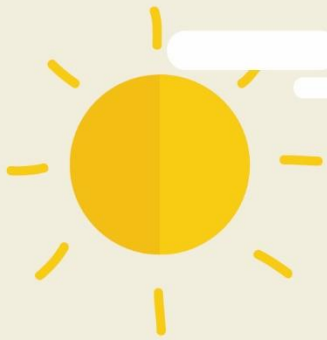




สอนชุมชน

เปิดร้านค้า

ออนไลน์

E-Commerce : How to open Online Shop



คู่มือสำหรับผู้ประกอบการชุมชน

โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม : Village E-Commerce
(ศึกษาและพัฒนา Village E-Commerce)

พิมพ์ครั้งที่ 1

สิงหาคม 2560

จำนวนพิมพ์ 6,000 เล่ม

ภายใต้ลิขสิทธิ์ของ © สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษาโครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม Village E-Commerce
(ศึกษาและพัฒนา Village E-Commerce)
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

โดย

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
เลขที่ 120 อาคารรัฐประศาสนภักดี
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
<http://www.onde.go.th>



สารบัญ

คู่มือสำหรับผู้ประกอบการชุมชน.....	ก
สารบัญ	ข
เตรียมความพร้อมสู่ร้านค้าออนไลน์	1
ขั้นตอนที่ 1 ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)	5
◆ หลักการพิจารณาผลิตภัณฑ์.....	8
◆ หลักการพิจารณาสินค้าจับต้องไม่ได้ (บริการ)	9
◆ ประเภทบรรจุภัณฑ์	10
◆ การตั้งราคา	14
◆ หลักการออกแบบตราสินค้า	17
ขั้นตอนที่ 2 เปิดร้านค้าออนไลน์ (Online Shop)	20
◆ พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับร้านค้าออนไลน์	20
◆ การเลือกระบบร้านค้าออนไลน์.....	32
◆ เตรียมข้อมูลร้านค้า	38
◆ วิธีการตั้งค่างานค้าออนไลน์.....	44
◆ ภาษีร้านค้าออนไลน์.....	54
ขั้นตอนที่ 3 ส่งเสริมการขาย (Online Marketing)	56
◆ การตลาดดิจิทัล.....	56
◆ การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า.....	57
◆ เครื่องมือการทำตลาดออนไลน์.....	58
ขั้นตอนที่ 4 บริหารการขาย (Shop Management).....	65
◆ การจัดเตรียมสินค้า	65
◆ การตรวจสอบรายการคำสั่งซื้อ	66
◆ การตรวจสอบการชำระเงิน.....	68

ขั้นตอนที่ 5 การบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing & Shipping)	72
♦ การบรรจุสินค้า	72
♦ การเลือกรูปแบบการขนส่งสินค้า.....	78
♦ การตรวจสอบการจัดส่งสินค้าถึงมือผู้ซื้อ.....	95
คำถามท้ายบท.....	97
กระดานคำตอบ	104



เตรียมความพร้อมสู่ร้านค้าออนไลน์

ปัจจุบันนี้การซื้อขายสินค้าไม่ได้จำกัดว่าจะต้องมีหน้าร้านเพื่อขายสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ผู้ประกอบการชุมชนสามารถขายสินค้าให้คนที่อยู่ต่างพื้นที่ โดยไม่จำกัดระยะทางด้วย “ร้านค้าออนไลน์” ซึ่งร้านค้าออนไลน์เปรียบเสมือนผู้ประกอบการชุมชนเปิดร้านค้า จัดวางสินค้า ในร้านของตนเองให้เกิดความสวยงาม ดึงดูดลูกค้า และเชิญชวนให้ซื้อ ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยพัฒนาให้เกิดเป็นรูปแบบร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า ร้านค้าออนไลน์ ดังนั้น ลองมาพิจารณาเปรียบเทียบร้านค้ากับร้านค้าออนไลน์ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเปิดร้านค้าออนไลน์



ร้านค้า (Offline Shop)



ร้านค้าออนไลน์ (Online Shop)

ข้อดี

- 1) ลูกค้าสามารถจับต้องสินค้าได้ โดยมีสถานที่ตั้งเป็นหลักแหล่งชัดเจน
- 2) ขายสินค้าเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช้งานระบบออนไลน์ได้ดี

ข้อเสีย

- 1) มีค่าใช้จ่ายในการเปิดร้านค้าสูงจากการตกแต่งร้านค้า ค่าสถานที่ และสาธารณูปโภค
- 2) ต้องมีพนักงานขายประจำร้านค้า
- 3) ขายสินค้าได้เฉพาะเวลาทำการเท่านั้น

ข้อดี

- 1) ขายสินค้าให้ลูกค้าที่อยู่ห่างไกล แม้ในต่างประเทศก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้
- 2) ค่าใช้จ่ายในการเปิดร้านค้า
- 3) ไม่ต้องมีพนักงานดูแลร้านค้า ระบบออนไลน์จะช่วยบริหารจัดการ
- 4) รองรับคำสั่งซื้อสินค้าได้ 24 ชั่วโมง

ข้อเสีย

- 1) ไม่เหมาะสมกับการขายสินค้ากลุ่มลูกค้าที่ไม่ใช้งานระบบออนไลน์

ฉะนั้น ผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังสนใจจะเข้าสู่การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ด้วยการเปิดร้านค้าออนไลน์ หากพิจารณาข้อดี ข้อเสีย ข้างต้นแล้ว มองเห็นว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจของตนเอง ทำให้สินค้าสามารถส่งขายให้กับกลุ่มผู้ซื้อ สร้างรายได้ให้กับตนเองได้มากขึ้น โดยสามารถติดตามเนื้อหาในหน้าถัดไป เพื่อให้เข้าใจกระบวนการเปลี่ยนแปลงร้านค้าของตนเอง ให้เป็นร้านค้าออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ พร้อมกลยุทธ์การบริหารจัดการร้านค้าและการตลาดดิจิทัล

5.บรรจุและจัดส่ง
(Packing & Shipping)



4.บริหารการขาย
(Shop Management)



5 ขั้นตอน
สู่การเป็นร้านค้าออนไลน์





1.ผลิตภัณฑ์/บริการ
(Product/Service)



2.เปิดร้านค้าออนไลน์
(Online Shop)



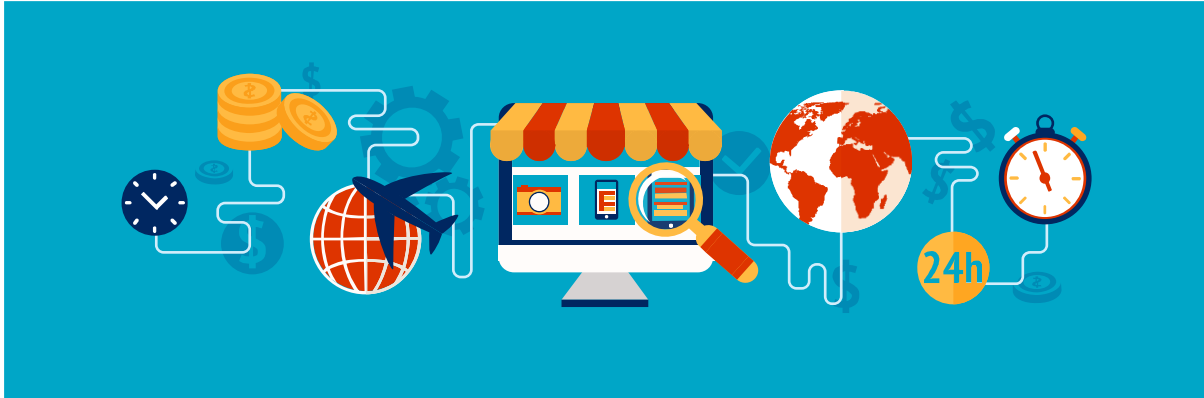
3.ส่งเสริมการขาย
(Online Marketing)



1.ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

ขั้นตอนที่ 1

ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)



ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์/บริการ ที่ตนเองนั้นมีอยู่ว่าเป็นสินค้าประเภทใด เหมาะสมกับผู้ซื้อกลุ่มใด บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นอย่างไร เพื่อสามารถกำหนดแนวทางการขายของตนเองได้ อีกทั้ง สิ่งสำคัญของผลิตภัณฑ์/บริการ คือการตั้งราคาที่เหมาะสมกับสินค้าและผู้ซื้อ เพื่อสร้างโอกาสทางการขายให้มากยิ่งขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น

ยายอนงค์ทำมะม่วงแช่อิ่ม แล้วนำไปขายที่ตลาดใกล้บ้าน โดยบรรจุใส่ถุงร้อน ขายโดยไม่ได้ชั่งน้ำหนัก ราคาถุงละ 10 บาท ฉะนั้น ประเภทของสินค้าที่ยายอนงค์เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย คือประเภท อาหารแปรรูป ซึ่งมีคุณสมบัติ เก็บรักษามะม่วงให้สามารถรับประทานได้นาน ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง



ยายอนงค์



แปรรูปมะม่วง (แช่อิ่ม)



บรรจุภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่ม

ฉะนั้น ยายอนงค์ ขายสินค้าสำหรับบริโภค วัตถุประสงค์หลัก คือ มะม่วง และบรรจุภัณฑ์หลัก คือ ถุง

โดยจากกรณีตัวอย่างของยายอนงค์ จะต้องพิจารณาสิ่งต่างๆต่อไปนี้ เพื่อให้สามารถนำสินค้าเข้าสู่ร้านค้าออนไลน์ได้ ด้วยการสร้างข้อมูลของสินค้า ประกอบด้วย ชื่อสินค้า คุณลักษณะสินค้า ส่วนผสม ราคา จุดเด่นของสินค้า รวมทั้งประเภทสินค้า เพื่อจัดกลุ่มสำหรับการจัดจำหน่ายบนช่องทางออนไลน์ได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องพิจารณาสินค้าของตนเอง หากพัฒนาสินค้า บรรจุภัณฑ์แล้ว จะทำให้มีโอกาสด้านการขายให้มากยิ่งขึ้น เช่น ยายอนงค์ศึกษาและปรับปรุงสินค้า ออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สินค้ามีความเหมาะสมกับการจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์

ศึกษาและปรับปรุงสินค้า ให้มีการคุณสมบัติที่ดียิ่งขึ้น เช่น รสชาติ การรักษาคุณภาพ เป็นต้น



การออกแบบโลโก้ (ตราสัญลักษณ์ของสินค้า)

เพื่อช่วยให้ลูกค้าจดจำสินค้าได้



การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ / ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์

เช่น ใส่ถุงปิดมิดชิด ใส่ขวดโหล ใส่กล่อง



นอกจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการ ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพแล้ว ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องส่งสินค้าเข้าสู่ตลาดออนไลน์ และขายสินค้าให้กับผู้บริโภคได้ ผู้ประกอบการชุมชนจึงจะต้องพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าตามหลักการพิจารณสินค้า ดังต่อไปนี้



◆ หลักการพิจารณาผลิตภัณฑ์



สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer product) เป็นสินค้าที่ซื้อรับประทาน หรือสำหรับร่างกาย โดยจำแนกออกเป็นกลุ่มดังนี้ สินค้าสะดวกซื้อ สินค้าเลือกซื้อ สินค้าเจาะจงซื้อ และสินค้าไม่แสงซื้อ ซึ่งแสดงคำอธิบายความถี่ของโอกาสในการซื้อของลูกค้าและระดับราคาที่เหมาะสม

1. **สินค้าสะดวกซื้อ** หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคจะต้องซื้อบ่อยครั้ง โดยเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันทุกวัน เช่น ผัก ผลไม้ อาหารแปรรูป สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน ฯลฯ โดยมีความถี่ของการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากต่อวัน และระดับราคาที่ขายได้อยู่ในระดับราคา ต่ำ-ปานกลาง

2. **สินค้าเลือกซื้อ** หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติด้านต่าง ๆ จากผู้ขายหลายรายก่อนซื้อ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหารเสริม สินค้าบำรุงร่างกาย ฯลฯ โดยมีความถี่ของการซื้อสินค้านี้น้อยกว่าสินค้าสะดวกซื้อ และระดับราคาที่ขายได้อยู่ในระดับราคา ปานกลาง-สูง

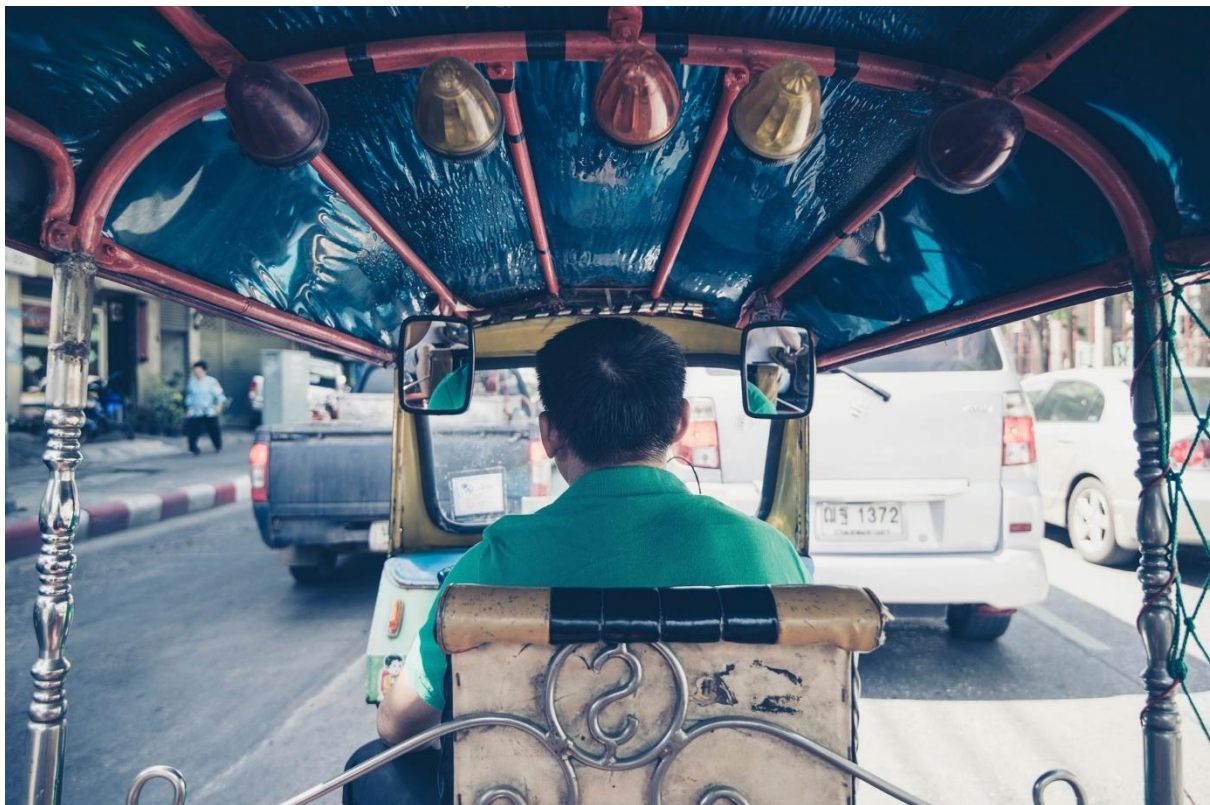
3. **สินค้าเจาะจงซื้อ** เป็นสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ หรือมีตราที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นเหตุให้ผู้ซื้อตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้น เช่น โทรศัพท์สมาร์ทโฟน สินค้าแบรนด์เนม สินค้าประจำตำบล เครื่องนุ่งห่มที่มีเอกลักษณ์ โดยมีความถี่ของการซื้อสินค้านี้น้อยกว่าสินค้าเลือกซื้อ และระดับราคาที่ขายได้อยู่ในระดับราคา ปานกลาง-สูง

4. **สินค้าไม่แสงซื้อ** เป็นสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคอาจรู้จักหรือไม่รู้จักก็ได้ แต่ไม่เคยคิดที่จะซื้อ มีลักษณะ 2 ประการคือ (1) เป็นสินค้าใหม่ที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จัก (2) สินค้าซึ่งผู้บริโภคไม่มีความต้องการ โดยสินค้าประเภทนี้จะมีลักษณะเฉพาะ โดยมีความถี่ของการซื้อสินค้านี้น้อยกว่าสินค้าเจาะจงซื้อ และระดับราคาที่ขายได้อยู่ในระดับราคาเฉพาะตัว

ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องพิจารณาสินค้าว่าจัดอยู่ในกลุ่มใด เพื่อประเมินระดับความถี่ของการซื้อสินค้าและการตั้งราคาที่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ ได้

◆ หลักการพิจารณาสินค้าจับต้องไม่ได้ (บริการ)

ผู้ประกอบการชุมชนสามารถขายสินค้าในรูปแบบที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยเป็นรูปแบบการให้บริการ ถือเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่สามารถขายให้กับผู้บริโภคได้ โดยให้บริการในรูปแบบต่างๆ เช่น โฮมสเตย์ ล่องเรือ ท่องเที่ยววิถีไทย และนวดแผนไทย ฯลฯ



การบริการรถตุ๊กตุ๊กท่องเที่ยวรอบกรุงรัตนโกสินทร์

ตัวอย่างเช่น คุณลุงสมชาย มีอาชีพขับรถตุ๊กตุ๊กรับจ้าง โดยคุณลุงสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ คุณลุงจึงมีแนวคิดให้บริการรถตุ๊กตุ๊กท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยลักษณะการขาย เป็นการให้บริการท่องเที่ยวแบบครึ่งวันและเต็มวัน โดยมีการนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยว ที่คุณลุงสมชาย สามารถขับไปส่งและจอดรอได้ ถ้าหากมีลักษณะการให้บริการที่เป็นแบบแผน ตามแนวคิดของคุณลุงสมชาย สามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวโดยรถตุ๊กตุ๊ก จำหน่ายบริการผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยว จองหรือซื้อใช้บริการท่องเที่ยวได้ เป็นลักษณะของสินค้าจับต้องไม่ได้ (บริการ) รูปแบบหนึ่ง

◆ ประเภทบรรจุภัณฑ์

การบรรจุสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน ต้องพิจารณารูปแบบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ เช่น ช่วยเก็บรักษาสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน ช่วยให้รับประทานง่าย ช่วยปกป้องสินค้า ช่วยในการขนส่ง ส่งเสริมความเป็นธรรมชาติ เพื่อให้เกิดการจดจำในรูปลักษณะเฉพาะ เพิ่มความหรูหรา ทำให้เห็นสินค้าภายใน ชัดเจน รวมถึงสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้

โดยการเลือกบรรจุภัณฑ์นั้น จะมีรูปแบบการห่อหุ้มสินค้า ด้วยกระบวนการวิธีง่ายๆ ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มและสัมผัสกับสินค้าโดยตรง โดยทำหน้าที่ปกป้องสินค้าและความชื้นจากอากาศ ที่ทำให้สินค้าเสียคุณภาพ โดยมีรูปลักษณะเป็นลักษณะต่างๆ เช่น ขวด กระป๋อง หลอด ถุง กล่อง มีการออกแบบให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะได้



ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยที่บรรจุสินค้าโดยตรง

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มสินค้าหน่วยเล็กที่สุดไม่ได้รับแรงกระแทกหรือความชื้นจากภายนอก บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองมีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกไว้ด้วยกัน หรือเป็นชุดในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรกคือ ป้องกันรักษาสินค้าจากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสงแดด แรงกระแทกกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีก เพื่อความสะดวกในการป้องกันและขนส่ง จึงต้องทำการออกแบบให้สวยงามดึงดูดใจผู้บริโภค เช่น กล่องบรรจุเครื่องดื่มกระป๋อง ชนิด 6 กระป๋อง กล่องกาแฟชนิด 50 ซอง หรือขนมที่ต้องรักษาความชื้น



ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่มีบรรจุภัณฑ์ชั้นใน

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ ทำหน้าที่ในการป้องกันสินค้า การขนถ่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วในระหว่างการจัดส่ง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์นี้ เช่น หีบ ไม้ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน



ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด

ตัวอย่างนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์



บรรจุภัณฑ์สำหรับการปกป้องสินค้า

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ปกป้องไข่เค็มสด โดยสามารถแสดงข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ได้



บรรจุภัณฑ์สำหรับการสื่อสารที่เป็นธรรมชาติ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สื่อสารการใช้สินค้าจากธรรมชาติ ไม่มีอันตราย



บรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ช่วยในการจดจำ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีโครงสร้างแปลกใหม่ และมีขนาดที่เฉพาะตัว ช่วยให้ลูกค้าจดจำได้



บรรจุภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบเป็นโลหะ ช่วยให้มีคุณภาพ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้โลหะจะช่วยปกป้อง ทำให้รู้สึกมีคุณภาพ และเสริมความมีระดับของสินค้า



บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปภาพองค์ประกอบหลักเป็นรูปหลัก

ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยนำภาพขององค์ประกอบหลักของสินค้ามาใช้ในการสื่อความหมาย
ช่วยให้สื่อสารกับผู้บริโภคได้



บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมความสนุก ตลกขบขัน

ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีลูกเล่น ทำให้เกิดความสนุกสนาน สร้างเสียงหัวเราะและรอยยิ้ม



บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยให้เห็นสินค้าโดยตรง

ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีลักษณะโปร่งใสทำให้สามารถเห็นสินค้าโดยตรงได้

♦ การตั้งราคา

การตั้งราคาผลิตภัณฑ์/บริการ จำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการพร้อมกับการตั้งราคาให้เกิดความเหมาะสมกับการขายผ่านร้านค้าออนไลน์ โดยวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการขายสินค้า และกลยุทธ์ในการขาย โดยการตั้งราคาจะเกิดจาก 3 วัตถุประสงค์ คือ

1. การตั้งราคาโดยมุ่งกำไร กำไรเกิดจากผลต่างระหว่างรายได้จากการขาย หักลบด้วยต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาโดยมุ่งที่กำไร การตั้งราคาเพื่อให้ได้รับกำไรตามเป้าหมาย โดยพิจารณาดำเนินการกำหนดกำไรที่ต้องการได้จากผลิตภัณฑ์/บริการนั้นๆ เช่น คุณยายอนงค์ ต้องการขายมะม่วงแช่อิ่ม ได้กำไรขวดละ 25 บาท ดังนั้นคุณยายอนงค์ จะต้องนำต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่อสินค้า 1 ชิ้น มาบวกรวมกับผลกำไรที่ต้องการตามเป้าหมาย จะปรากฏเป็นราคาจำหน่าย ดังสมการ

$$\text{ราคาขาย} = \text{ต้นทุน} + \text{ค่าใช้จ่าย} + \text{ค่าโฆษณา} + \text{กำไรที่ประสงค์}$$

ตัวอย่าง คุณยายอนงค์ขายมะม่วงแช่อิ่ม

ต้นทุน คือ มะม่วง และวัตถุดิบแช่อิ่ม	50 บาท
ค่าใช้จ่าย คือ ค่าแรง ค่าแก๊ส	15 บาท
ค่าโฆษณา ทางออนไลน์	5 บาท
กำไรที่ประสงค์	25 บาท



ต้องการกำไร

25 บาท

=

ราคาขาย

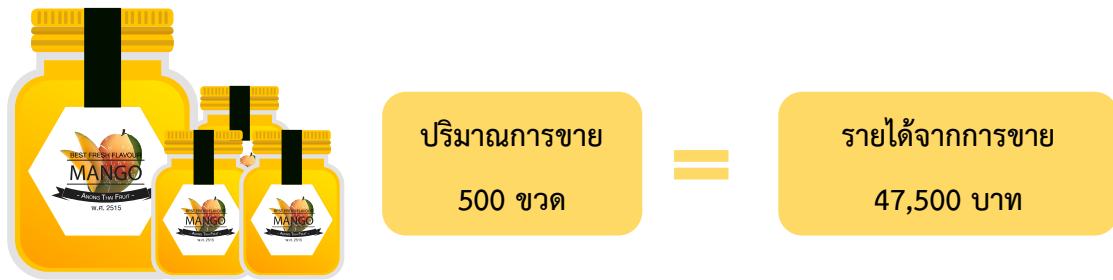
95 บาท

$$\text{ราคาขาย} = 50 + 15 + 5 + 25 = 95 \text{ บาท}$$

2. การตั้งราคาโดยมุ่งยอดขาย เป็นการตั้งราคาที่ต้องการให้เกิดผลต่อยอดขายในรูปจำนวนหน่วยหรือจำนวนเงิน ยอดขายในรูปจำนวนเงินก็คือ รายได้จากการขาย ดังในสมการ

$$\text{รายได้จากการขาย} = \text{ราคา} \times \text{ปริมาณการขาย}$$

การตั้งราคาโดยมุ่งยอดขายที่จะนำมาพิจารณาในที่นี้มี 2 ประเด็นคือ การตั้งราคาเพื่อเพิ่มยอดขาย และการตั้งราคาเพื่อเพิ่มส่วนครองตลาด กรณีที่ผู้ประกอบการขายผลิตภัณฑ์/บริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผู้อื่น ทำให้เกิดการแข่งขันจากฐานลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ราคาจึงเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันยอดขายของร้านค้าได้ เช่น ขายราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แต่ขายได้ปริมาณมากกว่าทำให้มีผลกำไรที่ดีกว่า เป็นต้น ดังนั้น หากคุณยายอนงค์ต้องการขายมะม่วงแช่อิ่ม ให้ได้ 500 ขวด จะต้องคำนวณดังต่อไปนี้



ตัวอย่าง คุณยายอนงค์ขายมะม่วงแช่อิ่ม

ราคาขาย

95 บาท

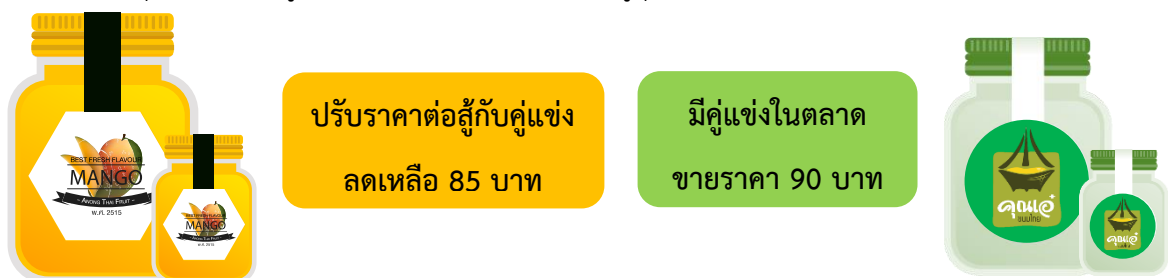
ปริมาณการขาย

500 ขวด

รายได้จากการขาย = 95×500 = 47,500 บาท

เมื่อคุณยายอนงค์ขายได้ 500 ขวด จะได้รับเงิน 47,500 บาท (หักต้นทุนและค่าใช้จ่ายขวดละ 70 บาท) จะทำให้ได้รับผลกำไรทั้งสิ้น $47,500 - (70 \times 500) = 12,500$ บาท

3. **วัตถุประสงค์อื่นๆ** คือ การตั้งราคาของธุรกิจที่มีเป้าหมายอื่น นอกเหนือจากที่กล่าวมา ประกอบด้วย 2 กรณี คือการตั้งราคาเพื่อเผชิญการแข่งขัน และการตั้งราคาเพื่อรักษาเสถียรภาพของราคา โดยผู้ประกอบการชุมชน อาจใช้รูปแบบนี้น้อย นอกจากจะก้าวสู่อุตสาหกรรมอย่างเต็มตัวแล้ว



ดังนั้น คุณยายอนงค์ มีคู่แข่งทางการตลาด ทำให้คุณยายอนงค์ขายสินค้าได้ลดลง จึงต้องใช้รูปแบบการตั้งราคาของธุรกิจที่มีเป้าหมายอื่นๆ คือ ทำให้ราคาเทียบเท่าคู่แข่งทางการตลาด หรือราคาต่ำกว่า เพื่อดึงดูดลูกค้า หากสินค้ามีคุณภาพสูงสามารถใช้เพื่อนำเสนอคุณภาพของวัตถุดิบ และรสชาติแทนการลดราคาได้

◆ หลักการออกแบบตราสินค้า

ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ คำ สัญลักษณ์ การออกแบบ หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าวเพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่ง หรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง และสร้างการจดจำผลิตภัณฑ์/บริการ จากตราสินค้าได้ โดยลักษณะที่ดีของตราสินค้าจะต้องสะท้อนบุคลิกของสินค้า หรือลักษณะของสินค้า เช่น คุณเอ๋ยขายขนมไทยควรออกแบบให้มีรูปลักษณะเป็นแบบไทย ควรเป็นภาพกราฟิกมากกว่าภาพของจริง สามารถออกแบบได้จากเว็บไซต์ช่วยออกแบบตราสินค้า และที่สำคัญคือไม่ควรมีรายละเอียดมากเกินไป ทำให้ไม่เกิดความโดดเด่น อีกทั้งยังเป็นเรื่อง ที่ช่วยในการจดจำตราสินค้าได้อีกด้วย



ภาพตัวอย่างตราสินค้า

การออกแบบตราสินค้า

โลโก้ที่ดีควรมีลักษณะที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่ายและติดตาม โลโก้ที่ลูกค้าจดจำได้จะทำให้ได้เปรียบเหนือคู่แข่งและสามารถเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าได้

การเลือกจุดเด่นของโลโก้: จุดเด่นของโลโก้ควรคำนึงตั้งแต่สีของโลโก้ไปจนถึงรูปร่างของโลโก้ ที่ลูกค้ามองแล้วสามารถสัมผัสได้ว่านั่นคือสินค้าหรือบริการอะไร

ตัวอย่าง : จากกรณีการตั้งชื่อร้าน คุณเอ๋ ขนมไทย โดยชื่อร้านบ่งบอกถึงสินค้าที่ขายนั่นคือขนมไทย จึงเลือกใช้โลโก้ที่สื่อถึงขนมไทย เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย ลักษณะสีที่ใช้แสดงออกถึงความโดดเด่นมีเอกลักษณ์ของสีใบตองที่ใช้ห่อขนมไทยนั่นเอง





2.เปิดร้านค้าออนไลน์ (Online Shop)

ขั้นตอนที่ 2

เปิดร้านค้าออนไลน์ (Online Shop)



◆ พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับร้านค้าออนไลน์

1. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการทำร้านค้าออนไลน์นั้น มีความจำเป็นจะต้องใช้อุปกรณ์ อาทิ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพ เครื่องพิมพ์เอกสาร ที่เป็นองค์ประกอบสำหรับการทำร้านค้าออนไลน์ โดยไม่จำเป็นว่าผู้ประกอบการชุมชนจะต้องมีทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ก็สามารถบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ได้ ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จะสามารถทำให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจได้



คอมพิวเตอร์ ใช้สำหรับการจัดตั้งร้านค้าออนไลน์ รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า โต้ตอบกับลูกค้า มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำร้านค้าออนไลน์ ผู้ประกอบการชุมชนที่ไม่มีคอมพิวเตอร์สามารถเข้าใช้บริการได้ที่ศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน ศูนย์ดิจิทัลชุมชน ของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมากกว่า 2,000 แห่ง ทั่วประเทศ

ศูนย์ดิจิทัลชุมชน www.onde.go.th โทร. 02-142-1202



สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ใช้สำหรับบริหารจัดการร้านค้า รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ได้ตอบ
กับลูกค้า มีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารร้านค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่พกพาได้ง่าย สะดวกสำหรับ
การตรวจสอบรายการสั่งซื้อของลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง



กล้องดิจิทัล ใช้สำหรับการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อประกอบการขาย เนื่องจากผู้ซื้อ
ไม่สามารถเห็นสินค้าตัวจริง หรือจับต้องได้ ดังนั้น ภาพถ่ายจะเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมาย
หากภาพชัดเจนสวยงาม ครบถ้วนทุกมุมมอง ทำให้มีโอกาสที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่า ผู้ประกอบการชุมชน
สามารถใช้เพียงกล้องโทรศัพท์ถ่ายภาพก็สามารถใช้งานได้ โดยต้องจัดองค์ประกอบแสงให้เหมาะสม



เครื่องพิมพ์เอกสาร ใช้ในกรณีการจัดพิมพ์เอกสาร การจำหน่ายการส่งสินค้า รวมถึงการประยุกต์ใช้ในการพิมพ์ตราสัญลักษณ์ ป้ายข้อเสนอพิเศษ ป้ายโฆษณา คำอธิบายสรรพคุณ รหัสยืนยันการใช้บริการ บัตรส่วนลด บัตรผ่าน ฯลฯ ประกอบผลิตภัณฑ์/บริการที่จำหน่าย

2. อินเทอร์เน็ต เป็นโครงข่ายที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการและผู้ซื้อทั่วโลก ให้เข้าถึงกันได้ โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้มียุทธศาสตร์ในการวางโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับประชาชนไทย เพื่อให้ประชาชนได้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีพื้นที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี คือ เน็ตประชารัฐ ศูนย์ดิจิทัลชุมชน และศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน สามารถตรวจสอบจุดให้บริการได้ที่ www.netpracharat.com หรือ <http://thaitelecentre.org> สอบถามได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 02-142-1202



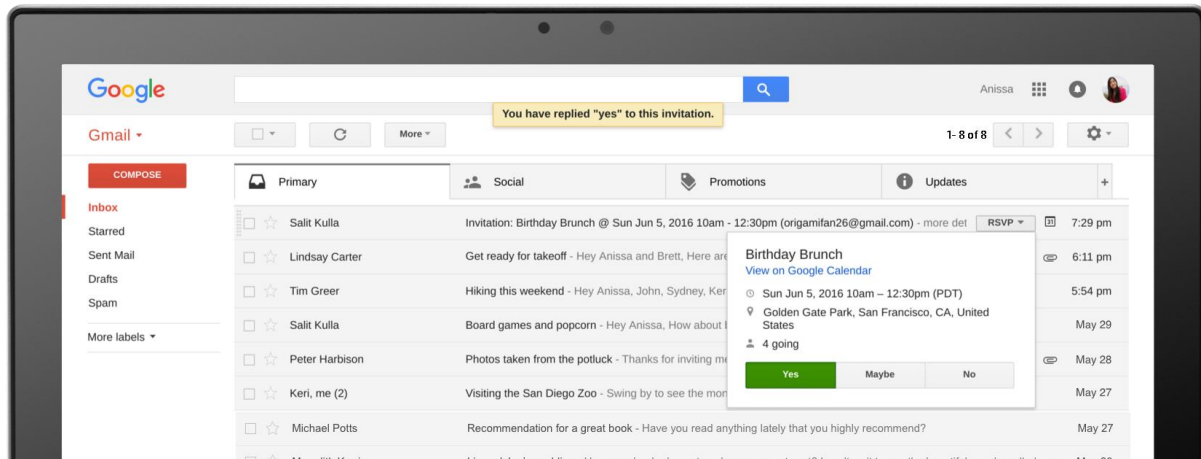
อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนสำคัญของการติดต่อสื่อสารผ่านโลกดิจิทัล ผู้ที่ใช้โครงข่ายต้องมีบัญชีในการยืนยันตนเอง สำหรับรับข้อมูลข่าวสาร หรือคำสั่งซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชนต้องสมัครจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรืออีเมล (Email)

บัญชีจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) คือ บัญชีสำหรับการรับส่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยเป็นเสมือนบ้านเลขที่ หากผู้ประกอบการต้องการส่งจดหมายถึงลูกค้า ต้องระบุ ชื่อ ที่อยู่ จังหวัด รหัสไปรษณีย์ เพื่อส่งจดหมายไปยังลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ก็เช่นกัน เป็นการจัดตั้งที่อยู่แบบอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดส่งจดหมาย โดยบัญชีจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นพื้นฐานของระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีบัญชีอีเมล อย่างน้อย 1 บัญชี

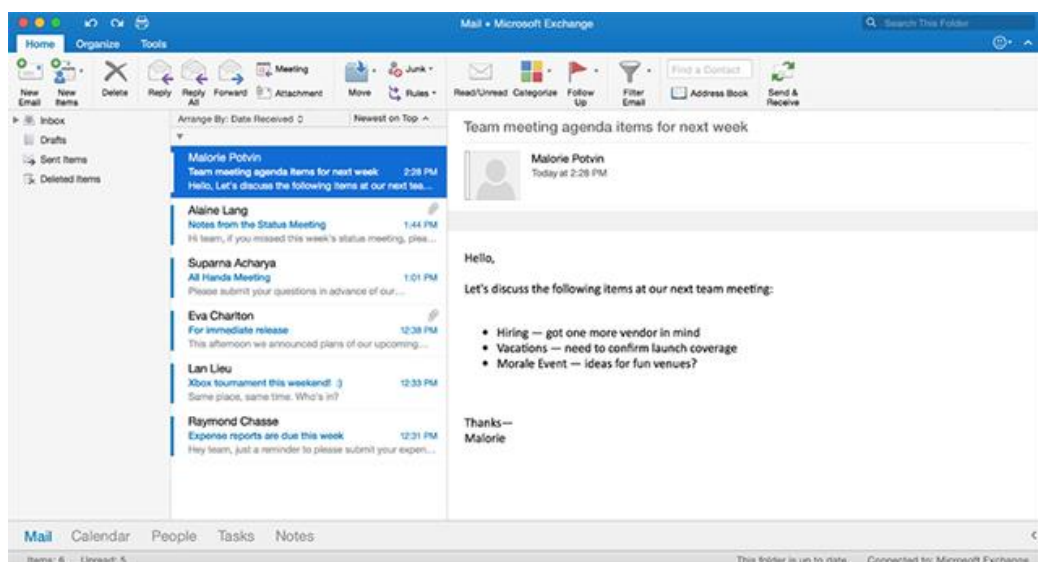


จำกันง่ายๆ อีเมลจะมีสัญลักษณ์ “@” แอตไซน์

อีเมลมีผู้ให้บริการฟรีหลายบริษัท โดยมีอีเมลที่นิยมใช้ อาทิ กูเกิลจีเมล (Gmail) ไมโครซอฟต์เอ้าท์ลุค (Outlook) แอปเปิ้ลไคล라우드 (iCloud) เป็นต้น



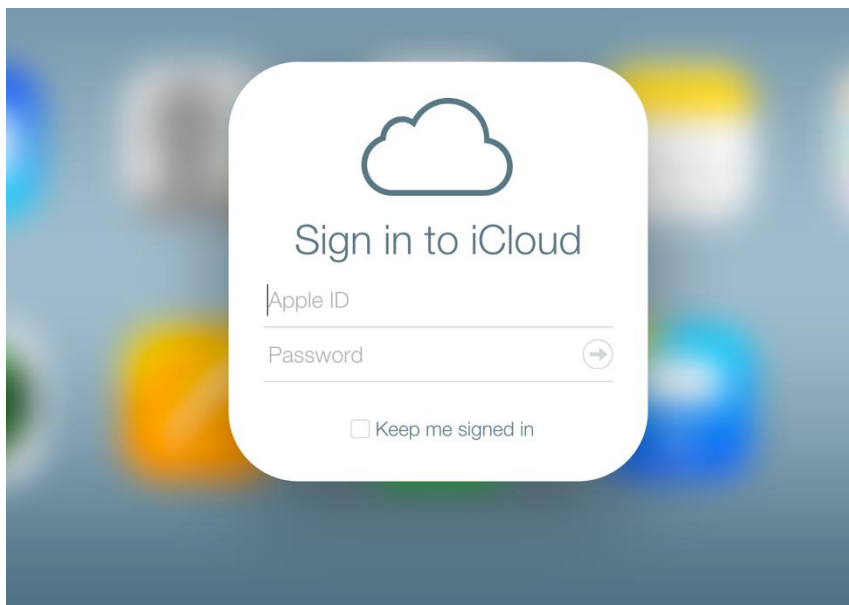
หน้าจอระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของกูเกิ้ล (Google Gmail)



หน้าจอระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของไมโครซอฟต์ (Microsoft Outlook)



iCloud



หน้าจอระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของแอปเปิ้ล (Apple iCloud)

ขั้นตอนการสมัครและใช้งานบัญชีอีเมล (Email)



1) **ตั้งชื่อที่อยู่อีเมล** ผู้ประกอบการชุมชนสามารถตั้งชื่อที่อยู่อีเมลเป็นภาษาอังกฤษให้สื่อความหมายถึงชื่อร้านค้า ตัวอย่างเช่น คุณยายอนงค์ ขายผลไม้แช่อิ่ม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 ก็สามารถตั้งชื่อที่อยู่เป็น

AnongFruit2515@gmail.com

AnongThaiFruit@gmail.com

AnongMango2515@gmail.com

Anong_Thaifruit@gmail.com

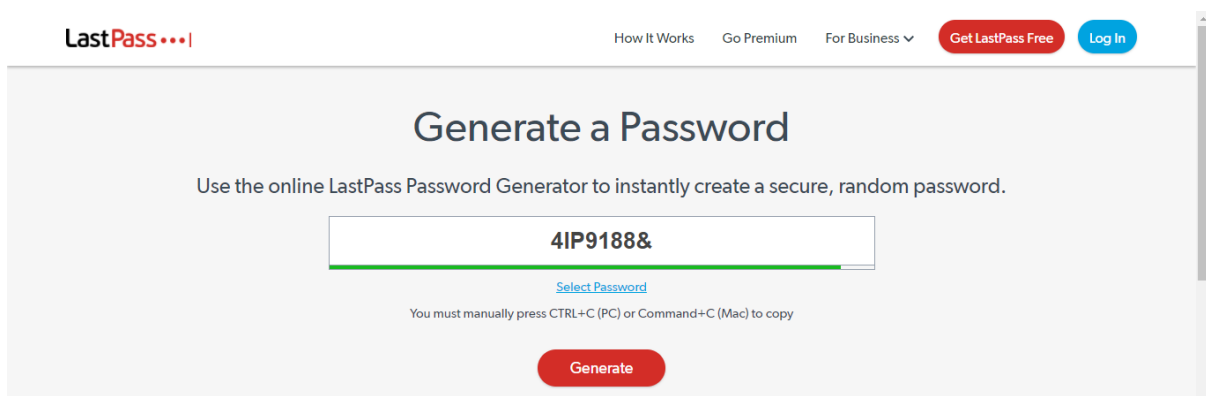
หลักเกณฑ์การตั้งชื่อที่อยู่อีเมลประกอบด้วย ตัวอักษร ตัวเลข และสัญลักษณ์ หากชื่อร้านค้าของผู้ประกอบการชุมชนไม่ประกอบด้วยคำเฉพาะ อาจทำให้มีโอกาสซ้ำซ้อนกับที่อยู่อีเมลของผู้อื่น จึงต้องเปลี่ยนหรือใส่สัญลักษณ์ เพื่อให้จดจำได้ง่าย

2) **ตั้งรหัสผ่านเข้าสู่บัญชีอีเมล** รหัสผ่านเป็นสิ่งสำคัญในการยืนยันตัวตน เพื่อเข้าสู่บัญชีและอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในกล่องจดหมาย ดังนั้นการตั้งรหัสผ่านสำหรับบัญชีอีเมล ต้องมีความปลอดภัย โดยหลักการที่ทำให้รหัสผ่านมีความปลอดภัย คือ ตั้งรหัสผ่านให้มีความยาวมากกว่า 8 ตัวอักษร ประกอบด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ ตัวพิมพ์เล็ก ตัวเลขและสัญลักษณ์ผสมกัน ไม่ตั้งรหัสผ่านจากชื่อนามสกุล ชื่อเล่น วันเดือนปีเกิด เบอร์โทรศัพท์ หรือจากพจนานุกรม และไม่ตั้งรหัสผ่านจากคำที่เรียงกันบนแป้นพิมพ์

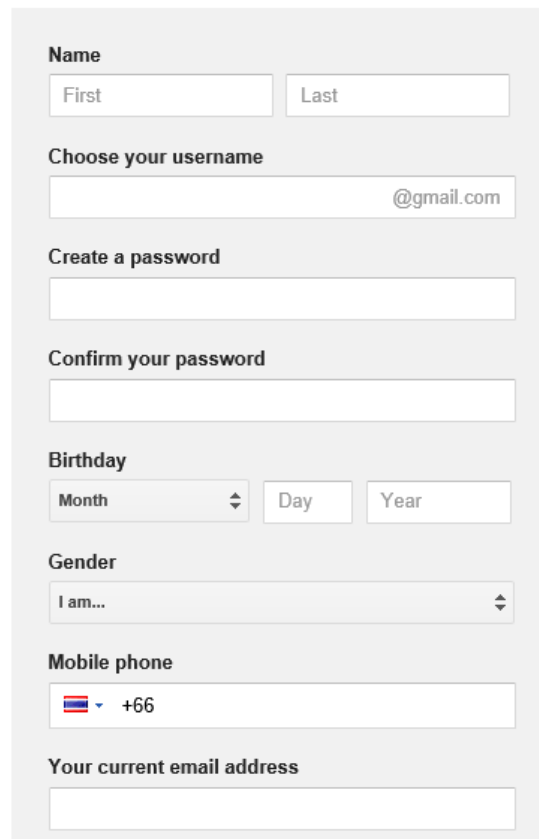


รหัสผ่านที่ไม่ควรใช้งาน เช่น 12345678, password, abc123, qwerty, football, 1qaz2wsx, login, welcome, 0987654321 เป็นต้น

Tips หากผู้ประกอบการชุมชนคิดรหัสผ่านไม่ออก สามารถเข้าเว็บไซต์เพื่อสร้างรหัสผ่านได้ที่ <https://lastpass.com/generatepassword.php> และกด Generate จะได้รับรหัสผ่านที่มีความปลอดภัยทันที



3) กรอกข้อมูลบัญชีอีเมล อีเมลจะมีพื้นที่ให้กรอกข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับบัญชีอีเมล เช่น ชื่อ นามสกุล รูปภาพประจำบัญชีอีเมล เพศ วัน เดือน ปี เกิด เบอร์โทรศัพท์ อีเมลที่ใช้อยู่ปัจจุบัน (ถ้ามี)


 The image shows a registration form for an email account. It includes fields for Name (First and Last), Choose your username (with a @gmail.com placeholder), Create a password, Confirm your password, Birthday (Month, Day, Year), Gender (I am...), Mobile phone (with a Thai flag icon and +66), and Your current email address.

ตัวอย่าง การกรอกข้อมูลเพื่อสมัครอีเมล

ผู้ประกอบการดำเนินการสมัครและใช้งานบัญชีอีเมล (Email) ตามขั้นตอนดังกล่าว จะได้บัญชีที่สามารถนำมาใช้ในการสมัครเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) และร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce Platform/ E-Marketplace) ได้

3.บัญชีเครือข่ายสังคมออนไลน์



บัญชีเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่จำเป็นที่ผู้ประกอบการชุมชนต้องสร้างเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยประเทศไทยมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมากถึง 46 ล้านบัญชีผู้ใช้ อันดับที่ 1 คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) อันดับที่ 2 คือ ยูทูบ (Youtube) และอันดับที่ 3 คือ ไลน์ (LINE) ซึ่งส่วนใหญ่มีการซื้อ-ขายสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์มากถึง 11.58 ล้านคน ฉะนั้น การจัดทำบัญชีเครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถสร้างช่องทางการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นกว่าการโฆษณาแบบเดิม โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แนะนำสำหรับผู้ประกอบการชุมชน คือ เฟซบุ๊ก



เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครื่องมือสังคมออนไลน์ที่มีความนิยมมาก ประเทศไทยมีผู้ใช้งานมากถึง 46 ล้านบัญชี ดังนั้น หากผู้ประกอบการต้องการสื่อสาร สามารถสร้างการรับรู้ของลูกค้าได้มากที่สุดถึง 46 ล้านบัญชีด้วยกัน โดยแบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 51 และเพศหญิงร้อยละ 49¹

Tips การสร้างบัญชีผู้ใช้สำหรับ Facebook และการสร้างร้านค้า Facebook Page สามารถดูวีดิทัศน์การสอนของโครงการ SMEGoOnline ได้ที่ <https://www.smesgoonline.com/page/basic.php>

¹ We are social. (2017). Digital in 2017: Global Overview. <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

4. บัญชีธนาคารและระบบตรวจสอบการรับเงิน



บัญชีธนาคารสำหรับร้านค้าออนไลน์ เป็นช่องทางหลักในการรับเงินจากลูกค้าหรือระบบร้านค้าออนไลน์ ผู้ประกอบการชุมชนต้องเปิดบัญชีธนาคารในนามนิติบุคคล หรือบริษัท เพื่อเป็นบัญชีสำหรับรับเงินจากการขายสินค้า โดยสามารถเปิดบัญชีผ่านธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ที่ให้บริการในประเทศไทย โดยอาจมีการเปิดบัญชีหลายธนาคาร เพื่อรองรับการโอนเงินของลูกค้า สิ่งสำคัญคือบัญชีธนาคารต้องสามารถตรวจสอบสถานะการโอนเงินได้สะดวก รวดเร็ว เพื่อตรวจสอบการชำระเงินของลูกค้า และดำเนินการจัดส่งสินค้าต่อไป ผู้ประกอบการชุมชนสามารถเปิดบัญชีผ่านธนาคารพาณิชย์ใกล้บ้าน พร้อมลงทะเบียนใช้ระบบตรวจสอบยอดเงิน ในช่องทางที่ธนาคารเปิดให้บริการ สามารถผูกบริการพร้อมเพย์ เพื่อสะดวกต่อการซื้อขายของผู้ประกอบการชุมชนและลูกค้าได้

Tips พร้อมเพย์ ดีกับผู้ประกอบการชุมชน

พร้อมเพย์ (PromptPay) เป็นระบบการให้บริการโอนเงินระหว่างบุคคล ไม่ต้องใช้เลขที่บัญชีธนาคาร สามารถใช้หมายเลขโทรศัพท์มือถือ หรือเลขที่บัตรประจำตัวประชาชน เพื่อทำการโอนเงิน ให้ความสะดวกและปลอดภัยต่อผู้ซื้อ ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนมีโอกาสในการขายสินค้าได้ดียิ่งขึ้น จากค่าธรรมเนียมการโอนที่ผู้ซื้อโอนเงินโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมการโอนต่างธนาคาร ในกรณีที่ซื้อสินค้าไม่เกิน 5,000 บาท/รายการ ผ่านช่องทางการโอนเงินทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) และทางตู้กดเงินสด (ATM) ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนไม่จำเป็นต้องเปิดบัญชีธนาคารหลายธนาคารเพื่อรองรับการโอนเงินอีกด้วย



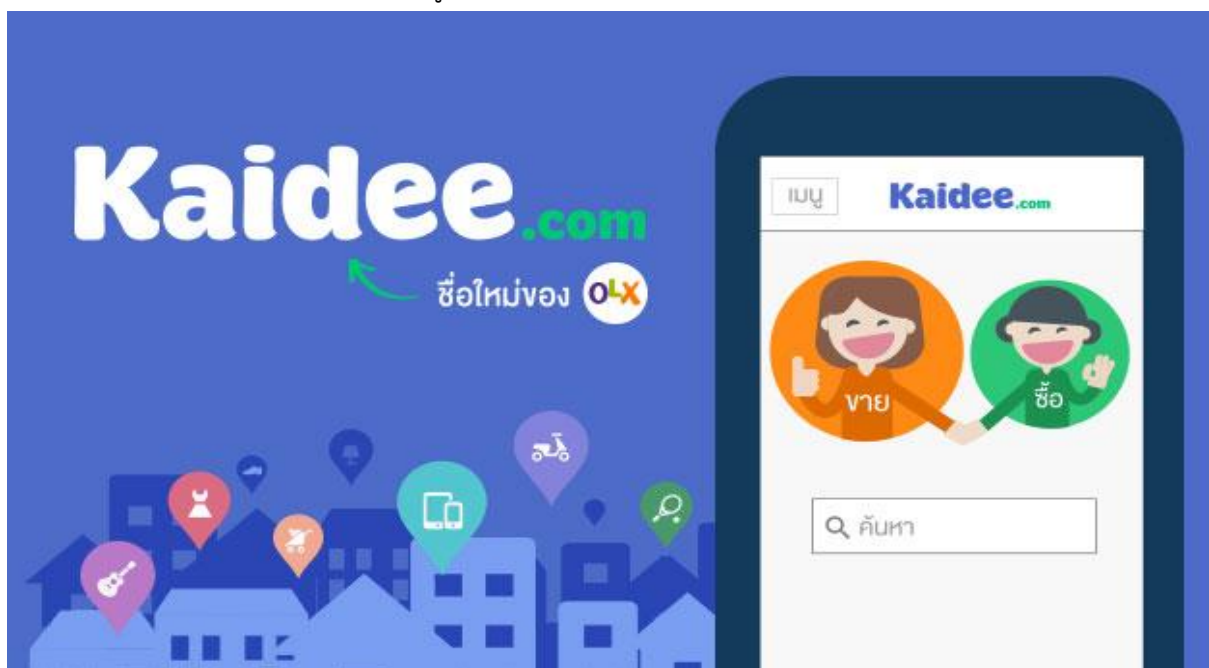
ดังนั้นผู้ประกอบการชุมชนหากไม่ได้เปิดบัญชีธนาคารหลายธนาคาร สามารถลงทะเบียนบริการพร้อมเพย์ เพื่อให้ลูกค้าสะดวกและเพิ่มโอกาสในการซื้อขายสินค้าอีกด้วย ขั้นตอนการลงทะเบียน ให้เตรียม 3 สิ่ง คือ สมุดบัญชีเงินฝาก บัตรประจำตัวประชาชนตัวจริง และโทรศัพท์มือถือที่ต้องการลงทะเบียน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการชุมชนสามารถลงทะเบียนได้ที่ตู้กดเงินสด (ATM) ทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) หรือสาขาธนาคารใกล้สถานประกอบการชุมชน

♦ การเลือกระบบร้านค้าออนไลน์

แบบลูกค้ากับลูกค้า (Customer to Customer : C2C)

ระบบร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบลูกค้ากับลูกค้ามีความนิยมใช้ในการขายสินค้ามือสองหรือสินค้าที่มีความเฉพาะ ไม่ได้ผลิตเป็นจำนวนมากๆ หลักการขาย ผู้ขายจะประกาศขายผ่านช่องทางออนไลน์และผู้ซื้อจะเข้ามาค้นหาผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสามารถพูดคุย ตกลงราคา ทำการโอนเงิน และจัดส่งสินค้า หรือนัดพบ เพื่อทำการซื้อขาย ซึ่งผู้ประกอบการชุมชนที่ผลิตสินค้าเฉพาะชิ้นงาน อย่างเช่น ภาพวาด สิ่งประดิษฐ์ หัตถกรรม ที่ผลิตเป็นจำนวนน้อยๆ สามารถเข้าใช้บริการร้านค้าออนไลน์แบบลูกค้ากับลูกค้าได้ โดยแนะนำเว็บไซต์ในประเทศไทยคือ ขายดีดอทคอม (Kaidee.com) ตลาดปลาซ่าดอทคอม (Taladplaza.com) หรือการใช้ช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็สามารถทำร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบลูกค้ากับลูกค้าได้ เช่น ประกาศขายผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น

ขายดีดอทคอม (Kaidee.com) เป็นบริการกลางสำหรับการขายสินค้า โดยมีหมวดหมู่ มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ เครื่องดนตรี กีฬา จักรยาน แม่และเด็ก กระเป๋า นาฬิกา รองเท้า เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย สุขภาพและความงาม บ้านและสวน พระเครื่อง ของสะสม อสังหาริมทรัพย์ รถมือสอง อะไหล่รถ ประดับยนต์ มอเตอร์ไซด์ กล้อง เครื่องใช้ไฟฟ้า เกมส์ สัตว์เลี้ยง งานอดิเรก ธุรกิจ บริการ ท่องเที่ยว การศึกษา และแบ่งปัน ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชนสามารถนำสินค้า หรือของที่ไม่ได้ใช้งานมาขายในบริการของขายดีดอทคอมได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://www.kaidee.com>



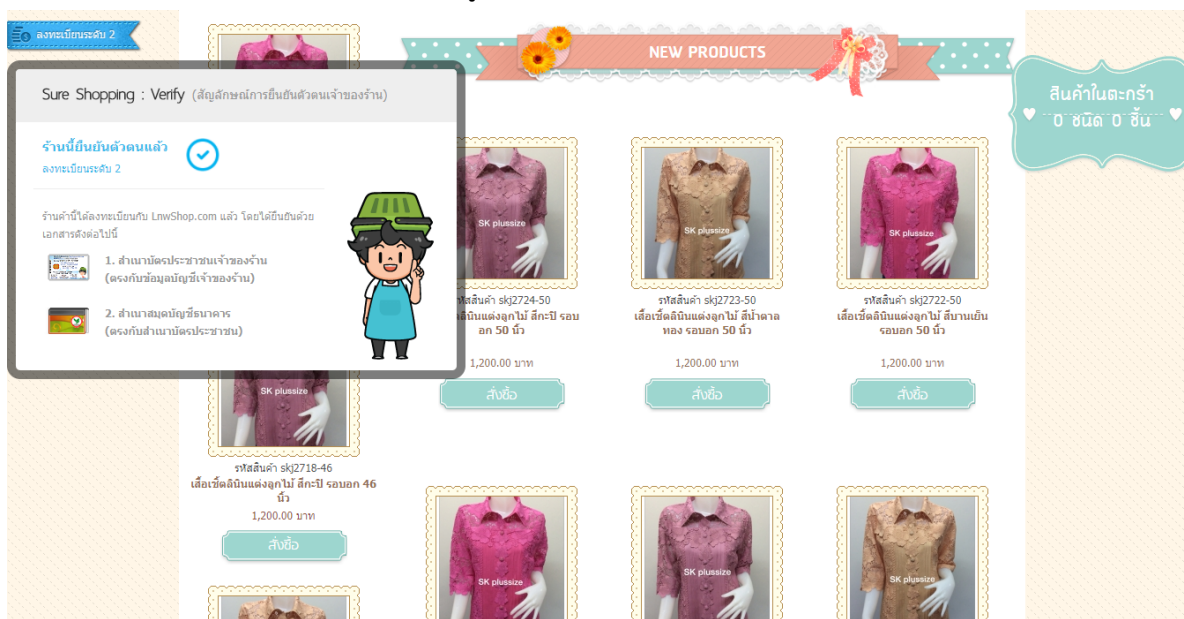
เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครื่องมือเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีการประยุกต์ใช้ช่องทางในการประกาศขายสินค้าเพื่อให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สนใจติดต่อซื้อขายผ่านช่องทางที่ใช้งานเป็นประจำ โดยจะมีผู้บริโภคจำนวนมาก แต่ไม่มีการจำแนกกลุ่มสินค้าที่ชัดเจน จึงทำให้ต้องมีการสืบค้นสินค้าจากคำสำคัญ (Keyword) หากลูกค้าให้ความสนใจ จะสามารถส่งข้อความถึงผู้ขายได้ ดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://www.facebook.com>



แบบธุรกิจกับลูกค้า (Business to Customer : B2C)

ระบบร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบธุรกิจกับลูกค้า นั้น เป็นรูปแบบธุรกิจที่นิยมใช้งานมากที่สุดในผู้ประกอบการระดับเริ่มต้นธุรกิจ จนถึงระดับอุตสาหกรรม โดยมีหลักการขายเป็นการเปิดร้านค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และผู้ซื้อสามารถเข้าถึงหน้าร้านผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีการนำเสนอสินค้า ราคา และโปรโมชั่น โดยมีการเลือกสินค้าใส่ตระกร้า และทำการชำระเงินผ่านช่องทางที่ผู้ประกอบการให้บริการ เช่น การโอนเงินผ่านธนาคาร การชำระผ่านบัตรเครดิต การชำระผ่านเคาท์เตอร์ให้บริการชำระเงิน และอื่นๆ ผู้ประกอบการชุมชน ที่ผลิตสินค้าจำหน่าย ในกลุ่ม ผ้าทอ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย สินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ จิวเวอรี่ สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก งานฝีมือ ของตกแต่งบ้าน สินค้าความงาม สมุนไพร สปา ผลิตภัณฑ์อาหาร อาหารแปรรูป สินค้าเกษตร ท่องเที่ยวและบริการ ฯลฯ สามารถใช้บริการระบบร้านค้าออนไลน์ โดยผู้ให้บริการที่แนะนำในประเทศไทย คือ เทพช็อป (lnwshop) ไทยแลนด์มอลล์ (Thailandmall) ไทยแลนด์โพสต์มาร์ท (Thailand Postmart) เป็นต้น

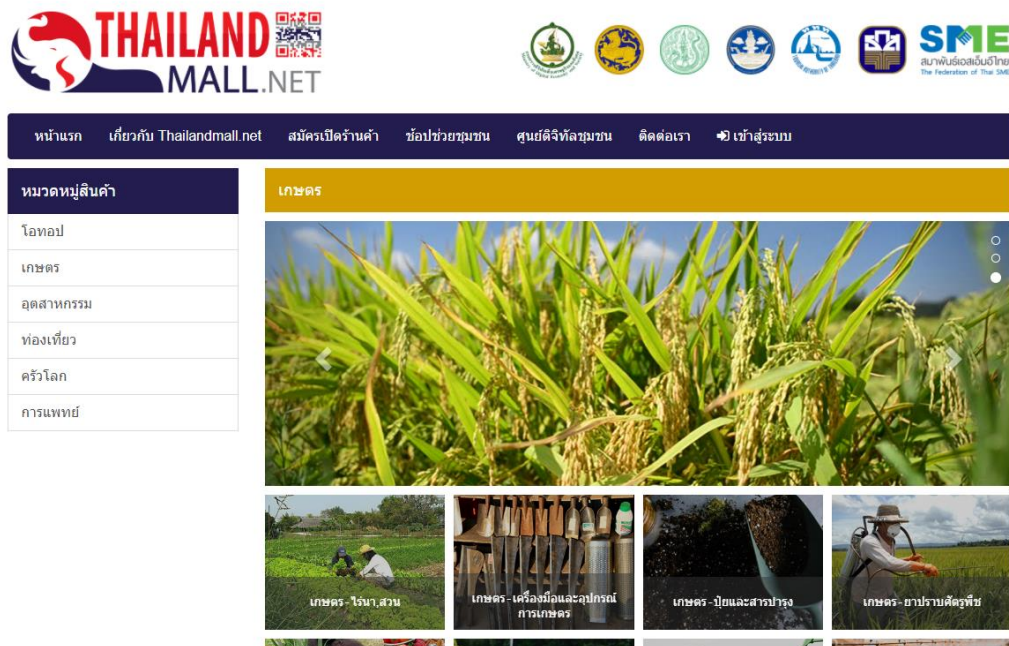
เทพช็อป (lnwshop) เป็นเว็บไซต์ให้บริการระบบร้านค้าออนไลน์ โดยผู้ประกอบการสามารถเปิดให้บริการร้านค้าออนไลน์ได้ฟรี ไม่มีเงื่อนไข มีหมวดหมู่ของร้านค้าที่รองรับคือ เสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องสำอาง ความงาม ของเล่น ของสะสม ของที่ระลึก แม่และเด็ก ศิลปหัตถกรรม (ของทำมือ) ของใช้ ของตกแต่งบ้าน อาหาร และสุขภาพ เทคโนโลยี มือถือ คอมพิวเตอร์ บ้านเท็ก ดนตรีและภาพยนตร์ สัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์ หนังสือและนิตยสาร เครื่องเขียน/อุปกรณ์สำนักงาน/ของใช้เบ็ดเตล็ด อุปกรณ์และเครื่องมือช่าง ของเก่า ของสะสม กล้องและอุปกรณ์ กีฬาและกิจกรรม outdoor รถ ยานพาหนะ บ้านและที่ดิน อื่นๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชน สามารถนำสินค้า ที่ผลิตขึ้นเปิดร้านค้าจำหน่ายได้ผ่านเว็บไซต์บริการระบบร้านค้าออนไลน์ของเทพช็อปได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://www.lnwshop.com>



ไทยแลนด์โพสต์มาร์ท (Thailand Postmart) เป็นเว็บไซต์ให้บริการตลาดกลางออนไลน์ ดำเนินการโดยบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยเป็นเว็บไซต์ตลาดกลางที่ขายสินค้าจากชุมชน โดยมีสินค้าเกษตร อาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ ผู้ประกอบการสามารถส่งข้อมูลสินค้าเพื่อทำการขายบนตลาดกลางของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดได้ โดยมีหมวดหมู่ของร้านค้าที่รองรับคือ ทั่วประเทศ ของดีประจำจังหวัด เจริญกรรมธารักษ์ สินค้าไปรษณีย์ แสตมป์และสิ่งสะสม ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชน สามารถนำสินค้าที่ผลิตขึ้นส่งเข้าสู่ตลาดกลางเพื่อจำหน่ายผ่านเว็บไซต์กลางของไทยแลนด์โพสต์มาร์ทได้ ดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://thailandpostmart.com>



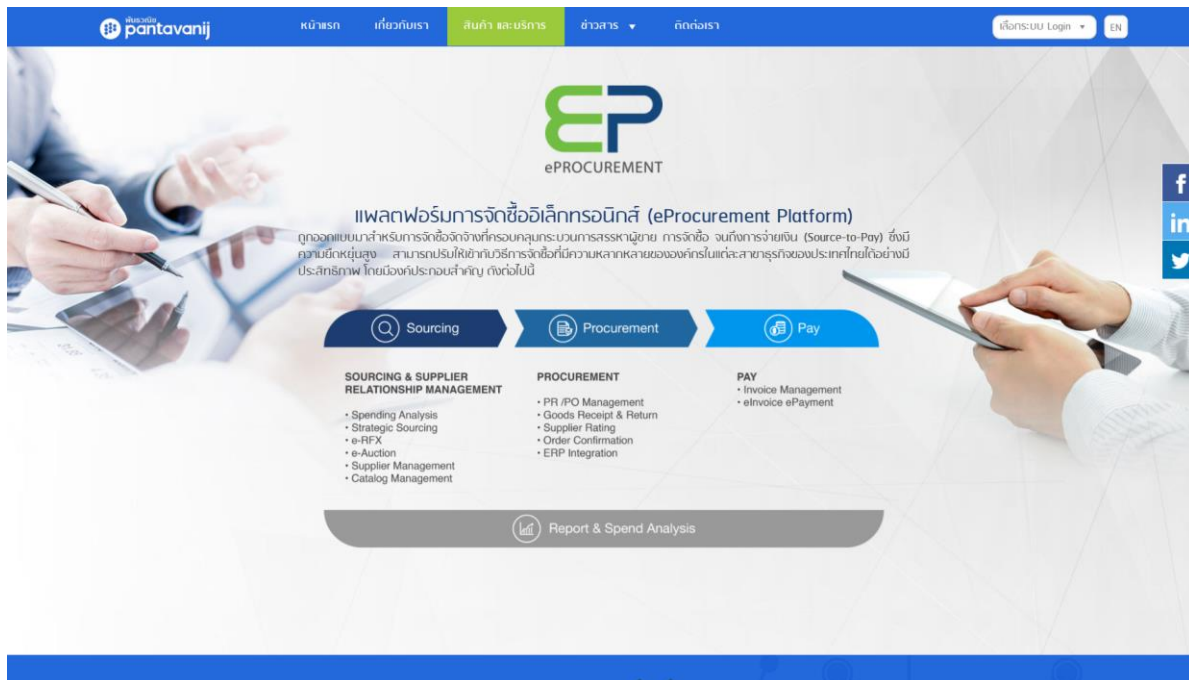
ไทยแลนด์มอลล์ (Thailandmall) เป็นเว็บไซต์ให้บริการตลาดกลางออนไลน์ โดยผู้ประกอบการสามารถสมัครเปิดร้านค้าได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยมีฐานลูกค้าและสินค้าของผู้ประกอบการชุมชนรายอื่นๆ รวมอยู่ที่เดียวกัน เพื่อสะดวกต่อการซื้อของลูกค้า มีหมวดหมู่ของร้านค้าที่รองรับคือ โอท็อป (OTOP) เกษตร อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว ครีวโลก และการแพทย์ ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชน สามารถนำสินค้าที่ผลิตขึ้น ส่งเข้าสู่ตลาดกลางเพื่อจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางของไทยแลนด์มอลล์ ดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <http://thailandmall.net>



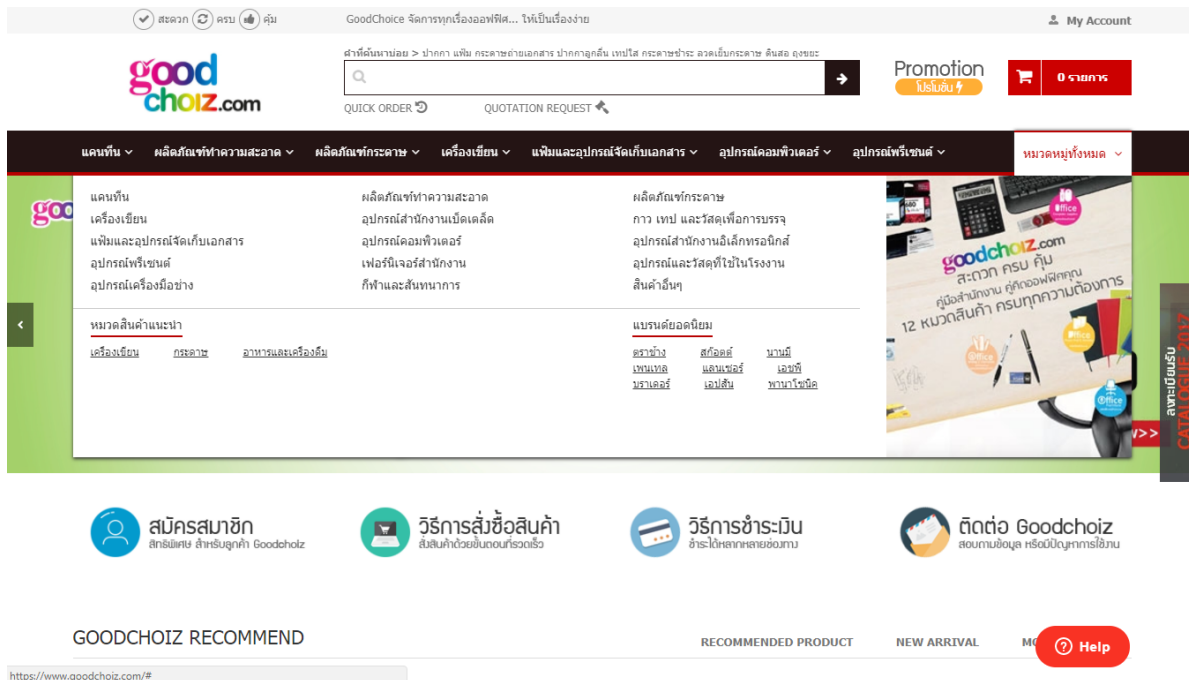
แบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business : B2B)

ระบบร้านค้าออนไลน์ในรูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ เป็นรูปแบบการซื้อขายแบบเฉพาะ โดยมีการจัดซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้ราคาที่ต่ำและธุรกิจที่ซื้อสามารถนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตหรือขายต่อ โดยหลักการขาย ผู้ขายจะต้องขึ้นทะเบียนผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมนำข้อมูลสินค้าขึ้นสู่ระบบ และผู้ซื้อจะเข้ามาค้นหาผ่านช่องทางออนไลน์ และดำเนินการขอราคา ตามปริมาณที่ต้องการ ซึ่งจะอยู่ในกระบวนการจัดซื้อและพัสดุของบริษัทนั้นๆ โดยผู้ประกอบการชุมชน ที่สามารถผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก หรือมีเอกลักษณ์เฉพาะที่บริษัทอื่นต้องการ สามารถเข้าใช้บริการระบบการจัดซื้อแบบธุรกิจกับธุรกิจ โดยมีผู้ให้บริการที่แนะนำในประเทศไทยคือ พันธวิช (Pantavanij) และ กู๊ดชอยส์ (Goodchoiz)

พันธณิข (Pantavanij) เป็นระบบการจัดซื้อของธุรกิจกับธุรกิจ ด้วยมีฐานข้อมูลผู้ซื้อและผู้ขาย ซื้อขายวัตถุดิบ หรือวัสดุที่ใช้งานในธุรกิจ โดยผู้ประกอบการชุมชน หากมีการผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการของธุรกิจได้ สามารถขึ้นทะเบียนผู้ค้าในรูปแบบธุรกิจได้ โดยมีระบบงานรองรับระบบผู้ซื้อ ระบบผู้ขาย ประมูลภาครัฐ ภาคเอกชน และประมูลในสถานที่ (On-site) ดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://www.pantavanij.com>



กู๊ดชอยส์ (Goodchoiz) เป็นเว็บไซต์ศูนย์รวมอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน โดยให้บริการในระดับองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่และเล็ก รวมทั้งลูกค้าส่วนบุคคล ในการสั่งซื้อสินค้า พร้อมบริการจัดส่งทั่วประเทศ โดยผู้ประกอบการชุมชนสามารถนำสินค้าที่สามารถขายให้ธุรกิจขนาดใหญ่และเล็กได้ อาทิ จัดตะกร้าสินค้าชุมชนพรีเมียม สำหรับการสั่งซื้อเป็นของฝากในช่วงเทศกาล เป็นต้น โดยมีการจัดพิมพ์สมุดรายการสินค้า (Catalogue) เพื่อให้บริษัทใช้ในการดูรายการสินค้าก่อนสั่งซื้อ ดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ www.goodchoize.com



The screenshot shows the GoodChoice website with a navigation bar at the top containing links like 'Home', 'About Us', 'Contact Us', and 'My Account'. Below the navigation bar is a search bar and a 'Promotion' banner. The main content area features a grid of product categories such as 'Electronics', 'Home Appliances', and 'Office Supplies'. A sidebar on the right displays a 'New Arrivals' section. At the bottom, there are four service icons: 'Member Service', 'Product Inquiry', 'Order Tracking', and 'GoodChoice Support'.

◆ เตรียมข้อมูลร้านค้า

การจัดตั้งร้านค้าออนไลน์ ด้วยการเริ่มขายของออนไลน์นั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย และมีต้นทุนต่ำ การสร้างร้านค้าออนไลน์ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องมีการเตรียมตัวและจัดเตรียมข้อมูลที่ดี เพราะหากไม่สนใจ หรือตั้งใจจริงๆ อาจจะทำให้ต้องล้มเลิกไปได้ โดยการเริ่มต้นที่ดีคือ เรียนรู้หลักการเปิดร้านค้าออนไลน์ในด้านต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการชุมชนได้เตรียมความพร้อมร้านค้าของตนเอง ซึ่งมีหลักการต่างๆ ดังนี้

การตั้งชื่อร้าน การเปิดร้านค้าออนไลน์ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการชุมชนไม่ควรมองข้าม นั่นคือการตั้งชื่อร้าน การตั้งชื่อจะส่งผลถึงว่าร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการชุมชนคือใคร ขายสินค้าประเภทใด ระดับราคาของสินค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือใคร มีแนวคิดของการขายสินค้าอย่างไร ดังนั้น การตั้งชื่อร้านควรพิจารณาให้รอบคอบ ซึ่งมีหลักการดังนี้



ตัวอย่างการตั้งซื้อร้านค้าตามหลักเกณฑ์การตั้งซื้อร้านและตัวอย่างโลโก้ร้านค้า



การตกแต่งหน้าร้านค้าออนไลน์

สีส้ม ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องเลือกสีส้มให้สอดคล้องกับสินค้าหรือบริการ สีส้มจะช่วยสร้างความรู้สึกต่างๆ อีกทั้งยังบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการ โดยแสดงตัวอย่างความหมายของสีดังต่อไปนี้

- สีเขียว หมายถึง สุขภาพ ธรรมชาติ
- สีเหลือง หมายถึง คนหนุ่มสาว ความมั่นใจ
- สีส้ม หมายถึง พลังงาน ความสดใสร่าเริง
- สีแดง หมายถึง อำนาจ ความตื่นเต้น
- สีชมพู หมายถึง ความเป็นผู้หญิง
- สีดำ หมายถึง หูหระมีระดับ
- สีขาว หมายถึง บริสุทธิ์ ปลอดภัย
- สีน้ำเงิน หมายถึง ความมั่นคง ปลอดภัย



ตัวอย่างการเลือกสีส้มให้เหมาะสมกับร้านค้า จะช่วยนำเสนอความรู้สึกของสินค้าได้ดี เช่น สินค้ากีฬา มีการใช้สีสดใส โดยสีเหลืองหมายถึงคนหนุ่มสาว มีความมั่นใจ ทำให้ผู้ซื้อสนใจและสามารถจดจำร้านค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น

พื้นที่ว่าง การจัดองค์ประกอบเว็บไซต์ก็เหมือนกับการออกแบบหน้านิตยสาร ผู้ประกอบการจะต้องจัดการหน้าร้านค้า ไม่ควรมีภาพและเนื้อหาที่แน่นเกินไป จนทำให้รู้สึกอึดอัด และไม่มีที่พักสายตา การจัดหน้าร้านค้าออนไลน์จะต้องมีพื้นที่การวางเนื้อหาอย่างเหมาะสม ไม่แน่น หรือว่างจนเกินไป

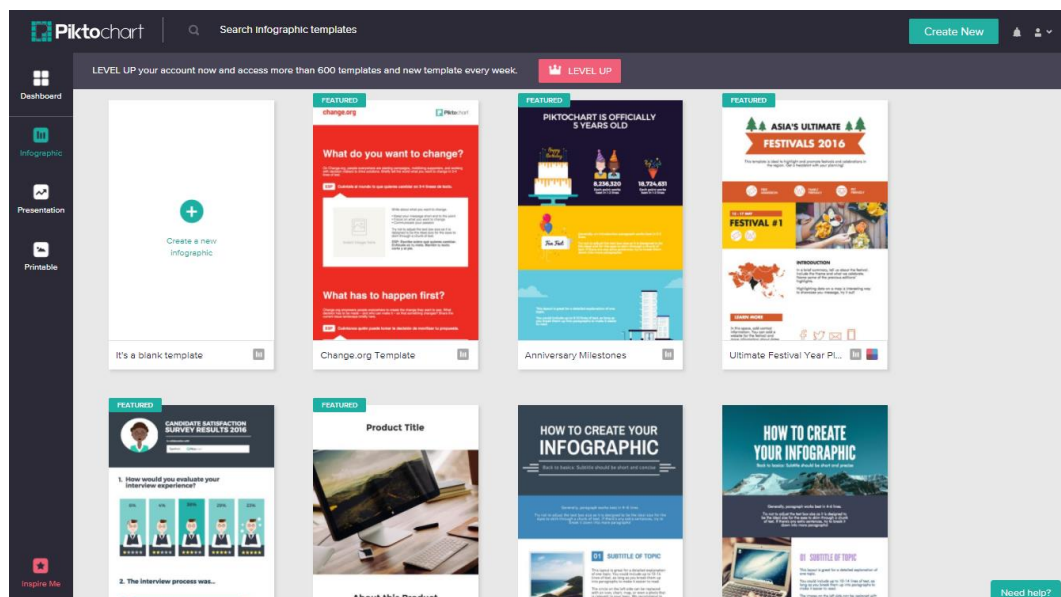


ฟอนต์หรือตัวอักษร ควรใช้ฟอนต์ที่อ่านง่าย หัวกลม ตัวพิมพ์ปกติ และขนาดไม่เล็กจนเกินไป เพื่อรองรับต่อกลุ่มเป้าหมายของตนเอง โดยการเลือกฟอนต์หรือตัวอักษร ควรเลือกให้อ่านง่ายและเหมาะสมกับรูปแบบของสินค้าและร้านค้า



เนื้อหา ธรรมชาติของผู้ซื้อ การอ่านข้อมูลจากหน้าร้านค้าออนไลน์จะต้องนำเสนอในรูปแบบเนื้อหาสั้น เข้าใจง่าย และสามารถตอบปัญหาผู้ซื้อสินค้าได้ โดยเทคนิคหนึ่งที่ทำให้ผู้เข้าชมไม่รู้สึกรว่าเนื้อหามีความยาวจนเกินไป ก็คือการเลือกใช้รายการประโยชน์ หรือรายการจุดเด่นของสินค้า ในการนำเสนอเนื้อหา หรือการนำเสนอเนื้อหาแบบ อินโฟกราฟิก ซึ่งย่อเนื้อหาให้สั้นกระชับ ร่วมกับการเล่าเรื่องด้วยภาพถ่ายหรือ ภาพวาดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

Tips อินโฟกราฟิก (Infographic) สามารถทำง่ายๆ ผ่านเว็บไซต์ โดยผู้ประกอบการสามารถสร้างได้ที่เว็บไซต์ <http://piktochart.com> จะทำให้ได้ภาพสรุปข้อมูลร้านค้าเพื่อเผยแพร่ให้ผู้บริโภคได้



เว็บไซต์ Piktochart สำหรับการสร้างอินโฟกราฟิก แบบออนไลน์

การตั้งชื่อร้านค้า

1. ควรเป็นคำที่มีความหมายดี หรือฟังแล้วรู้สึกคุ้นเคย
2. เป็นคำที่สะกดง่าย
3. ชื่อที่ใช้ควรสั้นเพื่อให้จดจำได้ง่าย
4. ไม่ควรตั้งชื่อร้านค้าหรือใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น
5. ชื่อที่ดีควรคำนึงการขยายกิจการในอนาคต
6. ใช้ชื่อที่ง่ายต่อการสร้างโลโก้ร้าน

ตัวอย่าง : วิเคราะห์ชื่อร้านของผู้ประกอบการเจ้าของร้านลูกชิ้นหมูรายหนึ่ง
ที่มีการตั้งชื่อร้านค้าออนไลน์ของตนเองว่า

“ลูกชิ้นหมูฮ่องเต้”

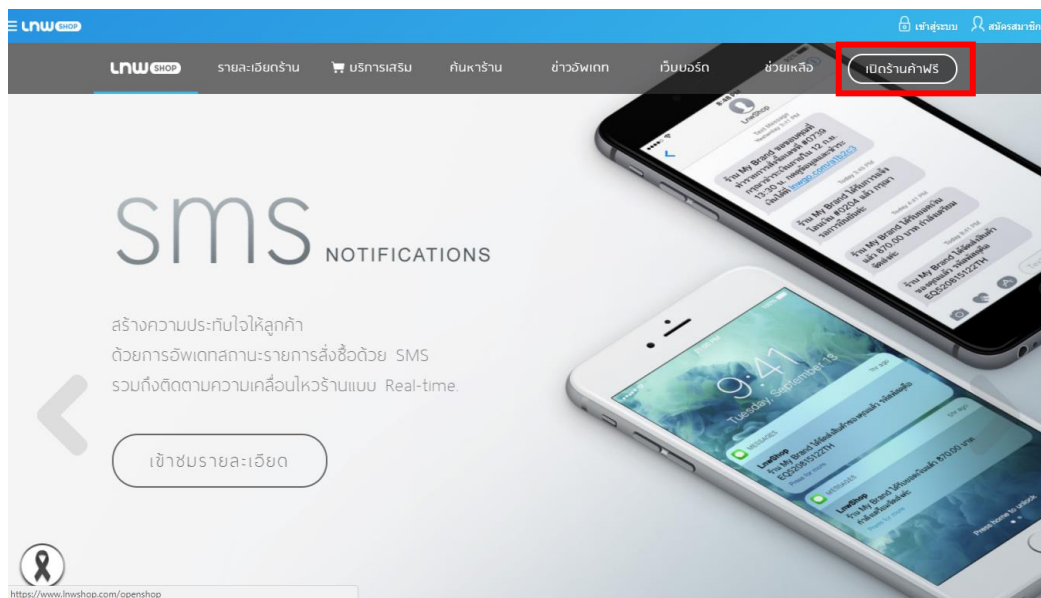
เมื่อพิจารณาตามหลักการตั้งชื่อ 6 ข้อเบื้องต้นจะพบว่า คำว่า ฮ่องเต้ เป็นคำที่มีความหมาย แสดงถึงความยิ่งใหญ่ นอกจากนั้นคำว่า ฮ่องเต้ ยังเป็นคำที่สะกดง่ายและเป็นคำที่จดจำได้ง่ายอีกด้วย



◆ วิธีการตั้งร้านค้าออนไลน์

Inwshop ระบบร้านค้าออนไลน์ที่มาด้วยแนวทาง “เปิดร้านค้าออนไลน์ฟรี ไม่มีเงื่อนไข” มีขั้นตอนการขอใช้บริการร้านค้าออนไลน์ง่ายๆ ดังต่อไปนี้

1. เข้าเว็บไซต์ <https://www.lnwshop.com> และกดปุ่ม (เปิดร้านค้าฟรี)



2. ตั้งค่าข้อมูลร้านค้า 3 ขั้นตอน คือ กรอกข้อมูลร้านค้าและอัปโหลดรูปภาพร้าน เลือกเทมเพลตสำหรับร้านค้า และยอมรับข้อตกลงและนโยบายการใช้งาน



เริ่มต้นเปิดร้าน

เปิดร้านค้าออนไลน์กับ LnWShop

STEP 1

กรอกข้อมูลร้านค้า
และอัปโหลดภาพร้าน

STEP 2

เลือกเทมเพลต
สำหรับร้านค้า

STEP 3

ยอมรับข้อตกลง
และนโยบายการใช้งาน



Step 1: กรอกข้อมูลร้านค้าของคุณ

กรอกข้อมูลทั้งหมดให้ครบถ้วน โดยข้อมูลนี้จะถูกแสดงบนหน้าร้านของคุณ หากไม่ต้องการแสดงข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่ง คุณสามารถแก้ไขได้ในภายหลัง

รูปประจำร้านค้า



เลือกรูปภาพ

รูปประจำร้านค้าจะแสดงในหน้าเกี่ยวกับเราของ
ร้านค้าคุณ รวมถึงหน้ารวมร้านค้าเทพ และ
LnWShop.com เป็นต้น

ขนาดรูปไม่เกิน 2 Mb เท่านั้น
กรุณาย่อรูปก่อนอัปโหลด

ชื่อร้านค้าของคุณ *

URL ร้านค้าที่คุณต้องการ * (?)

 .LnWShop.com

อย่างน้อย 6 ตัวอักษร เฉพาะภาษาอังกฤษ "a-z" และตัวเลข "0-9" เท่านั้น
ไม่ต้องกรอก www. (คุณสามารถจดโดเมน .com ได้หลังจากเปิดร้านแล้ว)

หมวดหมู่ร้านค้า *

 = เลือกหมวดหมู่ร้านค้า =

รายละเอียดร้านค้าโดยย่อ *

รายละเอียดร้านค้าเพิ่มเติม

กรุณากรอกให้ครบถ้วน เพื่อความน่าเชื่อถือของร้านค้าคุณ

เบอร์โทรศัพท์

อีเมล

บ้านเลขที่

ห้อง

ชั้น

อาคาร

หมู่บ้าน

หมู่ที่

ซอย

ถนน

แขวง/ตำบล

เขต/อำเภอ

จังหวัด

รหัสไปรษณีย์

ขั้นตอนที่ 1 กรอกข้อมูลร้านค้าและอัปโหลดรูปภาพร้าน



เริ่มต้นเปิดร้าน

เปิดร้านค้าออนไลน์กับ LnWShop

STEP 1

กรอกข้อมูลร้านค้า
และอัปโหลดภาพร้าน

STEP 2

เลือกธีมเพลต
สำหรับร้านค้า

STEP 3

ยอมรับข้อตกลง
และนโยบายการใช้งาน

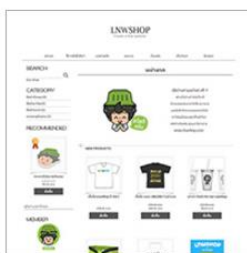
« ย้อนกลับขั้นตอนที่แล้ว



Step 2: เลือกธีมเพลต

เลือก Template หรือรูปแบบเว็บไซต์ของคุณตามความต้องการ **ทั้งนี้คุณสามารถตกแต่งร้านให้เป็นสไตล์ส่วนตัว หรือจะเปลี่ยน Template เป็นรูปแบบอื่นๆ ได้ในภายหลัง**

Super Clean



ธีมเพลตเรียบ โล่ง สีขาว

My Mint



สีเขียวพาสเทล เหมาะกับร้านขายเสื้อผ้า
หวานๆ หรือขายของน่ารักๆ

Clean



ธีมเพลตเรียบง่าย เหมาะกับผู้ที่ต้องการ
ให้รูปสินค้าโดดเด่น

Chic Chic



ธีมเพลตสีชมพูสดใส

เลือกรูปแบบนี้ ^

เลือกรูปแบบนี้ ^

เลือกรูปแบบนี้ ^

เลือกรูปแบบนี้ ^

My Strawberry



ดัดแปลงมาจาก My Mint ให้เป็นโทน
สีชมพู

My Creamy



ดัดแปลงมาจาก My Mint ให้เป็นโทนสี
ครีม

My Blueberry



ดัดแปลงมาจาก My Mint ให้เป็นโทนสี
ม่วงอ่อน

Dot. R.E.D



โดดเด่นด้วยโทนสีแดงสด สดใส วัยรุ่น

เลือกรูปแบบนี้ ^

เลือกรูปแบบนี้ ^

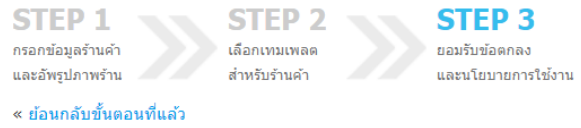
เลือกรูปแบบนี้ ^

เลือกรูปแบบนี้ ^

ขั้นตอนที่ 2 เลือกธีมเพลตสำหรับร้านค้า

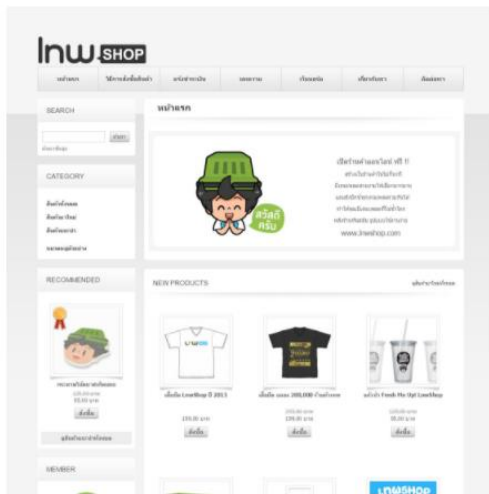
เริ่มต้นเปิดร้าน

เปิดร้านค้าออนไลน์กับ LnwShop



Step 3: ตรวจสอบข้อมูล และยอมรับข้อตกลง

ตรวจสอบข้อมูลร้านค้าของคุณให้ถูกต้องครบถ้วน อ่านและยอมรับข้อตกลงการใช้งานร้านค้าออนไลน์ LnwShop จากนั้นคลิกปุ่ม "เปิดร้านค้าออนไลน์"





สมัครสมาชิก: 21 ก.ค. 2560

Email:

เพศ:

วันเกิด: 21 ก.ค. 2560



Village E-commerce

ศิลปหัตถกรรม (ของทำมือ)

http://ondevillage.lnwshop.com/

aksdfj;asdjklf;

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบข้อมูลและยอมรับข้อตกลง

ข้อตกลงการใช้บริการ ร้านค้าออนไลน์กพช. แก้ไขครั้งสุดท้าย : 12 ก.ย. 59

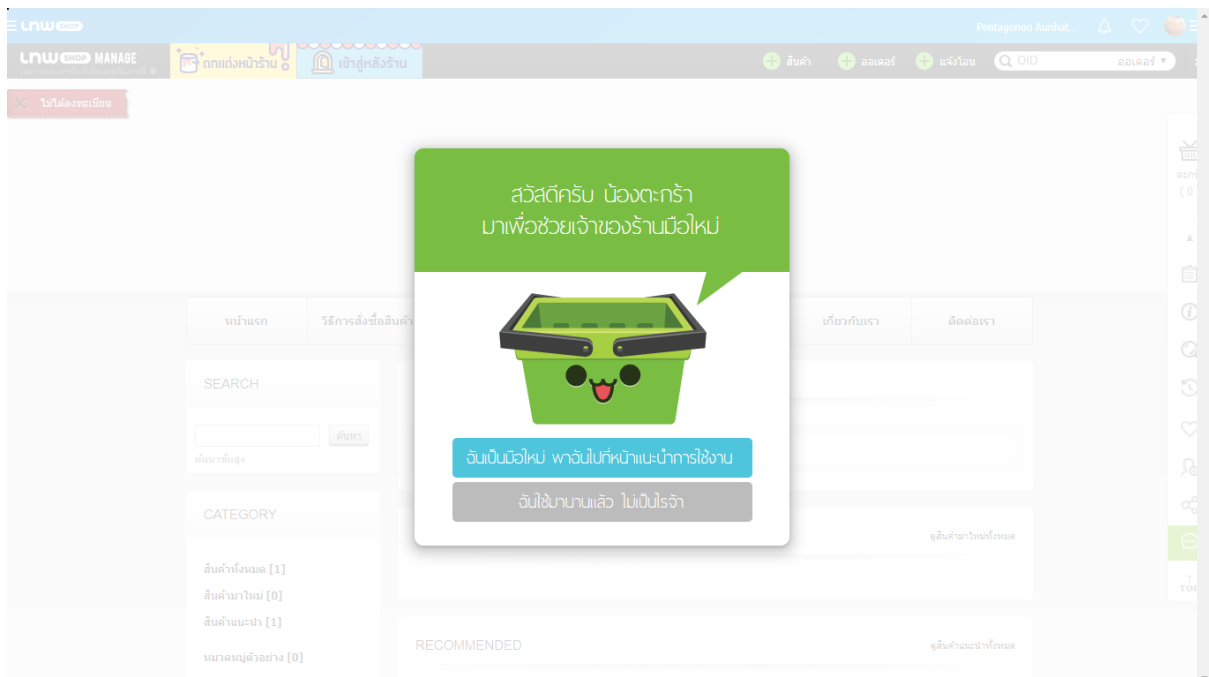
LnwShop Terms of Service

1. ความเกี่ยวข้องของคุณกับ LnwShop
 1. เว็บไซต์ของบริษัท แอลเอ็นดับเบิลยูช็อป จำกัด (LnwShop Co., Ltd.) ในชื่อ "www.LnwShop.com" ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า "ผู้ให้บริการ"
 2. สิ่งที่คุณใช้ ไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์ ซอฟต์แวร์ บริการ หรือเว็บไซต์ ของผู้ให้บริการ ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า "บริการ"
 3. คุณซึ่งเป็นผู้ใช้บริการไม่ว่าจะส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของผู้ให้บริการ ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า "ผู้ใช้บริการ" โดยจะแยกได้ดังนี้
 1. เจ้าของสินค้าหรือผู้ที่นำสินค้ามาจำหน่ายบนเว็บไซต์ผ่านบริการของผู้ให้บริการ ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า "ผู้ขาย"
 2. ผู้สั่งซื้อสินค้า และ/หรือ ใช้บริการเว็บไซต์ของผู้ขาย ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า "ผู้ซื้อ"
2. ผู้ใช้บริการตกลงจะปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ
 1. การใช้บริการของผู้ให้บริการนั้นผู้ใช้บริการจำเป็นต้องเข้าใจและยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆของผู้ให้บริการทั้งหมด
 2. จะถือว่าผู้ใช้บริการเข้าใจและยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ หากดำเนินการดังต่อไปนี้
 1. ผู้ใช้บริการคลิกปุ่มตกลงและยอมรับเงื่อนไข ซึ่งทางผู้ให้บริการจะมีทางเลือกที่จะยอมรับหรือไม่ก่อน หรือ แสดงแจ้งเตือนการยอมรับของผู้ให้บริการก่อนการคลิกปุ่มตกลง
 2. ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการของผู้ให้บริการซึ่งในกรณีนี้ผู้ใช้บริการต้องยอมรับว่าทางผู้ให้บริการจะถือว่าผู้ใช้บริการเข้าใจและยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ ตั้งแต่เริ่มใช้บริการเป็นต้นไป
 3. ผู้ใช้บริการควรพิมพ์ข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆของผู้ให้บริการเพื่อเป็นบันทึกช่วยจำของผู้ใช้บริการ

หากคุณคลิกปุ่มด้านล่างนี้ แสดงว่าคุณเข้าใจและยอมรับ **ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งาน LnwShop**

เปิดร้านค้าออนไลน์

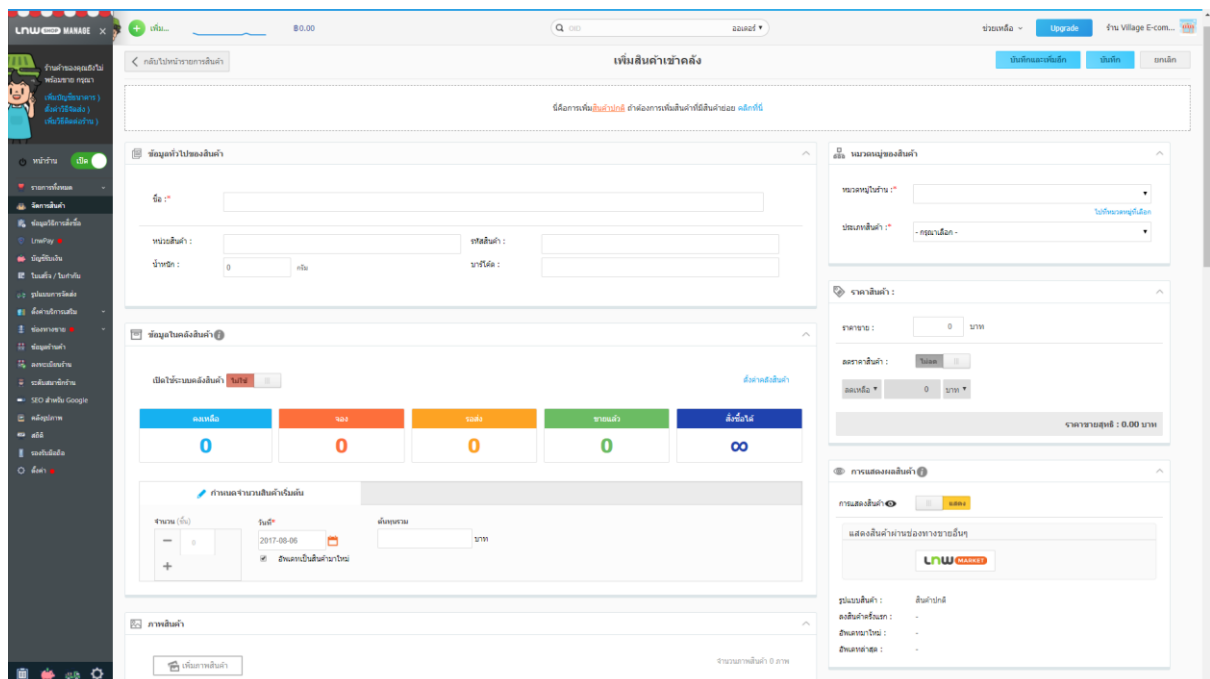
ขั้นตอนที่ 3 (ต่อ) อ่านข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้งานและกดเปิดใช้บริการร้านค้าออนไลน์



The screenshot shows the LnwShop web application. A central pop-up window with a green header and a smiling shopping basket icon asks for confirmation to open an online store. The text in the pop-up reads: "สวัสดีครับ น้องตะกร้า มาเพื่อช่วยเจ้าของร้านมือใหม่" (Hello, Nong Takra, I'm here to help new store owners). Below the icon are two buttons: a blue one labeled "ฉันเปิดมือใหม่ พาฉันไปศึกษาและนำการใช้งาน" (I'm a beginner, take me to study and use) and a grey one labeled "ฉันใช้มาហันแล้ว ไม่เปิดร้าน" (I've been using it, I don't open a store). The background shows the main dashboard with sections for "หน้าแรก" (Home), "วิธีการสั่งซื้อสินค้า" (How to order), "เกี่ยวกับเรา" (About us), and "ติดต่อเรา" (Contact us). There are also search bars, category lists, and recommended products.

เปิดร้านค้าออนไลน์เรียบร้อยแล้ว

Tips การเพิ่มสินค้า ผู้ประกอบการชุมชนสามารถดูคำแนะนำการเพิ่มสินค้าในระบบ หรือขอคำแนะนำจากวิทยากร E-Commerce ชุมชน ณ ศูนย์ดิจิทัลชุมชน ใกล้บ้านท่าน โดยรายการสินค้าที่พร้อมจำหน่ายจะปรากฏให้ลูกค้าเห็นผ่านร้านค้าออนไลน์ ซึ่งข้อมูลที่ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องเตรียมตัวก่อนการเพิ่มสินค้า คือ ชื่อสินค้า ราคา ค่าอธิบาย รูปภาพ เป็นต้น



The screenshot shows the 'เพิ่มสินค้าหลัก' (Add Main Product) form in the Village E-Commerce system. The form is divided into several sections:

- ข้อมูลทั่วไปของสินค้า (General Product Information):** Includes fields for 'ชื่อ' (Name), 'หมวดสินค้า' (Product Category), 'ยี่ห้อ' (Brand), 'จำนวน' (Quantity), 'หน่วย' (Unit), 'รหัสสินค้า' (Product Code), and 'ราคา' (Price).
- ข้อมูลราคาของสินค้า (Product Pricing):** Includes fields for 'ราคาขาย' (Selling Price), 'ส่วนลด' (Discount), and 'จำนวน' (Quantity).
- การตั้งค่าสินค้า (Product Settings):** Includes a 'สถานะ' (Status) dropdown, a 'วันที่' (Date) field, and a 'จำนวน' (Quantity) field.
- การตั้งค่าสินค้า (Product Settings):** Includes a 'สถานะ' (Status) dropdown, a 'วันที่' (Date) field, and a 'จำนวน' (Quantity) field.

Tips การตกแต่งร้านค้าออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการชุมชนเป็นเรื่องที่สำคัญ ผู้ประกอบการชุมชนควรตกแต่งหน้าร้านให้สอดคล้องกับสินค้าที่จำหน่าย โดยสามารถเลือกเทมเพลตที่มีลักษณะเหมาะสมกับร้านค้า และปรับแต่งส่วนต่างๆ ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว พร้อมจัดทำโลโก้ร้านค้าและแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์แนะนำร้านค้า ตามหลักการตกแต่งหน้าร้านออนไลน์ ดังต่อไปนี้

การตกแต่งหน้าร้านค้าออนไลน์

สีส้ม

จะช่วยบอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการ รวมทั้งบ่งบอกถึงความรู้สึกต่างๆ

รูปแบบตัวหนังสือ

ควรเลือกรูปแบบตัวหนังสือที่อ่านง่าย และมีขนาดที่ผู้อ่านเห็นชัดเจน



รูปภาพ

รูปภาพที่นำมาใช้ควรเป็นรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าและน่าสนใจดึงดูดลูกค้า

ข้อความในร้านค้า

ข้อความที่นำมาใช้เขียนในหน้าร้านค้าควรเป็นที่มีเนื้อหาแน่นสั้น และได้ใจความ



การสร้างหน้าร้านผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook Page)

การสร้างหน้าร้านผ่านบริการของเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จะต้องมียูสเซอร์ชื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าใช้งานที่ <https://www.facebook.com/pages/create> โดยผู้ประกอบการชุมชนจะต้องเลือกประเภทของเพจ เช่น ตัวอย่างคุณยายอนงค์ ขายมะม่วงแช่อิ่ม ทำการเลือกเป็นแบรนด์หรือสินค้า เพื่อให้สัมพันธ์กับรูปแบบการให้บริการของเฟซบุ๊กแฟนเพจ พร้อมดำเนินการกรอกรายละเอียดให้ครบถ้วน ประกอบด้วย กำหนดหมวดหมู่สินค้า และระบุชื่อแบรนด์หรือชื่อสินค้า

สร้างเพจ

เปิดพื้นที่ให้แบรนด์ ธุรกิจ หรือองค์กรการกุศลของคุณได้มีโอกาสนำเสนอและเชื่อมต่อกับผู้คนที่มีความสำคัญกับคุณบน Facebook
คุณสามารถสร้างเพจได้ฟรี โดยเริ่มจากการเลือกประเภทของเพจ

 ธุรกิจหรือสถานที่ในท้องถิ่น	 บริษัท องค์กร หรือสถาบัน	 แบรนด์หรือสินค้า
 ศิลปิน วงดนตรี หรือบุคคลสาธารณะ	 ความบันเทิง	 การกุศลหรือชุมชน
 ธุรกิจหรือสถานที่ในท้องถิ่น	 บริษัท องค์กร หรือสถาบัน	แบรนด์หรือสินค้า เลือกหมวดหมู่ ▾ ✓ เลือกหมวดหมู่ - กระเป๋า/สัมภาระ - กล้อง/รูปภาพ - เกมกระดาน - เกม/ของเล่น - คอมพิวเตอร์ (แบรนด์) - เครื่องใช้ไฟฟ้า - เครื่องใช้สำนักงาน - เครื่องประดับนาฬิกา - เครื่องมือ/อุปกรณ์ - ซอฟต์แวร์ - แต่งบ้าน - แบรนด์ - เพจแอฟ - เฟอร์นิเจอร์ - เกสโซแกรม - มือถือ/แท็บเล็ต - รถยนต์ - ลานบ้าน/สวน - วัสดุก่อสร้าง - วิดีโอเกม
 ศิลปิน วงดนตรี หรือบุคคลสาธารณะ	 ความบันเทิง	

https://www.facebook.com/pages/create/?ref_type=pages_browser#

เมื่อทำการระบุข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการชุมชนสามารถอ่านข้อกำหนดการให้บริการของเพจเฟซบุ๊กได้เมื่อยินยอมตามข้อกำหนดดังกล่าว ให้กดปุ่ม “เริ่มต้นใช้งาน”

แบรนด์หรือสินค้า

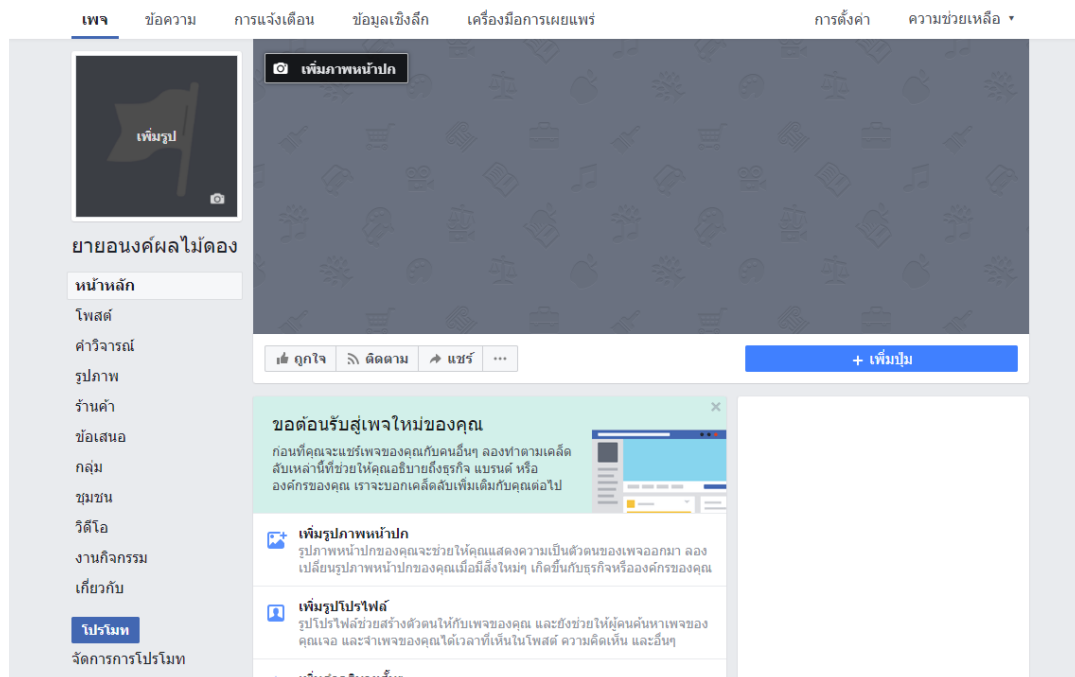
เลือกหมวดหมู่ ▼

ยายอนงค์ผลไม้ทอง

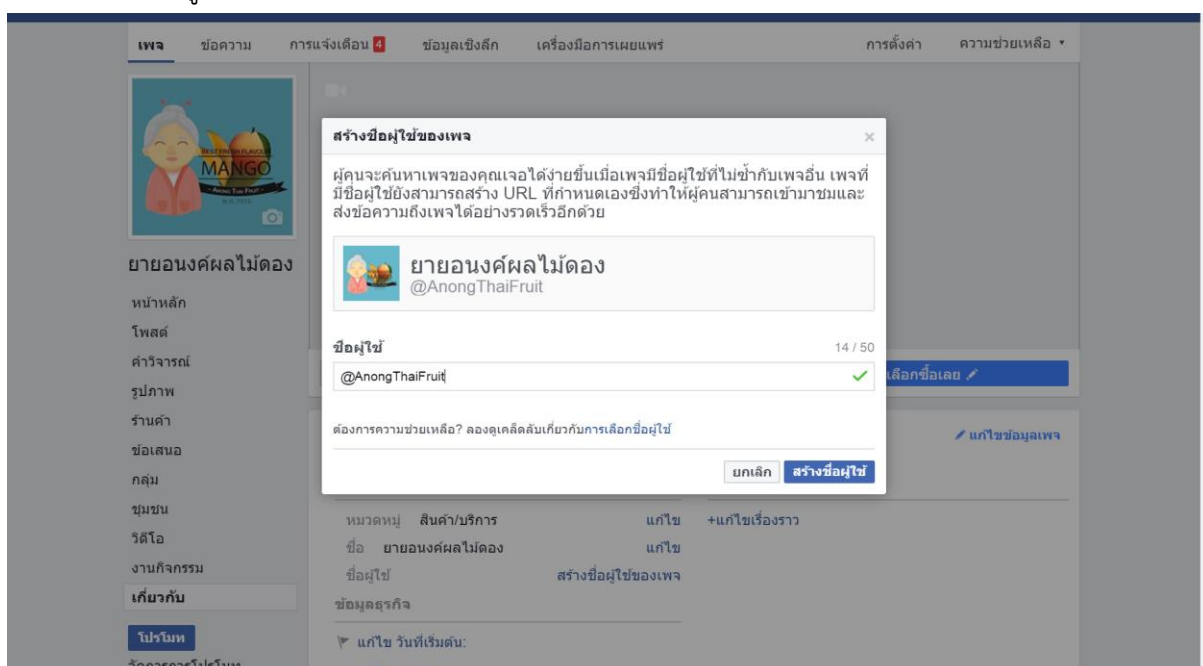
การคลิก "เริ่มต้นใช้งาน" แสดงว่าคุณ
ยินยอมตามข้อกำหนดของเพจ Facebook
แล้ว

เริ่มต้นใช้งาน

ระบบจะสร้างเพจร้านค้า โดยระบุชื่อร้านค้า ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องกรอกรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า การจัดส่ง และข้อมูลการติดต่อ เพื่อให้ลูกค้าเห็นข้อมูลและสามารถตัดสินใจซื้อ และติดต่อผ่านช่องทางต่างๆได้อย่างสะดวก



Tips การสร้าง URL ให้ร้านค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้อย่างสะดวก และสามารถแชร์และทำการตลาดดิจิทัลได้ง่าย ซึ่งเป็นอีกวิธีในการช่วยให้ร้านค้าออนไลน์บนเพจเฟซบุ๊กสามารถจดจำได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการชุมชนสามารถดำเนินการได้ง่ายๆ โดยเลือกเมนู “เกี่ยวกับ” ที่หน้าเพจของตนเอง จากนั้นกดที่ “สร้างชื่อผู้ใช้ของเพจ” และทำการระบุชื่อผู้ใช้ของเพจเป็นภาษาอังกฤษ ยกตัวอย่างของคุณยายอนงค์ ตั้งเป็น “AnongThaiFruit” คุณยายอนงค์จะสามารถประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบได้ โดยใช้ชื่อเพจเป็น @AnongThaiFruit ทำให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้าได้



◆ ภาษีร้านค้าออนไลน์



ภาษีกับการขายของออนไลน์

ภาษี รายได้บุคคล < 1.8 ล้านบาท < **ภาษี** รายได้บุคคล + ภาษีมูลค่าเพิ่ม

*หมายเหตุ ถ้าผู้ประกอบการชุมชนรายได้ทั้งหมด (เงินที่ได้รับทั้งหมดโดยไม่หักค่าใช้จ่าย) ไม่เกิน 900,000 บาท/ปี และไม่มีรายได้จากทางอื่น ผู้ประกอบการชุมชนจะไม่ต้องเสียภาษี

ผู้ประกอบการชุมชน หากทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าออนไลน์ น้อยกว่า 1.8 ล้านบาท ต่อปี ให้เสียภาษีรายได้บุคคล (ตามปกติ) หากมีรายได้มากกว่า 1.8 ล้านบาท ต่อปีจะต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม การรายงานภาษีสามารถรายงานข้อมูลให้กรมสรรพากรรับทราบ ในช่วงรอบการเสียภาษีแต่ละปี และยื่นแบบภาษีได้ที่ www.rd.go.th หรือสำนักงานสรรพากรในพื้นที่ สรุปคือ ถ้ารายได้ทั้งหมด (เงินที่ได้รับทั้งหมดโดยไม่หักค่าใช้จ่าย) ไม่เกิน 900,000 บาท/ปี และไม่มีรายได้จากทางอื่น ผู้ประกอบการชุมชนจะไม่ต้องเสียภาษี



3.ส่งเสริมการขาย (Online Marketing)

ขั้นตอนที่ 3

ส่งเสริมการขาย (Online Marketing)



◆ การตลาดดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) คือการนำเสนอสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านคอมพิวเตอร์ หรือ สมาร์ทโฟน โดยใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัล (Digital marketing channel) เช่น เครือข่ายสังคมออนไลน์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เพื่อเป็นช่องทางในการส่งข้อมูลเมื่อข้อมูลถูกส่งไปแล้ว ผู้ประกอบการชุมชนสามารถรู้ผลตอบรับได้อย่างรวดเร็ว โดยผู้รับข้อความสามารถเข้าถึงข้อความได้จากทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ โดยประเทศไทยมีการขับเคลื่อนทางด้านอีคอมเมิร์ซ โซเชียลคอมเมิร์ซ และออนไลน์โปรโมชั่น ตลอดจนการส่วนลดจากผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Discount) โปรโมชั่นพิเศษวันเดียว (One-day Deal) การซื้อผ่านระบบไซเบอร์ (Cyber Deal) บน Facebook ของแบรนด์ต่าง ๆ

นิยามของคำว่า “โซเชียล” ขยายขอบเขตจากเดิมจาก “สถานที่” ที่เป็นชุมชนออนไลน์ กลายเป็น “เพื่อนและกลุ่มเพื่อน” โดยการตลาดดิจิทัลจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อใช้ในการโฆษณาสื่อสารเป็นกลุ่มหรือเฉพาะบุคคล โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ มีการสร้างเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลไว้รองรับเป็นจำนวนมาก อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) มีการจัดตั้งเพจ (Pages) เพื่อโฆษณาสินค้าพร้อมการบูทโพสต์ (Boost Post) เพื่อให้ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถเห็นโฆษณาของร้านค้าที่ทำการประกาศขายมากยิ่งขึ้น ตรงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

♦ การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า

การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า จะต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้า โดยปัจจุบัน ทุกเพศทุกช่วงอายุมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่ง่าย ซึ่งในกลุ่มเป้าหมายนี้สามารถเข้าถึงโฆษณาที่ผู้ประกอบการชุมชนทำการตลาดดิจิทัลได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจ คนกลุ่มต่างๆในสังคม เพื่อสามารถปรับรูปแบบทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์/บริการ

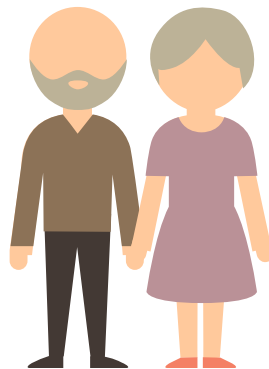
ปัจจุบันในมุมมองด้านการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจ แบ่งผู้บริโภคตามช่วงอายุ เป็น 4 กลุ่ม คือ



กลุ่ม Silent Generation

อายุ 65-73 ปี

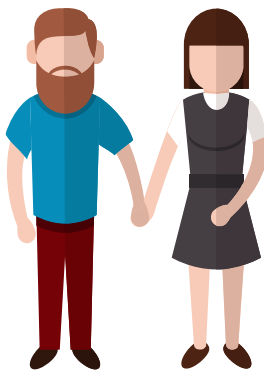
กลุ่มผู้สูงอายุ สนใจสินค้าบำรุงร่างกาย



กลุ่ม Baby Boomer

อายุ 46-64 ปี

กลุ่มที่มีกำลังซื้อ



กลุ่ม Gen-X

อายุ 34-45 ปี

กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง จากรายได้ในการปฏิบัติงาน



กลุ่ม Gen-Y (Millennials)

อายุ 18-33 ปี

กลุ่มที่กำลังศึกษาและปฏิบัติงาน

◆ เครื่องมือการทำตลาดออนไลน์

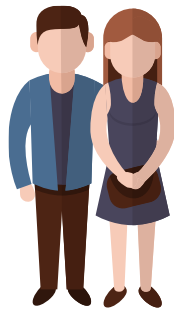
แบบขั้นต้น (ไม่มีค่าใช้จ่าย)

เครื่องมือในการทำตลาดดิจิทัลขั้นต้น แบบไม่มีค่าใช้จ่าย เหมาะสมกับผู้ประกอบการชุมชน เพื่อจัดทำช่องทางการตลาดดิจิทัลให้รองรับกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า โดยผู้ประกอบการจะต้องมีบัญชีอีเมล และบัญชีเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถเปิดช่องทางในการประชาสัมพันธ์ได้ด้วยการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์แบบขั้นต้น แบบไม่มีค่าใช้จ่ายที่มีความนิยม คือ การเปิดเพจร้านค้าบนเฟซบุ๊ก และการเปิดบัญชีไลน์แอด โดยระบบทั้งสองจะมีคุณสมบัติในการนำเสนอสินค้า และการพูดคุยโต้ตอบ รวมทั้งการทำโปรโมชั่นสินค้า ผู้ประกอบการชุมชนสามารถพิจารณาเครื่องมือแต่ละตัวตามคุณสมบัติดังต่อไปนี้



เฟซบุ๊กเพจ (Facebook Fanpage) เป็นเครื่องมือในการทำตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ การมีตัวตนของร้านค้า โดยผู้ประกอบการชุมชนสามารถสร้างเรื่องราว (Story) ของร้านค้าเพื่อบอกเล่าให้ผู้เข้ามาได้รับทราบเรื่องราวของร้านค้าและสินค้าที่ผู้ประกอบการชุมชนกำลังจำหน่าย การเปิดใช้เฟซบุ๊กเพจ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ แต่ถ้าหากต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กได้เห็นร้านค้าหรือเห็นโปรโมชั่นร้านค้า จะมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ซึ่งจะเป็นเครื่องมือการทำตลาดดิจิทัลแบบขั้นสูง (มีค่าใช้จ่าย) โดยสามารถดูวิธีการทำได้ในหัวข้อต่อไป

จากสถิติผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในประเทศไทย ปี 2560 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้ทั้งสิ้น 46 ล้านบัญชี โดยจำแนกตามกลุ่มอายุเป็นอัตราส่วนดังต่อไปนี้



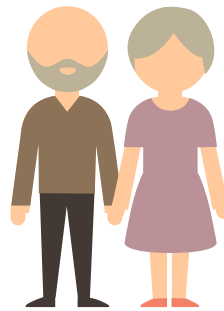
กลุ่ม Gen-Y
(Millennials)

ร้อยละ 29
28.5 ล้านบัญชี



กลุ่ม Gen-X

ร้อยละ 8
7.28 ล้านบัญชี



กลุ่ม Baby
Boomer

ร้อยละ 6
5.2 ล้านบัญชี



กลุ่ม Silent Generation

ร้อยละ 1
1.05 ล้านบัญชี

หากกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก ในขั้นตอนการทำการตลาด ถือว่ามีฐานลูกค้าที่ตรงเป้าหมายเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น คุณยายองค์ ชายมะม่วงแช่อิ่ม เป็นสินค้าสำหรับบริโภค โดยไม่จำกัดอายุ คนส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น วัยทำงาน ซึ่ง จะครอบคลุมกลุ่ม Gen Y, Gen X และกลุ่ม Baby Boomer ซึ่งมีจำนวนมากถึง 40.98 ล้านบัญชี ดังนั้น เฟซบุ๊กเพจ จึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าที่ใช้งานเฟซบุ๊ก

LINE@
Business management app with innovative and creative way to promote and communicate.

Key Features

- Unlimited Followers
- 100 Admin Members
- Broadcast Message
- Auto & Keyword Reply
- Complete Profile Introduction
- Timeline Sharing
- Promotion & Coupon
- Survey & Polling
- Greeting Message
- Response Statistics

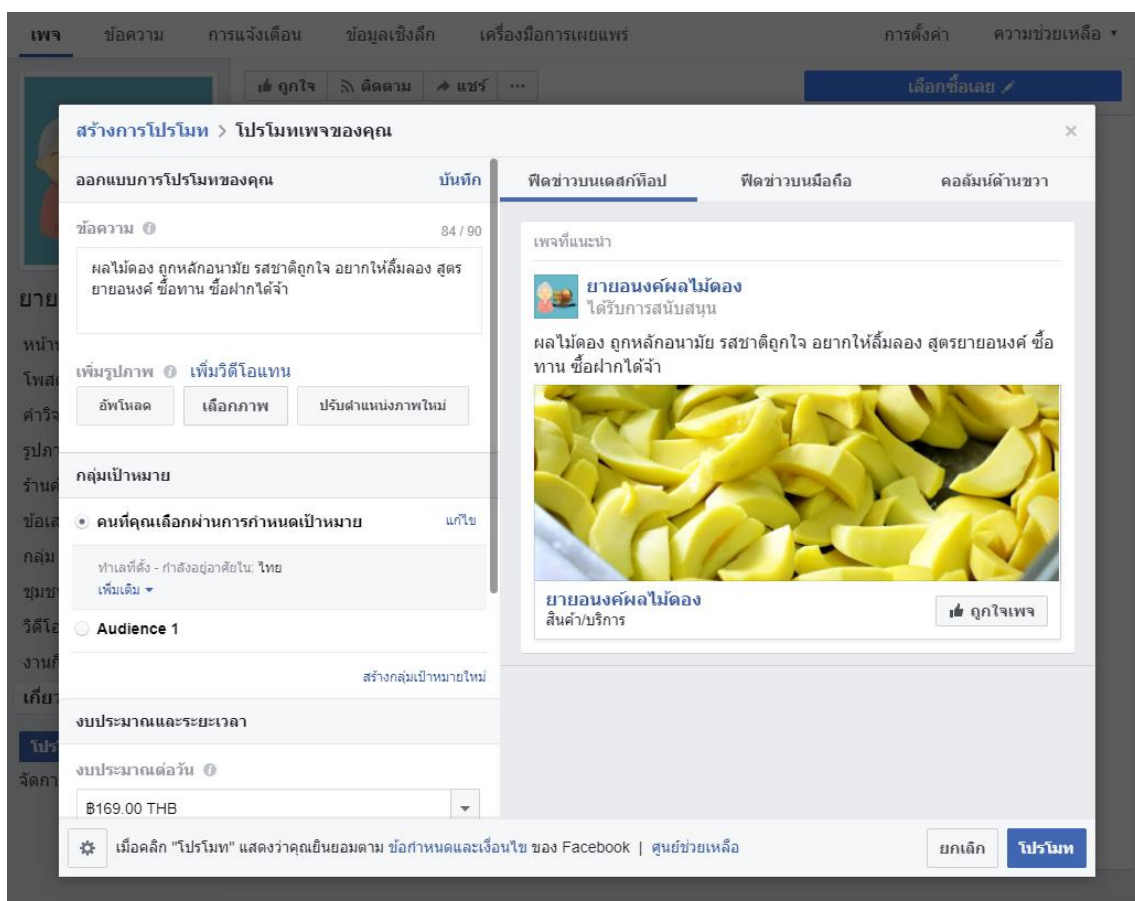
The image shows a smartphone displaying the LINE@ app interface. The screen shows a profile for 'LINE Friends' with 12,648 followers. The menu includes: Manage Admins, Reply Mode, Home, Account Page, Statistics, and Usage Conditions. The background is a solid green color.

ไลน์แอด (Line@) เป็นบัญชีทางการรูปแบบใหม่ (Official Account) สำหรับการเปิดเป็นช่องทางสำหรับการติดต่อกับลูกค้า ที่ตอบสนองผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อใช้เป็นช่องทางหลักที่มีคุณสมบัติการติดตามได้ไม่จำกัด มีผู้ดูแลได้มากถึง 100 คน มีฟังก์ชันการกระจายข้อความ และการโต้ตอบอัตโนมัติ และระบบอื่นๆที่รองรับ โดยสามารถดาวน์โหลดและติดตั้งบนโทรศัพท์ได้ โดยค้นหาคำว่า Line@ จาก Google Play Store และ AppStore โดยใช้บัญชีอีเมลเป็นข้อมูลสำหรับการสมัครใช้งาน

แบบขั้นสูง (มีค่าใช้จ่าย)

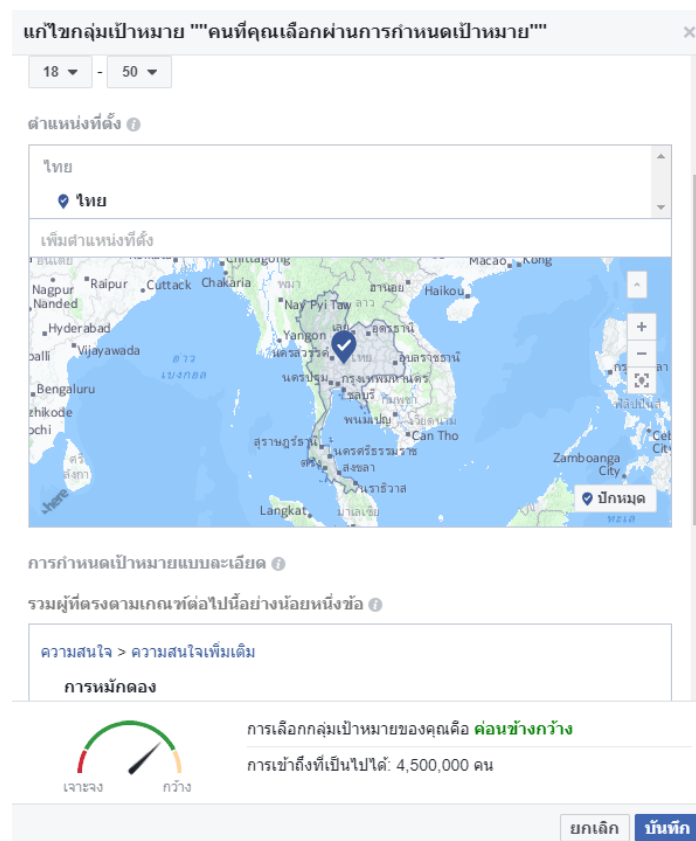
เครื่องมือการทำตลาดดิจิทัลขั้นสูง แบบมีค่าใช้จ่าย เหมาะสมกับผู้ประกอบการชุมชนที่มีศักยภาพต้องการสร้างรายได้และการแข่งขันทางการตลาด เพื่อทำการส่งเสริมช่องทางการตลาดดิจิทัลให้กลุ่มเป้าหมายของสินค้า ได้รับรู้และเห็นร้านค้าและสินค้า โดยใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในการนำเสนอข้อมูลให้กับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเทคนิคการทำตลาด วิธีต่างๆ โดยมีค่าใช้จ่ายตามเป้าหมายที่ต้องการให้รับทราบเนื้อหา โดยมีการนิยมใช้งานทั้ง เฟซบุ๊ก และการเปิดบัญชีไลน์แอด โดยระบบทั้งสองจะมีคุณสมบัติในการนำเสนอสินค้า และการพูดคุยโต้ตอบ รวมทั้งการทำโปรโมชั่นสินค้า โดยเครื่องมือแต่ละตัวมีคุณสมบัติพิเศษดังต่อไปนี้

เฟซบุ๊กเพจ (Facebook Fanpage)



The screenshot shows the Facebook 'Create Page' (สร้างการโปรโมท) interface. The left sidebar contains navigation options like 'ชื่อความ', 'การแจ้งเตือน', 'ข้อมูลเชิงลึก', and 'เครื่องมือการเผยแพร่'. The main area is titled 'สร้างการโปรโมท > โปรโมทเพจของคุณ'. It includes a 'ชื่อความ' (Name) field with a character count of 84/90, a 'เพิ่มรูปภาพ' (Add Photo) section with options for 'อัปโหลด' (Upload), 'เลือกภาพ' (Select Photo), and 'ปรับตำแหน่งภาพใหม่' (Adjust photo position). Below this is the 'กลุ่มเป้าหมาย' (Target Audience) section, which has two radio buttons: 'คนที่เลือกผ่านการกำหนดเป้าหมาย' (Selected by targeting) and 'Audience 1'. The 'งบประมาณและระยะเวลา' (Budget and Duration) section shows a budget of '฿169.00 THB'. At the bottom, there is a 'เมื่อคลิก "โปรโมท" แสดงว่าคุณยินยอมตาม ข้อกำหนดและเงื่อนไข ของ Facebook | ศูนย์ช่วยเหลือ' (When you click 'Promote', you agree to Facebook's Terms and Conditions | Help Center) and buttons for 'ยกเลิก' (Cancel) and 'โปรโมท' (Promote).

เฟซบุ๊กเพจ มีคุณสมบัติทางการตลาดดิจิทัล โดยมีความสามารถจัดทำโปรโมทเพจ และโปรโมทโพสต์ที่ตนเองสร้างขึ้นบนเฟซบุ๊ก ให้กลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานเฟซบุ๊กเห็นได้ โดยสามารถกำหนด กลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับสินค้าได้ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพสูงสุด จะมีการคำนวณ ค่าใช้จ่ายและประมาณการผู้ที่จะเห็นข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ประกอบการชุมชนจะต้องระบุและตั้งค่า กลุ่มเป้าหมายของตนเองให้สอดคล้องกับสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังภาพ



แก้ไขกลุ่มเป้าหมาย ""คนที่คุณเลือกผ่านการกำหนดเป้าหมาย""

18 - 50

ตำแหน่งที่ตั้ง

ไทย

เพิ่มตำแหน่งที่ตั้ง

การกำหนดเป้าหมายแบบละเอียด

รวมผู้ที่ตรงตามเกณฑ์ต่อไปนี้อย่างน้อยหนึ่งข้อ

ความสนใจ > ความสนใจเพิ่มเติม

การหมักดอง

การเลือกกลุ่มเป้าหมายของคุณคือ **ค่อนข้างกว้าง**

การเข้าถึงที่เป็นไปได้: 4,500,000 คน

ยกเลิก บันทึก

ตัวอย่างการตั้งค่าการทำตลาดดิจิทัลบนเฟซบุ๊กเพจ ของคุณยายอนงค์ผลไม้ดอง โดยดำเนินการการตั้งค่ากลุ่มเป้าหมายสำหรับการประชาสัมพันธ์ร้านค้า ตามกลุ่มเป้าหมายของสินค้า คือ ผลไม้ดอง เป็นสินค้าสำหรับบริโภค โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ช่วงอายุ 18-50 ปี ที่อยู่ในประเทศไทย โดยให้ความสนใจ การหมักดอง ของทานเล่น มะม่วง ผลไม้ ความเปรี้ยว โดยจากการประเมินกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเป็นไปได้มากถึง 4,500,000 คน โดยการประชาสัมพันธ์สามารถตั้งงบประมาณต่อวัน เช่น 169 บาทต่อวัน จะมีโอกาสการกดถูกใจ 14-54 คนต่อวัน ซึ่งจะมีผู้ที่เห็นโฆษณาเป็นจำนวนมาก โดยการชำระเงินจะต้องชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และลงทะเบียนการชำระเงินผ่านระบบของเฟซบุ๊กเพจ

ไลน์แอด (Line@)



ไลน์แอด สำหรับผู้ประกอบการชุมชนนั้น หากใช้ฟังก์ชันที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายแล้วต้องการประกาศให้ผู้ติดตามทราบโปรโมชั่นมากขึ้น กว่า 1,000 ข้อความต่อเดือน หรือ 4 โพสต์บน Timeline จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการไลน์แอด โดยผู้ประกอบการชุมชนสามารถเลือกใช้บริการได้ตามกลุ่มเป้าหมาย โดยชำระเป็นค่าบริการรายเดือนสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการได้ โดยคุณสมบัติของการกระจายข้อความ (Broadcast) ให้ผู้ติดตามทุกคนรับทราบนั้น จะช่วยสร้างการรับรู้โปรโมชั่นให้กับลูกค้าได้

	Free	Basic	Pro	Pro+
ค่าบริการรายเดือน	-	998 บาท	1,998 บาท	6,888 บาท
จำนวนผู้ติดตาม (Followers)	ไม่จำกัด	ไม่จำกัด	50,000	300,000
การ Broadcast ข้อความ (1 บอลูน ต่อ 1 ผู้ติดตาม = 1 ข้อความ)	1,000 ข้อความ	50,000 ข้อความ	ไม่จำกัด	ไม่จำกัด
การโพสต์บน Timeline	4 โพสต์	ไม่จำกัด	ไม่จำกัด	ไม่จำกัด

ดังนั้น ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องเลือกใช้บริการที่สอดคล้องกับการทำการตลาดดิจิทัลของร้านค้า ซึ่งจะส่งผลให้การทำการตลาดดิจิทัลประสบผลสำเร็จโดยไม่ใช้เงินในการทำการตลาดมากเกินไป



4.บริหารการขาย (Shop Management)

ขั้นตอนที่ 4

บริหารการขาย (Shop Management)



♦ การจัดเตรียมสินค้า

สำหรับผู้ประกอบการชุมชน การจัดเตรียมสินค้าเพื่อรองรับการสั่งซื้อของผู้บริโภคนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และพร้อมที่จะจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้โดยไว ดังนั้น จะต้องจัดเตรียมสินค้าให้พร้อม โดยจะต้องประมาณความต้องการของลูกค้า และการจัดเตรียมสินค้าไว้อย่างเหมาะสม เช่น คุณยายอนงค์ขายมะม่วงแช่อิ่มใส่ขวดโหล มีผู้ซื้อสินค้าวันละ 15-20 ขวด แต่คุณยายอนงค์ผลิตได้วันละ 10 ขวด คุณยายควรที่จะเพิ่มกำลังการผลิตต่อวันให้มีปริมาณมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับความต้องการ โดยมีการผลิตและเก็บไว้ล่วงหน้า ดังนั้น ควรประเมินปริมาณสินค้าที่พร้อมจำหน่ายไว้ล่วงหน้า เพื่อให้รองรับกับลูกค้าได้ โดยเป็นไปตามหลักการบริหารจัดการคลังสินค้า (Stock Management)



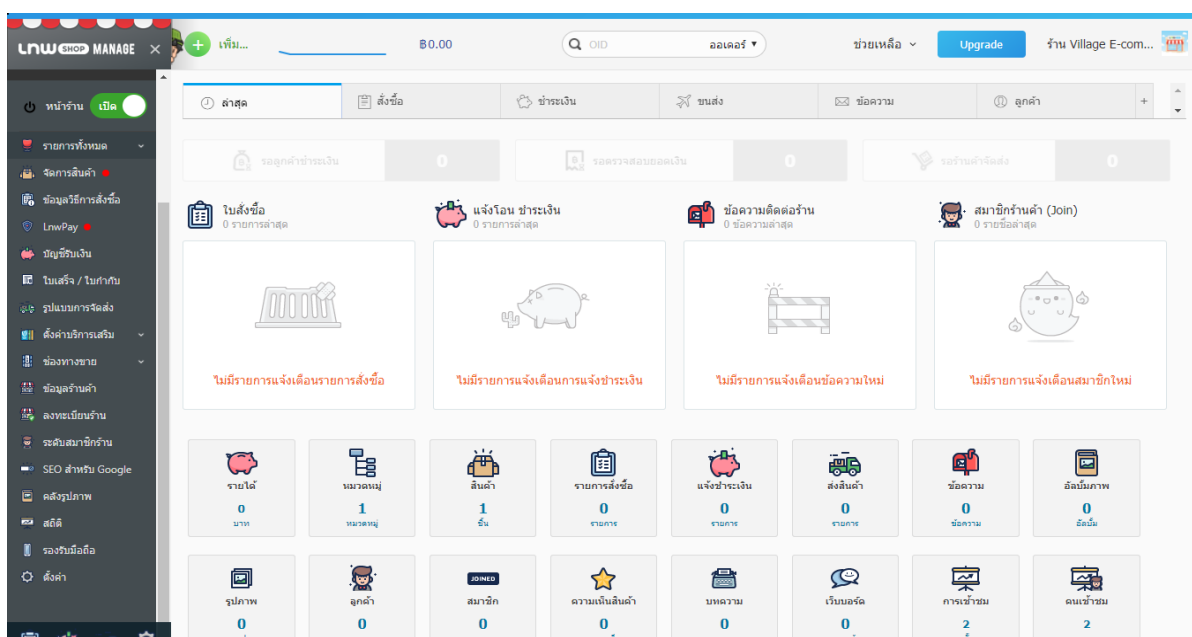
ควรจัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคเสมอ

◆ การตรวจสอบรายการคำสั่งซื้อ

การดูแลร้านค้าออนไลน์ เหมือนการดูแลธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ หากร้านค้าออนไลน์ไม่มีสินค้าใหม่ ไม่มีการปรับปรุงโปรโมชั่น ไม่มีการตรวจสอบรายการคำสั่งซื้อ ก็จะทำให้ร้านค้าออนไลน์ขาดการเคลื่อนไหวไม่มีการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ไม่มีการสื่อสารกับผู้เข้าชม ทำให้เป็นร้านค้าออนไลน์ที่ไม่มีใครอยากเข้ามาชม ฉะนั้น ผู้ดูแลร้านค้าออนไลน์จะต้องมีการจัดการให้ร้านค้ามีสินค้า และบริหารจัดการคำสั่งซื้อ โดยต้องมีทักษะในการใช้งานคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเข้าใจระบบร้านค้าออนไลน์ รวมไปถึงเทคนิคทางการตลาด ดังนั้น หากผู้ประกอบการชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองสามารถให้บุตรหลานของท่านเข้ามาช่วยเหลือ ดูแลร้านค้าออนไลน์ได้ หรือถ้าหากไม่มีผู้บริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ สามารถติดต่อผู้บริหารศูนย์ดิจิทัลชุมชนใกล้บ้านผู้ประกอบการช่วยเหลือทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อย อัปเดตข่าวสาร และปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชม จะทำให้ร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการชุมชนกลายเป็นร้านค้าที่ติดอันดับและขายสินค้าได้ดี

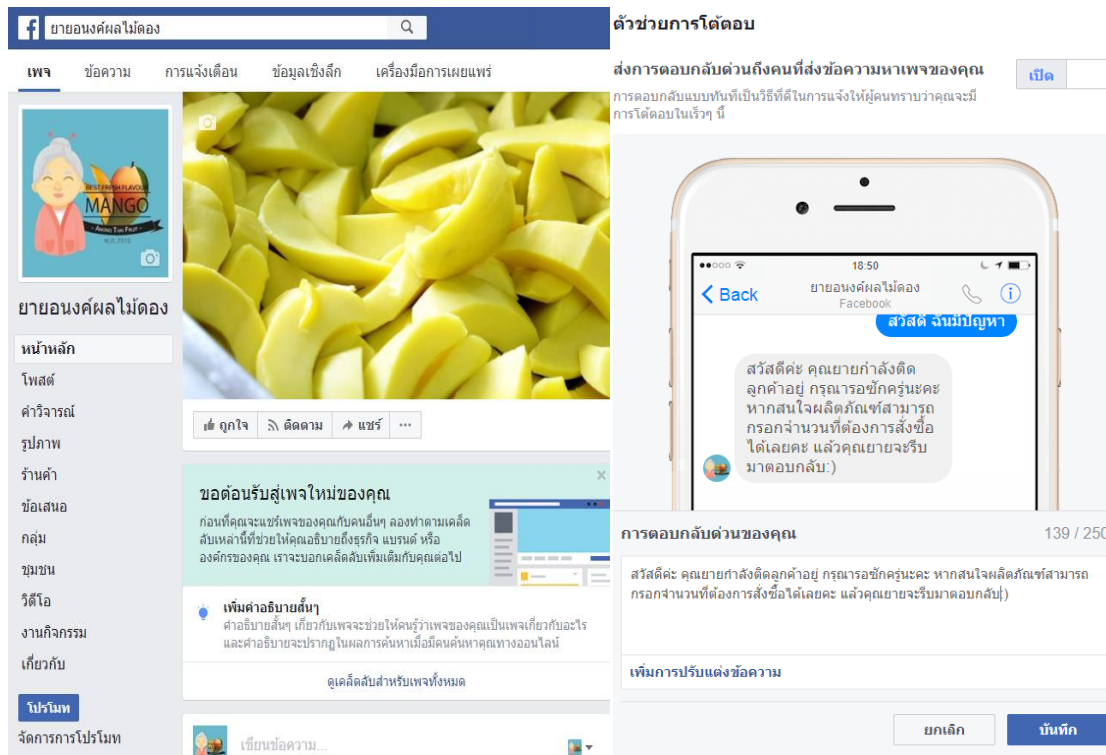
ระบบการแจ้งเตือนรายการสั่งซื้อสินค้า (E-Commerce Platform Notification)

กรณีตัวอย่างระบบ Inwshop ร้านค้าจะมีระบบบริหารจัดการหลังร้าน โดยผู้จัดการร้านค้าสามารถบริหารจัดการข้อมูลร้านค้า ทั้งใบสั่งซื้อ การแจ้งโอน ชำระเงิน ข้อความติดต่อร้านและอื่นๆ หากมีการสั่งซื้อสินค้าเกิดขึ้นระบบจะแสดงจำนวนใบสั่งซื้อให้ผู้ประกอบการชุมชนจัดเตรียมสินค้าไว้รองรับ และหากมีการแจ้งการโอนเงิน ชำระเงิน จะปรากฏในช่อง แจ้งโอน ชำระเงิน เพื่อให้ผู้ประกอบการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ตามข้อมูลในใบสั่งซื้อ



การรับคำสั่งซื้อจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Chat)

การรับคำสั่งซื้อจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น การทำโฆษณาผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) แล้วมีลูกค้าสนใจสั่งซื้อสินค้า สามารถดำเนินการส่งลิงค์สำหรับการสั่งซื้อสินค้า หรือให้บริการผ่านแชทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น คุณยายอนงค์เปิด Facebook Page : ยายอนงค์ผลไม้ทอง มีลูกค้าสนใจซื้อโดยส่งผ่านข้อความ



ดังนั้น คุณยายอนงค์จะต้องบริหารจัดการรับรายการสั่งซื้อผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสามารถใช้โปรแกรมโต้ตอบอัตโนมัติช่วยในการสื่อสารกับลูกค้า หรือใช้คุณสมบัติตัวช่วยการโต้ตอบในการส่งการตอบกลับด่วนถึงคนที่ส่งข้อความหาเพจของคุณยายอนงค์ เพื่อให้คุณยายมารับรายการสั่งซื้อสินค้า หรือตอบคำถาม เพื่อให้สามารถปิดการขายได้

◆ การตรวจสอบการชำระเงิน

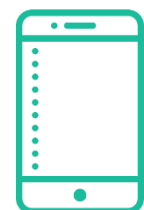
ขณะที่ผู้ประกอบการชุมชนบริหารจัดการร้านค้าานั้น จะมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าเข้ามาผ่านระบบร้านค้าออนไลน์ ระบบจะแจ้งยอดการชำระเงินให้ผู้ซื้อ ทำการชำระเงินผ่านช่องทางต่างๆ โดยช่องทางที่เป็นทางตรงสำหรับร้านค้าออนไลน์ จะเป็นการโอนเงินเข้าสู่บัญชีของผู้ประกอบการชุมชน ฉะนั้น ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องมีการตรวจสอบการชำระเงิน ว่าได้รับเงินจากลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการจัดส่งต่อไป โดยการตรวจสอบการชำระเงินของลูกค้ามีวิธีหลัก ดังนี้

1. ปรับรายการสมุดเงินฝากอัตโนมัติ (Update Passbook) ไม่ต้องสมัครใช้บริการไม่มีค่าธรรมเนียมในการปรับรายการ โดยผู้ประกอบการจะต้องเดินทางไปธนาคาร เพื่อทำการปรับรายการ หากมีการซื้อขายเป็นจำนวนมากๆ อาจไม่สะดวกในการปรับรายการสมุดเงินฝาก



2. สมัครข้อความแจ้งเตือน (SMS Alert) จะต้องสมัครใช้บริการ โดยมีค่าธรรมเนียมในการแจ้งเตือนทั้งแบบรายเดือนและรายปีซึ่งค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับค่าบริการของธนาคาร สร้างความสะดวกให้กับผู้ประกอบการในการตรวจสอบตามรายการโอนได้

3. ใช้บริการธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking) จะต้องสมัครใช้บริการ และดาวน์โหลดแอปพลิเคชันติดตั้งบนโทรศัพท์มือถือของผู้ประกอบการ โดยจะต้องเสียค่าอินเทอร์เน็ตสำหรับโทรศัพท์มือถือเพื่อใช้งานระบบ โดยสามารถติดตามดูข้อมูลข้อมูลสรุป รวมทั้งการบริการอื่นๆ เช่น การโอน การเติมเงิน จ่ายบิล พร้อมเพย์ และบริการอื่นๆได้



โดยการบริการตรวจสอบยอดการชำระเงินผ่านธนาคารที่แนะนำสำหรับผู้ประกอบการชุมชน คือ การใช้งานระบบธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ธนาคารกรุงไทย



ธนาคารกรุงไทย ให้บริการระบบ KTB netbank ผู้ประกอบการสามารถสมัครใช้บริการโดยกรอกข้อมูล และยืนยันตัวตนผ่านแอปพลิเคชัน สามารถทำรายการตรวจสอบยอดเงิน โอนเงินและบริการอื่นของธนาคารได้ ลักษณะเดียวกับการใช้งานที่ตู้ ATM สมัครและดาวน์โหลดโปรแกรมได้ที่ Google Play และ AppStore โดยค้นหา “KTB netbank”

ธนาคารกสิกรไทย



ธนาคารกสิกรไทย ให้บริการระบบ K PLUS สามารถตรวจสอบยอดเงิน โอนเงิน ชำระค่าบริการได้ โดยสมัครใช้งานและดาวน์โหลดโปรแกรมได้ที่ Google Play หรือ AppStore โดยค้นหาคำว่า “K PLUS”

ธนาคารไทยพาณิชย์



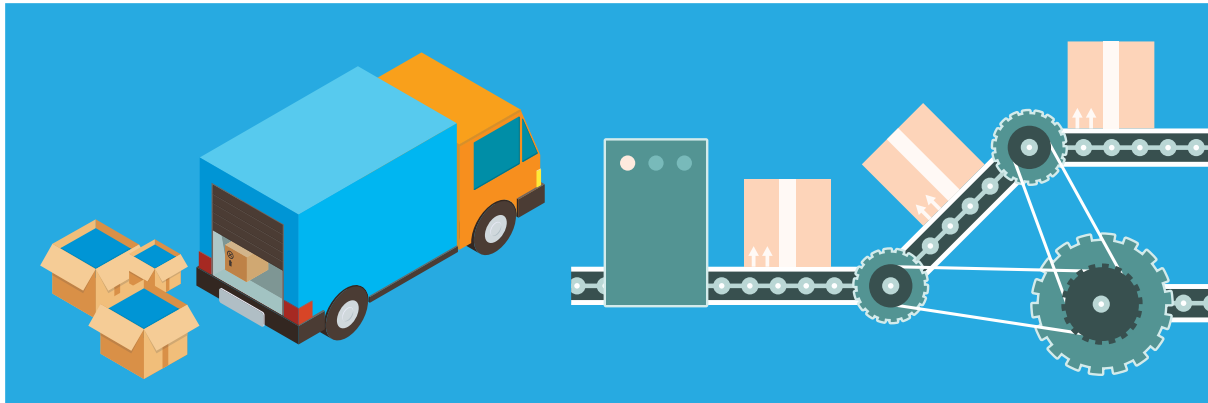
ธนาคารไทยพาณิชย์ ให้บริการระบบ SCB EASY โดยสามารถใช้บริการ ตรวจสอบ
สรุยอดเงิน โอนเงิน ชำระเงิน ช่วยให้ผู้ใช้ประกอบการประหยัดเวลาและสามารถบริหารเงินได้หลายบัญชี
ในแอปพลิเคชันเดียว สามารถดาวน์โหลดโปรแกรมได้ที่ Google Play หรือ AppStore โดยค้นหาคำว่า
“SCB Easy”



5.บรรจุและจัดส่ง (Packing & Shipping)

ขั้นตอนที่ 5

การบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing & Shipping)



◆ การบรรจุสินค้า

การบรรจุสินค้าที่เหมาะสมจะช่วยให้การจัดส่งสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อ ส่งถึงที่หมายอย่างปลอดภัย ทั้งนี้ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ขนส่ง ขนาดของกล่องบรรจุสินค้า น้ำหนักรวมทั้งหมดของสินค้า การห่อสินค้า การปิดผนึกกล่อง การติดฉลาก และข้อจำกัดของสินค้า เพื่อให้การบรรจุและจัดส่งสินค้าดำเนินการอย่างเรียบร้อย โดยตัวอย่าง คุณยายอนงค์ทำมะม่วงแช่อิ่มได้รับคำสั่งซื้อสินค้ามะม่วงแช่อิ่ม จากลูกค้าผ่านบริการระบบร้านค้าออนไลน์ คุณยายจะต้องเตรียมการจัดส่งสินค้าเพื่อทำการบรรจุสินค้าเพื่อทำการขนส่งโดยสินค้าของคุณยายเป็นแบบขวดแก้ว ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่วัสดุกันกระแทก เพื่อปกป้องสินค้าระหว่างจัดส่ง ดังนั้น คุณยายจะต้องพิจารณา เรื่องขนาดบรรจุภัณฑ์และน้ำหนักของสินค้า รูปแบบหีบห่อและการเขียนฉลาก เพื่อให้ถึงมือผู้รับได้



พ.ศ. 2515

ผลิตภัณฑ์แบบขวดแก้ว



1. พิจารณาขนาดบรรจุภัณฑ์และน้ำหนักของสินค้า

ขนาดบรรจุภัณฑ์และน้ำหนักของสินค้า จะขึ้นอยู่กับทางเลือกใช้ประเภทบริการขนส่ง เช่น ขนส่งด้วยมอเตอร์ไซด์ ขนส่งด้วยรถกระบะ ขนส่งด้วยรถตู้ ขนส่งด้วยรถบรรทุก ขนส่งด้วยเรือ ขนส่งด้วยรถไฟ ขนส่งด้วยเครื่องบิน และเงื่อนไขของบริษัทขนส่งที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ แต่ละรูปแบบการขนส่งและบริษัทขนส่งจะมีข้อกำหนดและข้อกำหนดในเรื่องของขนาดและน้ำหนักที่แตกต่างกัน ดังนั้น ต้องเลือกบรรจุภัณฑ์สินค้าให้มีขนาดและน้ำหนักเหมาะสมสำหรับการขนส่ง หรือเลือกบริษัทขนส่งที่เหมาะสมกับสินค้าและบริการของตนเอง

จากตัวอย่าง สินค้าของยายอนงค์เป็นมะม่วงแช่อิ่ม ซึ่งเป็นสินค้าที่มีขนาดไม่ใหญ่มากแต่น้ำหนักพอสมควร เนื่องจากเป็นอาหารที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบ การเลือกรูปแบบการขนส่งจึงต้องเป็นรูปแบบการขนส่งที่สามารถขนส่งสินค้าที่มีขนาดเล็กได้ แต่เนื่องด้วยบรรจุภัณฑ์เป็นแก้วและมีน้ำอยู่ภายใน ดังนั้น รูปแบบการขนส่งจะต้องเลือกที่มีความปลอดภัยจากการแตกของขวดแก้วด้วย



2.บรรจุสินค้า

เมื่อผู้ประกอบการเลือกรูปแบบการขนส่งแล้ว จะทำการบรรจุสินค้าให้มีความเหมาะสมกับกระบวนการจัดส่ง ดังนั้น ขั้นตอนต่อไปคือการบรรจุสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ และทำการบรรจุสินค้าตามขั้นตอน ดังนี้

เตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าสินค้า

1.บรรจุภัณฑ์สำหรับใส่สินค้า

- ซองกระดาษ หรือ ซองพลาสติกทึบ (เหมาะกับสินค้าไม่เกิน 500 กรัม)



- กล่องกระดาษหลายขนาด เลือกที่เหมาะสมกับสินค้า (เหมาะกับสินค้าเกิน 500 กรัมขึ้นไป)



2.วัสดุกันกระแทก

- เศษกระดาษไม่ใช้แล้ว (ไม่มีค่าใช้จ่าย)
- ฟองน้ำ (มีค่าใช้จ่าย)
- พลาสติกกันกระแทก หรือ Air bubble (มีค่าใช้จ่าย)

3.เทปกาว

4.เชือกมัดกล่อง

เริ่มต้นการบรรจุสินค้า

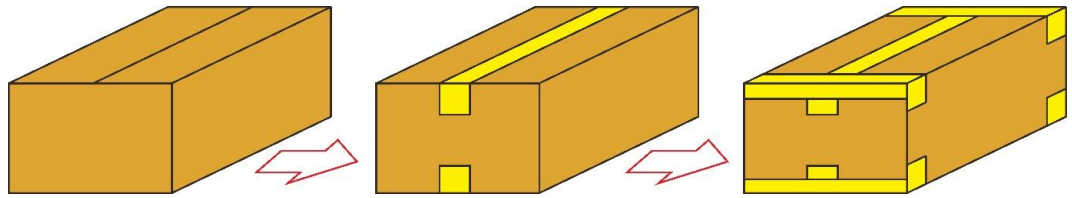
1. เลือกขนาดกล่องหรือซองที่มีขนาดใหญ่กว่าตัวสินค้าเล็กน้อย
2. ห่อสินค้าด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ แผ่นฟองน้ำ หรือพลาสติกกันกระแทก (Air Bubble) อย่างน้อย 2 ชั้น และปิดเทปให้ติดกัน



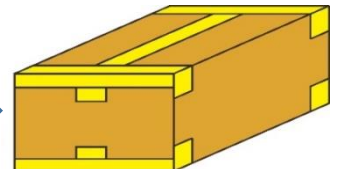
3. หลังจากห่อสินค้าจะพบว่ายังมีช่องว่างระหว่างกล่องสินค้ากับตัวสินค้า ให้เติมเต็มช่องว่างนั้นด้วยการใส่เม็ดโฟม หรือก้อนหนังสือพิมพ์ หรือแผ่นโฟม เพื่อป้องกันการเคลื่อนไหวของสินค้าในกล่องระหว่างการขนส่ง



4. และปิดผนึกกล่องสินค้าด้วยเทปโดยปิดผนึกเป็นรูปตัว H



จากตัวอย่างยายอนงค์ ต้องบรรจุสินค้ามะม่วงแช่อิ่ม ที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้ว การบรรจุสินค้าของยายอนงค์ หากทำตามขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้น ยายอนงค์ต้องเริ่มจากการ ห่อสินค้าด้วยวัสดุกันกระแทก หลังจากนั้น เลือกกล่องที่มีขนาดใหญ่กว่าสินค้าเล็กน้อย นำสินค้าลงมาใส่ในกล่อง หากมีช่องว่างภายในกล่องให้นำวัสดุกันกระแทก เช่น เศษกระดาษ หรือฟองน้ำ มาใส่ให้เต็ม เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้วให้ปิดกล่องแล้วใช้เทปกาวปิดผนึกเป็นรูปตัว H



3. การเขียนจ่าหน้ากล่องสินค้า เพื่อจัดส่ง

หลังจากบรรจุสินค้าลงกล่องหรือซองเรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการต้องทำการเขียนจ่าหน้าเพื่อนำส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้อย่างถูกต้องแม่นยำ การเขียนจ่าหน้ากล่องสินค้า จึงเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการต้องตรวจสอบและเขียนข้อมูลให้ครบถ้วน ซึ่งข้อมูลที่ควรเขียนลงในกล่องสินค้านี้

1. ข้อมูลลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วย

- ชื่อ นามสกุล ของลูกค้า
- ที่อยู่ลูกค้า (ประกอบไปด้วย บ้านเลขที่ หมู่บ้าน ถนน ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด รหัสไปรษณีย์)
- เบอร์โทรศัพท์ลูกค้า

2. ข้อมูลร้านค้า ซึ่งประกอบไปด้วย

- ชื่อ ร้านค้าออนไลน์
- ที่อยู่ร้านค้า (ประกอบไปด้วย บ้านเลขที่ หมู่บ้าน ถนน ตำบล/แขวง อำเภอ/เขต จังหวัด รหัสไปรษณีย์)
- เบอร์โทรศัพท์ร้านค้า

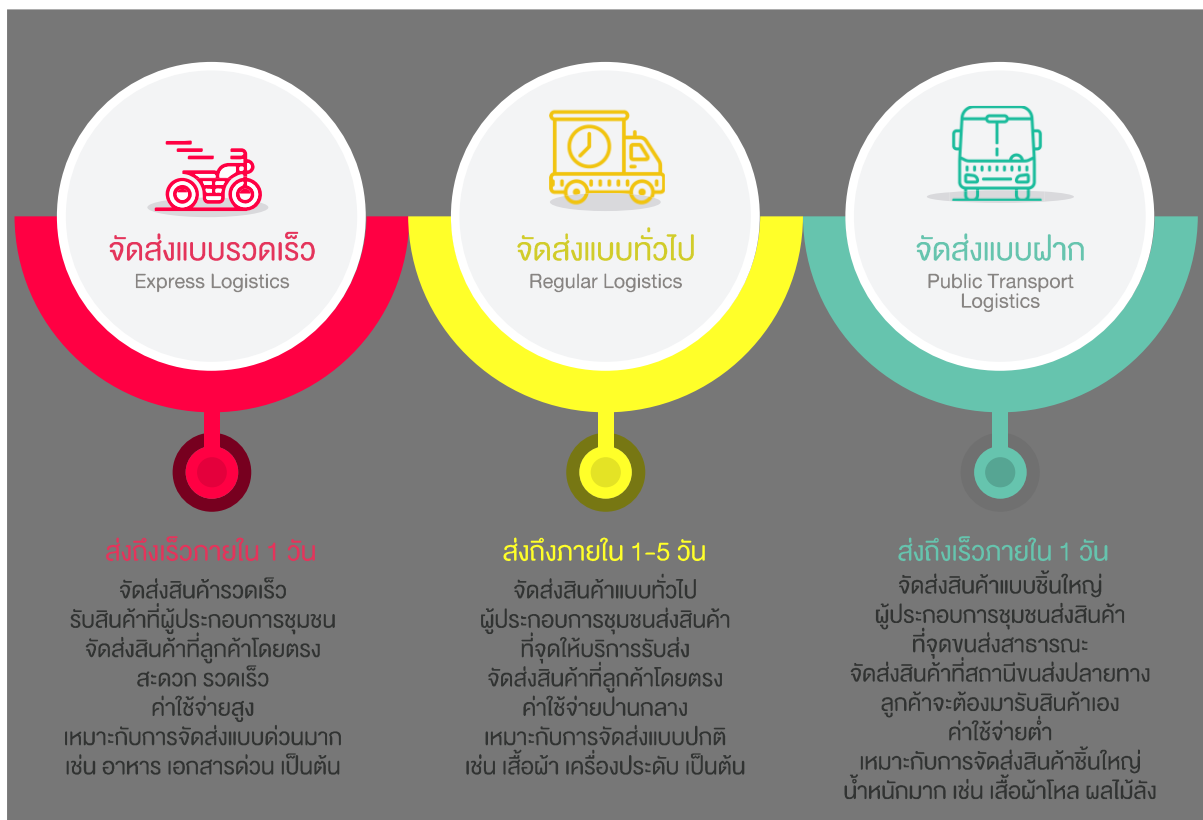
3. ป้ายเตือนกันแตก (กรณีเป็นสินค้าที่แตกหักง่าย)



Tips ลดระยะเวลาในการจ่าหน้ากล่อง หากผู้ประกอบการชุมชนมีการจัดส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก การจ่าหน้ากล่องจะเกิดความล่าช้า ดังนั้น สามารถหาวิธีช่วยได้ 2 รูปแบบ คือ (1) จัดทำตารางหรือสติกเกอร์ข้อมูลร้านค้า เพื่อลดระยะเวลาในการจ่าหน้ากล่องส่วนข้อมูลร้านค้าได้ (2) ใช้ระบบบริหารการจัดส่งของระบบร้านค้าออนไลน์ ที่สามารถพิมพ์ (Print) ข้อมูลลูกค้า และข้อมูลร้านค้า เพื่อติดบนกล่องสินค้านี้ก่อนส่งได้ในทันที

◆ การเลือกรูปแบบการขนส่งสินค้า

การเลือกรูปแบบการขนส่งสินค้าถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า สิ่งที่ต้องคำนึงถึงได้แก่ สินค้าส่งถึงปลอดภัยไม่เสียหาย เหมาะสมกับมูลค่าสินค้า จัดส่งสินค้ารวดเร็ว ค่าใช้จ่ายน้อย และการรับประกันสินค้านระหว่างจัดส่ง หากเกิดความเสียหาย ดังนั้น ผู้ขายสินค้าต้องเลือกรูปแบบการขนส่งสินค้าที่เหมาะสมกับสินค้าที่ขาย และให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ โดยได้แบ่งรูปแบบการขนส่งสินค้านี้



1. การจัดส่งแบบด่วน (Express Logistic)

เป็นการบริการขนส่งของบริษัทที่เกิดขึ้นรายใหม่ๆ โดยที่ผู้ประกอบการชุมชนที่จะใช้บริการจะต้องอยู่ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ลักษณะของการจัดส่งแบบด่วนเป็นการนำเสนอการบริการที่แปลกใหม่ เช่น การขนส่งโดยรถจักรยานยนต์ โดยมักนำเสนอความแตกต่างด้านการให้บริการที่รวดเร็วกว่า แต่มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ให้บริการที่ไม่ครอบคลุม และให้บริการเฉพาะในหัวเมืองใหญ่นั้น ซึ่งมีบริษัทให้บริการขนส่งดังนี้

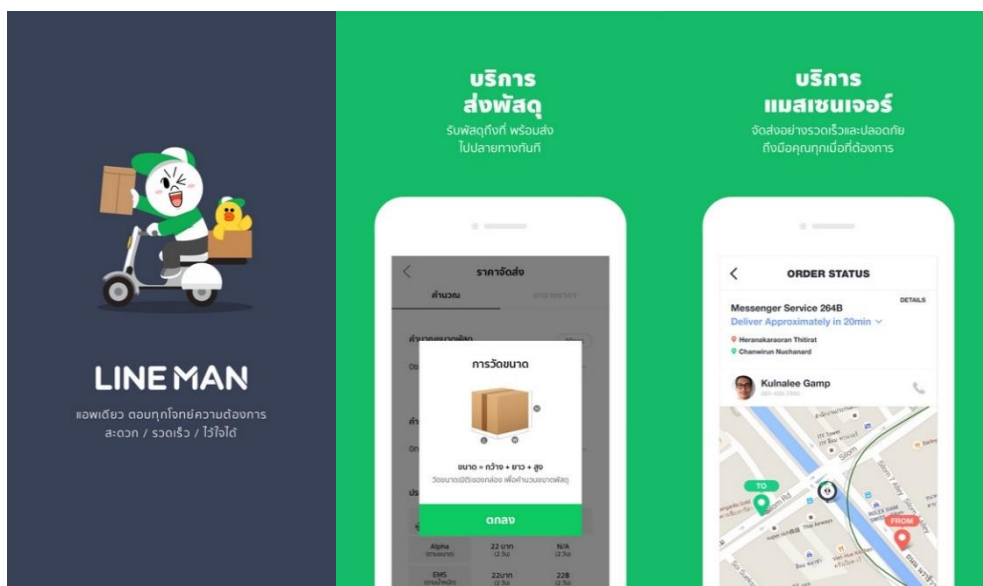
1. ไลน์แมน (LINE MAN)



ไลน์แมน (LINE MAN) เป็นบริการพนักงานส่งสินค้า ที่สามารถเรียกใช้ผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN บนโทรศัพท์มือถือ โดยผู้ประกอบการสามารถใช้บริการพนักงานส่งสินค้าของไลน์แมน เพื่อจัดส่งพัสดุ เอกสาร อาหาร และอื่นๆ ที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก ระยะเวลาในการจัดส่งรวดเร็วภายใน 1 วัน หรือตามระยะทาง สามารถดาวน์โหลดใช้บริการได้ผ่าน AppStore และ Play Store โดยค้นหาคำว่า LINE MAN

เงื่อนไขการให้บริการ

- บริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (Line Man)
 - เริ่มต้น 48 บาท คิดค่าจัดส่งตามระยะทาง 7.2 บาทต่อกิโลเมตร (มากกว่า 30 กิโลเมตร 14 บาทต่อกิโลเมตร)
 - มีค่าบริการขั้นต่ำ 60 บาท
 - ค่าบริการไป-กลับ เพิ่ม 75 บาท
 - บริการนอกเวลาทำการ 21.00 - 23.59น. บวกเพิ่ม 50 บาท
 - เพียงคืน - 6.59 น. บวกเพิ่ม 100 บาท



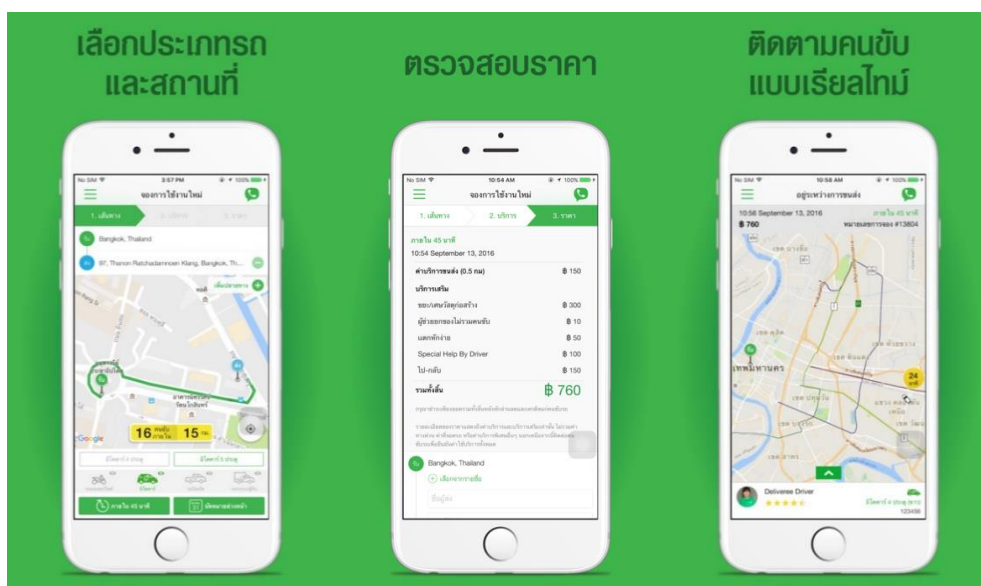
2. ดีริเวอร์รี่ (Deliverree)



ดีริเวอร์รี่ (Deliverree) เป็นบริการรูปแบบใหม่ที่ให้บริการขนส่งสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย โดยเป็นการบริการขนส่งสินค้าจากต้นทางไปถึงปลายทางในปริมาณมาก โดยให้บริการผ่าน รถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ หลายรูปแบบ เหมาะสมกับการส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก (Lot) เพื่อให้สะดวกต่อผู้ประกอบการ สามารถดาวน์โหลดใช้บริการได้ผ่าน AppStore และ Play Store โดยค้นหาคำว่า Deliverree

เงื่อนไขการให้บริการ

- ค่าขนส่ง
 - 0 - 3 กม. เริ่มต้น 50 บาท
 - 3 - 14 กม. บวกเพิ่ม 10 บาท / กม.
 - 14 กม. ขึ้นไป บวกเพิ่ม 10 บาท / กม.
 - เพิ่มจุดส่งของ 25 บาท ต่อจุด
 - ค่าเนิ่นการเอกสาร 40 บาท



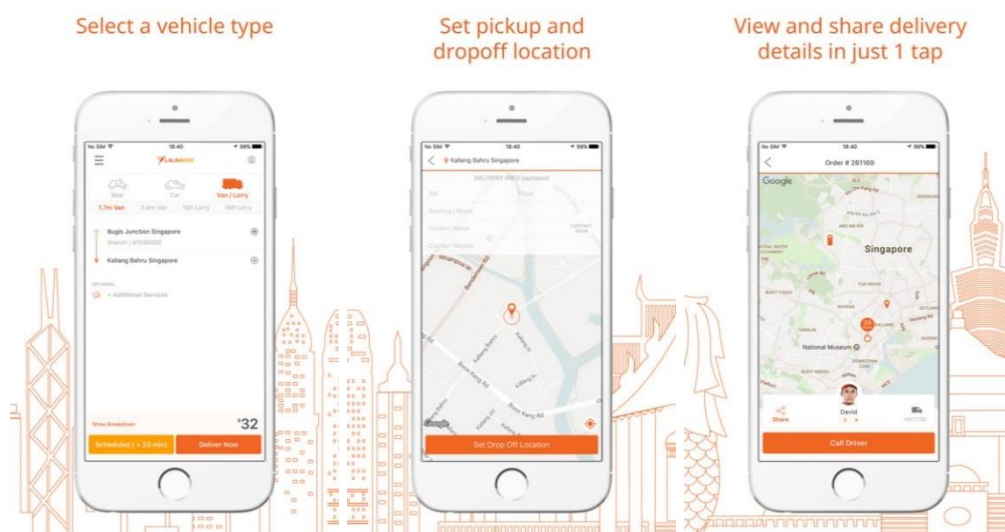
3. ลาล่ามูฟ (Lalamove)



ลาล่ามูฟ (Lalamove) เป็นบริการส่งของ อีกหนึ่งทางเลือกสำหรับบุคคลทั่วไป และธุรกิจ หรือผู้ประกอบการขนาดเล็ก เช่น ทำข้าวกล่องขาย ก็สามารถส่งข้าวกล่องได้ โดยมีจุดเด่นในการส่งสินค้า ในกรุงเทพ ถึงมือผู้รับภายใน 1-2 ชั่วโมง สามารถเรียกพนักงานส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน แล้วจะมีพนักงานมารับสินค้า ไปส่งที่ปลายทางให้กับลูกค้า สามารถดาวน์โหลดใช้บริการได้ผ่าน AppStore หรือ Play Store โดยค้นหาคำว่า Lalamove

เงื่อนไขการให้บริการ

- ลูกค้าใช้งานครั้งแรก รับส่วนลดค่าส่ง
- เริ่มต้น 48 บาท + 7.2 บาท ต่อกิโลเมตร เอกสารและกล่อง น้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม ขนาดไม่เกิน 50x50x50 ซม. รวมไปถึง กล่องบรรจุอาหาร ไม่เกิน 30x43x27 ซม. มีการรับประกันสินค้าเสียหายสูงสุด 3,000 บาท



4. สกู๊ตตาร์ (Skootar)



สกู๊ตตาร์ (Skootar) เป็นบริการเรียกพนักงานส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีบริการรับส่งเอกสาร เก็บเช็ควางบิล ส่งของด่วนภายในวันเดียว ครอบคลุม กทม-ปริมณฑล ผู้ประกอบการสามารถให้พนักงานส่งสินค้า ช่วยรับส่งเอกสาร เก็บเช็ค วางบิล จ่ายเงิน เดินเรื่อง ตามที่ทำการมอบอำนาจไว้ ซึ่งผู้ประกอบการไม่ต้องดำเนินการเอง รวมทั้งส่งพัสดุ อาหาร ที่มีการเก็บเงินปลายทาง และจะต้องไม่ผิดกฎหมาย โดยชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต ผ่านธนาคารออนไลน์ หรือช่องทางอื่นๆได้ สามารถดาวน์โหลดใช้บริการได้ผ่าน AppStore และ Play Store โดยค้นหาคำว่า Skootar

เงื่อนไขการให้บริการ

- ส่งของ ขนาดพัสดุ 50x50x80 ซม. น้ำหนักไม่เกิน 20 กิโลกรัม
- ราคาเริ่มต้น 70 บาท ค่าบริการคิดตามระยะทาง กิโลเมตรที่ 21-30 ราคา 13 บาท/กม. กิโลเมตรที่ 31 - 70 ราคา 15 บาท/กม. และ 70 กม. ขึ้นไป ราคา 10 บาทต่อ/กม.
- ไป - กลับ เพิ่มร้อยละ 50 ถ้ามีจุดแวะรับส่งคิดค่าบริการ 40 บาทต่อจุด

จัดการธุระให้คุณ เก็บเช็ค วางบิล ส่งเอกสาร พักส่ง	แมสกว่า 1,000 คน กระจายทั่วกทม. + ปริมณฑล	SKOOTAR มั่นใจ เหมือนไปส่งเอง
 กรุณาประเมินและใช้บริการเสริม - นำเช็คทำบัญชี +฿40 - เก็บเงินปลายทางและนำส่ง +50% - ฝากส่งไปรษณีย์ +฿0	 สถานที่เดิม เพิ่มสถานที่ Q ภูวนารถวนาที่เค Map showing locations like The Westin Grande Sukhumvit Bangkok, Sheraton Grand Sukhumvit, Asok Junction, and Bangkok Mansion.	 งานสำเร็จ ✓ แจ้งเตือนเมื่องานสำเร็จ ✓ เช็คสถานะได้ ✓ มีประกันของสูญหาย 2,000 บาท

2. การจัดส่งแบบทั่วไป (Regular Logistics)

การส่งของด้วยบริษัทรับส่งของ ที่มีการให้บริการรับส่งพัสดุ ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดส่งที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการชุมชนที่เปิดร้านออนไลน์ โดยจุดให้บริการจะมีครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ โดยให้บริการจัดส่งทั้งในและต่างประเทศ มีหลากหลายรูปแบบการจัดส่ง และค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งการให้บริการรูปแบบนี้ลูกค้าจะได้รับสินค้า ณ จุดที่ระบุปลายทาง ในประเทศไทยมีหลายบริษัทที่ให้บริการ ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้บริการได้จากบริษัทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (Thailand Post)



บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้บริการจัดส่งสินค้า โดยบริการไปรษณีย์ที่เปิดให้บริการ มีดังต่อไปนี้

- ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ (EMS)
- ไปรษณีย์ลงทะเบียนในประเทศ (Registered)
- โลจิสติกส์
- ไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ
- พัสดุไปรษณีย์ระหว่างประเทศ

ผู้ประกอบการชุมชนสามารถเลือกใช้บริการจัดส่งพัสดุโดยคำนึงถึงระยะเวลาในการจัดส่ง และค่าใช้จ่าย โดยการจัดส่งแบบไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ (EMS) จัดส่งภายในระยะเวลา 2-3 วัน ซึ่งค่าบริการจัดส่งจะสูงกว่า การส่งแบบไปรษณีย์ลงทะเบียนในประเทศ (Registered) ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาความเหมาะสมของรูปแบบการจัดส่ง และสามารถดาวน์โหลดใช้บริการได้ผ่าน AppStore และ Play Store โดยค้นหาคำว่า Thailand Post



1. ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ (EMS)

ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ (EMS) ระยะเวลาในการจัดส่งลูกค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล จะได้รับสินค้าภายใน 1 วันทำการ ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายในวันถัดไปหลังจากที่ร้านค้าส่งสินค้าเรียบร้อยแล้ว นอกเหนือจากพื้นที่นี้ระยะเวลาในการได้รับสินค้าจะเพิ่มขึ้นอีก 1-2 วัน โดยจะได้รับรหัสในการติดตามพัสดุ 13 หลัก ซึ่งสามารถตรวจสอบได้กับบริการของไปรษณีย์ไทยที่ Track and Trace หรือตรวจสอบสถานะEMS และไปรษณีย์ลงทะเบียน โดยจะแสดงสถานะทุกขั้นตอนของกระบวนการไปจนกระทั่งลูกค้าได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว การจัดส่งรูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่ลูกค้านิยมใช้งาน ผู้ประกอบการสามารถเรียกเก็บค่าไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศกับลูกค้าได้ตามความเหมาะสม

2. ไปรษณีย์ลงทะเบียนในประเทศ (Registered)

ไปรษณีย์ลงทะเบียนในประเทศ เป็นบริการลักษณะเดียวกันกับไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ (EMS) โดยระยะเวลานั้นลูกค้าที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลจะได้รับสินค้าภายใน 2 วันทำการ หากผู้ประกอบการจัดส่งสินค้าวันจันทร์ ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายในวันพุธ นอกเหนือจากเขตกรุงเทพและปริมณฑล ระยะเวลาในการขนส่งจะขึ้นอยู่กับระยะทางโดยประมาณ 3 – 7 วัน โดยสามารถตรวจสอบได้กับบริการของไปรษณีย์ไทยที่ Track and Trace หรือ ตรวจสอบสถานะEMS และไปรษณีย์ลงทะเบียน โดยแสดงสถานะการรับเข้าระบบต้นทาง ปลายทาง และสถานะผู้ที่ได้รับพัสดุสิ่งของแล้วเท่านั้น

ติดต่อใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ที่

โทรศัพท์ 1545 หรือ 02-831-3600

เว็บไซต์ <http://www.thailandpost.com/>

2. เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express)



เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ให้บริการธุรกิจส่งของไปยังจุดต่างๆ โดยมีรูปแบบการให้บริการทั้งแบบวันเดียว (Same Day) และบริการส่งวันถัดไป (Next Business Day) โดยมีจุดให้บริการกระจายทั่วประเทศ มีการบริการโทรแจ้งผู้รับสินค้าก่อนเข้าจัดส่ง สามารถดาวน์โหลดใช้บริการได้ผ่าน AppStore และ Play Store โดยค้นหาคำว่า Kerry Express

การส่งสินค้า ทาง Kerry Express แบ่งออกเป็น

- ธุรกิจถึงธุรกิจ ส่งพัสดุไปยังสำนักงานและสถานประกอบการ โดยการส่งของในกลุ่มธุรกิจ - ธุรกิจ (B2B)
- ธุรกิจถึงบุคคล เหมาะกับเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ E-commerce โดยจะรับจากผู้ประกอบการชุมชนส่งถึงมือลูกค้า
- บุคคลถึงบุคคล เป็นบริการ Parcel Shops เหมือนมีร้านพัสดุ ไปรษณีย์ บริการลูกค้าบุคคล โดยผู้ใช้ สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Kerry Express แล้วนำพัสดุหรือสิ่งของไปฝากไว้ที่สาขาใกล้เคียง พร้อมชำระเงิน ถ้าส่งสินค้าถึง Parcel Shop ก่อน 15.00 น. ส่งถึงผู้รับปลายทาง ภายในวันถัดไป
- บริการส่งในกรุงเทพในวันเดียว โดยบริการ Bangkok Sameday เน้นการจัดส่งเอกสารและพัสดุนขนาดเล็กภายในวันเดียว
 - ลูกค้าจองรถเข้าไปรับพัสดุ
 - เจ้าหน้าที่จะเข้ารับพัสดุภายใน 2 ชั่วโมง

- ทำการจัดส่งถึงปลายทางในวันเดียวกัน (เฉพาะพื้นที่กรุงเทพ)
- จุดให้บริการบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS)
- นำพัสดุไปส่งที่จุดบริการบนสถานีรถไฟฟ้าจำนวน 8 สถานี ถ้านำพัสดุมาส่งที่จุดให้บริการบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสก่อน 14.00 น. จัดส่งถึงผู้รับปลายทางภายในวันถัดไป

ติดต่อใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรสได้ที่

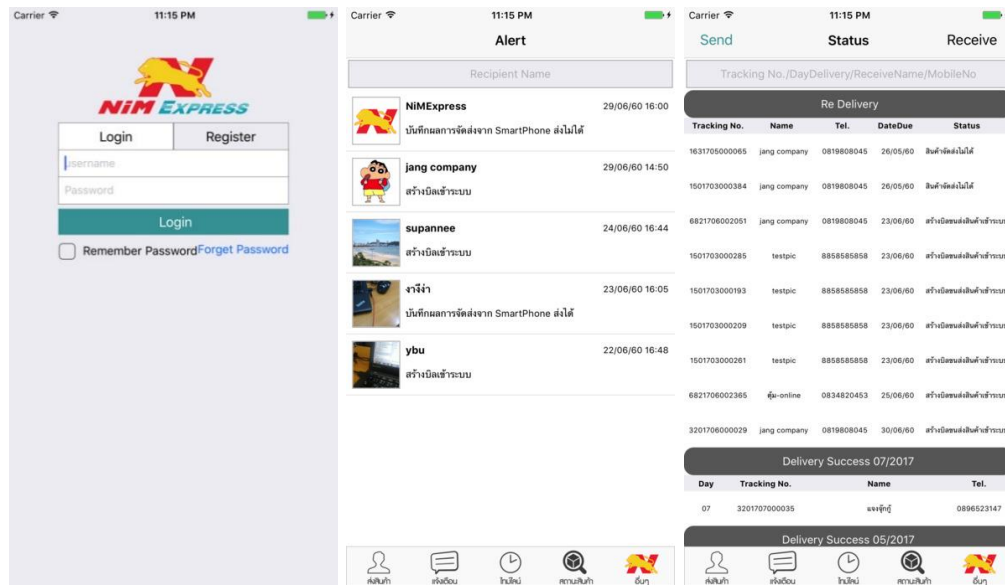
โทรศัพท์ 1217

เว็บไซต์ <http://th.kerryexpress.com>

3. นิมเอ็กซ์เพรส (Nim Express)



บริษัทนิมเอ็กซ์เพรส ให้บริการส่งสินค้าถึงสถานที่ปลายทางตามที่ลูกค้าต้องการ และรับฝากสินค้าในกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถรับได้ มีบริการบรรจุสินค้า ณ จุดรับ - ส่งสินค้า ผู้ประกอบการชุมชนสามารถซื้อกล่องสำหรับบรรจุได้ที่จุดบริการ พร้อมดำเนินการจัดส่ง สามารถดาวน์โหลดใช้บริการได้ผ่าน AppStore และ Play Store โดยค้นหาคำว่า NiMExpress



เงื่อนไขการให้บริการ

1. มีการคุ้มครองสินค้าเสียหายจากการขนส่ง ที่มูลค่าไม่เกิน 500 บาท ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าประกันได้โดยการซื้อประกันเสริม มีการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์เพื่อความสะดวกในการใช้บริการครั้งถัดไป(การระบุข้อมูล ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ ผู้รับ-ส่ง เบอร์โทรศัพท์ ประเภทสินค้ามูลค่าของตัวสินค้าที่ชัดเจนจะเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการ)
2. สามารถติดตามสินค้าได้ ด้วยระบบติดตามสถานะของการขนส่ง
3. ไม่รับส่งสินค้าผิดกฎหมาย วัตถุอันตราย เงินสด และสินค้าที่ต้องการการดูแลพิเศษ เหตุที่เกิดจากความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ สภาพการจราจร อุบัติเหตุ ฯลฯ อาจทำให้เงื่อนไขในการจัดส่งเปลี่ยนแปลง
4. บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ติดต่อใช้บริการบริษัท นิมเอ็กซ์เพรสได้ที่

โทรศัพท์ 09-0554-1988

เว็บไซต์ www.nimexpress.com

4.บริษัท เอ็นทีซี เอ็กซ์เพรส (NTC Express)



บริษัท เอ็นทีซี รับ-ส่ง พัสดุภัณฑ์ด่วน มีความชำนาญด้านการขนส่ง โดยเน้นการให้บริการขนส่งที่รวดเร็ว นำสินค้าถึงมือผู้รับภายในวันเดียว พร้อมรับประกันความเสียหายเต็มมูลค่าสินค้า ผู้ประกอบการที่จัดส่งสินค้าเป็นจำนวนมากสามารถใช้บริการได้

เงื่อนไขการรับส่งสินค้า

1. ผู้ส่งต้องไม่ส่งสินค้าที่ผิดกฎหมาย สารเคมี วัตถุไวไฟ หรือสินค้าใดๆ ที่เป็นอันตรายในการขนส่ง หากมีความเสียหายเกิดขึ้น ผู้ส่งจะต้องรับผิดชอบทั้งทางแพ่งและอาญาฝ่ายเดียว
2. ผู้ขนส่งจะรับผิดชอบการสูญหายหรือเสียหาย
3. กรณีเก็บเงินค่าระวางพาหนะปลายทาง ผู้รับจะต้องชำระค่าระวางก่อนรับสินค้า หากผู้รับปฏิเสธไม่รับสินค้า หรือไม่ยอมชำระค่าระวางพาหนะ ผู้ส่งยินยอมให้ผู้ขนส่งนำสินค้านั้นกลับมายังสถานที่ส่งได้ทันที และยินยอมเสียค่าระวางพาหนะทั้งขาไปและขากลับ
4. เมื่อสินค้าไม่สามารถถึงผู้รับหรือไม่มีผู้มารับสินค้า หรือผู้รับปฏิเสธไม่ยอมรับสินค้า เมื่อผู้ขนส่งได้แจ้งให้ผู้ส่งทราบ ผู้ส่งจะต้องมารับสินค้าคืนภายใน 3 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้ง หากเกินกำหนด ผู้ส่งยินยอมเสียค่าฝากสินค้าให้แก่ผู้ขนส่งกิโลกัรมละ 1 บาทต่อวัน
5. ถ้าไม่มีผู้มารับสินค้าเกินกว่า 3 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้ขนส่งแจ้งให้ผู้ส่งทราบ ผู้ส่งยินยอมให้ผู้ขนส่งนำสินค้าออกขาย นำเงินมาชำระค่าระวางและค่ารับฝากสินค้าได้ทันที

ติดต่อใช้บริการบริษัท เอ็น ที ซี เอ็กซ์เพรส ได้ที่

โทรศัพท์ 02-523-7042-46

เว็บไซต์ <http://ntc.co.th>

5. บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด (NML LOGISTIC SOLUTION)



บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด ให้บริการจัดส่งสินค้าทั่วประเทศ สามารถจัดรถตามประเภทที่ลูกค้าต้องการ รับสินค้าที่โรงงานของผู้ประกอบการ จัดส่งไปยังลูกค้าปลายทางหรือนำไปเก็บที่คลังสินค้า ด้วยระบบการทำงานขนส่งที่ทันสมัยและรวดเร็ว ด้วยต้นทุนการขนส่งที่ต่ำโดยมีการจำแนกโซนการขนส่งเพื่อระบุงราคา และระยะเวลาการจัดส่งสินค้าพร้อมระบบติดตาม

ประเภทงานบริการด้านขนส่งของ NML

1. การนำสินค้าเข้ารวมที่ศูนย์กระจายสินค้า ก่อนนำสินค้าไปกระจายยังปลายทาง
2. การนำรถไปประจำที่โรงงานหรือคลังสินค้าของลูกค้า
3. การขนส่งแบบเหมาเป็นรายเที่ยว (Point-To-Point)
4. การกระจายสินค้าแบบ Cross Docking เหมาะสำหรับออเดอร์ย่อยหรือปริมาณงานน้อย ไม่สามารถจัดส่งสินค้าโดยตรงจากคลังสินค้าของลูกค้า โดยจัดส่งไปปลายทางเพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าออเดอร์ย่อย โดยมีต้นทุนที่ต่ำ
5. การขนส่งสินค้าจากกลับ (Reverse Logistics)

ผู้ประกอบการสามารถติดตามสถานะการจัดส่งสินค้า โดยสามารถติดต่อสอบถามผ่านทางโทรศัพท์กับเจ้าหน้าที่ เพื่อทราบสถานะในการจัดส่งสินค้าให้ไปถึงปลายทางอย่างถูกต้อง และมีผู้รับสินค้าอย่างสมบูรณ์

ติดต่อใช้บริการบริษัท เอ็น เอ็ม แอล ได้ที่

โทรศัพท์ 02-338-3313, 06-1413-3690

เว็บไซต์ <http://www.nml.co.th>

3. การจัดส่งแบบฝาก

บริการรับฝาก-ส่งของ ด้วยบริษัทรถทัวร์ รถตู้ ส่งกับระบบขนส่งมวลชน ถือเป็นตัวเลือกของผู้ประกอบการชุมชนที่อยากจะส่งพัสดุขนาดใหญ่ๆ ไปต่างจังหวัด เนื่องจากมีราคาถูกกว่าการขนส่งรูปแบบอื่นๆ โดยการส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ เช่น ตู้กดตัวใหญ่ๆ ส่งเสื้อผ้าเป็นกระสอบ ฯลฯ หากส่งกับไปรษณีย์ไทยจะต้องเสียค่าจัดส่งสูง แต่บริการฝากของกับบริษัทรถทัวร์จะมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า โดยวิธีการส่ง-รับของกับบริษัทรถทัวร์ ก็จะแตกต่างกับการส่งของไปรษณีย์ไทย เพราะสินค้าจะถูกนำไปวางไว้ที่ศูนย์บริการรถทัวร์หรือสถานีขนส่ง ที่มีอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย ผู้รับสินค้าต้องเดินทางมารับสินค้าที่ศูนย์บริการรถทัวร์หรือสถานีขนส่งที่นัดหมายไว้ โดยต้องแสดงหลักฐาน เช่น บัตรประชาชนว่าตรงกับชื่อผู้รับ ซึ่งมีบริษัทที่ให้บริการดังนี้

1.บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.)



ลักษณะการให้บริการ

บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) ให้บริการรับ – ส่งพัสดุภัณฑ์ถ้วนทั่วประเทศ ด้วยรถรับส่งพัสดุภัณฑ์และรถโดยสารประจำทาง โดยให้บริการแบบส่งพัสดุ 1 ชั้นส่งได้โดยไม่ต้องรอรอบปริมาณมาก จัดส่งไปพร้อมกับรถโดยสารและรถรับส่งพัสดุภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่มีสถานีเดินรถ บขส. ทั่วประเทศ สามารถส่งเข้า – รับเย็นในวันเดียว

เงื่อนไขในการใช้บริการ

1. บริษัทฯ จะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายพัสดุภัณฑ์เสียหายหรือสูญหาย วงเงินไม่เกิน 1,000 บาท
2. ไม่รับฝากสิ่งของผิดกฎหมาย น้ำมันเชื้อเพลิง วัตถุอันตรายหรือสัตว์ (ยกเว้นปลาสวยงาม)
3. ภาชนะที่ใส่น้ำแข็ง กรุณาสวมทับด้วยถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง

4. สิ่งของที่อาจเกิดการแตก หัก เสียหายง่าย ให้บรรจุภายในหีบห่อที่ป้องกันการกระแทกได้
5. เมื่อฝากพัสดุภัณฑ์แล้ว กรุณาให้ผู้รับปลายทางติดต่อรับพัสดุภัณฑ์ภายใน 7 วัน
6. บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ไม่รับฝากส่งพัสดุภัณฑ์ ดังนี้
 - สารเคมีที่เป็นพิษทุกชนิด
 - สารเสพติดและสารตั้งต้นทุกชนิด
 - วัตถุไวไฟทุกชนิด
 - สิ่งของผิดกฎหมาย

ติดต่อใช้บริการบริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) ได้ที่

โทรศัพท์ 1490

เว็บไซต์ <http://home.transport.co.th/index.php/en/2014-12-16-07-24-56/บริการรับ-ส่งพัสดุภัณฑ์.html>

2. บริษัท สมบัติทัวร์



ลักษณะการให้บริการ

บริษัทสมบัติทัวร์ให้บริการ รับ - ส่ง พัสดุภัณฑ์ด่วนไปกับรถโดยสารในเส้นทางที่รถวิ่งผ่านจังหวัดในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ เป็นประจำทุกวัน จึงสามารถจัดส่งพัสดุถึงปลายทางในเวลาอันรวดเร็ว โดยสามารถใช้บริการได้ที่เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วสมบัติทัวร์ที่เปิดให้บริการ



เงื่อนไขในการใช้บริการ

ไม่รับฝากส่งพัสดุประเภทดังต่อไปนี้

1. อาหาร เครื่องดื่ม และสิ่งของที่มีกลิ่นรุนแรง
2. เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทุกประเภท
3. สัตว์และสิ่งมีชีวิตทุกชนิด
4. สินค้าที่มีมูลค่าสูง ซึ่งเสี่ยงต่อการชำรุดและสูญหาย เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก กล้องถ่ายรูป แท็บเล็ต เครื่องประดับ เป็นต้น
5. สินค้าที่ชำรุดหรือแตกหักง่าย เช่น กระจก กระเบื้อง เซรามิก ขวดแก้ว เป็นต้น
6. กล้องโฟม
7. สารเคมี และวัตถุไวไฟทุกประเภท
8. อะไหล่ และชิ้นส่วนที่มีคราบน้ำมัน
9. อาวุธ และสินค้าที่ผิดกฎหมาย
10. สิ่งของที่บรรจุสินค้าไม่เรียบร้อย
11. งดรับ – ส่ง พัสดุที่มีน้ำหนักเกิน 25 กิโลกรัม
12. งดรับ – ส่ง พัสดุที่มีขนาดเกิน 70×70×100 เซนติเมตร
13. เอกสารสำคัญ เอกสารที่แลกเปลี่ยนเป็นเงินได้ เอกสารทางธุรกิจ หนังสือเดินทาง และเอกสารแสดงตนอื่น ๆ โฉนด ตันฉบบ เอกสาร หรือสิ่งอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน (ยกเว้นสำเนาเอกสารสามารถส่งพัสดุได้)
14. ของเหลวทุกชนิด
15. อาหารสดและอาหารแช่แข็งทุกประเภท

ติดต่อใช้บริการบริษัท สมบัติทัวร์ ได้ที่

โทรศัพท์ 1215

เว็บไซต์ <https://www.sombattour.com>

3. บริษัท นครชัยแอร์



ลักษณะการให้บริการ

บริษัท นครชัยแอร์ ให้บริการส่งพัสดุตัวนภายใน 24 ชม. สามารถใช้บริการได้ที่สถานีขนส่งนครชัยแอร์ทุกสาขา โดยพัสดุสามารถส่งไปยังเส้นทางต่างๆ ที่รถโดยสารนครชัยแอร์วิ่งผ่านหรือมีปลายทางไปถึงทุกสาขา

เงื่อนไขในการใช้บริการ

1. ไม่รับส่งสินค้าอันตรายและผิดกฎหมาย
2. กรณีพัสดุสูญหาย หรือ เสียหาย บริษัทฯ กำหนดอัตราชดเชยดังนี้
 - พัสดุพิเศษ ชดเชยตามจริง แต่ไม่เกิน 2,000 บาท
 - พัสดุทั่วไป ชดเชยตามจริง แต่ไม่เกิน 1,000 บาท
3. กรณีส่งพัสดุแตกหักง่ายแต่ผู้ส่งไม่แจ้งให้บริษัทฯ ทราบ หากเกิดความเสียหาย บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้น หากความเสียหายเกิดจาก ภัยสงคราม ภัยจลาจล ก่อการร้าย และภัยธรรมชาติ

ติดต่อใช้บริการบริษัท นครชัยแอร์ ได้ที่

โทรศัพท์ 0-2939-4999 ต่อ 1125 , 1126

เว็บไซต์ <http://www2.nakhonchaiair.com>

4. รถตู้โดยสารประจำทาง



ลักษณะการให้บริการ

การส่งของโดยฝากรถตู้โดยสารนั้นสามารถส่งได้ทุกที่ รถตู้สายนั้นๆวิ่งผ่าน โดยผู้ส่งสามารถติดต่อได้โดยตรงได้ที่คนขับรถหรือที่จำหน่ายตั๋ว โดยแสดงความต้องการจะส่งของขึ้นนี้ไปที่นี้ ถ้ารถตู้ผ่านและมีการให้บริการก็จะรับส่งสินค้า

เงื่อนไขในการใช้บริการ

คิดอัตราค่าบริการเท่ากับผู้โดยสาร 1 ที่นั่ง สำหรับพัสดุที่จะส่ง ไม่ควรใหญ่หรือมีน้ำหนักมากจนเกินไป เพราะรถอาจจะไม่รับ ควรบรรจุห่อให้เรียบร้อย ไม่ส่งกลิ่น โดยจะต้องระบุชื่อ เบอร์โทรศัพท์ ทั้งของผู้ส่งและของผู้รับ เมื่อรถตู้โดยสารเดินทางใกล้จะถึงจุดที่ได้มีการนัดส่งของ คนขับรถตู้โดยสารจะโทรหาผู้รับของ โดยแจ้งว่ารถใกล้จะถึงจุดรับของแล้ว ผู้รับจะต้องไปรอรับของตามจุดที่ได้ตกลงกันไว้ล่วงหน้า โดยประมาณเวลาก่อนที่รถจะเดินทางไปถึง เพราะรถตู้ไม่สามารถจอดรอผู้รับของได้ เนื่องจากต้องให้บริการผู้โดยสารที่โดยสารมากับรถตู้เป็นหลัก เมื่อรถตู้มาถึงจุดนัด ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามถึงของที่จะรับและรับของเป็นอันเสร็จสิ้น แต่ทั้งนี้อาจจะมีการสวมสิทธิ์ไปรับของที่ไม่ใช่ของตน ควรมีการแจ้งชื่อผู้รับให้ตรงกับที่เขียนไว้ที่ตัวพัสดุ

ติดต่อใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางได้ที่

ผู้ขับขีรถตู้โดยสารแต่ละราย หรือหัวหน้าคิวรถตู้โดยสาร

◆ การตรวจสอบการจัดส่งสินค้าถึงมือผู้ซื้อ

ระบบติดตามการขนส่ง (e-Tracking) หลังจากการจัดส่งสินค้าเข้าสู่ระบบขนส่งเรียบร้อยแล้ว トラバที่สินค้ายังส่งไม่ถึงมือลูกค้า สินค้ายังอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ ซึ่งในการส่งสินค้า บางรูปแบบสามารถตรวจสอบสถานะการขนส่งได้ว่า ตอนนี้ การขนส่งดำเนินไปถึงขั้นตอนไหนแล้ว ซึ่งจะ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าของร้านค้าออนไลน์ได้



THAI | ENG | ช่วยเหลือ | ติดต่อเรา

ค้นหาสิ่งของฝากส่งทางไปรษณีย์ หลังการฝากส่ง 24 ชั่วโมง

ยินดีต้อนรับสู่ ระบบติดตามและตรวจสอบสิ่งของฝากส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งระบบนี้เป็นบริการสำหรับการติดตามและตรวจสอบสิ่งของที่มีการฝากส่งภายในประเทศไทยและระหว่างประเทศ โดยที่ผู้ใช้บริการสามารถติดตามผลของการฝากส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ของผู้ใช้บริการด้วยขั้นตอนง่ายๆ เพียงกรอกหมายเลขสิ่งของจากใบเสร็จรับฝาก แล้วคลิกปุ่ม "ยอมรับ" ผู้ใช้บริการก็จะทราบข้อมูลสถานะของสิ่งของได้

EA473124280TH



ป้อนหมายเลขสิ่งของ

ป้อนบาร์โค้ด ตรงนี้ ..

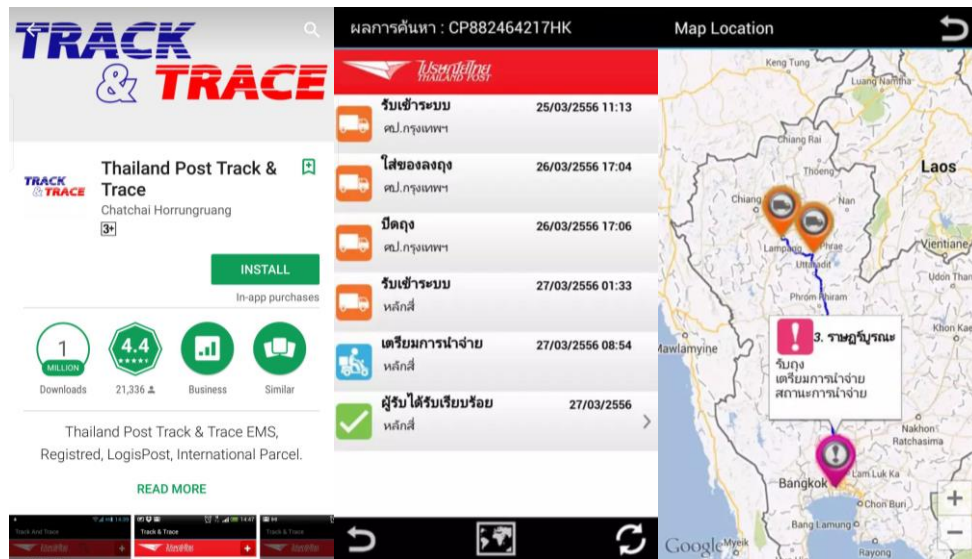
กรุณาค้นหาหมายเลขสิ่งของจำนวน 13 หลักโดยไม่ต้องเว้นวรรค
ดังปรากฏอยู่บนใบเสร็จรับเงินของท่าน แล้วคลิกปุ่มยอมรับ

บริการไปรษณีย์
บริการไปรษณีย์ที่เปิดให้บริการในการตรวจสอบสิ่งของ คือ

- ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ✓
- โลจิสติกส์ ✓
- ไปรษณีย์ด่วนพิเศษระหว่างประเทศ ✓
- พัสดุไปรษณีย์ระหว่างประเทศ ✓
- ไปรษณีย์ลงทะเบียนระหว่างประเทศ ✓
- ไปรษณีย์ลงทะเบียนในประเทศ ✓

(บริการไปรษณีย์ลงทะเบียนในประเทศแสดงสถานะเฉพาะที่ต้นทางและปลายทางเท่านั้น)

ตัวอย่างเว็บไซต์ติดตามการส่งสินค้าผ่านบริษัทไปรษณีย์ไทย โดยกรอกรหัสติดตามสินค้า 13 หลัก



ตัวอย่างการติดตามสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Track&Trace ของบริษัทไปรษณีย์ไทย

ดังนั้น ในกรณีที่ผู้ประกอบการเลือกส่งสินค้ากับระบบขนส่งบริษัทไปรษณีย์ไทย โดยเลือกการขนส่งแบบลงทะเบียน หรือแบบด่วนพิเศษ (EMS) ทุกครั้งที่ส่งสินค้าให้ลูกค้าเสร็จ จะได้ใบเสร็จรับเงินพร้อมเลขที่พัสดุ (Tracking Number) ให้เก็บใบเสร็จที่ได้รับจากบริษัทไปรษณีย์ไทย ไว้เป็นหลักฐานในการส่งสินค้า และนำเลขที่พัสดุไปตรวจสอบสถานะ ตอนนี้อยู่ที่ไหน อยู่ในขั้นตอนอะไร วันที่ เวลาอะไร เพื่อให้ติดตามสินค้าได้ตลอดเวลา ทั้งผ่านหน้าเว็บไซต์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย โดยสามารถนำเลขที่พัสดุไปตรวจสอบได้ที่ <http://track.thailandpost.co.th> หรือระบบตรวจสอบผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยผู้ขายจะต้องส่งเลขที่พัสดุให้กับลูกค้าในช่องทางการติดต่อต่างๆ หรือบันทึกลงในระบบ E-Commerce Platform ที่รองรับเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามสถานะการจัดส่งสินค้าได้

คำถามท้ายบท

1) หมู่บ้านเพิงดาว ผลิตและจำหน่ายที่นอนใยฝ้ายซึ่งถือเป็นสินค้า OTOP โดยคุณสมบัติ คือ ผลิตจากใยฝ้ายแท้ ระบายอากาศได้ดี ไม่มีไรฝุ่น นอนไม่ปวดหลัง ที่นอนใยฝ้ายจัดอยู่ในสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทใด

- ก. สินค้าสะดวกซื้อ
- ข. สินค้าเลือกซื้อ
- ค. สินค้าเจาะจงซื้อ
- ง. สินค้าไม่แสงซื้อ

2) ป้าสมคิด ผลิตและจำหน่ายน้ำปลาร้าต้มสุก มีประสบการณ์กว่า 30 ปี เป็นร้านขายดีที่สุดในอำเภอ ลักษณะการจำหน่ายของป้าสมคิดคือ การตักน้ำปลาร้าใส่ถุงจำหน่าย ท่านคิดว่า ป้าสมคิดควรปรับปรุงสินค้าในด้านใดบ้าง หากป้าสมคิดต้องการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และสามารถจำหน่ายบนระบบออนไลน์ได้

- ก. ป้าสมคิดควรปรับปรุงด้านบรรจุภัณฑ์ใหม่ ที่น่าซื้อกว่าเดิมโดยเปลี่ยนเป็นบรรจุขวดพลาสติกที่ปิดฝาสนิท
- ข. ป้าสมคิดควรตั้งชื่อร้านค้า และตราสินค้าของตัวเองเพื่อให้เป็นที่จดจำของลูกค้า
- ค. ป้าสมคิดควรติดฉลากแสดงถึงวันเดือนปีที่ผลิต ส่วนประกอบที่สำคัญ และได้รับอนุญาตจากองค์การอาหารและยา (อย.)
- ง. ถูกทุกข้อ

3) จากกรณีป้าสมคิดในข้อที่ 2 หากป้าสมคิดพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากเดิมที่มีลักษณะเป็นถุง เปลี่ยนมาเป็นลักษณะขวดพลาสติกปิดฝาสนิท ท่านคิดว่าข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อดีของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

- ก. เพิ่มความสะดวกในการป้องกันและการขนส่ง
- ข. เพิ่มความสวยงามดึงดูดผู้บริโภค
- ค. ช่วยสร้างมูลค่าให้กับสินค้ามากขึ้น
- ง. ถูกทุกข้อ



4) หากป้าสมคิดต้องการออกแบบตราสินค้าน้ำปลา ร้าต้มสุกบรรจุขวด ข้อใดต่อไปนี้จะกล่าวถึงหลักการออกแบบตราสินค้าที่ถูกต้อง

- ก. ออกแบบตราสินค้าให้คล้ายคลึงกับตราสินค้าที่กำลังขายดี
- ข. ใช้สีหลายๆสีรวมกันในตราสินค้าเดียว
- ค. ออกแบบตราสินค้าให้สะอาดตา ง่ายต่อการจดจำ และสามารถสัมผัสได้ว่าเป็นสินค้า น้ำปลา ร้าต้มสุก
- ง. ใช้เอฟเฟกต์กับตราสินค้า เช่น เพิ่มเงาด้านหลัง หรือทำให้มีมิติดูน่าตา

5) ข้อใดต่อไปนี้เป็น การเตรียมความพร้อมพื้นฐานในการเปิดร้านค้าออนไลน์

- ก. ยิงยศจัดเตรียมอุปกรณ์สมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตพร้อมสมัครอีเมลเพื่อยืนยันตนเองในการรับข้อมูลข่าวสาร หรือคำสั่งซื้อ
- ข. กานดาออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้ทันสมัยกว่าบรรจุภัณฑ์เดิม
- ค. กลอยใจตั้งชื่อร้านที่มีความหมายเป็นมงคล
- ง. ประภาสวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

6) เจนจิราผลิตและจำหน่ายกระเป๋าสานเมคหลายขนาด ลักษณะการจำหน่ายเป็นลักษณะค้าส่ง หากเจนจิราต้องการจำหน่ายสินค้าประเภทค้าส่งบนออนไลน์ เจนจิราควรเลือกระบบร้านค้าออนไลน์ประเภทใด

- ก. Inwshop
- ข. Thailandmall
- ค. Thailand Postmart
- ง. Pantavanij

7) ข้อใดต่อไปนีกล่าถึงหลักการตกแต่งหน้าร้านค้าออนไลน์ที่ไม่ถูกต้อง

- ก. ยิงยศใช้ตัวหนังสือที่อ่านง่ายและใช้ขนาดตัวหนังสือที่ผู้อ่านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน
- ข. กานดาจำหน่ายอาหารเสริมสำหรับผู้ชาย จึงเลือกใช้สีแดงในการตกแต่งหน้าร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากความชอบส่วนตัว
- ค. กลอยใจใช้ภาพในการตกแต่งร้านค้าออนไลน์ที่มีความคมชัด สวยงาม สะดุดตา
- ง. ประกาศเลือกข้อความที่นำมาเขียนบนหน้าร้านค้าออนไลน์เป็นข้อความที่มีเนื้อหาเน้นสั้น อ่านได้ใจความ

8) ร้านค้าออนไลน์ที่ดีจำเป็นจะต้องมีข้อมูลร้านค้า เพื่อชี้แจงข้อมูลให้แก่ผู้บริโภค ข้อมูลใดต่อไปนี้ไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ

- ก. อีเมลล์ของผู้จำหน่ายสินค้า
- ข. เบอร์โทรศัพท์ของผู้จำหน่ายสินค้า
- ค. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้
- ง. เลขที่บัตรประชาชนของผู้จำหน่ายสินค้า

9) นายสมพงษ์เป็นผู้ประกอบการชุมชนจำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่ผลิตจากไม้ไผ่ นายสมพงษ์ได้เปิดร้านค้าออนไลน์ขึ้นใช้ชื่อว่า แบบบูชออนไลน์ ถ้านายสมพงษ์ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านออนไลน์ของตนเองในอินเทอร์เน็ตแต่ไม่ต้องการเสียค่าใช้จ่าย นายสมพงษ์จะต้องเลือกวิธีทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านค้าออนไลน์ด้วยวิธีใด

- ก. ทำโฆษณาออนไลน์ประเภท สื่อสังคมออนไลน์
- ข. ทำโฆษณาออนไลน์ประเภท จดหมายอิเล็กทรอนิกส์
- ค. ทำโฆษณาออนไลน์ประเภท แบนเนอร์เว็บไซต์
- ง. ทำโฆษณาออนไลน์ประเภท ข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ



10) ลูกค้าต้องการประกอบธุรกิจร้านค้าออนไลน์ โดยลูกค้าตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุ ดังนั้น ลูกค้าควรจะขายสินค้าชนิดใดจึงจะเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า

- ก. สินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี
- ข. สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร
- ค. สินค้าที่เกี่ยวข้องกับความสวยงาม
- ง. สินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

11) นายสิโอเปิดร้านค้าออนไลน์โดยทำธุรกิจท่องเที่ยวท่องเที่ยวพร้อมขายสินค้าที่เป็นแพคเกจทัวร์ท่องเที่ยว ตามสถานที่บ้านเกิดของตนเอง นายสิโอต้องตั้งเป้าหมายไปที่กลุ่มใด

- ก. กลุ่ม Silent Generation กลุ่มผู้บริโภคมที่มีอายุตั้งแต่ 65-73 ปี
- ข. กลุ่ม Baby Boomer อายุตั้งแต่ 46-64 ปี
- ค. กลุ่ม Gen-X อายุ 34-45 ปี
- ง. กลุ่ม Gen-Y (Millennials) อายุประมาณ 18-33 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังใกล้จบและทำงาน

12) ในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องการทำการตลาดด้วยการส่งเสริมการขาย ให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำอีก ดังนั้น วิธีใดเป็นการส่งเสริมการขายที่ได้ผลมากที่สุด

- ก. โฆษณาผ่านทางเฟซบุ๊ก
- ข. ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ข้อเสนอโปรโมชั่นใหม่
- ค. ติดต่อลูกค้าเดิมเสนอข้อเสนอพิเศษผ่านทาง Line@
- ง. โฆษณาโดยใช้แบนเนอร์ผ่านเว็บไซต์

13) น้องชมพูเปิดร้านค้าออนไลน์ร้านค้าหนึ่งเพื่อจำหน่ายชมพูสมุนไพร น้องชมพูเป็นเจ้าของร้านและเป็นคนดูแลร้านค้าออนไลน์นี้ด้วยตัวเอง กิจกรรมต่อไปนี้อยู่จัดเป็นกิจกรรมที่ดีที่สุดสำหรับวิธีการดูแลร้านค้าออนไลน์ของน้องชมพู

- ก. น้องชมพูจะประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือโปรโมชั่นของสินค้าใหม่ๆอยู่ทุกวันในร้านค้าออนไลน์
- ข. น้องชมพูจะเข้ามาร้านค้าออนไลน์เฉพาะเมื่อมีลูกค้าซื้อสินค้า
- ค. น้องชมพูจะมาดูร้านค้าออนไลน์อาทิตย์ละหนึ่งครั้ง
- ง. น้องชมพูจะเข้าตอบคำถามลูกค้าในร้านค้าออนไลน์เดือนละหนึ่งครั้ง

14) ข้อใดต่อไปนี้ ไม่ใช่ข้อดีของการที่น้องชมพูจะได้รับ หากน้องชมพูมีการติดตั้งระบบธนาคารออนไลน์ให้ทำการแจ้งเตือน หากมีการทำธุรกรรมทางการเงินเกิดขึ้นกับบัญชีธนาคารของตนเอง

- ก. น้องชมพูจะทราบทันทีเมื่อลูกค้ามีการโอนเงินเข้ามาในบัญชีของตนเอง
- ข. น้องชมพูสามารถตรวจสอบยอดเงินที่ลูกค้าโอนเข้ามาในบัญชีของตนเองได้ทันทีว่าถูกต้องหรือไม่
- ค. น้องชมพูรู้ยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้และทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา
- ง. น้องชมพูต้องหมั่นเปลี่ยนรหัสการใช้งานอยู่เสมอเพื่อป้องกันการโจรกรรมทางการเงิน

15) ข้อแตกต่างระหว่างระบบการเงินแบบพร้อมเพย์ กับระบบการเงินทั่วไป ข้อใดต่อไปนี้กล่าวผิด

- ก. ระบบการเงินแบบพร้อมเพย์ ผู้ประกอบการสามารถแจ้งเบอร์โทรศัพท์หรือเลขบัตรประชาชนของตนเองแทนเลขบัญชีให้ลูกค้าได้เลย แต่ระบบการเงินทั่วไปจะต้องแจ้งแค่เลขบัญชีเท่านั้น
- ข. ระบบการเงินแบบพร้อมเพย์ หากลูกค้ามีบัญชีธนาคารต่างกับเจ้าของร้าน ในระบบการเงินทั่วไปลูกค้าต้องเสียค่าธรรมเนียม แต่หากโอนผ่านระบบการเงินแบบพร้อมเพย์ ถ้าค่าสินค้าน้อยกว่า 5,000 บาท ลูกค้าไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม
- ค. ในกรณีที่ลูกค้าต้องโอนเงินค่าสินค้าเกินกว่า 5,000 บาท การโอนเงินผ่านระบบการเงินพร้อมเพย์จะเสียค่าธรรมเนียมต่ำกว่าระบบการเงินทั่วไป
- ง. ระบบการเงินทั่วไป ภาครัฐให้การยอมรับมากกว่าระบบการเงินแบบพร้อมเพย์



16) ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์จำเป็นต้องตรวจนับจำนวนสินค้า หรือเช็คสต็อกสินค้าอยู่เสมอ ข้อใดต่อไปนี้ไม่ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการตรวจนับจำนวนสินค้า หรือเช็คสต็อกสินค้า

- ก. การตรวจนับจำนวนสินค้าหรือเช็คสต็อกสินค้าช่วยป้องกันสถานะสินค้าขาดแคลนหรือสินค้าขาดตลาด
- ข. การตรวจนับจำนวนสินค้าหรือเช็คสต็อกสินค้าช่วยให้เกิดความพร้อมที่จะเผชิญสภาวะการเปลี่ยนแปลงของตลาด
- ค. การตรวจนับจำนวนสินค้าช่วยป้องกันสินค้าขาดมือ ในกรณีที่ได้รับคำสั่งซื้อกระทันหัน
- ง. การตรวจนับจำนวนสินค้าหรือเช็คสต็อกสินค้าช่วยในการผลิตสินค้าจำนวนคงที่

17) ยายอนงค์ขายมะม่วงแช่อิ่ม ซึ่งเป็นสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นแก้วและมีน้ำอยู่ภายใน ยายอนงค์มีความต้องการห่อวัสดุกันกระแทกเพื่อสิ่งแวดลอม ช่วยลดปัญหาจากขยะที่มาจากบรรจุภัณฑ์ที่สิ้นเปลืองทรัพยากร ยายอนงค์ควรเลือกใช้วัสดุกันกระแทกชนิดใด

- ก. เศษกระดาษไม้ไผ่แล้ว
- ข. ฟองน้ำ
- ค. แผ่นพลาสติกกันกระแทก
- ง. โฟม

18) ยายอนงค์เลือกส่งสินค้าโดยใช้บริการไปรษณีย์ไทยประเภท EMS 2 วันต่อมา ยายอนงค์โดนลูกค้าต่อว่า เพราะสินค้ายังไม่มาถึงปลายทาง ยายอนงค์ควรแก้ไขปัญหานี้อย่างไร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ

- ก. ยายอนงค์ต่อว่าลูกค้ากลับไป และให้ลูกค้าไปตามสินค้าที่ไปรษณีย์เอง
- ข. ยายอนงค์บอกให้ลูกค้ารอต่อไปให้ครบ 3 วัน
- ค. ยายอนงค์บอกให้ลูกค้าใจเย็นๆ การบริการของไปรษณีย์ไทยอาจมีปัญหาขัดข้อง
- ง. ขอโทษลูกค้าก่อนเป็นอันดับแรก และรีบติดต่อไปรษณีย์ปลายทางผู้รับและเพื่อแสดงความรับผิดชอบ ยายอนงค์จึงมอบรหัสส่วนลดของร้านค้าให้ลูกค้านำมาใช้บริการครั้งต่อไป

19) ยายอนงค์ได้ส่งพัสดุให้ลูกค้ารายหนึ่ง แต่พัสดุที่ยายอนงค์ส่งไปให้ลูกค้าโดนตีกลับ ยายอนงค์ควรทำอย่างไร

- ก. ปล่อยทิ้งไว้ที่ไปรษณีย์ต่อไป
- ข. ติดต่อลูกค้า และคิดค่าส่งสินค้ากับลูกค้าอีกรอบ
- ค. แจ้งให้ลูกค้าเดินทางมารับที่บ้านยายอนงค์ด้วยตัวเอง
- ง. ไม่สนใจเพราะเป็นความผิดของลูกค้าที่ไม่อยู่บ้าน ไม่ใช่ความผิดของร้านยายอนงค์

20) หากลูกค้ามีความต้องการสินค้าโดยเร็วที่สุด ยายอนงค์จะบริการส่งของอย่างไรให้ลูกค้าเกิดความพอใจ

- ก. แพ็คพัสดุให้แข็งแรงปลอดภัย ส่งของที่ไปรษณีย์แล้วแจ้งเลขพัสดุนั้นที่
- ข. แพ็คของให้สวยงามดูดี วันต่อมาค่อยแจ้งเลขพัสดุให้ลูกค้า
- ค. คิดค่าส่งให้แพงขึ้นจะทำให้ดูน่าเชื่อถือ
- ง. ส่ง EMS ถึงไวไม่จำเป็นต้องแจ้งเลขให้ลูกค้าทราบ

กระดาษคำตอบ

ข้อ	ก	ข	ค	ง	ข้อ	ก	ข	ค	ง
1	ก	ข	ค	ง	11	ก	ข	ค	ง
2	ก	ข	ค	ง	12	ก	ข	ค	ง
3	ก	ข	ค	ง	13	ก	ข	ค	ง
4	ก	ข	ค	ง	14	ก	ข	ค	ง
5	ก	ข	ค	ง	15	ก	ข	ค	ง
6	ก	ข	ค	ง	16	ก	ข	ค	ง
7	ก	ข	ค	ง	17	ก	ข	ค	ง
8	ก	ข	ค	ง	18	ก	ข	ค	ง
9	ก	ข	ค	ง	19	ก	ข	ค	ง
10	ก	ข	ค	ง	20	ก	ข	ค	ง



เรียนรู้เทคโนโลยี
องค์ความรู้ที่จำเป็น
ในการเปิดร้านค้าออนไลน์
ง่ายๆ ช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้ชุมชน

โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน
กิจกรรม : Village E-Commerce
ส่งเสริมผลิตภัณฑ์/บริการ ในชุมชน จับเคสผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล
สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ