดือน มิ.ย.	เดือน ก.ค.	เดือน ส.ค.	เดือน ก.ย.
1. ศึกษาวัตถุประสงค์ Whatsale Application				
2. ค้นหา Promotion ตาม lifestyle				
3. ศึกษา Back office Whatsale Application				
4. เรียนรู้เรื่องวิธีการเขียน Marketing words				
5. ศึกษาวิธีการ Update content				
6. ศึกษาวิธีการเพิ่ม Brand และ Fanpage Feed				
7. ศึกษา Report Whatsale				
8. Updates Contents				
9. ศึกษาคู่แข่ง Whatsale				
10. ปรีกษาเรื่อง Project				

3.2 รายละเอียดที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน

ผู้จัดทำได้ศึกษา Whatsale Application ในช่วงสองสัปดาห์แรก ว่ามีความเป็นมาและความสำคัญอย่างไร โดยได้มีการค้นหา Promotion ใน Page ต่างๆ ต่อมาได้เริ่มศึกษาและเรียนรู้ Back office วิธีการเพิ่ม Contents การเพิ่ม Brand การเพิ่ม Fanpage Feed และวิธีการดู

Report ของ Whatsale หลังจากนั้นจึงได้เริ่มทำงานในส่วนของการเพิ่ม Content และศึกษา คู่แข่ง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานมีดังนี้

3.2.1 Back Office Whatsale ใช้ในการเพิ่ม Content และดึงข้อมูล Promotion

3.2.2 โปรแกรม Microsoft Excel ใช้ในการดูและทำ Report

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน

เนื่องจากผู้จัดทำได้จัดทำเล่มรายงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์จาก Active User ว่ามีความสนใจสินค้าราคาประหยัดในด้านไหน เวลาใด เพื่อจะได้นำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ใน Application อื่นๆของบริษัท จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับ Back office ในแต่ละเมนู โดยใช้ทฤษฎี แผนภาพวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) ที่มี 7 ขั้นตอน แล้วย่อแต่ละหัวข้อให้เหลือตามแผนทฤษฎี Edward Deming (PDCA) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.3.1 Plan

วางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบ ประกอบได้ด้วย Problem Recognition, Feasibility Study และ Analysis ในขั้นตอนนี้จะศึกษา back office whatsale application การหาเนื้อหาที่จะสามารถดึง active user ได้ และวิเคราะห์เทรนผู้ใช้งานมีความสนใจสินค้าและบริการใดบ้าง

3.3.1.1 ศึกษาภาพรวมของระบบ Back office Whatsale Application

ขั้นตอนแรกคือการศึกษภาพรวมทั้งหมดของ Back office ทำความเข้าใจในแต่ละเมนู โดยมีพี่ที่ดูแลเป็นคนอธิบายและสอนวิธีการใช้ในเมนูที่ต้องรับผิดชอบ มีดังนี้

3.3.1.1.1 PreSale โดยแยกออกเป็นเมนูย่อย ดังนี้

- All Pre Sale contents ทั้งหมดที่ได้ทำการเพิ่มไว้แต่ยังไม่ได้ publish
- Add Pre Sale ใช้ในการเพิ่ม contents ไปรอขึ้นใน Application

3.3.1.1.2 Sale เป็นส่วนที่รวบรวม contents ที่ได้ publish แล้ว และยังมีไว้เพื่อดึง contents ในแต่ละวันเพื่อนำไปส่งใน Report วิเคราะห์และสรุปผล Active Users

3.3.1.1.3 Tag เป็นเมนูที่แยก Contents ตาม Brand นั้นๆ

3.3.1.1.4 Fanpage โดยแยกออกเป็นเมนูย่อย ดังนี้

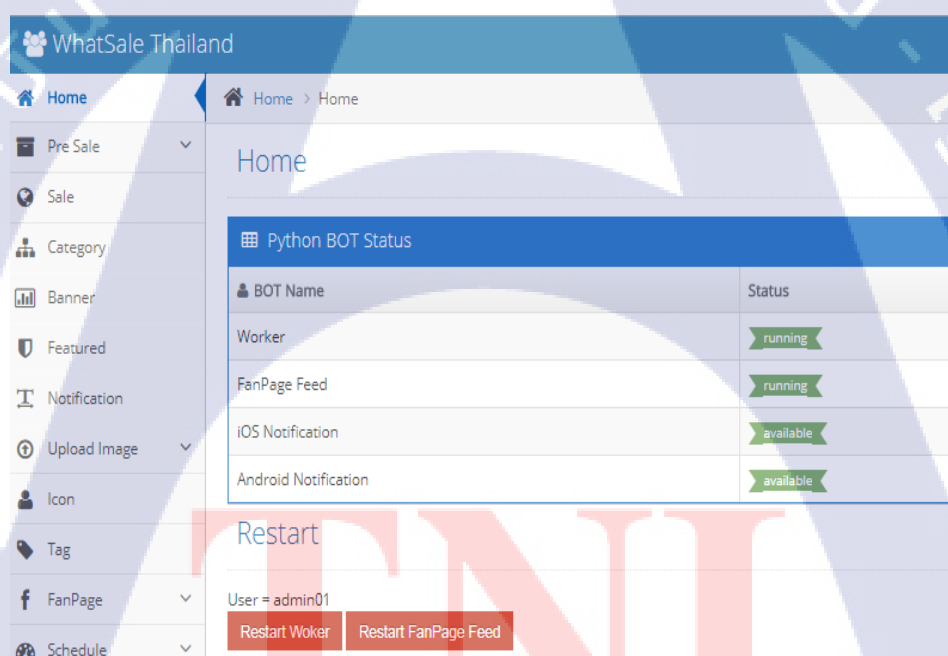
- List Fanpage รายชื่อ Page Facebook ทั้งหมดที่ได้ทำการเพิ่มไว้
- Fanpage Feed แสดงเนื้อหาจากเพจนั้นๆ ตามเวลาที่ได้มีการโพส เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการหาโปรโมชันได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

3.3.1.1.5 Schedule โดยแยกออกเป็นเมนูย่อย ดังนี้

- List Schedule จัด contents ตามเวลาที่ยากให้ contents นั้นๆ publish
- Add Schedule เพิ่ม contents ใน schedule กำหนดเวลาและ Notification

3.3.1.1.6 Upload Image โดยแยกออกเป็นเมนูย่อย ดังนี้

- Full Icon เพิ่มภาพ Logo ของแบรนด์นั้นๆ ขนาด 256*256px
- Icon เพิ่ม logo ของแบรนด์นั้นๆ ขนาด 160*160px

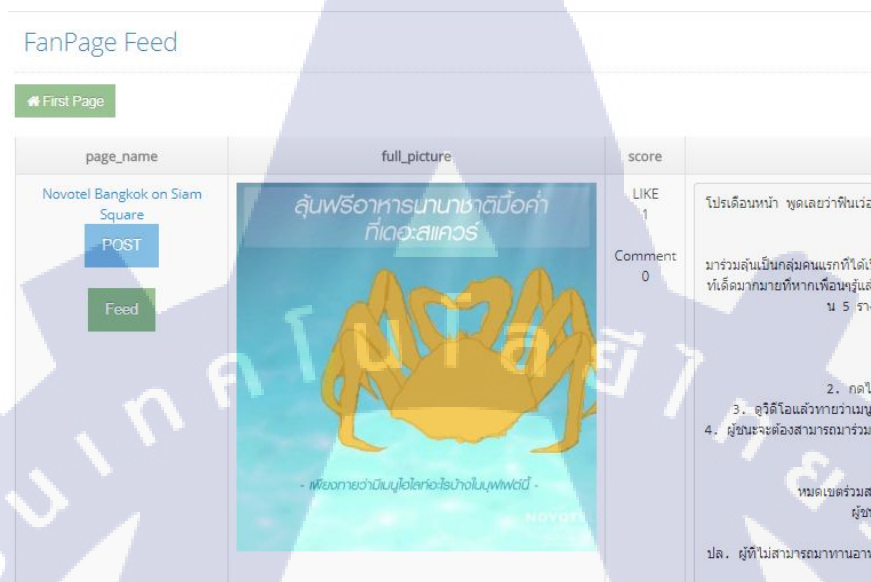


ภาพที่ 3.1 หน้าหลักของระบบ back office.

3.3.1.2 การหา content เพื่อนำมา update

การหาเนื้อหาโปรโมชันจากแบรนด์ต่างๆเพื่อนำมา update ใน application เลือกจากแบรนด์ที่เป็นที่นิยม แบรนด์ที่มีโปรโมชันในช่วงเวลานั้นๆ

แบรนด์ การหาโปรโมชันนั้นจะใช้เครื่องมือใน back office ในการหาเพราะจะเป็นแหล่งรวบรวมเนื้อหาของแต่ละแบรนด์ที่มีการ update ไว้



ภาพที่ 3.2 หน้าค้นหาเนื้อหาในระบบ back office

3.3.2 Do

ปฏิบัติตามแผน ประกอบไปด้วย Design และ Construction ในขั้นตอนนี้คือขั้นตอนของการวางแผนการขึ้นเนื้อหา การสร้างเนื้อหา ซึ่งประกอบด้วย

3.3.2.1 Update Contents

ในขั้นตอนนี้ผู้จัดทำได้ทำการเพิ่มเนื้อหาโปรโมชัน โดยในหน้าเพิ่มเนื้อหานั้น จะแยกออกเป็นส่วนของ Android และ IOS ซึ่งการเขียน contents นั้นต้องมีการใช้ Marketing Words และต้องเขียนให้เข้าใจง่าย กระชับ ดึงดูดใจให้น่ากดเข้ามาใน Application

WhatSale Thailand

Home > Add Pre Sale

Add Pre Sale

โปรดยืนยันต้องไม่ซ้ำกับที่ได้เคยทำการลงแล้วในระบบ สามารถตรวจสอบได้ที่

idc_noti

- ไม่ระบุ Thailand
- กรณีภาษาไทยใช้ได้จนจบจากัด ต้องใช้ภาษาไทยให้ย่อยที่สุด
- กรณีภาษาอังกฤษสามารถใช้ภาษาไทยได้ เช่น "บาท" เป็น "฿"
ตัวอย่างเช่น
AirAsia
"Big Sale 0 บาท"

android_noti_title

- ไม่ระบุ Thailand
android_noti_detail

location

ภาพที่ 3.3 หน้าการเพิ่มเนื้อหาในระบบ back office

3.3.2.2 การเพิ่ม Schedule

หลังจากได้ทำการ update contents แล้ว ต้องจัด schedule เพิ่มทำการ publish contents นั้นๆ โดยการจัด schedule นั้นต้องเลือกขึ้นในเวลาที่เหมาะสม เช่น ช่วง เวลา 11.00 ต้องขึ้นเนื้อหาที่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น แต่ถ้ามีเนื้อหาไหนน่าสนใจเป็นพิเศษก็สามารถแทรกได้ทันที และ Notification เพื่อให้ทุกคนได้รับข่าวสารนั้นๆ

WhatSale Thailand

Home > Add Schedule

Add Schedule

Add Schedule

Select Pre Sale

Remark

Active Pre Sale ID

date

Time

13:58:15

FanPage Post

No Yes

Send Notification

No Yes

ภาพที่ 3.4 หน้าการเพิ่ม Scheduleในระบบ back office

3.3.3 Check

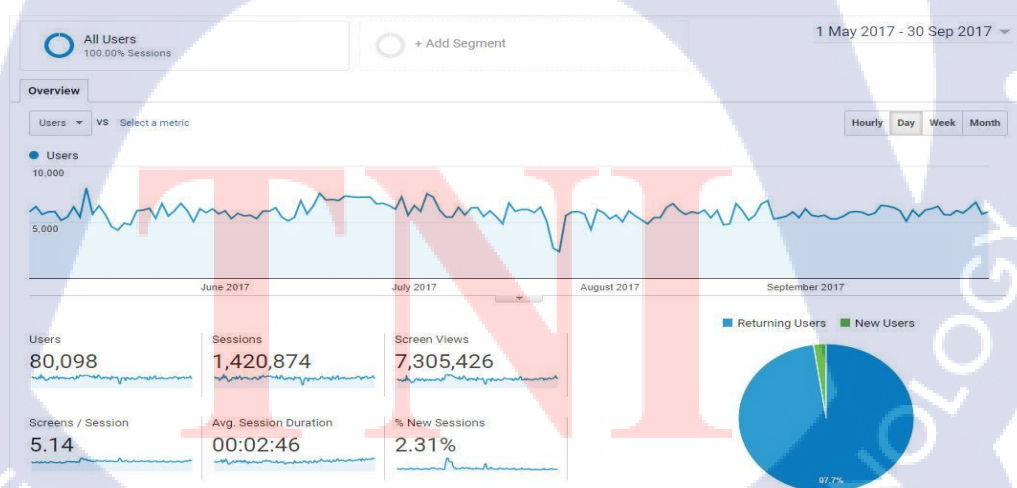
ตรวจสอบการปฏิบัติตามแผน ในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการขึ้นเนื้อหาว่าสามารถเพิ่ม active user ได้มากน้อยเพียงใด

3.3.3.1 การดู report และนำไปใช้ในการเพิ่ม Contents

ตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้จากการเพิ่ม Contents ในแต่ละวัน โดยดูจาก report ใน Excel ที่มีการเก็บสถิติยอดคนคลิกและยอดคนเข้ามาในแต่ละแบรนด์ แล้วคำนวณผลลัพธ์ออกมาเป็นยอด Active Users นอกจากนี้ยังดูสถิติจาก Google Analytic อีกด้วย จะได้ว่าคนเข้ามาใช้ Application ช่วงไหนเยอะสุด นำมาดูประกอบกันหาแบรนด์และช่วงเวลาที่คุณเข้ามาใช้ Application เป็นจำนวนเยอะที่สุด เพื่อกำหนดปรับใช้ในการขึ้น Content และประยุกต์ใช้กับ Application อื่นๆ

3.3.4 Act

ปรับปรุงแก้ไข เอาผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขเพื่อใช้ในการขึ้นเนื้อหาในวันต่อไป



ภาพที่ 3.5 ผลสถิติจาก Google Analytic

Date		Daily New Users	Leave Users (45 Days)	Daily Leave Users (45days)	IOS DAU	Android DAU	Daily Active User (DAU)
8/1/2017	Tue	286	191,040	1336	5,301	4,679	9,980
8/2/2017	Wed	337	192,323	1283	5,639	4,981	10,620
8/3/2017	Thu	277	193,435	1112	5,043	4,754	9,797
8/4/2017	Fri	298	194,252	817	6,013	5,208	11,221
8/5/2017	Sat	337	195,118	866	5,577	4,810	10,387
8/6/2017	Sun	355	196,025	907	5,222	4,643	9,865
8/7/2017	Mon	310	196,668	643	4,868	4,677	9,545
8/8/2017	Tue	269	197,099	431	5,420	4,753	10,173
8/9/2017	Wed	308	197,492	393	5,409	4,671	10,080
8/10/2017	Thu	254	197,503	11	6,328	5,502	11,830
8/11/2017	Fri	270	197,427	-76	6,657	5,458	12,115
8/12/2017	Sat	324	197,368	-59	6,056	5,410	11,466

ภาพที่ 3.6 ไฟล์ Excel สถิติการกดเข้าดูเนื้อหาใน application

จากภาพที่ 3.6 แสดงถึงจำนวนผู้เข้าชมในแต่ละวัน สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในวันถัดไปว่าช่วงเวลานั้นๆ ผู้บริโภคมีความสนใจสินค้าบริการด้านใดมากเป็นพิเศษ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ในการขึ้นเนื้อหาในวันถัดไปเพื่อให้ Active Users เพิ่มมากขึ้น

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทที่ 4

สรุปผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ

ผลการดำเนินงานในรายงานเรื่องการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่ม Active User ทั้งใน Whatsales และ Application อื่นๆ กรณีศึกษา : Whatsales Application พัฒนา โดย บริษัท บัชชีบีส์ จำกัด ซึ่งผู้จัดทำได้ทำการวัดผลวิเคราะห์ข้อมูลจากการทำงานและสรุปผล ต่างๆ โดยเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายจากการปฏิบัติงาน ผู้ศึกษาขอ เสนอผลลัพธ์ที่ได้ ดังนี้

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

- 4.1.1 เลือก Brand ที่ได้รับความนิยม
- 4.1.2 สร้าง Contents โดยใช้ Marketing Word ให้น่าสนใจ
- 4.1.3 จัด Schedule Contents
- 4.1.4 เนื้อหาต้องเข้าถึงง่าย

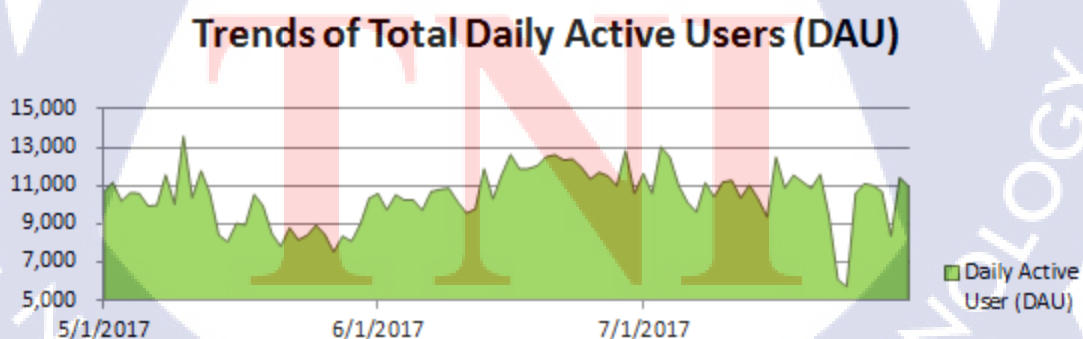
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการที่ได้ทำโครงการทั้งหมดตลอดระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน ถึง กันยายน 2017 เรื่องการประยุกต์ใช้ Report Whatsale Application เพื่อเพิ่ม Active User ได้ ทำการตรวจสอบผลลัพธ์และติดตามการวัดผลของการทำงานเป็นรายเดือน จากการ ปฏิบัติงานส่งผลให้มียอดจำนวนผู้เข้าใช้ Application มากยิ่งขึ้น ดังแสดงในข้อมูลสถิติใน Excel โดยดูจากจำนวน Active User, และจำนวน Brand ในแต่ละ Category ที่ครอบคลุมมาก ยิ่งขึ้น

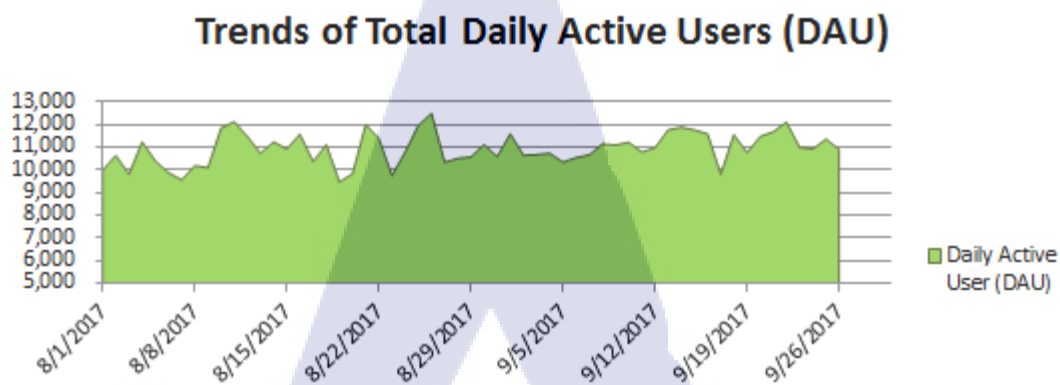


ภาพที่ 4.1 กราฟ Active User จาก Google Analytic ของ Whatsale Application

จากภาพที่ 4.1 จะเห็นได้ว่า Active User ในช่วงแรกจะน้อยกว่า หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทำงานและสรุปผลต่างๆ ทำให้มี Active User เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยจะเพิ่มมากขึ้นเป็นพิเศษในช่วงวันหยุดหัตสบดีและวันศุกร์ เพราะผู้ใช้งานมักจะเข้ามาดูโปรโมชันในช่วงวันหยุด จากกราฟในภาพที่ 4.1 จะมีช่วงที่ Active User ลดลงมากที่สุดคือช่วงต้นเดือนสิงหาคม เกิดจากสาเหตุแอปพลิเคชันมีปัญหาในเรื่องของการแจ้งเตือนทำให้ผู้ใช้ไม่เห็นเนื้อหาจากการแจ้งเตือนของแอปพลิเคชัน



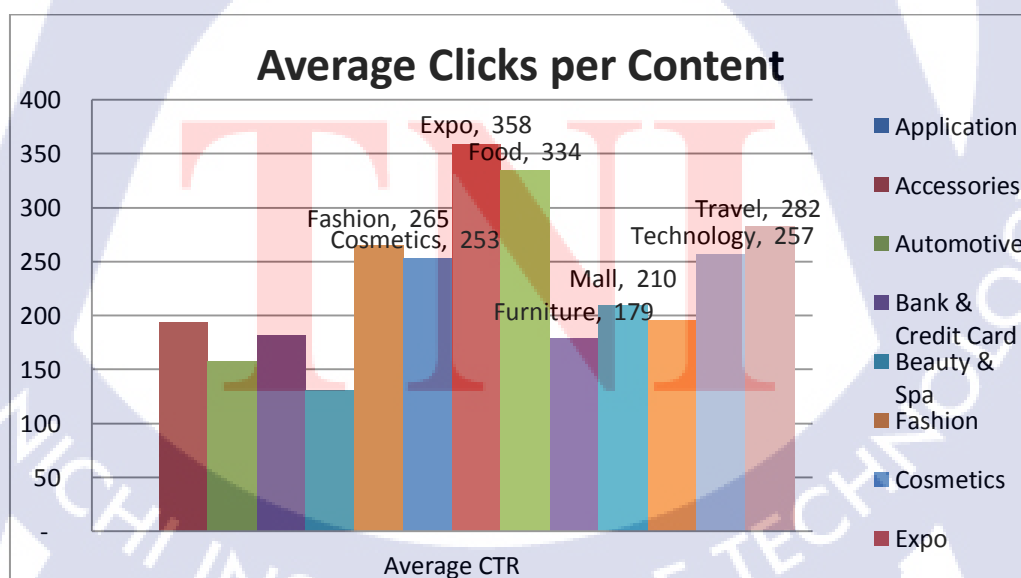
ภาพที่ 4.2 สถิติ Active User เดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม 2017



ภาพที่ 4.3 สถิติ Active User เดือนสิงหาคม ถึง กันยายน 2017

จากภาพที่ 4.2 และภาพที่ 4.3 เป็นกราฟจาก Excel ที่ใช้คู่ประกอบกับ Google Analytic ทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของ Active Users ชัดขึ้น จะเห็นได้ว่าตั้งแต่เดือนมิถุนายนที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาปรับใช้ในการขึ้นเนื้อหา Active Users ได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างเห็นได้ชัด

วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคจาก Google Analytic และ Excel ที่คนเข้ามาดู Contents ใน Application ว่าสนใจสินค้าและบริการใดมากที่สุดโดยดูจากกราฟ Google Analytic เทียบกับ Excel ว่าเป็น Contents ใน Category ไหนบ้าง ดังนี้



ภาพที่ 4.4 กราฟแสดงสถิติจำนวนเฉลี่ยคน Click ในแต่ละ Category

what type of content's campaign they interested the most

The Content with Highest Clicks (Last 2Months)

Rank	Content name	Clicks	Category	Luunched
1	ฟรี!! คุปองซื้อ 1 แกรม 1 เพียงโทวดเครื่องดื่มที่คุณชอบ	3,265	Food	Aug
2	มาดอย่ายาความแรงของโปร ชื่อ 1 แกรม 1 ไปโทวดเร็ว!	3,260	Food	Aug
3	อื้อหือออ!! รองเท้าลดสูงสุด 80% ฟังค์ฟุ้งงง	2,388	Fashion	Sep
4	ฟรี!! Adjustable Bag เมื่อซื้อสตาร์บัคส์ครบ 600.-	2,036	Food	Sep
5	โปรดีดีมาอีกแล้วว! ชื่อ 2 แก้ว ฟรี!! อีก 1 แก้ว ป๊ะ ไปจัดให้สดชื่น!	1,891	Food	Aug
6	adidas Originals #NMD R1 มันคลุมวิวกกก!!	1,830	Fashion	Aug
7	My Starbucks Rewards เริ่มแล้ว! ของรางวัลเพียบ ฟุ้งเลย!!	1,804	Food	Aug
8	แฟนๆสตาร์บัคส์ครบถ้วน! ฟรี,ลด 80%,หรือจะ 1 แกรม 1 ก็จัดไป	1,719	Food	Sep
9	ของใหม่ต้องลอง!! มีหะ ไวท์ ช็อคโกแลต แอฟโฟกาโต	1,679	Food	Sep
10	ฟรี! เครื่องดื่ม,ลด 80%,ชื่อ 1 แกรม 1 ไปตะๆ ฟุ้งถ้วนนน!	1,643	Food	Sep
11	อะหือ! รองเท้า Stan Smith OG Primeknit ลด 30%	1,624	Fashion	Aug
12	iPhone X มาแล้วว .. มาดูกันเลย	1,611	Technology	Sep
13	โดนัท Original Glazed 1 โทล เพียง 77.-	1,572	Food	Sep
14	ใหม่! กราโนล่า ดาร์ก มอคค่า แพรปปูชิน ต้องจัดอ่าบอกเลย!	1,561	Food	Aug
15	บายนี่จัดเลย! เมนูใหม่ คาราเมล วอฟเฟิล ช็อคโกแลตชิพ	1,559	Food	Sep
16	Sale Sale Sale! คอมพลีทชุดได้แบบจุใจในราคาสบายกระเป๋า	1,543	Fashion	Aug
17	ฟรี!! Frappuccino Fashion Sleeve เมื่อซื้อหิมเบลล์คู่กับแพรปปูชิน	1,528	Food	Aug

ภาพที่ 4.5 ตัวอย่าง Contents ที่มีคน Click มากที่สุด

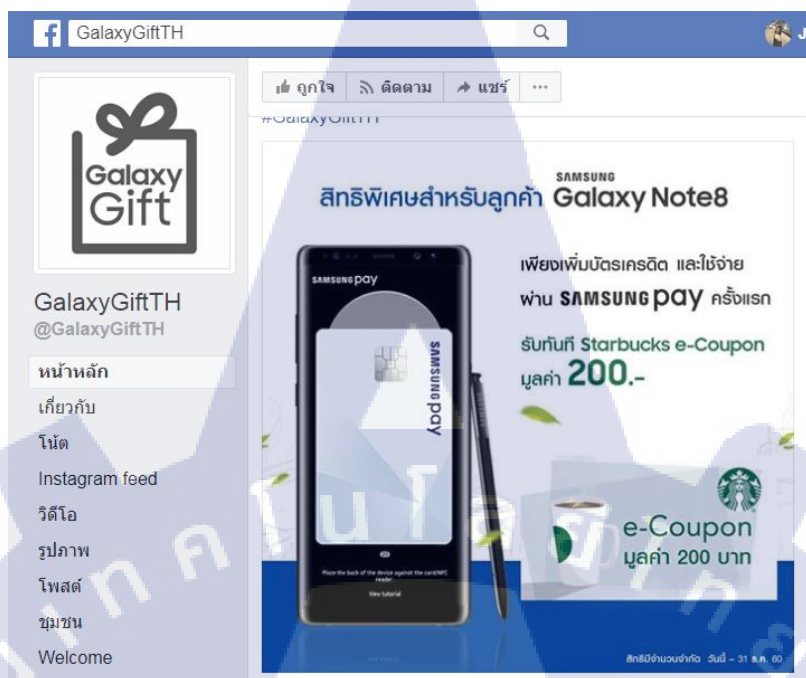
จากภาพที่ 4.5 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า Category ที่คนสนใจมากที่สุดคือ Expo แต่ในส่วน
ของงาน Expo ส่วนมากจะจัดขึ้นปีละหนึ่งครั้งจึงทำให้ผู้บริโภคนสนใจมากที่สุด ลำดับที่สองที่
ผู้บริโภคนสนใจมากที่สุดคือ Category อาหารและเครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็นร้านในระดับต่าง กลาง หรือ
ระดับสูง ก็ได้รับความนิยมอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงมีการนำ Category นี้มีประยุกต์ใช้ใน Application
อื่นๆ ซึ่งเป็น outsource ที่บริษัทรับทำนอกจากนี้ Category ที่คนสนใจค่อนข้างมาก คือ
เครื่องสำอาง เทคโนโลยี และการท่องเที่ยว ในส่วนนี้จะมีการนำมาประยุกต์ใช้ใน Application และ
Web Site Buzzbees ซึ่งการเก็บศึกษาแนวโน้มผู้บริโภคนจาก Whatsale นั้นช่วยเป็นแนวทางการ
ติดต่อกับบริษัทอื่นๆที่จะมาทำโปรโมชันได้เป็นอย่างมาก และยังช่วยดึง Active User ได้มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างการนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ใน www.buzzbees.com

	A	B	C	D	E
1	sale_id	view	click	title	logo_name
2	28254	19593	1679	ของใหม่ต้องลอง!! มัทละ ไรท์	starbuck.png
3	28321	18325	805	ช็อค 6 ชั้น แกรมฟรีไปเลยอีก 6 ช็อค	misterdonut.png
4	28224	9736	664	ลำโพงบลูทูธ JBL Micro Wireless	powerbuy_1.png
5	28295	9981	661	เกิดเดือนนี้ รับส่วนลด 80% บพเจ	kct.png
6	28326	17322	631	Lady Day บพเฟด ลดสูงสุด 50%	tenjo.png
7	28336	12673	568	เติมน้ำมันทั่วไทย รับเงินคืน 10%	kbank.png
8	28291	9950	517	Stay In Style ลดหนักจัดเต็ม 80%	amarin.png
9	28338	15148	495	Oxford Clearance Sale ลดสูงสุด	se_ed.png
10	28223	18594	477	มีรินดำ มิกซ์อิท แค 10.- หวาน	7-eleven.png
11	28333	16758	465	ว้าวสุด! วอฟเฟิลชั้นดี มีให้เลือก	dairy_queen.png
12	28267	13221	460	บินในประเทศ เริ่มต้นเพียง 725.-	thailionair.png
13	28330	21941	460	จะกินหรือจะช้อปปิ้ง 1,000.- ฟรี!	centralrama3.png
14	28320	17172	456	ไม่ต้องพกบัตรก็รับสิทธิ์ได้ ด้วย	barbqplaza.png

ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างสถิติแบรนด์ที่มีคนสนใจและ click มากที่สุด (4 กันยายน 2560)



ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างการนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้กับบริษัท Outsource

4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ

เนื่องจากเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ ทำให้ผู้บริโภคสนใจสินค้าลดราคาราคาขึ้นเรื่อยๆ เพราะสามารถจัดการบริหารการเงินได้อย่างดี และคุ้มค่าในการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น ผู้จัดทำจึงคิดว่า Whatsale Application เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่เข้ามาช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ว่ามีความสนใจสินค้าประเภทใดบ้าง

แต่เนื่องจากมี Active User น้อยไม่เพียงพอต่อการวัดผลที่น่าเชื่อถือ ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และได้ทดลองในการเขียน Contents ที่แปลกใหม่ออกไปจากเดิม ผลลัพธ์ที่ได้จากการทดลองนี้ ทำให้ Whatsale Application มี Active User ที่เพิ่มมากขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ Application อื่นๆได้มากขึ้น

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

ผู้ศึกษาขอเสนอผลการดำเนินงานที่บริษัท บัชชีบีส์ จำกัด โดยได้จัดทำโครงการ เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการประยุกต์ใช้ Report Whatsale Application เพื่อเพิ่ม Active User ได้จัดทำให้กับแผนก Production ซึ่งผลงานที่ได้จัดทำขึ้น ดำเนินการผ่านไปได้ดี ส่งผลให้สถิติโดยรวมมีจำนวน Active User มากขึ้น โดยหน้าที่หลักๆ มีดังนี้

- 1.) สร้าง Content
- 2.) จัด Schedule Contents
- 3.) อัปเดตแบรนด์ใหม่
- 4.) ติดตาม Facebook page Whatsales เพื่อนำ Contents มาขึ้นใน Application
- 5.) อัปเดตสถิติประจำวันลง Excel
- 6.) รายงานผลในการประชุมรายสัปดาห์

5.2 ประโยชน์ที่นักศึกษาได้รับ

1. เรียนรู้ Online Marketing อยู่ตลอดเวลา
2. รู้ถึง Trend ผู้บริโภคในปัจจุบัน
3. รู้เทคนิคการใช้ Marketing Word
4. เรียนรู้เรื่องการตั้งสมมติฐาน AB Testing
5. การนำ Brand และ Trend ตลาดมาประยุกต์ใช้ต่อ Online Market

5.3 ปัญหาและอุปสรรค/แนวทางการแก้ไขปัญหา

5.3.1 ปัญหาและอุปสรรค

- เนื่องจากเป็น Application ใหม่ของบริษัทจึงไม่รู้ Target ผู้บริโภคที่ชัดเจน
- การใช้ Marketing Word ที่ดึงดูดความสนใจ เพื่อให้มีคนคลิกเข้ามาอ่าน

5.3.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

- ใช้ทฤษฎี AB Testing เพื่อทดสอบและวัดผลสมมติฐาน

- เพื่อพยายามเขียน Contents แปลกใหม่ ใช้คำที่ต่างกันออกไป ไม่ซ้ำเดิมบ่อยจนเกินไป มีคำเชิญชวนและ Information ในประโยคนั้น

5.4 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

ในการสทหกิจครั้งนี้ทำให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ มากมายที่เรียนรู้ไม่ได้จากในสถาบัน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้ นอกจากนี้ยังถือเป็นการทบทวนนำความรู้ที่ตนเองได้ศึกษามา การทำงานต้องมีความใฝ่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา ต้องฟังคำสั่งจากผู้ที่มีมอบหมายงานให้ชัดเจน ถ้าสงสัยให้ถามให้เข้าใจก่อนลงมือทำงานนั้นๆ หรือถ้าทำงานผิดพลาดต้องแจ้งพนักงานที่ปรึกษาทันที เพื่อจะได้แก้ไขได้ทันเวลา เราสามารถแสดงความคิดเห็นได้ในที่ประชุม ต้องมีความกล้าแสดงออก และรับฟังความคิดเห็นผู้อื่นด้วย เวลาเข้างานถ้าเกิดเหตุฉุกเฉินเข้างานสายต้องแจ้งฝ่ายบุคคลหรือพนักงานที่ปรึกษาให้ทราบล่วงหน้า

เอกสารอ้างอิง

- [1] whatsale.lord-of-deb.com, บริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด, **back office whatsale application**, เข้าถึงได้จาก : <http://whatsale.lord-of-deb.com/admin/home.php> [6 กรกฎาคม 2560]
- [2] jiradabbc.wordpress.com, **Marketing Mix**[ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก : <https://jiradabbc.wordpress.com>. [20 สิงหาคม 2560]
- [3] poundtv5.blogspot.com, **The Theory of Consumer Behavior**[ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก : <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html> [30 สิงหาคม 260]
- [4] adisony.blogspot.com, **Edward Deming** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก : <http://adisony.blogspot.com/2012/10/edward-deming.html> [27 กันยายน 2560].
- [5] www.swpark.or.th, **แผนภาพวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC)** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://www.swpark.or.th/sdlcproject/index.php/14-sample-data-articles/87-2013-08-09-08-39-48> [22 กันยายน 2560].
- [6] www.buzzebees.com, บริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด[ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://www.buzzebees.com/Views/MarketPlace/MarketPlace.aspx?first=true> [10 กรกฎาคม 2560].
- [7] googleanalyticsthailand.wordpress.com, **Google Analytics** [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://googleanalyticsthailand.wordpress.com/2014/01/13/google-analytics-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3/> [22 ตุลาคม 2560].

ภาคผนวก

(รายงานประจำสัปดาห์)

TNI



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา จิรพร วัฒนวงศ์ รหัสนักศึกษา 57123013-5
คณะวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์/...../.....				
อังคาร/...../.....				
พุธ/...../.....				
พฤหัสบดี/...../.....		ฝึกบรรยายเกี่ยวกับบริษัท buzzbees	ได้ทราบถึงรายละเอียดของบริษัทว่าทำอะไรมา	
ศุกร์/...../.....		นำข้อมูล promotion ของทุกๆ products	ได้เรียนรู้ถึงวิธีการรวมและ list price ของคน	
เสาร์/...../.....				
อาทิตย์/...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ จิรพร วัฒนวงศ์ (นางสาวจิรพร วัฒนวงศ์)	ลงชื่อ (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี 2 มิถุนายน 2560 นักศึกษา	ตำแหน่ง Production Manager วัน/เดือน/ปี 2/6/17 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมนำส่งมาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....2.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิวิพร.....รัตนวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 5/6/2560		ฝึกในระบบ back office vov application what sales	รู้จักกรรณดาฯ จักรภม.	
อังคาร 6/6/2560		ทำข้อมูล promotion สินค้าสื่อ update จักร application what sales	ทราบถึงวงโคจร การตลาดของสินค้า	
พุธ 7/6/2560		ทำ promotion โดยแบ่งออกตาม category ทั้งหมด 6 category		
พฤหัสบดี 8/6/2560		ทำ promotion โดยแบ่งตาม brand มากขึ้น ทั้งหมด 34 brands		
ศุกร์ 9/6/2560		เรียนรู้ back office what sales และทราบถึง category อุทยาน app ใน excel	การแบ่ง category ms focus category	
เสาร์ 10/6/2560				
อาทิตย์ 11/6/2560				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิวิพร รัตนวงศ์..... (.....นางสาวจิวิพร รัตนวงศ์.....)	ลงชื่อ.....Pichai Lee..... (.....).....	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....11 มิถุนายน 2560..... นักศึกษา	ตำแหน่ง.....Production Manager..... วัน/เดือน/ปี.....9/6/17..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมนำส่งแนบเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิรพร วัฒนวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 12/1/2560		นำข้อมูลตาม category 3 อย่าง IT, Fashion, cosmetic	ศึกษาเพื่อเป็น brand ของตัวเอง	
อังคาร 13/1/2560		นำเสนอเรื่อง marketing word ส่งสารให้ customers เข้าใจโดยสั้นๆ น้อย	marketing word	
พุธ 14/1/2560		ทำ brand ที่เกี่ยวข้องกับคนสนใจ	ทุกกิจกรรมของคน	
พฤหัสบดี 15/1/2560		หาและ update source igitims Focus brand	เรียนรู้พฤติกรรมคนบริโภคของลูกค้า	
ศุกร์ 16/1/2560		หาและ update source igitims Focus brand	การตั้งราคาคนสนใจ igitims marketing word	
เสาร์...../...../.....			การทำงาน กว่าจะเสร็จ	
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิรพร วัฒนวงศ์..... (นางสาวจิรพร วัฒนวงศ์)	ลงชื่อ.....Thiraporn Lee..... (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....16 มิถุนายน 2560..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี.....16 มิถุนายน 2560..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมนำส่งมาเก็บไว้ เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สหกิจศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

177/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....4.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิรพร วิเศษวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....07123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 19/6/2560		จัดทำแผนผัง Focus brand	การทำงานหรือของงาน	ทำงานล่าช้า เนื่องจาก airport link ลื่น
อังคาร 20/6/2560		จัดทำแผนผังแบบ Focus brand จับคู่เพิ่ม brand มากขึ้นเพื่อเพิ่ม active user		
พุธ 21/6/2560		จัดทำแผนผังวิเคราะห์จาก 30 แผนผัง เพิ่ม active user ในมากขึ้น		
พฤหัสบดี 22/6/2560		จัดทำแผนผังจับ Focus brand ดังๆ - คัดเลือก report ของ app What's app	การวิเคราะห์ข้อมูล ในแผนผังที่เข้าไป ใน application	
ศุกร์ 23/6/2560		จัดทำแผนผัง Focus brand		
เสาร์...../...../.....				
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิรพร วิเศษวงศ์..... (.....จิรพร วิเศษวงศ์.....)	ลงชื่อ.....Thiraporn Lee..... (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....23 มิถุนายน 2560..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี.....23 มิถุนายน 2560..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา/ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมนำ
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สหกิจศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา จิรพร รัตนวงศ์ รหัสนักศึกษา 57123013-5
คณะวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดยย่อ	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหาอุปสรรค
จันทร์ 26/6/2560		จีน content บน application		
อังคาร 27/6/2560		จีน content บน application		
พุธ 28/6/2560		จีน content บน application		
พฤหัสบดี 29/6/2560		เขียนผังงาน schedule บน backoffice	การแจ้ง notification เพื่อส่งข้อมูลมาแจ้ง	
ศุกร์ 30/6/2560		- หยุด (outing) * ทำงานอยู่บ้าน *		
เสาร์...../...../.....				
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ..... จิรพร รัตนวงศ์ (..... จิรพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ..... Ph. K. W. Lee (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี..... 30 มิถุนายน 2560 นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ: นักศึกษาดำเนินการส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สหกิจศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

177/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....6.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิรพร.....รัตนวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศการธุรกิจ.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 3/7/60		update content whatsailes	mr focus ล็อกทำขึ้น DAU เพิ่มมากขึ้น	
อังคาร 4/7/60		update content whatsailes งานแยก content mmประเภท discount special price Lable		
พุธ 5/7/60		update content 9 นีมากกว่า 50 content		
พฤหัสบดี 6/7/60		update content มากกว่า 50 content และ Focus mm brand		
ศุกร์ 7/7/60		ไว้หน้เรื่อง mr up Logo / Tag on back office Add Feed on back office และไว้หน้เรื่อง market place	mr จอง ชม จอมว กด เงิน on app	
เสาร์ 6/7/60				
อาทิตย์ 9/7/60				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิรพร รัตนวงศ์..... (นางสาว จิรพร.....รัตนวงศ์.....)	ลงชื่อ.....Phillip Lee..... (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....7 กรกฎาคม 2560..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....7.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิราพร.....โพธิ์วงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศคอมพิวเตอร์.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดยย่อ	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหาอุปสรรค
จันทร์ 10/7/60		เพิ่ม content whatsaes *ทำงานที่บ้าน*		
อังคาร 11/7/60		เพิ่ม content whatsaes 75 content Focus brand		
พุธ 12/7/60		เพิ่ม content whatsaes 91 contents เขียนโปรแกรมแจ้ง notification	ทราจิง notiam category เพื่อถือลูก	
พฤหัสบดี 13/7/60		เพิ่ม content จัดหมวดหมู่ content msl อดจิง notification	ตาม สนใจของ user ใน sms click เข้า app	
ศุกร์ 14/7/60		เพิ่ม content จัก schedule Whatsaes + broadcast Android ที่แจ้งแล้ว UA ส่วน	ทราจิง content ตาม brand	
เสาร์ / /				
อาทิตย์ / /				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิราพร โพธิ์วงศ์..... (.....นางสาวจิราพร โพธิ์วงศ์.....)	ลงชื่อ.....Highland Lee..... (.....).....	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....14 กรกฎาคม 2560..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ: นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา/ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สหกิจศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา..... จิรพร วัฒนวงศ์..... รหัสนักศึกษา..... 57123013-5
คณะวิชา..... เทคโนโลยีสารสนเทศ..... สาขาวิชา..... เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดยย่อ	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหาอุปสรรค
จันทร์ 11/11/60		update content	การ un brand สีรอง	
อังคาร 14/11/60		update content		
พุธ 15/11/60		update content		
พฤหัสบดี 16/11/60		คุยเรื่องไม่เจอกับเจ้าของ up content whatsaes	เรียนรู้เรื่อง market Online	
ศุกร์ 17/11/60		upcontent + schedule whatsaes นำตามนางคนละขบวน		
เสาร์...../...../.....				
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ..... จิรพร วัฒนวงศ์ (นางสาว จิรพร วัฒนวงศ์)	ลงชื่อ..... (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี..... 21 กรกฎาคม 2560 นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ: นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้ เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สหกิจศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 9

ชื่อ-สกุลนักศึกษา จิรพร รัตนวงศ์ รหัสนักศึกษา 57123013-5
คณะวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดยย่อ	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหาอุปสรรค
จันทร์ 24/7/60		update content		
อังคาร 25/7/60		update content ปรึกษาทีมงานที่ขอ DAU	ตรงกับงาน เฉพาะหน้า	
พุธ 26/7/60		update content		
พฤหัสบดี 27/7/60		update content 100 contents		
ศุกร์ 28/7/60		update content เปลี่ยน template ใหม่เพื่อรองรับ DAU		
เสาร์				
อาทิตย์				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ จิรพร รัตนวงศ์ (นางสาวจิรพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ Khirong Lee (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี 28 กรกฎาคม 2560 นักศึกษา	ตำแหน่ง วัน/เดือน/ปี ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ: นักศึกษาดังส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 10

ชื่อ-สกุลนักศึกษา จิราพร รัตนวงศ์ รหัสนักศึกษา 57123013-5
คณะวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศการธุรกิจ

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดยย่อ	ความรู้ทักษะที่ได้รับ	ปัญหาอุปสรรค
จันทร์ 31/7/60		ลาหยุด 1 วัน * ทำใบรับ		
อังคาร 1/8/60		update content		
พุธ 2/8/60		update content new page ใหม่เพิ่ม icon + tag		
พฤหัสบดี 3/8/60		ฝึกหัดทำเรื่อง project update content	ตลาด marketing online.	
ศุกร์ 4/8/60		ทำ cat. ใหม่ ๆ เกี่ยวกับยอด DAU ใหม่เพิ่มมากขึ้น	ทางสื่อสังคมออนไลน์. เกี่ยวกับยอด DAU.	
เสาร์ 5/8/60				
อาทิตย์ 6/8/60				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ จิราพร รัตนวงศ์ (นางสาวจิราพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ Phil Lee (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี 4 สิงหาคม 2560 นักศึกษา	ตำแหน่ง วัน/เดือน/ปี	
			ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ. นักศึกษาดังส่งรายงานฉบับนี้จึงอาจารยที่ปรึกษาสาธิตศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....11.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิรพร.....รัตนวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคนิคอิเล็กทรอนิกส์.....สาขาวิชา.....เทคนิคอิเล็กทรอนิกส์ทางธุรกิจ.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 7/1/60		update content		
อังคาร 8/1/60		เปลี่ยน template logo cover brand ยอดฮิต	brand name ยอด Active users	
พุธ 9/1/60		update content		
พฤหัสบดี 10/1/60		update content		
ศุกร์ 11/1/60		update content		
เสาร์...../...../.....				
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิรพร รัตนวงศ์..... (นางสาวจิรพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ..... (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วันเดือนปี.....11 สิงหาคม 2560..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วันเดือนปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....12.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิวิพร รัตนวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....ภาคินโนวิศวกรรมเทคโนโลยี

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 14/5/60		up content 160 เพื่อกวดดู ยอด Active user	จำนวน content 500 ยอด Active	
อังคาร 15/5/60		ประเดิมเรื่อง Mr.เลือก notifications Mr.เลือก contents Mr.เลือก content	Mr.เลือก content mm GAU	
พุธ 16/5/60		อัปเดต content ช่วง 4 โมงเย็น เพื่อกวดดู 98 App 100	Active user ขึ้น	
พฤหัสบดี 17/5/60		Update content		
ศุกร์ 18/5/60		update content		
เสาร์...../...../.....				
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิวิพร รัตนวงศ์..... (.....นางสาวจิวิพร รัตนวงศ์.....)	ลงชื่อ.....Thirakorn..... (.....).....	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....15.....เดือน.....5/60..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....13.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....จิราพร รัตนวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 21/11/60		update content ล้วงจาก page whatsapp		
อังคาร 22/11/60		update Content ประชุม		
พุธ 23/11/60		* ลาหยุด		ป่วย
พฤหัสบดี 24/11/60		update content และ update board		
ศุกร์ 25/11/60		update Content และ จัด Schedule		
เสาร์ 26/11/60				
อาทิตย์ 27/11/60				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิราพร รัตนวงศ์..... (นางสาวจิราพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ.....Thiraporn Ratana..... (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....25.11.60..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

ลำดับที่.....14

ชื่อ-สกุลนักศึกษา..... จริญญา รัตนวงศ์ รหัสนักศึกษา..... 57123013-5
คณะวิชา..... ภาควิชาฟิสิกส์และเทคโนโลยี..... สาขาวิชา..... ภาควิชาฟิสิกส์และเทคโนโลยี.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 25/4/60		update content		
อังคาร 29/4/60		update content / brand ใหม่		
พุธ 30/4/60		update content		
พฤหัสบดี 31/4/60		update content		
ศุกร์ 1/5/60		mr tag content in brand ใหม่ brand ใหม่	Tag brand ใหม่ ใหม่ brand ใหม่	
เสาร์/...../.....				
อาทิตย์/...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ <u>พิชญ์ วัฒนกุล</u> (นางสาวจิราพร วัฒนกุล)	ลงชื่อ <u>พิชญ์ วัฒนกุล</u> (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี <u>11/9/2560</u> นักศึกษา	ตำแหน่ง วัน/เดือน/ปี	ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา/ฝึกงานทุกคนะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่ายสำเนาเก็บไว้ เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สหกิจศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....5.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษานางสาว จิรพร รัตนวงศ์..... รหัสนักศึกษา51123013-5.....
คณะวิชาเทคโนโลยีการเกษตร..... สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตรพืชสวน.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 4/9/60		update content		
อังคาร 5/9/60		update content ปฐมนิเทศ		
พุธ 6/9/60		update content จัดตาราง schedule		
พฤหัสบดี 7/9/60		list content คู่มือวงจร wholesales update content	การศึกษาค้นคว้า แบบเรียนวงจรท่อไฮดรอลิก	
ศุกร์ 8/9/60		update content		
เสาร์ 9/9/60				
อาทิตย์ 10/9/60				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ..... (นางสาว จิรพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ..... (นางสาว จิรพร รัตนวงศ์)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี 9 กันยายน 2560 นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา/ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่าย
สำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาขาสอนและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....16.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....นางสาวจิราพร รัตนวงศ์.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคนิคอิเล็กทรอนิกส์อุตสาหกรรม.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 11/9/80		update content		
อังคาร 12/9/80		ลาหยุด		ป่วย
พุธ 13/9/80		update content ปรับ Project		
พฤหัสบดี 14/9/80		update content		
ศุกร์ 15/9/80		update content		
เสาร์...../...../.....				
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิราพร รัตนวงศ์..... (นางสาวจิราพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ.....  (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....9 กันยายน 2580..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสาขาสอน / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่ายสำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สหกิจศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่.....17.....

ชื่อ-สกุลนักศึกษา.....นางสาวจิราพร.....รหัสนักศึกษา.....57123013-5.....
คณะวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศ.....สาขาวิชา.....เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ.....

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดย	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ 15/9/60	8	update content		
อังคาร 16/9/60	8	update content ประชุม		
พุธ 20/9/60	8	update Content ปรับรูปแบบ content		
พฤหัสบดี 21/9/60	8	update content		
ศุกร์ 22/9/60	8	update Content		
เสาร์...../...../.....				
อาทิตย์...../...../.....				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ.....จิราพร รัตนวงศ์..... (นางสาวจิราพร รัตนวงศ์)	ลงชื่อ.....Thiraporn Lee..... (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี.....22 กันยายน 2560..... นักศึกษา	ตำแหน่ง..... วัน/เดือน/ปี..... ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่ายสำเนาเก็บไว้เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์



ศูนย์สาธิตศึกษาและจัดหางาน สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

Co-operative Education and Career Center

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์: 0-2763-2762, 02-763-2750 Fax: 0-2763-2600 ต่อ 2788 www.tni.ac.th

แบบฟอร์มรายงานการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 14

ชื่อ-สกุลนักศึกษา นางสาวจิราพร วิชา คณิต รหัสนักศึกษา 57123013-5
คณะวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศคอมพิวเตอร์

วัน/เดือน/ปี	จำนวนชั่วโมง	งานที่ปฏิบัติโดยย่อ	ความรู้/ทักษะที่ได้รับ	ปัญหา/อุปสรรค
จันทร์ <u>25/9/60</u>		update contents		
อังคาร <u>26/9/60</u>		ประชุม update contents		
พุธ <u>27/9/60</u>		update contents		
พฤหัสบดี <u>28/9/60</u>		update contents		
ศุกร์ <u>29/9/60</u>		update contents		
เสาร์ <u>...../...../.....</u>				
อาทิตย์ <u>...../...../.....</u>				
จำนวนชั่วโมงรวม ในรายงานฉบับนี้		ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	ขอรับรองว่ารายงานฉบับนี้เป็นความจริงทุกประการ	
จำนวนชั่วโมง ในรายงานฉบับก่อน		ลงชื่อ <u>จิราพร วัฒนวงศ์</u> (นางสาวจิราพร วัฒนวงศ์)	ลงชื่อ <u>Thichin Lee</u> (.....)	
จำนวนชั่วโมง รวมทั้งหมด		วัน/เดือน/ปี <u>29 กันยายน 2560</u> นักศึกษา	ตำแหน่ง วัน/เดือน/ปี ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน	

หมายเหตุ: นักศึกษาต้องส่งรายงานฉบับนี้ถึงอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา / ฝึกงานทุกคณะวิชา ทุกสัปดาห์อย่างเคร่งครัด อย่าลืมถ่ายสำเนาเก็บไว้ เพื่อทำรายงานฉบับสมบูรณ์

ประวัติผู้จัดทำโครงการ



ชื่อ – สกุล

จิราพร รัตนวงศ์

วัน เดือน ปีเกิด

18 กันยายน 2538

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

โรงเรียนยุหมินพัฒนา

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนสตรีวัดมหาพฤฒารามในพระบรมราชินูปถัมภ์

ระดับอุดมศึกษา

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

- ไม่มี -

ประวัติการฝึกอบรม

1. ระบบการผลิตแบบโตโยต้า (TPS) ณ บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (โรงงานบ้านโพธิ์)
2. หลักการ MONOZUKURI และ Kaizen ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น
3. การทำ 5 ส ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น
4. ฟังบรรยาย Microsoft ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ - ไม่มี -