

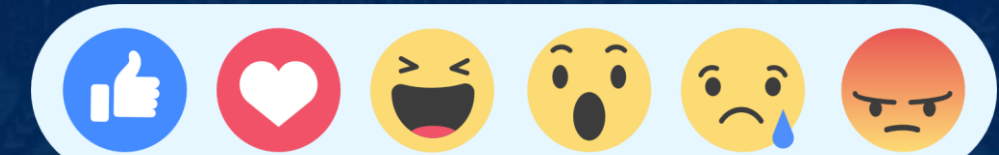
บทเรียนที่

9



เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

เพื่อการขายออนไลน์



สาระ การเรียนรู้

1. ความหมายของเทคโนโลยี
สารสนเทศการขายออนไลน์

2. ความสำคัญของเทคโนโลยี
สารสนเทศการขายออนไลน์

3. เทคโนโลยีสารสนเทศ
การขายออนไลน์

4. ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศในการขายออนไลน์

5. เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร
ในการขายออนไลน์



ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์



เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง การใช้ความรู้และลักษณะทางวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมเครื่องจักร เพื่อแก้ปัญหาหรือทำให้งานบางอย่างเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สารสนเทศ (Information) หมายถึง ข้อมูลที่ถูกประมวลผลหรือ “ข้อมูลที่มีความหมาย” หรือ “ข้อมูลที่ถูกตีความแล้ว” หรือเป็นข้อมูลที่ได้รับการจัดรูปแบบ ตีความหรือประมวลผลในลักษณะที่มีความหมาย สามารถเป็นข้อมูลที่ถูกจัดเรียงแล้วตามลำดับเวลา

ดังนั้น **เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์** หมายถึง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสร้างและพัฒนาระบบ เพื่อสนับสนุนและปรับปรุงกระบวนการขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ หรือเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในทางที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการออนไลน์



2

ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

2.1 เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการ

ช่วยในการทำให้งานการธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การช่วยให้บุคลากรทำงานได้ง่ายและเร็วขึ้น

2.2 ทำให้การทำธุรกิจออนไลน์เป็นไปได้อย่างยืดหยุ่น

ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

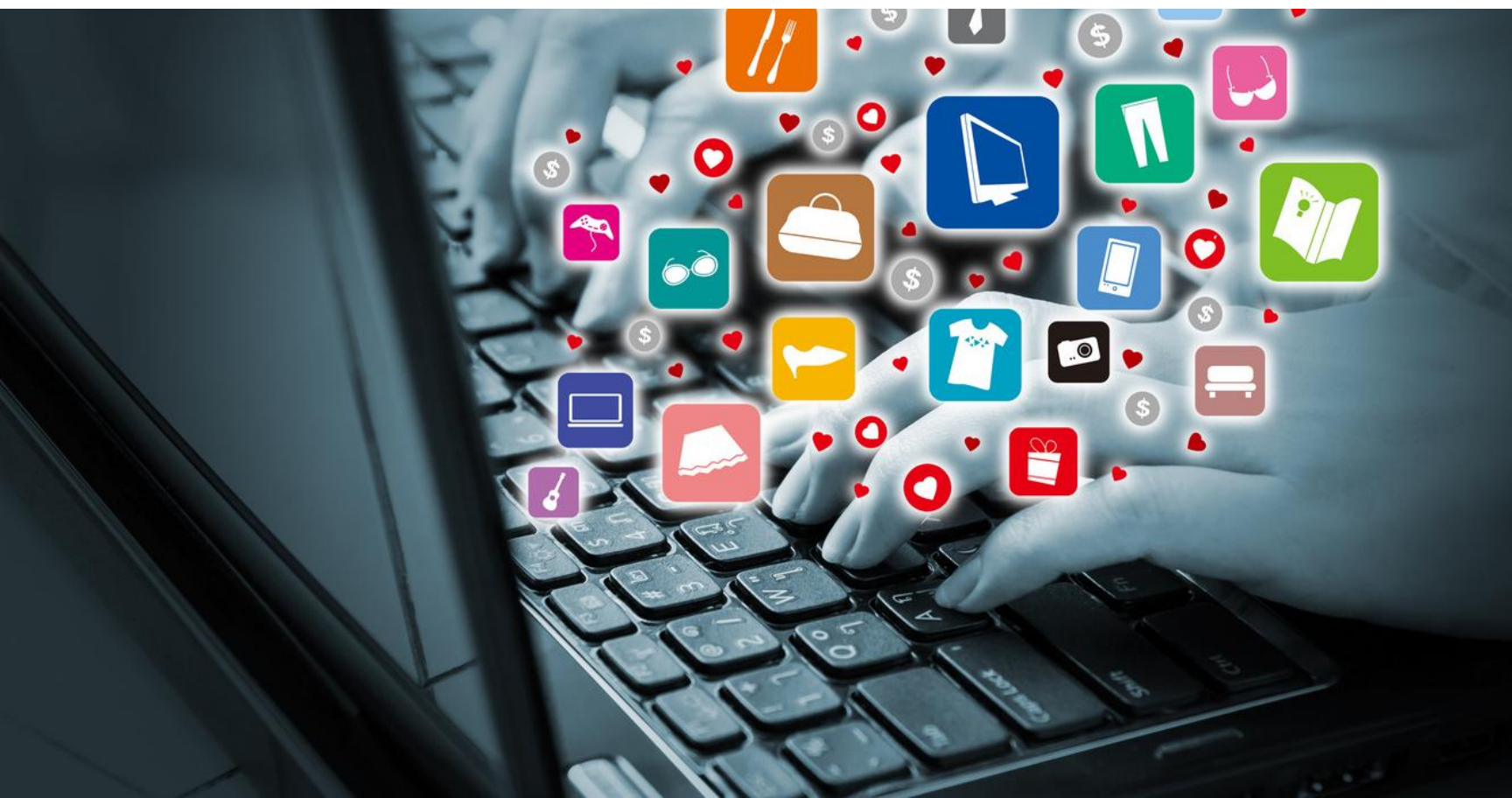
2.3 เป็นการพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าเทคโนโลยี

สารสนเทศ

ช่วยในการสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่ง่าย สะดวก ไร้ขีดจำกัดให้กับผู้บริโภค

2.4 เพิ่มความปลอดภัยของข้อมูล

ช่วยในการปกป้องข้อมูลลูกค้าและข้อมูลธุรกิจสามารถจัดการได้ด้วยการใช้ระบบความปลอดภัยที่ทันสมัย



2

ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

2.5 ช่วยให้เข้าถึงตลาดได้กว้างขวาง

ผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าในทั่วโลกได้ในเวลาเดียวกัน



2.6 ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย

ช่วยในการสร้างและแจกจ่ายข้อมูลที่สมบูรณ์แบบและทันสมัย ซึ่งช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

2.7 ช่วยในการติดตามและวิเคราะห์ผลประกอบการ

ธุรกิจสามารถใช้ข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยี เพื่อติดตามและวิเคราะห์ผลประกอบการและปรับปรุงกลยุทธ์การขายต่อไป

3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

3.1 เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการขายออนไลน์

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI (ARTIFICIAL INTELLIGENCE) คือสาขาของวิทยาการคอมพิวเตอร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโปรแกรมและระบบที่สามารถทำงานเหมือนมนุษย์ซึ่งสามารถประมวลผลข้อมูล เรียนรู้ และทำงานตามความสามารถทางปัญญาที่มนุษย์มีไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ของเครื่อง การประมวลผลภาษาธรรมชาติ การมองเห็นของคอมพิวเตอร์ การรู้จำเสียง ระบบผู้เชี่ยวชาญ และหุ่นยนต์

เทคโนโลยี AI เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้เครื่องจักรหรือระบบ สามารถทำงานได้โดยอัตโนมัติและถูกนำไปใช้งานอย่างแพร่หลายในโลกของธุรกิจออนไลน์ ดังนั้น เทคโนโลยี AI นับว่ามีบทบาทสำคัญต่อการขายสินค้าออนไลน์ รวมทั้งการเพิ่มยอดขายให้กับองค์กร ได้ 3 เรื่องหลัก ๆ ได้แก่

3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

3.1 เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการขายออนไลน์

3.1.1 การใช้เทคโนโลยี AI ในกระบวนการขายอัตโนมัติ

3.1.2 การใช้เทคโนโลยี AI เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากการวิเคราะห์ลูกค้า

3.1.3 การใช้เทคโนโลยี AI กกับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์



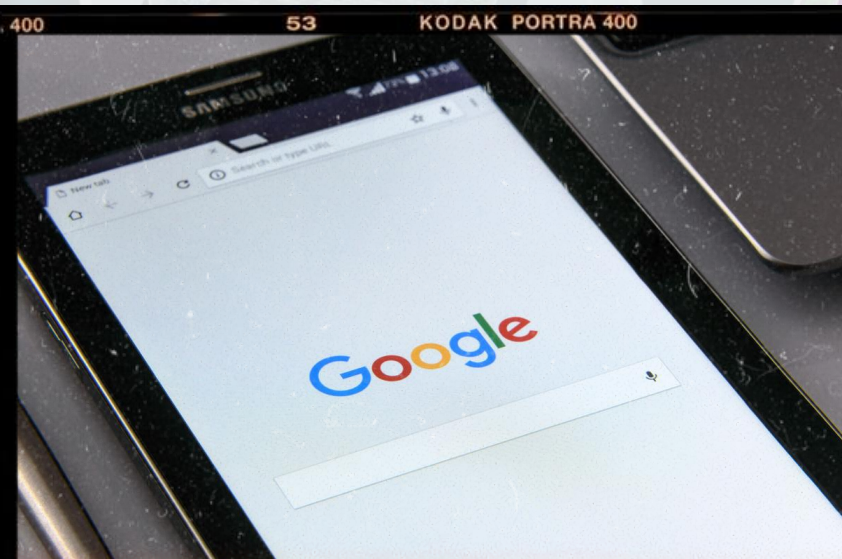
3.2 เทคโนโลยี Google Analytics



“

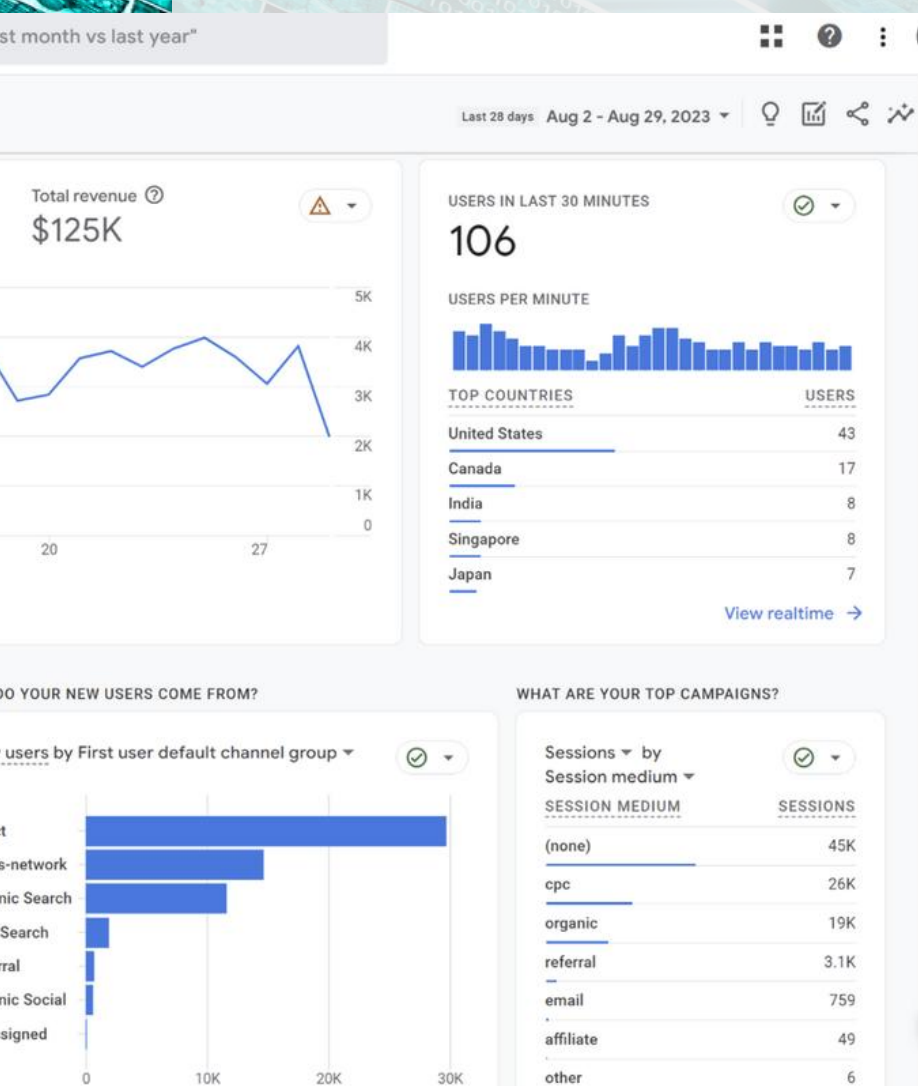
Google Analytics เป็นเทคโนโลยีที่ใช้ในการวิเคราะห์และติดตามผลประสิทธิภาพของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ในบริบทของการขายออนไลน์ Google Analytics มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าและการดำเนินการขายของธุรกิจ ดังนี้

”



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์



- 3.2.1 การวิเคราะห์การใช้งานเว็บไซต์ (Website Usage Analysis)
- 3.2.2 การวิเคราะห์การแสดงผลสินค้า (Product Performance Analysis)
- 3.2.3 การวิเคราะห์การทำธุรกรรม (Transaction Analysis)
- 3.2.4 การติดตามการเข้าเว็บไซต์จากแหล่งที่มา (Traffic Source Tracking)
- 3.2.5 การวิเคราะห์การทำธุรกรรมผ่านหลายแพลตฟอร์ม (Cross-Platform Transaction Analysis)
- 3.2.6 การทำนายแนวโน้มการซื้อ (Sales Trend Prediction)
- 3.2.7 การวิเคราะห์ทิศทางการนำสินค้าไปยังตะกร้า (Shopping Cart Analysis)
- 3.2.8 การทำการตลาดที่แน่นอน (Targeted Marketing)

3

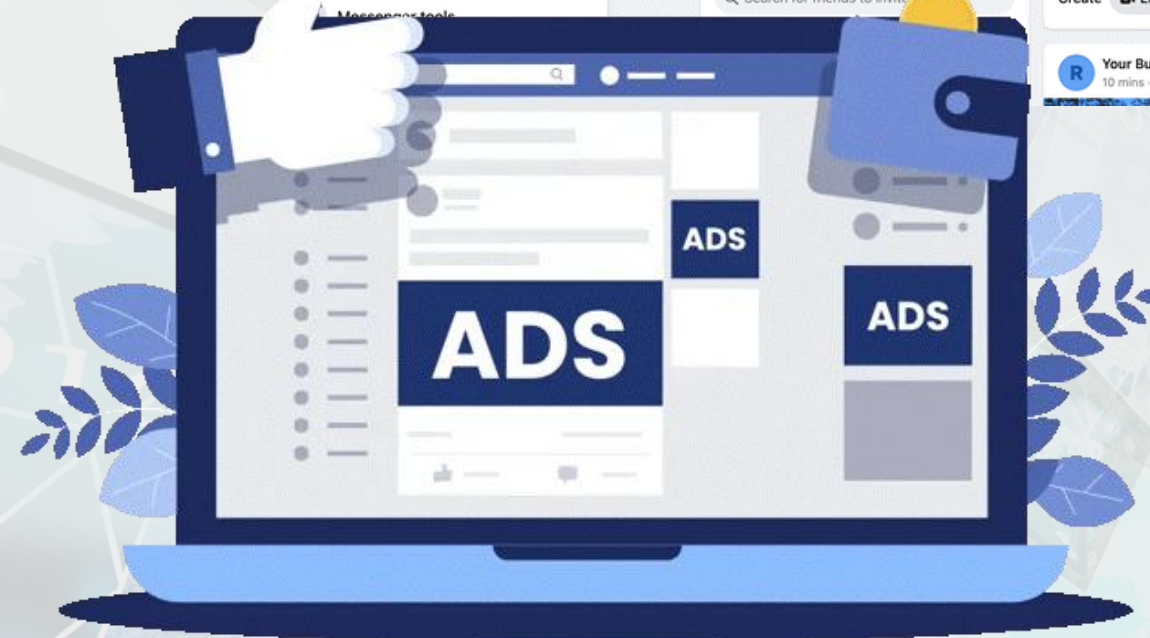
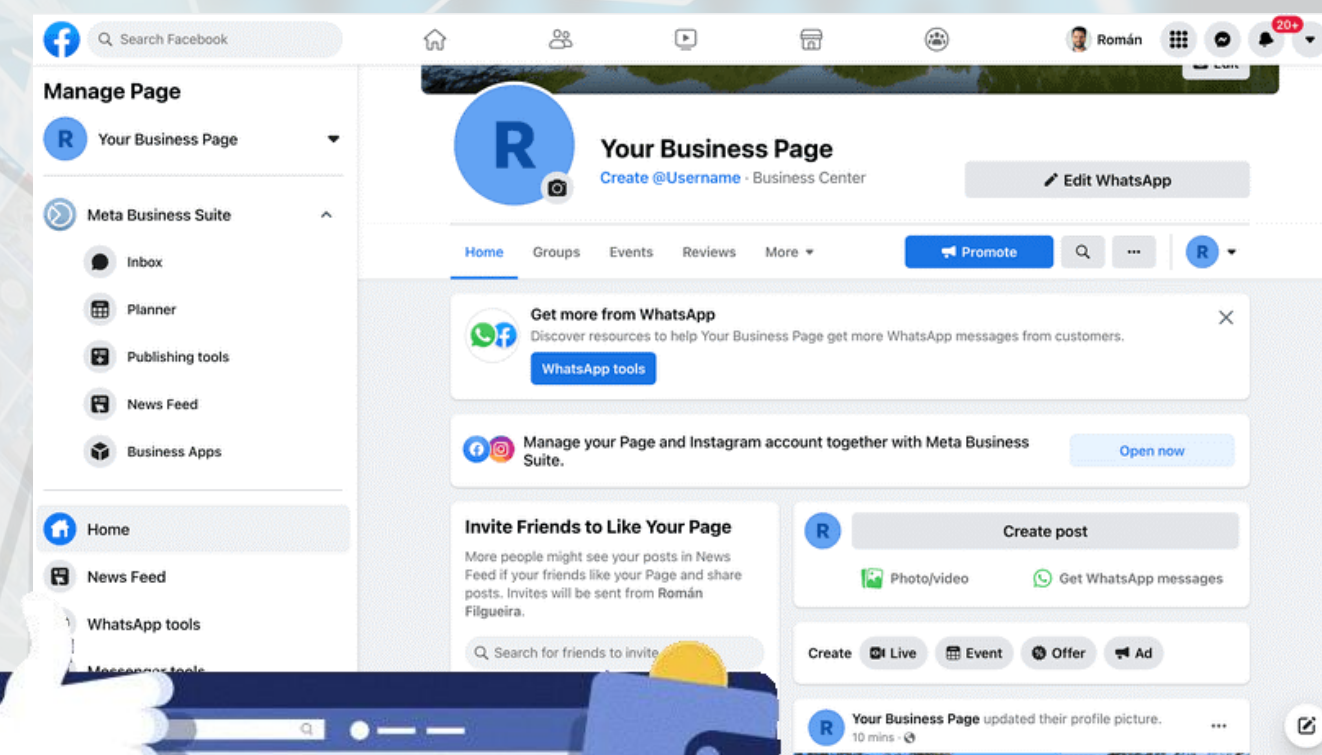
เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์



3.3 เทคโนโลยีการทำตลาดผ่านสื่อสังคม (Social Media Marketing)

3.3.1 Facebook

- 1) เพจธุรกิจ (Facebook Business Page)
- 2) โฆษณaban Facebook (Facebook Ads)
- 3) Facebook Marketplace
- 4) กลุ่ม Facebook (Facebook Groups)
- 5) Live Video
- 6) การติดตามและวิเคราะห์ผลการตลาด

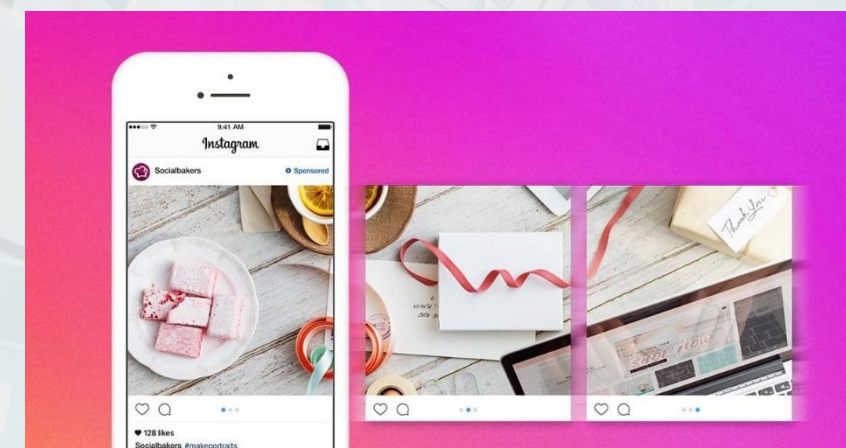


3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

3.3.2 Instagram (IG)

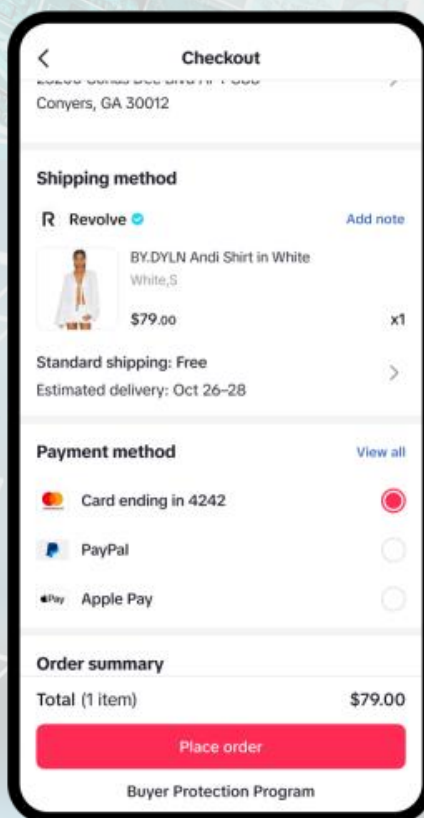
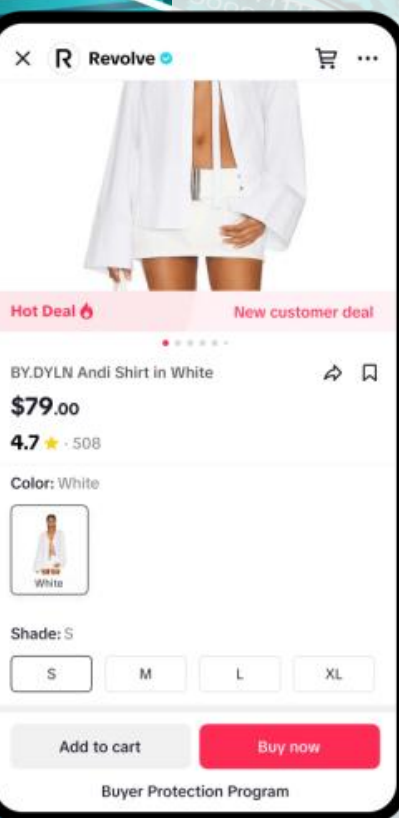
- 1) โปสต์ภาพและวิดีโอสินค้า
- 2) Instagram Stories
- 3) Instagram Reel
- 4) แท็กผู้จำหน่าย (Tagging)
- 5) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- 6) ใช้ Instagram Shopping



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

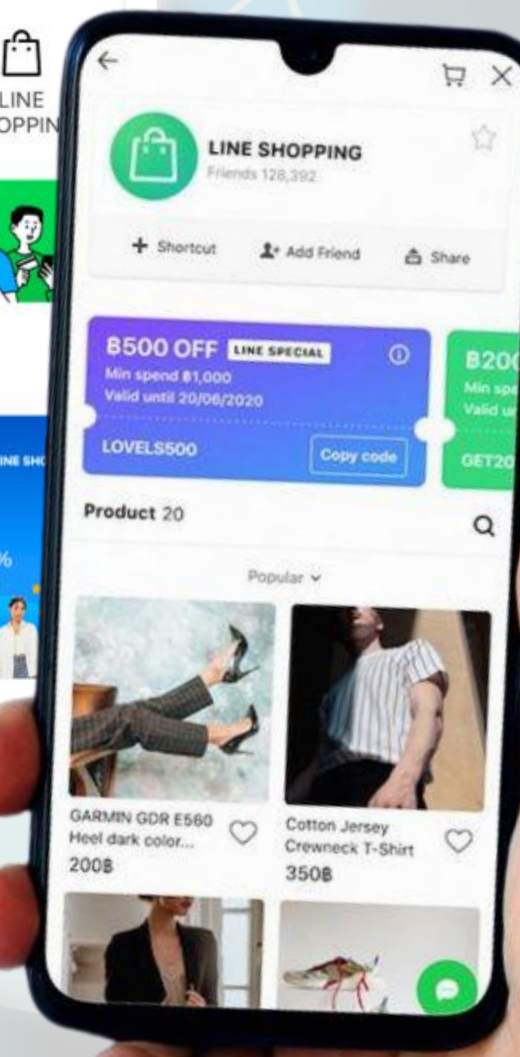
3.3.3 TikTok



- 1) โพสต์สินค้าและบริการสร้างวิดีโอสั้น ๆ ที่โปรโมตสินค้าหรือบริการที่จะขายในแบบที่น่าสนใจและมีความสร้างสรรค์
- 2) ทำแบรนด์ทริก (Brand Challenges) สร้างแบรนด์หรือที่เรียกว่า **“Challenge”**
- 3) การใช้ Influencer Marketing โปรโมตสินค้าหรือบริการที่ต้องการที่จะขาย
- 4) การใช้ #Hashtag เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ใช้งานค้นหาและค้นพบสินค้า
- 5) ใช้ TikTok Ads ในโฆษณาเพื่อโปรโมตสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มเป้าหมาย
- 6) การใช้ TikTok Shop เพื่อขายสินค้าโดยตรงผ่านแอปพลิเคชันได้

3.3.4 Line

- 1) Line Official Account (บัญชีอย่างเป็นทางการ)
- 2) Line Shopping
- 3) Line Pay
- 4) Line Stickers
- 5) Line OpenChat



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์



3.4 เทคโนโลยี Big Data ในการขายออนไลน์

- 1) สร้างประสบการณ์แบบเฉพาะเจาะจงกับลูกค้ารายบุคคล
- 2) เปลี่ยนผู้เยี่ยมชมให้มาเป็นผู้ซื้อ
- 3) ช่วยในการพัฒนาและสร้างโอกาสธุรกิจใหม่
- 4) ช่วยการบริหารปริมาณสต็อกสินค้าที่เหมาะสม
- 5) ช่วยในการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ

BIG DATA



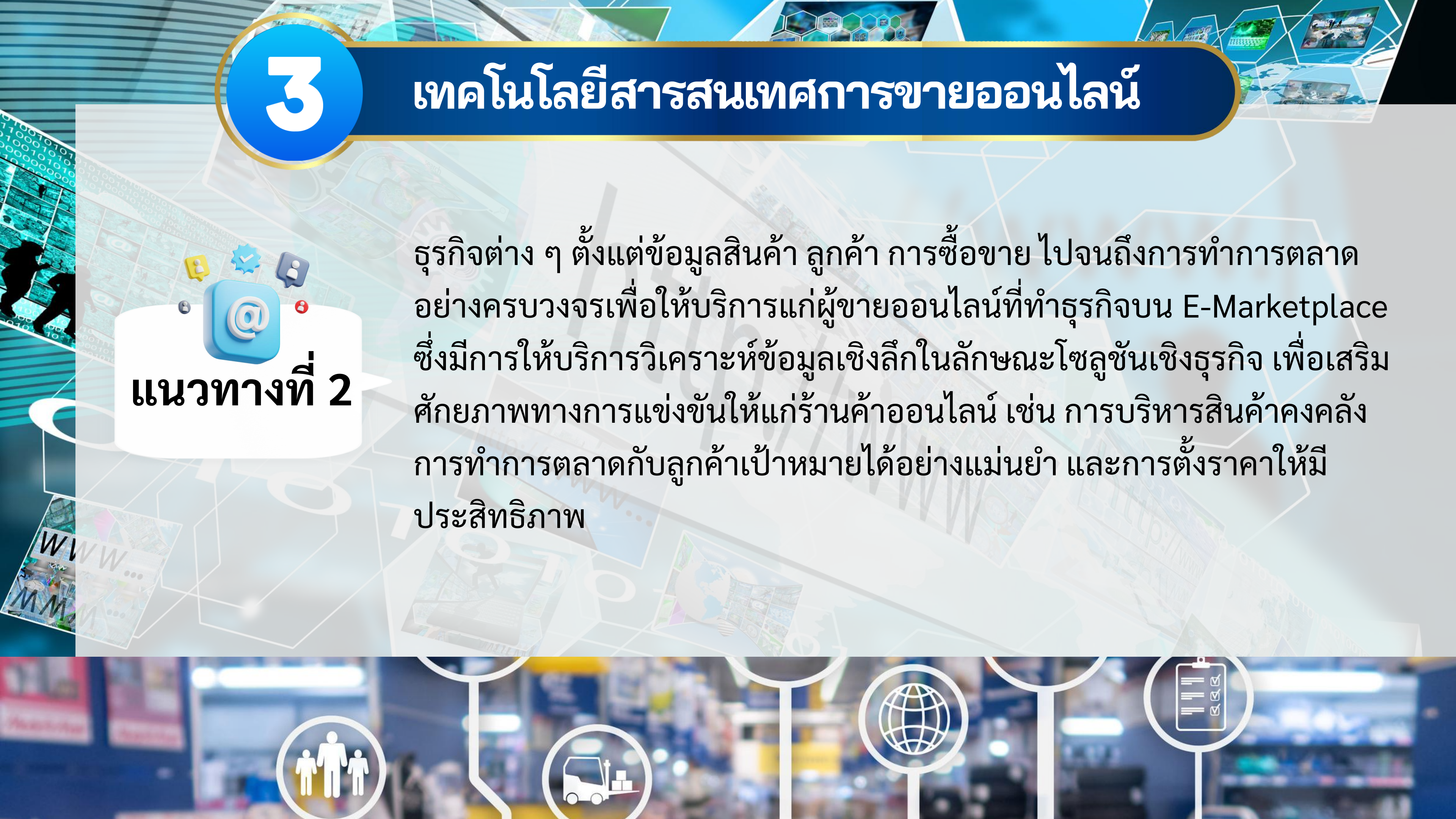
3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

ผู้ขายออนไลน์สามารถเลือกที่จะเข้าถึงการใช้งาน Big Data ในแบบที่มีต้นทุนต่ำอยู่ 3 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1

สามารถใช้เครื่องมือที่ไม่มีค่าใช้จ่ายอย่าง Google Analytics ในเวอร์ชันพื้นฐานที่สามารถรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์สถิติเส้นทางการเดินทาง (Customer Journey) และพฤติกรรมของลูกค้าบนหน้าร้านออนไลน์ โดยช่วยนับจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชม เลือกชมสินค้าใด ใช้เวลาอยู่บนแต่ละเว็บเพจนานเท่าไร ซื้อสินค้าอะไรไป รวมไปถึงการวัดประสิทธิภาพการทำแคมเปญโฆษณา แต่มีข้อจำกัด คือ ผลการวิเคราะห์ยังคงเป็นลักษณะภาพรวมของธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภคแบบทั่วไป

The background features a collage of various icons and images related to technology and business. At the top, there are images of circuit boards, a globe, and a network diagram. On the left, there's a vertical strip with binary code and a person climbing a ladder. In the center, there's a large, semi-transparent blue banner with a white circle containing the number '3'. Below the banner, there's a white speech bubble containing the text 'แนวทางที่ 2' and an '@' icon. At the bottom, there's a row of four circular icons: a family, a forklift, a globe, and a clipboard. The overall theme is digital commerce and logistics.

3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

แนวทางที่ 2

ธุรกิจต่าง ๆ ตั้งแต่ข้อมูลสินค้า ลูกค้า การซื้อขาย ไปจนถึงการทำการตลาดอย่างครบวงจรเพื่อให้บริการแก่ผู้ขายออนไลน์ที่ทำธุรกิจบน E-Marketplace ซึ่งมีการให้บริการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในลักษณะโซลูชันเชิงธุรกิจ เพื่อเสริมศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ร้านค้าออนไลน์ เช่น การบริหารสินค้าคงคลัง การทำการตลาดกับลูกค้าเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ และการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ

3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

แนวทางที่ 3

ผ่านระบบ Cloud Computing Big Data ซึ่งเป็นบริการระบบสำหรับการจัดการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต ครอบคลุมตั้งแต่การจัดเก็บข้อมูลไปจนถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก โดยมักอยู่ในรูปแบบการเช่าใช้บริการ ทำให้ผู้ขายออนไลน์ไม่ต้องลงทุนวางระบบไอทีทั้งระบบ สามารถลดต้นทุนทางด้านระบบไอทีได้ โดยค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับลักษณะและปริมาณข้อมูลที่ต้องการเก็บรวบรวม และผลของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องการ



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์



3.5 เทคโนโลยี Social Listening

Social Listening คือ **“การฟังเสียงของสังคม”** หรือ **“การฟังเสียงของผู้บริโภคบนสื่อสังคมออนไลน์”** ซึ่งในที่นี้จะครอบคลุมทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็น (Comment) การแท็กเพื่อน โดยการใช้ @ (Mentions) หรือการติด #Hashtag ผ่านโพสต์หรือบทสนทนาต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือแบรนด์สินค้าและบริการ

Social Listening Tools คือ เครื่องมือที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อคอยรับฟังเสียงของผู้บริโภคที่อยู่บนโลกโซเชียลมีเดีย ผ่านการ Monitor ดูความเคลื่อนไหวต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นทั้งจากช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, TikTok รวมถึงช่องทางอื่น ๆ ของธุรกิจ



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

3.5.1 ประโยชน์ของ Social Listening Tools

Social Listening Tools กับธุรกิจนั้นจะเป็นการใช้ตามจุดประสงค์ (Objective) ของธุรกิจ เช่น การสร้าง Brand Awareness หากธุรกิจสามารถเข้าถึงการถูก Mention หรือการสนทนา พูดคุยที่เกี่ยวกับแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการได้ ธุรกิจก็จะสามารถใช้ข้อมูลนี้เพื่อสร้าง Brand Awareness ปรับแต่งและเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาดอื่น ๆ

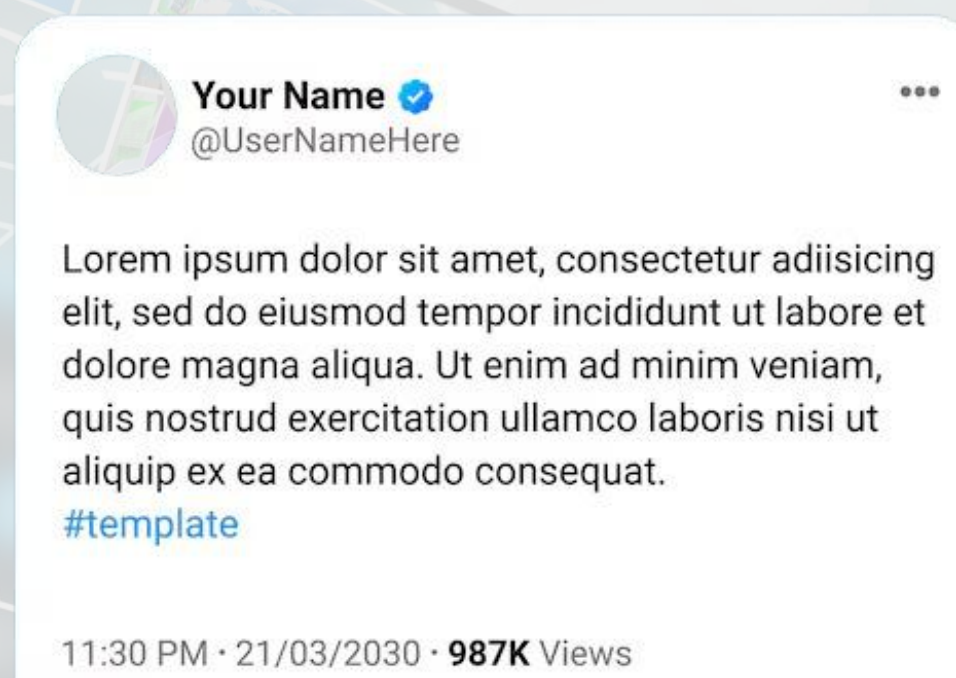


3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

โดยสามารถนำ Social Listening Tools ประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้ เช่น

1. การใช้ Social Listening Tools เพื่อเปลี่ยน Lead เป็นลูกค้า
2. การใช้ Social Listening Tools เพื่อทำการสำรวจคู่แข่ง
3. การใช้ Social Listening Tools เพื่อการสร้างคอนเทนต์
4. การใช้ Social Listening Tools เพื่อ Monitor แคมเปญการตลาด
5. การใช้ Social Listening Tools เพื่อทำ Customer Service



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

3.5.2 Social Listening Tools ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน



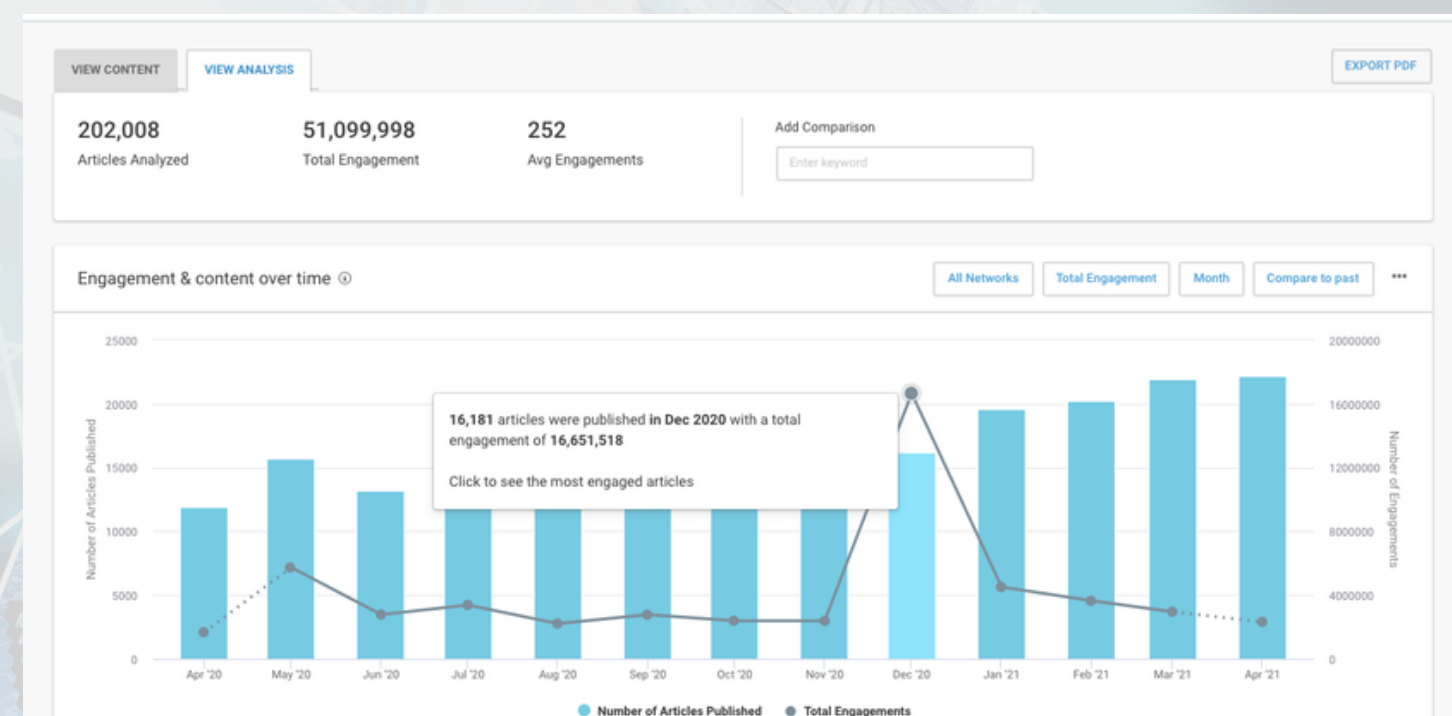
- **Sprout Social** เป็นเครื่องมือ Social Media Management มีความสามารถในการทำ Social Listening ซึ่งเครื่องมือนี้จะทำให้ธุรกิจหรือแบรนด์สามารถรวบรวมข้อมูลจากการกล่าวถึงแบรนด์ (Mention) ในโซเชียลมีเดียหลัก ๆ เช่น Facebook, Instagram, LinkedIn และ Pinterest
- **Hootsuite** เป็นตัวกลางจัดการโซเชียลมีเดียหลาย ๆ ช่องทาง สามารถติดตามเทรนด์ โพรไฟล์ผู้ใช้งาน ร้านค้าออนไลน์สามารถเกิดขึ้นภายในกลุ่มอุตสาหกรรมและทำความรู้จักกับผู้เยี่ยมชม สามารถไปอีกระดับในการเข้าถึง Insight ของกลุ่มเป้าหมายได้และตรวจจับ Emotional Data จากบทสนทนาออนไลน์ได้ เพื่อนำมาถนองเป็น Insight ที่นักการตลาดของแบรนด์จะสามารถนำไปสร้างกลยุทธ์ต่อได้

3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์

BuzzSumo

- **BUZZSUMO** เป็น Social Listening Tools และเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดสายโซเชียลมีเดีย หรือสาย Blogger ต่าง ๆ มีการใช้งานมาอย่างยาวนาน และถือว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยค้นหาการ Mention ที่เกี่ยวกับแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ค้นหาหรือติดตาม Influencers ที่เหมาะกับธุรกิจหรือแบรนด์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสามารถสร้างและรับการแจ้งเตือนได้เมื่อมีคีย์เวิร์ดสำคัญใหม่ ๆ บนโลกออนไลน์เกิดขึ้นมา



3

เทคโนโลยีสารสนเทศการขายออนไลน์



3.6 คุณสมบัติที่สำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศการขายสินค้าออนไลน์



1) ความถูกต้อง (Accuracy)
ความถูกต้องของข้อมูลสินค้า
และบริการที่ลูกค้าสั่งซื้อ



2) ความรวดเร็ว (Speed)
การได้รับสินค้าทันต่อ
การใช้งาน



3) ความสมบูรณ์ (Integrity)
ความสมบูรณ์ของสินค้า
ที่สั่งซื้อ



4) ตรงตามความต้องการ
(Meet Your Need) ได้รับ
สินค้าตรงตามที่ลูกค้าสั่งซื้อ



4

ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขายออนไลน์

- 4.1 เพิ่มการเข้าถึงลูกค้า (Increasing Customer Access)
- 4.2 ช่วยให้การตลาดและโฆษณามีประสิทธิภาพ (Enhancing Advertising and Public Relations)
- 4.3 เข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า (Understanding Customer Behavior)
- 4.4 สร้างประสบการณ์การซื้อที่ดี (Creating a Better Experience)
- 4.5 ให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Providing Quality Service)
- 4.6 จัดการคลังสินค้า (Managing Warehouses)
- 4.7 ทำการตลาดแบบทันที (Conducting Real-Time Marketing Strategies)





5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์



ความหมายของการสื่อสารการขายออนไลน์

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด เสียง หรือ สัญญาณระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่กำลังติดต่อกัน กระบวนการนี้สามารถทำได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การพูด การเขียน การใช้ภาษาร่างกาย การใช้สัญญาณเสียงหรือภาพ และการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อีเมล โซเชียลมีเดีย



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

องค์ประกอบของการสื่อสาร



1. ผู้ส่งข่าวสาร
(Sender)



2. ข้อมูลข่าวสาร
(Message)



3. สื่อหรือช่องทาง
การสื่อสาร
(Media)



4. ผู้รับข่าวสาร
(Receiver)

5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

กระบวนการสื่อสาร (Communication Process)

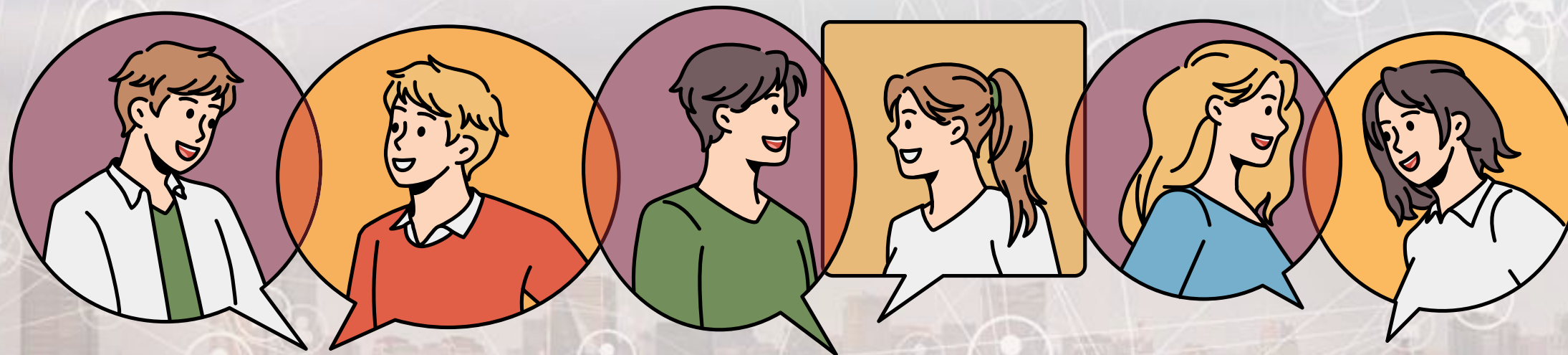
- ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ทำหน้าที่เก็บรวบรวมแนวความคิด หรือข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ส่งข่าวไปยังผู้รับข่าวสาร โดยจะแปลงข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกมาเป็นตัวอักษร น้ำเสียง สี การเคลื่อนไหว ฯลฯ ผ่านสื่อกลาง (Media) ในช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) ประเภทต่าง ๆ หรืออาจจะถูกส่งไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรงก็ได้
- เมื่อผู้รับข่าวสาร ได้รับข่าวสารแล้วจะถอดรหัส (Decoding) ตามความเข้าใจและประสบการณ์ในอดีต หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น และมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งข่าวสาร



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

การสื่อสารการขายออนไลน์ (Online Commerce Communication) จึงหมายถึง กระบวนการสื่อสารระหว่างธุรกิจหรือผู้ขายกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างความสนใจและส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การสื่อสารในการขายออนไลน์ รวมถึงการใช้เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย อีเมล และเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ เพื่อการสื่อสารกับลูกค้า



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

ความสำคัญของการสื่อสารในการขายออนไลน์

การสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการขายออนไลน์และมีผลกระทบอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ
การขายออนไลน์ ความสำคัญของการสื่อสารในการขายออนไลน์ มีดังนี้

1. เชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย
2. เพิ่มโอกาสในการขาย
3. สร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่น
4. ลดต้นทุนการตลาด
5. ตอบสนองรวดเร็ว



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

คุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

1. มีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ
2. มีทักษะในการสื่อสาร
3. ช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็ว และมีความจำดี
4. มีความซื่อตรง มีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง
5. มีความคิดสุขุม รอบคอบ
6. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
7. คิดและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
8. มีความสามารถแยกแยะและจัดระเบียบข่าวสารต่าง ๆ
9. มีความสามารถในการเขียนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
10. มีศิลปะและเทคนิคการจูงใจคน
11. รู้ขั้นตอนการทำงาน
12. มีมนุษยสัมพันธ์ดี

5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

1. อินเทอร์เน็ต (INTERNET)

มาจากคำว่า Inter Connection Network คือ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องสามารถติดต่อสื่อสารกัน โดยใช้มาตรฐานในการรับส่งข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียว หรือเรียกว่า โพรโทคอล (Protocol) มาตรฐานสำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตคือ TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่เชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะต้องมีหมายเลขประจำเครื่อง ที่เรียกว่า IP Address เพื่อเอาไว้อ้างอิงหรือติดต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์อื่น ๆ ในเครือข่าย



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์



ข้อดีของอินเทอร์เน็ต

1. สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ทั่วโลก
2. สามารถค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ได้มากมายจากทั่วโลก
3. สามารถติดตามความเคลื่อนไหวข่าวสารจากทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว
4. สามารถเปิดร้านค้าออนไลน์ได้ด้วยตนเอง และขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง
5. สามารถซื้อสินค้า โดยไม่ต้องเดินทางไปยังร้านค้า เช่น การสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์



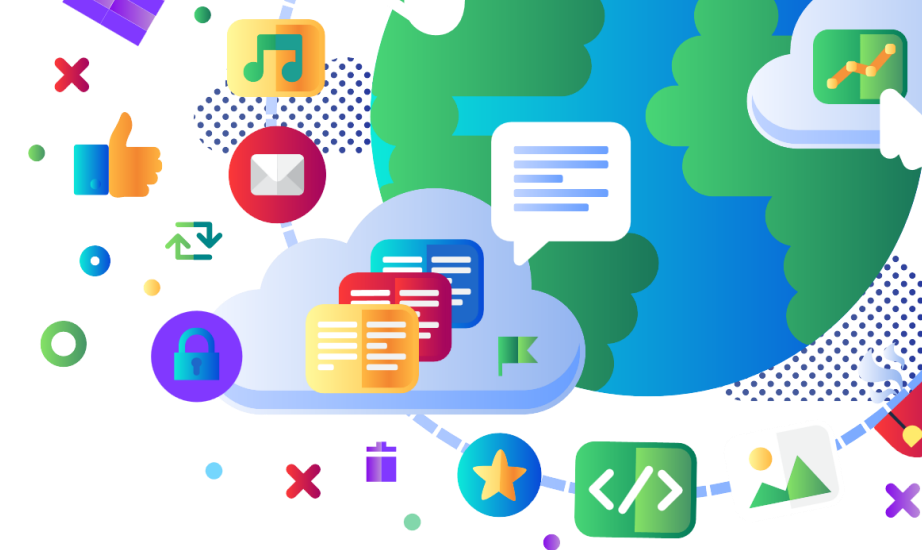
ข้อเสียของอินเทอร์เน็ต

1. ข้อมูลที่ได้รับอาจเป็นข้อมูลที่เป็นเท็จจริงหรือไม่ก็ได้ ทำให้ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล
2. เกิดปัญหาของการละเมิดลิขสิทธิ์
3. ก่อให้เกิดปัญหาด้านอาชญากรรม เช่น การฉ้อโกง การโจรกรรมข้อมูล



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์



2. เครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network)

คือ ระบบที่มีคอมพิวเตอร์อย่างน้อยสองเครื่อง เชื่อมต่อกันโดยใช้สื่อกลางคือเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสื่อสารข้อมูลกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ คอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้ หรือเป็นการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอื่น ๆ ที่อยู่ห่างไกล เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายที่เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ทั่วโลก ก็ทำให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั่วโลก





5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

3. เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายผ่านอุปกรณ์แบบเคลื่อนที่ในยุค 5G

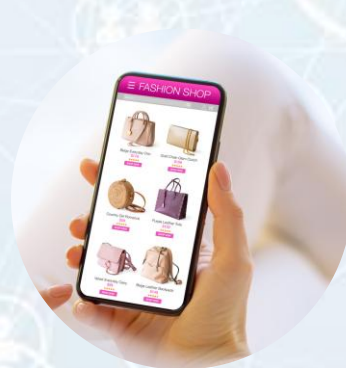
เป็นเทคโนโลยีไร้สายยุคที่ 5 ซึ่งให้ความเร็วในการอัปโหลดและดาวน์โหลดที่สูงขึ้น ให้การเชื่อมต่อที่สม่ำเสมอมากขึ้น และให้ศักยภาพที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับเครือข่ายยุคก่อนหน้านี้ 5G นั้นเร็วกว่าเครือข่าย 4G ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันอย่างมาก และอาจเปลี่ยนแปลงวิธีที่เราใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงแอปพลิเคชัน เครือข่ายสังคม และข้อมูลได้ เทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น รถยนต์ที่ขับด้วยตนเอง แอปพลิเคชันเกมขั้นสูง และสื่อไลฟ์สตรีมมิงที่ต้องใช้การเชื่อมต่อข้อมูลความเร็วสูงที่เชื่อถือได้ จะได้รับประโยชน์อย่างมากจากการเชื่อมต่อ 5G



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

5G



3.1 ความสำคัญของเทคโนโลยี 5G

ความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตรวมกับการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) Internet of Things (IoT) และระบบอัตโนมัติ กำลังขับเคลื่อนการเพิ่มปริมาณข้อมูลสูงขึ้นอย่างมาก การสร้างข้อมูลกำลังเติบโตอย่างทวีคูณ โดยจะมีปริมาณข้อมูลเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมหาศาลในทศวรรษหน้า โครงสร้างพื้นฐานของอุปกรณ์พกพาในปัจจุบันไม่ได้ออกแบบมาสำหรับการโหลดข้อมูลปริมาณมาก จึงจำเป็นต้องมีการอัปเดต ด้วยความเร็วสูง ความจุมหาศาล และเวลาแฝงต่ำ 5G จึงสามารถช่วยสนับสนุนและปรับขนาดแอปพลิเคชันต่าง ๆ

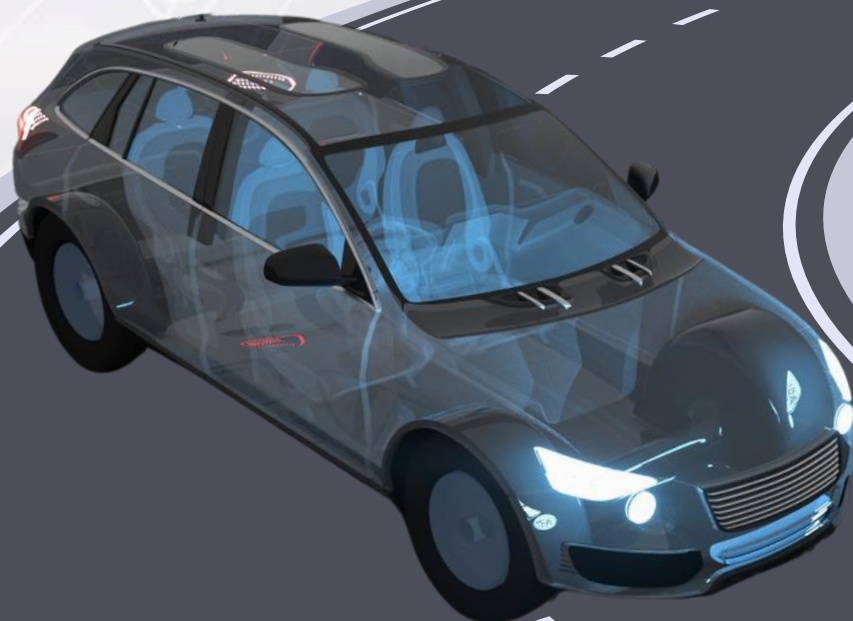
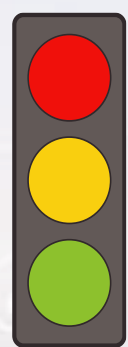


5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

3.2 ประโยชน์ของเทคโนโลยี 5G ต่อธุรกิจ

ความสามารถของ 5G สามารถใช้ในการส่งเสริมนวัตกรรมและปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าสำหรับธุรกิจได้ เช่น โซลูชันการขับเคลื่อนอัตโนมัติ โรงงานอัจฉริยะ 5G ความจริงเสมือน การประมวลผล Edge (Edge Computing)



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

3.3 แนวทางการปรับตัวและการนำ 5G มาใช้ เพื่อสร้างโอกาสในการค้าออนไลน์

แนวทางการปรับตัวและการนำ 5G มาใช้ เพื่อสร้างโอกาสในการค้าออนไลน์ ดังนี้

1. ปรับปรุงเว็บไซต์ให้รวดเร็ว ตอบสนองความไวระดับ 5G
2. นำเทคโนโลยี AR และ VR มาใช้กับแบรนด์หรือร้านค้าของตนเอง
3. มองหาสินค้าหรือบริการที่รองรับ 5G มาจำหน่าย
4. ใช้ 5G Live ทำ Social Commerce ได้ไว ไม่มีสะดุด
5. เตรียมฝึก AI ให้ฉลาด



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

4. เว็บไซต์ (Website)

ใช้ในการสื่อสารทางด้านการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บไซต์นี้ผ่านอินเทอร์เน็ตและเว็บเบราว์เซอร์ที่เชื่อมต่อกับเน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา เว็บไซต์มีฟังก์ชันที่สำคัญดังนี้

- แสดงสินค้าและบริการ
- ระบบการชำระเงิน
- ระบบจัดส่งสินค้า
- การบริการลูกค้า



5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

5. เทคโนโลยีเครือข่ายไร้สาย (Wireless Lan: WLAN)

คือ ระบบการสื่อสารข้อมูลที่มีรูปแบบในการสื่อสารแบบไม่ใช้สาย แต่จะใช้การส่งคลื่นความถี่วิทยุในย่านวิทยุ RF และคลื่นอินฟราเรด ในการรับและส่งข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องผ่านอากาศ ทะลุกำแพง เพดาน หรือสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ โดยปราศจากความต้องการของการเดินสาย นอกจากนี้ระบบเครือข่ายไร้สายก็ยังมีคุณสมบัติครอบคลุมทุกอย่างเหมือนกับระบบ LAN แบบใช้สาย





5

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการขายออนไลน์

ประโยชน์ของระบบเครือข่ายไร้สาย

1. **Mobility Improves Productivity and Service** มีความคล่องตัวสูง ไม่ว่าจะเคลื่อนที่ไปที่ไหน หรือเคลื่อนย้ายคอมพิวเตอร์ไปตำแหน่งใด ก็ยังคงมีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายตลอดเวลา
2. **Installation Speed and Simplicity** สามารถติดตั้งได้ง่ายและรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาติดตั้งสายเคเบิล และไม่รกรุงรัง
3. **Installation Flexibility** สามารถขยายระบบเครือข่ายได้ง่าย
4. **Reduced Cost of Ownership** ลดค่าใช้จ่ายในการวางระบบเครือข่ายไร้สายเพราะไม่จำเป็นต้องเสียค่าบำรุงรักษาและการขยายเครือข่าย
5. **Scalability** เครือข่ายไร้สายทำให้องค์กรสามารถปรับขนาดและความเหมาะสมได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

