



## การจัดการเรียนรู้แบบโมดูล (Module)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567

รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

โดย

นางสาวเปรมรัสมิ์ ถึงเสียบญวน

สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ



หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567  
รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

บทเรียนโมดูลที่ 1

เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ใน

การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

โดย

นางสาว เปรมรัสมิ ถึงเสียบญวน


สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้</b> <b>ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อ</b> <b>สังคมออนไลน์</b>	<b>ใบคำนำ</b>	<b>หน้าที่</b> <b>ก</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

## คำนำ

บทเรียนโมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์เล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะสื่อสังคมออนไลน์

ผู้จัดทำได้จัดแบ่งเนื้อหาในโมดูลย่อย 1.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ ในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องกันไปตามลำดับก่อน – หลัง มีแบบฝึกหัด ใบเฉลยแบบฝึกหัด ใบสั่งงาน ใบปฏิบัติงาน ใบเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบเฉลยการปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน และใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์

ผู้จัดทำหวังว่าบทเรียนโมดูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน หรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการหากมีส่วนหนึ่งส่วนใดบกพร่องผู้จัดทำพร้อมรับคำแนะนำ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้</b> <b>ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อ</b> <b>สังคมออนไลน์</b>	<b>ใบสารบัญ</b>	<b>หน้าที่</b> <b>ข</b>
	<b>แผ่นที่ : 1</b>		

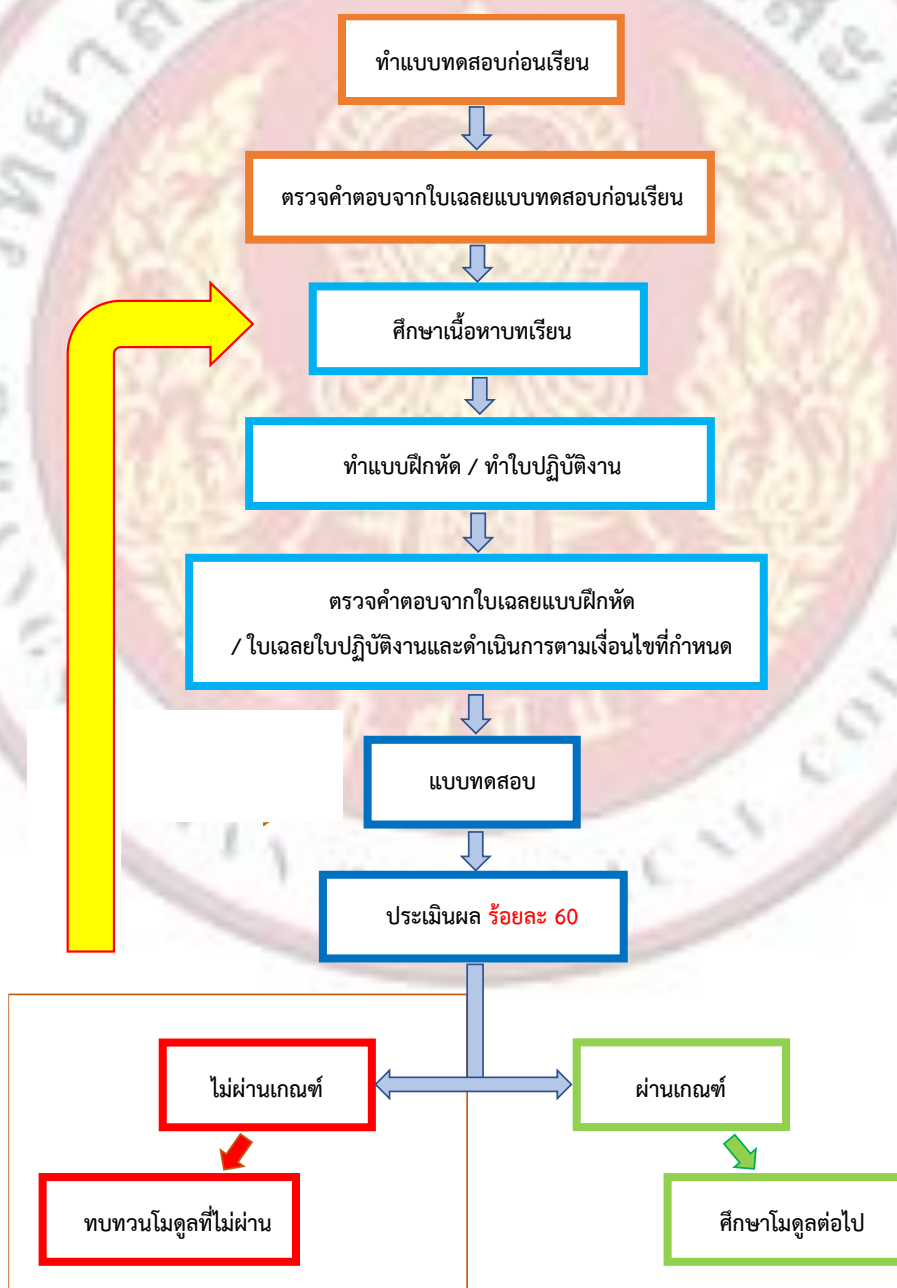
## สารบัญ


	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ใบขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล	1
ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล	2
ใบแบบทดสอบก่อนเรียน	6
ใบกระดาษคำตอบก่อนเรียน	8
ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน	9
ใบจุดประสงค์	10
ใบเนื้อหา	11
ใบแบบฝึกหัด	15
ใบเฉลยแบบฝึกหัด	17
ใบปฏิบัติงาน	19
ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน	20
ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน	22
ใบเฉลยการปฏิบัติงาน	23
ใบแบบทดสอบหลังเรียน	24
ใบกระดาษคำตอบหลังเรียน	26
ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน	27



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ สื่อสังคมออนไลน์	ใบขั้นตอนการใช้ บทเรียนโมดูล	หน้าที่ 1
	แผ่นที่ : 1	

### ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>2</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 1.1**


**คำแนะนำสำหรับผู้เรียน**

บทเรียนโมดูลย่อย 1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ เป็นบทเรียนโมดูลที่การบริหารจัดการในกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญไม่น้อย ซึ่งการจัดการสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีกิจกรรมช่วยในการบริหารจัดการทำให้การดำเนินธุรกิจเต็มไปด้วยประสิทธิภาพในการทำหรือบริหารธุรกิจ ในด้านการควบคุมต้นทุน และคุณภาพ ประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 หัวข้อย่อย ได้แก่

1. ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์
2. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

**ส่วนประกอบบทเรียนโมดูลประกอบด้วย**

1. ใบแบบทดสอบก่อนเรียนและใบกระดาษคำตอบ
2. ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน
3. ใบจุดประสงค์
4. ใบเนื้อหา
5. ใบแบบฝึกหัด/ใบสั่งงาน/ใบปฏิบัติงาน
6. ใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยใบปฏิบัติงาน
7. ใบแบบทดสอบหลังเรียนและใบกระดาษคำตอบ
8. ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>3</b>
	<b>แผ่นที่ : 2</b>		


**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 1.1**

**คำแนะนำในการใช้บทเรียนโมดูล**

1. ให้ผู้เรียนศึกษาหลักการและเหตุผล (Prospectus) และจุดมุ่งหมาย (Objectives) ของบทเรียนโมดูลให้เข้าใจ
2. ให้ผู้เรียนปฏิบัติตามคำแนะนำและขั้นตอนการใช้อย่างเคร่งครัด
3. ผู้เรียนต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง โดยไม่เปิดดูใบเฉลยคำตอบก่อนทำแบบทดสอบก่อนเรียนแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงาน และแบบทดสอบหลังเรียนเพราะจะทำให้ผู้เรียนขาดความมั่นใจในการเรียนด้วยตนเองและไม่เกิดความเข้าใจที่แท้จริง
4. บทเรียนโมดูลนี้ ผู้เรียนสามารถใช้เรียนได้ตามความต้องการ ความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียน และสถานที่เรียน

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล**


1. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนโดยทำเฉพาะข้อที่ผู้เรียนมีความรู้แท้จริง โปรดอย่าเดาคำตอบ ถ้าข้อใดไม่มีความรู้ให้ข้ามข้อนั้นไป โดยทำลงในกระดาษคำตอบ
2. ดูเฉลยใบแบบทดสอบก่อนเรียนแล้วประเมินผลการทำแบบทดสอบก่อนเรียน เป็นการวัดพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนโดยไม่มีผลใด ๆ ต่อคะแนนในการเรียนบทเรียนโมดูลนี้
3. ให้ผู้เรียนศึกษาจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
4. ให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาบทเรียนจากใบเนื้อหาทำให้มีความรู้ความเข้าใจ
5. เมื่อศึกษาเนื้อหาบทเรียนเข้าใจดีแล้ว ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงานในบทเรียนนั้น ๆ ลงในใบแบบฝึกหัด / ใบปฏิบัติงาน

	<p>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง          รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์          โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์          ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ          โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</p>	ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล	หน้าที่ 4
		แผ่นที่ : 3	

คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 1.1

ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล (ต่อ)

6. เมื่อทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานแล้วให้ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยการปฏิบัติงาน
7. ถ้าผ่านเกณฑ์การประเมินที่ตั้งไว้ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน แต่ถ้าไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินให้กลับไปเรียนเนื้อหาเดิม และทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานใหม่อีกครั้ง
8. เมื่อผู้เรียนผ่านเกณฑ์การประเมินแล้ว ให้ทำแบบทดสอบหลังเรียนโดยทำลงในกระดาษคำตอบ
9. ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียนเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียน
10. ถ้าผลการประเมินไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนดผู้เรียนต้องเรียนซ่อมเสริมทบทวนเนื้อหาของบทเรียนโมดูลนี้ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>5</b>
	<b>แผ่นที่ : 4</b>		

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 1.1**

**หลักการและเหตุผล (Prospectus)**

การจัดการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2563 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้และจัดการวิชาชีพได้ ได้นำความรู้ด้านวิชาชีพไปพัฒนาตน ดังนั้นบทเรียนโมดูลนี้จึงได้จัดเนื้อหาให้ผู้เรียนสามารถศึกษาบทเรียนโมดูลตามคำแนะนำได้ตามความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียนและสถานที่เรียน

การบริหารจัดการในกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญไม่น้อย ซึ่งมีกิจกรรม ของสื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต้องใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนจรรยาบรรณและกฎหมายเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ บทเรียนโมดูลย่อย 1.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นโมดูลย่อยของการเรียนของโมดูลที่ 1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ องค์การ ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2563 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1.ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ 2. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์โดยในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาสัมพันธ์กันไปตามลำดับก่อน - หลัง และมีใบปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการ

**จุดมุ่งหมาย (Objective)**

เมื่อผู้เรียนได้ศึกษาและทดสอบผ่านบทเรียนโมดูลย่อยนี้แล้ว ผู้เรียนจะมีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์


**ความรู้พื้นฐาน (Prerequisites)**

ในการเรียนบทเรียนโมดูลย่อยนี้ให้ได้ผลดี ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐาน ความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์ ความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์



## ส่วนที่ 1

การสร้างแบบทดสอบก่อนเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>6</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	


### แบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 1.1

- คำชี้แจง :**
1. แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4ตัวเลือก จำนวน 5ข้อ
  2. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  3. เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 10 นาที

**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ 1** แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์

1. ข้อใดไม่ใช่ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อสังคมปัจจุบันนี้
  - ก. ด้านรัฐบาล
  - ข. ด้านการศึกษา
  - ค. ด้านการสื่อสาร
  - ง. ด้านทหาร
2. ถ้าต้องการขยายสัญญาณข้อมูลที่อยู่ในระยะทางไกลให้ชัดเจนขึ้นต้องใช้อุปกรณ์ในข้อใด
 

ก. บริดจ์	ข. สวิตช์
ค. รีพีตเตอร์	ง. เราเตอร์
3. อุปกรณ์ในข้อใดใช้ในการเชื่อมต่อเครือข่ายหลาย ๆ เครือข่ายเข้าด้วยกัน และสามารถเลือกเส้นทางที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการส่งผ่านข้อมูลจากต้นทางไปยังปลายทาง
  - ก. การ์ดแลน
  - ข. เราเตอร์
  - ค. ฮับ
  - ง. บริดจ์


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>7</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

4. ถ้านักเรียนต้องการนำข้อมูลส่วนตัวลงในระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสมัครงาน นักเรียนจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทใดจึงจะเหมาะสมที่สุด

- ก. Facebook
- ข. LinkedIn
- ค. Instagram
- ง. Twitter

5. การสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาหาร และที่พัก ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทใด

- ก. TripAdvisor
- ข. Wiki
- ค. Pinterest
- ง. Amazon

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	ใบกระดาศำตอบ ก่อนเรียน	หน้าทึ 8
		แผ่นทึ : 1	

กระดาศำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยทึ 1.1

ชือ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักรเรียน/นักรศึกร.....


ชือ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				



Scan QR code  
เพื่อทำชือสอบ

คะแนนเต็ม 5 คะแนน ใต้คะแนน ..... คะแนน  
สรุปรผล ( ) ผ่านเกณฑ์  
( ) ไม่นผ่านเกณฑ์

ลงชือ ..... ผู้ตรวจ  
(.....)

	<p>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง          รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์          โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์          ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ          โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</p>	ใบเฉลยแบบทดสอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 9
		แผ่นที่ : 1	


เฉลยแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 1.1

ข้อ	คำตอบ
1.	ง
2.	ค
3.	ง
4.	ก
5.	ง



## ส่วนที่ 2


การรวบรวมเนื้อหา และสร้างใบงาน/ใบ  
กิจกรรม/แบบฝึกหัด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบจุดประสงค์</b>	<b>หน้าที่</b> <b>10</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากที่ผู้เรียนได้ศึกษาเรื่องนี้แล้ว ผู้เรียนสามารถ

1. บอกความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อสังคมปัจจุบัน
2. จัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต้องใช้ในสื่อสังคมออนไลน์
3. จัดกลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ตามประเภท
4. ใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>11</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

## 1.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

### 1.1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ


สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อข้อมูล ภาพ เสียง มัลติมีเดีย หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยน และแบ่งปันข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ผ่านทางระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือหรือระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลก

#### ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อสังคมในด้านต่าง ๆ

**1.ด้านรัฐบาล (Government)** การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในภาครัฐนั้น สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลาย ๆ ด้าน เช่น ในด้านการให้ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ แก่ประชาชน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของภาครัฐรายงานข่าวสาร นโยบาย และโครงการต่าง ๆ ที่ภาครัฐได้จัดทำขึ้นมา ตลอดจนเป็นช่องทางในการติดต่อและให้คำปรึกษากับประชาชน ซึ่งปัจจุบันพบว่าหน่วยงานภาครัฐทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศมีการนำสื่อสังคมออนไลน์ชนิดต่าง ๆ มาใช้เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนค่อนข้างมาก

**2.ด้านการศึกษา (Education)** ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้นำมาใช้ประโยชน์ทางด้านการศึกษามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านของแหล่งสืบค้นข้อมูล แหล่งค้นคว้าหาความรู้ความจริงต่าง ๆ ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และความรู้อื่น ๆ ให้ครูอาจารย์และผู้เรียนสามารถค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมได้ นอกจากนี้ยังมีการจัดทำในรูปแบบของเอกสารประกอบการสอนหรือมีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบต่าง ๆ ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยเป็นสื่อกลาง เพื่อให้เกิดความสะดวกในการศึกษาและการค้นคว้าหาความรู้


**3.ด้านธุรกิจ (Business)** สื่อสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทในการทำการตลาด การนำเสนอสินค้า และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยเฉพาะในด้านของการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>12</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

สินค้า โดยลูกค้าสามารถให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ได้ซื้อไปผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะคำตอบของลูกค้าจะเป็นข้อดีหรือข้อเสียก็ตาม นอกจากนี้ทางบริษัทยังสามารถโต้ตอบกับลูกค้าหรือช่วยแก้ปัญหาได้ในกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นการให้บริการหลังการขายเพื่อสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของลูกค้าอีกด้วย

**4.ด้านการสื่อสาร (Communication)** สื่อสังคมออนไลน์ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ มติชนออนไลน์ และผู้จัดการออนไลน์ เป็นต้น เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภค โดยข่าวสารต่าง ๆ จะมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาและให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศและต่างประเทศเช่นเดียวกับข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ แต่การสื่อสารทางสังคมออนไลน์เช่นนี้จะทำให้ผู้บริโภคหรือประชาชนได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ที่ทันเหตุการณ์มากขึ้น

**5.ด้านความบันเทิง (Entertainment)** ปัจจุบันงานด้านความบันเทิงได้มีการนำเอาสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานทางด้านความบันเทิงและความนิยมค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นการให้ดาวนโหลดเพลง การทำมิวสิกวิดีโอ การสร้างแฟนเพจของนักร้องนักแสดง นอกจากนี้ยังใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างบริษัทและนักร้องนักแสดง และระหว่างนักร้องนักแสดงกับแฟนคลับอีกด้วย สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ทางด้านความบันเทิงที่พบเห็นโดยทั่วไปนั้น ได้แก่ ยูทูป เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ เป็นต้น

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>13</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

## ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์


### 1. สื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป

1. **กลุ่มเครือข่ายสังคม (Social Networking Site)** เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างข้อมูลนำเสนอรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็น หรือสนทนาโต้ตอบได้นอกจากนั้นกลุ่มเครือข่ายสังคมยังใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (Social Community) เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันทั้งด้านธุรกิจ การเมือง การศึกษา ตัวอย่างเช่น Facebook, Hi5, Ning, MySpace, Youmeo, Badoo, Google+, LinkedIn และ Orkut เป็นต้น

2. **ไมโครบล็อก (Micro-blog)** เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลหรือข้อความสั้น ๆ ประมาณ 140 ตัวอักษรในเรื่องที่สนใจเฉพาะด้านหรือเพื่อบอกว่าผู้เขียนกำลังทำอะไรอยู่หรือเป็นการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้กับกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ได้รับทราบ รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (Hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ ตัวอย่างเช่น Twitter, Blauk, Weibo, Tout และ Tumblr เป็นต้น

3. **Weblogs หรือ Blogs** คือ บล็อกส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น บันทึกส่วนตัว ให้บุคคลอื่น ๆ เข้ามาอ่าน ซึ่งสามารถเขียนในลักษณะไม่เป็นทางการและแก้ไขได้ตามต้องการ นอกจากนั้นผู้รับข้อมูลยังสามารถเข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ซึ่งการแสดงเนื้อหาของบล็อกนั้นจะเรียงลำดับจากเนื้อหาใหม่ไปสู่เนื้อหาเก่า ผู้เขียนและผู้อ่านสามารถค้นหาเนื้อหาย้อนหลังเพื่ออ่านและแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น Exteen, Bloggang, WordPress, Blogger, Okanation เป็นต้น

4. **Crowd Sourcing** เป็นการขอความร่วมมือจากบุคคลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสามารถจัดทำในลักษณะของเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ ทั้งทางด้านธุรกิจ การศึกษา ตลอดจนการสื่อสาร โดยอาจจะเป็นการขอความร่วมมือให้มาช่วยตรวจสอบข้อมูล เสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในประเด็นที่ต้องการ กลุ่มคนที่เข้ามาให้ข้อมูลอาจจะจะเป็นบุคคลทั่วไปใน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>14</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ข้อดีคือ จะได้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่หลากหลาย เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนช่วยตรวจสอบหรือคัดกรองข้อมูลซึ่งเป็นปัญหาสาธารณะร่วมกันได้


**5. วิกี และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and Online Collaborative Space)** เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ มีความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบและความเป็นทางการมากกว่าบล็อก ตัวอย่างเช่น theguardian.com เจ้าของคือหนังสือพิมพ์ The Guardian เป็นต้น

**6.กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, Discussion Board and Group)** เป็นเว็บไซต์ที่มีการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ประเด็นสาธารณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม โดยมีทั้งที่เป็นกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะ ตัวอย่างเช่น Google groups, Yahoo groups, Pantip Opinions, Mouthshut, Yahoo! Answer, Yelp เป็นต้น

**7.โลกแห่งจินตนาการ (Virtual Worlds)** คือ การสร้างโลกจินตนาการโดยจำลองส่วนหนึ่งของชีวิตลงไป จัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่บรรดาผู้ท่องโลกไซเบอร์ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างกันบนอินเทอร์เน็ตในลักษณะโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) ซึ่งผู้ที่จะเข้าไปใช้บริการอาจจะเป็นบริษัทหรือองค์กรด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา รวมถึงองค์กรด้านสื่อ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ สำนักข่าวซีเอ็นเอ็น ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่เพื่อให้บุคคลในบริษัทหรือองค์กรได้มีช่องทางในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทหรือองค์กรก็ได้

**8.วิดีโอออนไลน์ (Online Video)** เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากเนื้อหาที่น่าสนใจในวิดีโอออนไลน์นั้นไม่ถูกจำกัด และผู้ใช้บริการสามารถติดตามได้อย่างต่อเนื่อง เพราะไม่มีโฆษณามารบกวน รวมทั้งผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้จำนวนมากอีกด้วย ตัวอย่างเช่น Youtube, MSN, Yahoo เป็นต้น

**9.การฝากรูปภาพ (Photo Sharing)** เป็นเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการฝากรูปภาพโดยผู้ใช้บริการ สามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดรูปภาพเพื่อนำมาใช้งานได้ นอกจากนั้นยังสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการเสนอขายภาพที่ตนเองนำเข้าไปฝากได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น Flickr, Photobucket, Photoshop และ Express เป็นต้น

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>15</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

10.การบันทึกภาพและเสียง (Podcasting หรือ Podcast) คือ การบันทึกภาพและเสียงมาเก็บไว้ในเว็บเพจ (Web Page) เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลภายนอกที่สนใจสามารถดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้งานได้ ตัวอย่างเช่น Dual Geek Podcast, Wiggly Podcast เป็นต้น

### ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

2.1สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจนั้น ปัจจุบันก็มีมากมายหลายประเภทเช่นกัน ขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจนั้นมีวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจอย่างไร ต้องการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาช่วยในเรื่องใด บางธุรกิจอาจต้องการมาช่วยในการนำเสนอรายการสินค้า การซื้อขาย การพูดคุยกับลูกค้า หรือการติดต่อกับธุรกิจด้วยตนเอง และบางสื่อนอกจากจะเป็นสื่อออนไลน์ทั่วไปแล้ว ยังสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจได้เช่นกัน สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจที่เป็นที่นิยม ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram และ Youtube เป็นต้น ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดของสื่อประเภทนี้ในหัวข้อต่อไป

## อุปกรณ์เครื่องมือของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

### อุปกรณ์คอมพิวเตอร์



ไมโครคอมพิวเตอร์  
(Microcomputer)



โน้ตบุ๊ก  
(Notebook)



แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์  
(Tablet Computer)



สมาร์ทโฟน  
(Smart phone)



คอมพิวเตอร์มือถือ  
(Handheld Computer)



คอมพิวเตอร์แบบฝัง  
(Embedded Computer)



สมาร์ตวอตช์  
(Smart Watch)



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
 รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
 โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์  
 ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ  
 โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์

ใบเนื้อหา

แผ่นที่ : 3

หน้าที่  
16

## อุปกรณ์เครื่องมือของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ



อุปกรณ์ในระบบ  
เครือข่ายคอมพิวเตอร์



## กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

### 1 กลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networks)

ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ช่วยในการนำเสนอรูปภาพและคลิปวิดีโอ การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน และอื่น ๆ



เฟซบุ๊ก (Facebook)


ทวิตเตอร์ (Twitter)

ลิงก์อิน (LinkedIn)

facebook

twitter

LinkedIn

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>17</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

#### 2 กลุ่มแบ่งปันข้อมูลออนไลน์ (Media Sharing Networks)

ใช้สำหรับการนำเสนอรูปภาพ วิดีโอ เพลง และสื่ออื่น ๆ สำหรับบุคคลทั่วไป ในด้านธุรกิจ จะช่วยในเรื่องของการสร้างแบรนด์ สร้างรายชื่อผู้ติดต่อ และสร้างเป้าหมายการตลาดทางสังคม



• ยูทูป (YouTube)



• อินสตาแกรม (Instagram)



### กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

#### 3 กลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Discussion Forums)

ใช้สำหรับการค้นหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้ในการทำธุรกิจ เช่น การทำวิจัยทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์สินค้า




• เรดดิต (Reddit)



• พันทิป (Pantip)



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>18</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

#### 4 กลุ่มรวบรวม และคัดสรรเนื้อหา (Bookmarking and Content Curation Networks)

ใช้สำหรับการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลออนไลน์ โดยจะมีการเลือกสรรเนื้อหาที่มีการกำหนดความต้องการเอาไว้ แล้วนำมาแชร์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อสร้างประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

#### 5 กลุ่มการรีวิวสินค้าออนไลน์ (Consumer Review Networks)

ใช้สำหรับการรีวิวและแสดงความคิดเห็นในระบบออนไลน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งจะมีประโยชน์อย่างมากสำหรับการทำธุรกิจ

● **พินเทอเรสต์**  
(Pinterest)

**Pinterest**

● **ทริปแอดไวเซอร์**  
(TripAdvisor)

**tripadvisor®**

### กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ

#### 6 กลุ่มขายของออนไลน์ (Social Shopping Networks)

ใช้สำหรับร้านขายของออนไลน์ที่มีการนำกลยุทธ์ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มาใช้ผนวกรวมกับเครื่องมือด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networks) ในการสร้างกลุ่มและเครือข่ายในการค้าขายสินค้าร่วมกัน

#### 7 กลุ่มเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy Networks)


เป็นกลุ่มการทำธุรกิจแบบ Peer to Peer ซึ่งเป็นการจับคู่ระหว่างผู้ให้บริการที่มีทรัพย์สินหรือสิ่งของที่ไม่ได้ใช้หรือมีมากเกินไปจนความจำเป็น กับผู้ใช้บริการที่มีความต้องการใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ โดยการขอเช่าหรือยืมแทนการซื้อ

● **แอมะซอน**  
(Amazon)

**amazon**

● **อูเบอร์**  
(Uber)

**UBER**

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>19</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ**


- การติดต่อสื่อสาร
- การศึกษา
- การแนะนำสินค้า
- การทำธุรกิจแบบใหม่
- การสร้างชื่อเสียง
- การอัปเดตข้อมูลข่าวสาร

**ข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์**

- การเข้าถึงข้อมูล
- การเสพติดต่อสังคมออนไลน์
- ปัญหาด้านความปลอดภัย
- ชื่อเสียง
- ปัญหาสุขภาพ
- ทำให้เกิดการสูญเสีย

**จรรยาบรรณ และกฎหมายเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ**

- ควรตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารก่อนจะนำไปเผยแพร่
- ควรเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่น
- ควรใช้ภาษาที่สุภาพและเป็นทางการ
- ควรมีแหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจน
- ควรศึกษากฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ให้ดี
- ไม่ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบุคคลอื่นก่อนได้รับอนุญาต
- ไม่ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือโปรแกรมที่มีไวรัส
- ไม่ควรเผยแพร่ภาพหรือสื่อลามกอนาจาร
- ไม่ควรนำเอาผลงานของบุคคลอื่นมาเป็นของตน
- ไม่ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการหลอกลวงผู้อื่น

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>20</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์

- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์
- กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- กฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์
- กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- กฎหมายการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์
- กฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์
- กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
- กฎหมายโทรคมนาคม
- กฎหมายระหว่างประเทศ
- กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา


## พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

### มาตรา 14

ผู้ใดกระทำความผิดโดยทุจริตหรือหลอกลวง ด้วยการนำข้อมูลอันเป็นเท็จ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง ข้อมูลที่มีลักษณะอันลามก เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ และเผยแพร่หรือส่งต่อ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

### มาตรา 16

ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติม หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะนำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชังหรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>21</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

## พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

**มาตรา 18** **หากมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจดังนี้**

- มีหนังสือสอบถามหรือเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาเพื่อให้ถ้อยคำ ส่งคำชี้แจงเป็นหนังสือ เอกสาร หรือหลักฐานอื่นที่สามารถเข้าใจได้
- เรียกข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์จากผู้ให้บริการเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์หรือจากบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง
- สั่งให้ผู้ให้บริการส่งมอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่หรือให้เก็บข้อมูลดังกล่าวไว้ก่อน
- ทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ จากระบบคอมพิวเตอร์ที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิด
- สั่งให้บุคคลที่ครอบครองหรือควบคุมข้อมูลคอมพิวเตอร์ ส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ดังกล่าวให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่
- ตรวจสอบหรือเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด อันเป็นหลักฐานหรืออาจใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดได้
- ถอดรหัสลับหรือสั่งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสลับทำการถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ให้กับพนักงานเจ้าหน้าที่
- ยึดหรืออายัดระบบคอมพิวเตอร์เท่าที่จำเป็น เฉพาะเพื่อประโยชน์ในการทราบรายละเอียดแห่งความผิดและผู้กระทำความผิด

## พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์


**มาตรา 23**

พนักงานเจ้าหน้าที่หรือพนักงานสอบสวนในกรณีตามมาตรา 18 วรรคสอง

หากผู้ใดกระทำโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการที่ได้มาตามมาตรา 18 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

**มาตรา 24**

ผู้ใดล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการที่พนักงานเจ้าหน้าที่หรือพนักงานสอบสวนได้มาตามมาตรา 18 และเปิดเผยข้อมูลนั้นต่อผู้หนึ่งผู้ใด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	ใบแบบฝึกหัด	หน้าที่ 22
		แผ่นที่ : 1	

**ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 1.1**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

1. สื่อสังคมออนไลน์ คืออะไร จงอธิบาย

.....

.....

.....

.....

2. ถ้านักเรียนทำธุรกิจ นักเรียนคิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการทำธุรกิจหรือไม่ อย่างไร จงอธิบาย

.....

.....

.....

.....

3. ปัจจุบันมีผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจค่อนข้างมาก ถ้านักเรียนต้องการทำธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ นักเรียนจะเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทใด เพราะเหตุใด จงอธิบาย


.....

.....

.....

.....

.....

	<p>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง          รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์          โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์          ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ          โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ          สื่อสังคมออนไลน์</p>	ใบแบบฝึกหัด	หน้าที่ 23
		แผ่นที่ : 2	

ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 1.1 (ต่อ)

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

4. นักเรียนรู้จักสื่อสังคมออนไลน์ประเภทใดบ้าง และแต่ละประเภทมีประโยชน์อย่างไร ยกตัวอย่างมา 5 ประเภท

.....

.....

.....

.....

.....

5. ถ้านักเรียนไปโพสต์ลงใน Facebook ว่ามีเพื่อนเป็นโควิด-19 โดยที่ไม่เป็นความจริง นักเรียนจะได้รับความผิดตามมาตราใด และมีโทษอย่างไร


.....

.....

.....

.....

.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>24</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบเฉลยแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 1.1**

**คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้**

**1. สื่อสังคมออนไลน์ คืออะไร จงอธิบาย**

แนวคำตอบ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อข้อมูล ภาพ เสียง มัลติมีเดีย หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ผ่านทางระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือหรือระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลก

**2. ถ้านักเรียนทำธุรกิจ นักเรียนคิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการทำธุรกิจหรือไม่ อย่างไร**


**จงอธิบาย**

แนวคำตอบ สื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการทำธุรกิจ เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภค โดยข่าวสารต่าง ๆ จะมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา และให้ข้อมูลที่เป็ปัจจุบันทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศและต่างประเทศ

**3. ปัจจุบันมีผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจค่อนข้างมาก ถ้านักเรียนต้องการทำธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ นักเรียนจะเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทใด เพราะเหตุใด**

**จงอธิบาย**

แนวคำตอบ Facebook เนื่องจากเป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่ง ที่ทำให้ผู้ใช้หรือสมาชิกได้พูดคุยหรือแชท ติดต่อสื่อสาร นำเสนอรูปภาพ นำเสนอคลิปวิดีโอ เขียนเรื่องราวต่าง ๆ และร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งกับสมาชิกคนอื่น ๆ ได้ ซึ่งปัจจุบัน Facebook เป็นที่นิยมใช้และมีจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>18</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

#### 4. นักเรียนรู้จักสื่อสังคมออนไลน์ประเภทใดบ้าง และแต่ละประเภทมีประโยชน์อย่างไร ยกตัวอย่าง มา 5 ประเภท

**แนวคำตอบ 1.** กลุ่มเครือข่ายสังคม (Social Networking Site) เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงาน สามารถสร้างข้อมูล นำเสนอรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็น หรือ สนทนาโต้ตอบได้ เช่น Facebook, Badoo, Google+, Linkdin และ Orkut เป็นต้น


2. ไมโครบล็อก (Micro-blog) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลหรือข้อความสั้นๆ ในเรื่องที่สนใจเฉพาะ ด้าน เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ เช่น Twitter, Blauk, Weibo, Tout และ Tumblr เป็นต้น

3. เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and Photo Sharing Website) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำสื่อประเภทข้อมูล รูปภาพ วิดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันกับผู้อื่น เช่น Flickr, Vimero, Youtube, Instagram และ Pinterest เป็นต้น

4. บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and Corporate Blogs) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็นบันทึกออนไลน์ เช่น Blogger, Wordpress, Bloggang และ Exteen เป็นต้น

5. บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs Hosted by Media Outlet) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ มีความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบและความเป็นทางการมากกว่าบล็อก เช่น theguardian.com เป็นต้น

6. วิกี และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and Online Collaborative Space) เป็นเว็บไซต์สำหรับพื้นที่สาธารณะออนไลน์ เพื่อรวบรวมข้อมูล ความรู้ และเอกสารต่าง ๆ เช่น Wikipedia และ Wikia เป็นต้น

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>18</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

7. กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, Discussion Board and Group) เป็นเว็บไซต์ที่มีการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ มีทั้งที่เป็นกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะ เช่น Googlegroups, Yahoo groups และ Pantip เป็นต้น

8. เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online Multiplayer Gaming Platform) เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอในลักษณะการเล่นเกมออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถเล่นได้แบบคนเดียวและเล่นได้เป็นกลุ่ม เช่น Second life และ World of Warcraft เป็นต้น


9. วิดีโอออนไลน์ (Online Video) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น Youtube, Yahoo เป็นต้น

10. การฝากรูปภาพ (Photo Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการฝากรูปภาพโดยผู้ใช้บริการสามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดรูปภาพเพื่อนำมาใช้งานได้ เช่น Flickr, Photobucket, Photoshop และ Express เป็นต้น

11. การบันทึกภาพและเสียง (Podcasting หรือ Podcast) คือ การบันทึกภาพและเสียงมาเก็บไว้ในเว็บเพจ (Web Page) เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลภายนอกที่สนใจสามารถดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้งานได้ เช่น Dual Geek Podcast, Wiggly Podcast เป็นต้น

5. ถ้านักเรียนไปโพสต์ลงใน Facebook ว่ามีเพื่อนเป็นโควิด-19 โดยที่ไม่เป็นความจริง นักเรียนจะได้รับความผิดตามมาตราใด และมีโทษอย่างไร

แนวคำตอบ มาตรา 14 โทษจำคุกไม่เกินห้าปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>19</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 1.1**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้นักเรียนบอกความหมายของสื่อสังคมออนไลน์มาพอสังเขป

1.1.1 นักเรียนคิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญอย่างไรบ้าง จงอธิบาย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	ใบเกณฑ์การ ประเมินผลการ ปฏิบัติงาน	หน้าที่ 20
		แผ่นที่ : 1	

**ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 1.1**

**ข้อพิจารณา**


1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์

**การให้คะแนน**

1. คะแนนเต็มข้อละ 3 คะแนน
2. การพิจารณาให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน

**เกณฑ์การให้คะแนน**

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	3	2	1	0
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์				
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ				
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์				
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน				
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์				

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	ใบเกณฑ์การ ประเมินผลการ ปฏิบัติงาน	<b>หน้าที่</b>  <b>21</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


**ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 1.1**

**เกณฑ์การตัดสินคุณภาพ**

ช่วงคะแนน	ระดับคุณภาพ
12 – 15	ดีมาก
9 – 11	ดี
5 -8	พอใช้
0 – 4	ปรับปรุง

**เกณฑ์การประเมิน**

เกณฑ์ผ่าน : ร้อยละ 60 หรือได้คะแนนในระดับคุณภาพ ดีมาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบประเมินผล</b> <b>การปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>22</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 1.1**


ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

รายการปฏิบัติงาน					รวมคะแนน
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	
	3	2	1	0	
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์					
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ					
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์					
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน					
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์					
รวมคะแนน					
คิดเป็นร้อยละ (ของคะแนนเต็ม ..... คะแนน)					
ผลการประเมินอยู่ในระดับ .....					

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

...../...../.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบเฉลยการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>23</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบเฉลยการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 1.1**

1.1.1 นักเรียนคิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญอย่างไรบ้าง จงอธิบาย




สื่อสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทในการทำการตลาด การนำเสนอสินค้า และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยเฉพาะในด้านของการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า โดยลูกค้าสามารถให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ได้ซื้อไปผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะคำตอบของลูกค้าจะเป็นข้อดีหรือข้อเสียก็ตาม นอกจากนั้นทางบริษัทยังสามารถโต้ตอบกับลูกค้าหรือช่วยแก้ปัญหาได้ในกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นการให้บริการหลังการขายเพื่อสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของลูกค้าอีกด้วย นำมาใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ เช่น ไทยรัฐออนไลน์ มติชนออนไลน์ และผู้จัดการออนไลน์ เป็นต้น เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภค โดยข่าวสารต่าง ๆ จะมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาและให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศและต่างประเทศเช่นเดียวกับข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ แต่การสื่อสารทางสังคมออนไลน์เช่นนี้จะทำให้ผู้บริโภคหรือประชาชนได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ที่ทันเหตุการณ์มากขึ้น



### ส่วนที่ 3

การสร้างแบบทดสอบหลังเรียน แบบโมดูล


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>24</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 1.1


- คำชี้แจง :**
- แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ
  - ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  - เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 20 นาที

**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ 1** แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน


- ข้อใดไม่ใช่ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อสังคมปัจจุบันนี้
  - ด้านรัฐบาล
  - ด้านการศึกษา
  - ด้านการสื่อสาร
  - ด้านทหาร
- ถ้าต้องการขยายสัญญาณข้อมูลที่อยู่ในระยะทางไกลให้ชัดเจนขึ้นต้องใช้อุปกรณ์ในข้อใด
  - บริดจ์
  - สวิตช์
  - รีพีตเตอร์
  - เราเตอร์
- อุปกรณ์ในข้อใดใช้ในการเชื่อมต่อเครือข่ายหลาย ๆ เครือข่ายเข้าด้วยกัน และสามารถเลือกเส้นทางที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการส่งผ่านข้อมูลจากต้นทางไปยังปลายทาง
  - การ์ดแลน
  - เราเตอร์
  - ฮับ
  - บริดจ์
- ถ้านักเรียนต้องการนำข้อมูลส่วนตัวลงในระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสมัครงาน นักเรียนจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทใดจึงจะเหมาะสมที่สุด
  - Facebook
  - LinkedIn
  - Instragram
  - Twitter

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ</b> <b>สื่อสังคมออนไลน์</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>25</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

5. การสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาหาร และที่พัก ควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทใด
  - ก. TripAdvisor
  - ข. Wiki
  - ค. Pinterest
  - ง. Amazon
  
6. ข้อใดไม่ใช่ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ
  - ก. ช่วยในการติดต่อสื่อสาร พูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
  - ข. ใช้ทำ CAI สอนนักศึกษาออนไลน์
  - ค. ช่วยแจ้งโปรโมชั่นสินค้าให้ลูกค้าทราบ
  - ง. ช่วยลดค่าโฆษณาสินค้าหรือบริการ
  
7. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้ควรระมัดระวังในเรื่องใด
  - ก. การมีเพื่อนมากเกินไปจนความจำเป็น
  - ข. ไม่ได้พักผ่อนเต็มที่อย่างที่ควรจะเป็น
  - ค. ข้อมูลส่วนตัวถูกบุกรุก
  - ง. เป็นที่รู้จักในสื่อสังคมออนไลน์
  
8. กฎหมายในข้อใดที่ดูแลเกี่ยวกับวิธีการชำระเงินค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ
  - ก. กฎหมายโทรคมนาคม
  - ข. กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
  - ค. กฎหมายการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์
  - ง. กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ สื่อสังคมออนไลน์	ใบแบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 26
		แผ่นที่ : 3	

9. บุคคลในข้อใดทำผิดจรรยาบรรณในการใช้สื่อสังคมออนไลน์
  - ก. สมชายเอารูปภาพของเพื่อนไปเผยแพร่บน Facebook
  - ข. วิมลเผยแพร่สิ่งต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ด้วยภาษาที่สุภาพ
  - ค. ลัดดาขอคลิปวิดีโอออกกำลังกายของแก้วใจมาลง Youtube
  - ง. อำนาจตรวจสอบไวรัสในไฟล์ข้อมูลก่อนเผยแพร่ในเว็บไซต์
10. กมลคัดลอกเพลงไปขายในเว็บไซต์ การกระทำดังกล่าวผิดกฎหมายประเภทใด
  - ก. กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
  - ข. กฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์
  - ค. กฎหมายระหว่างประเทศ
  - ง. กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ</b> <b>โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์</b>	ใบกระดาศำตอบ หลังเรียน	หน้าทึ 26
		แผ่นทึ : 1	

**กระดาศำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยทึ 1.1**

ชือ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักรศึกษา.....

ชือ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				



Scan QR code  
เพื่อทำข้อสอบ

คะแนนเต็ม 10 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน

สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์

( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชือ ..... ผู้ตรวจ

(.....)



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์  
ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ  
โมดูลย่อย 1.1 : ความหมายและความสำคัญของ  
สื่อสังคมออนไลน์

ใบเฉลย  
แบบทดสอบหลัง  
เรียน

แผ่นที่ : 1

หน้าที่  
27

เฉลยแบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 1.1

ข้อ	คำตอบ
1.	ง
2.	ค
3.	ก
4.	ง
5.	ข
6.	ข
7.	ค
8.	ง
9.	ก
10.	ง



## การจัดการเรียนรู้แบบโมดูล (Module)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567

รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

โดย

นางสาวปวรพรรณ ทองถึก

สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ



หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567  
รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

บทเรียนโมดูลที่ 2

เรื่อง ระบบการชำระเงิน

โดย

นางสาวปววรรณ ทองถึก


สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	ใบคำนำ	<b>หน้าที่</b> <b>ก</b>
		แผ่นที่ : 1	

## คำนำ

บทเรียนโมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงินองค์ประกอบของระบบการชำระเงินเล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะสื่อสังคมออนไลน์

ผู้จัดทำได้จัดแบ่งเนื้อหาในโมดูลย่อย 2.1 ระบบการชำระเงิน ประกอบด้วย ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงินองค์ประกอบของระบบการชำระเงิน ในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องกันไปตามลำดับก่อน - หลัง มีแบบฝึกหัด ใบเฉลยแบบฝึกหัด ใบสั่งงาน ใบปฏิบัติงาน ใบเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบเฉลยการปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน และใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงินองค์ประกอบของระบบการชำระเงิน

ผู้จัดทำหวังว่าบทเรียนโมดูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน หรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงินองค์ประกอบของระบบการชำระเงิน หากมีส่วนใดบกพร่องผู้จัดทำพร้อมรับคำแนะนำ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญ</b> <b>ของระบบการชำระเงิน</b>	ใบ สารบัญ	หน้า ที่ ข
		แผ่นที่ : 1	

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ใบขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล	1
ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล	2
ใบแบบทดสอบก่อนเรียน	6
ใบกระดาษคำตอบก่อนเรียน	8
ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน	9
ใบจุดประสงค์	10
ใบเนื้อหา	11
ใบแบบฝึกหัด	15
ใบเฉลยแบบฝึกหัด	17
ใบปฏิบัติงาน	19
ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน	20
ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน	22
ใบเฉลยการปฏิบัติงาน	23
ใบแบบทดสอบหลังเรียน	24
ใบกระดาษคำตอบหลังเรียน	26
ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน	27



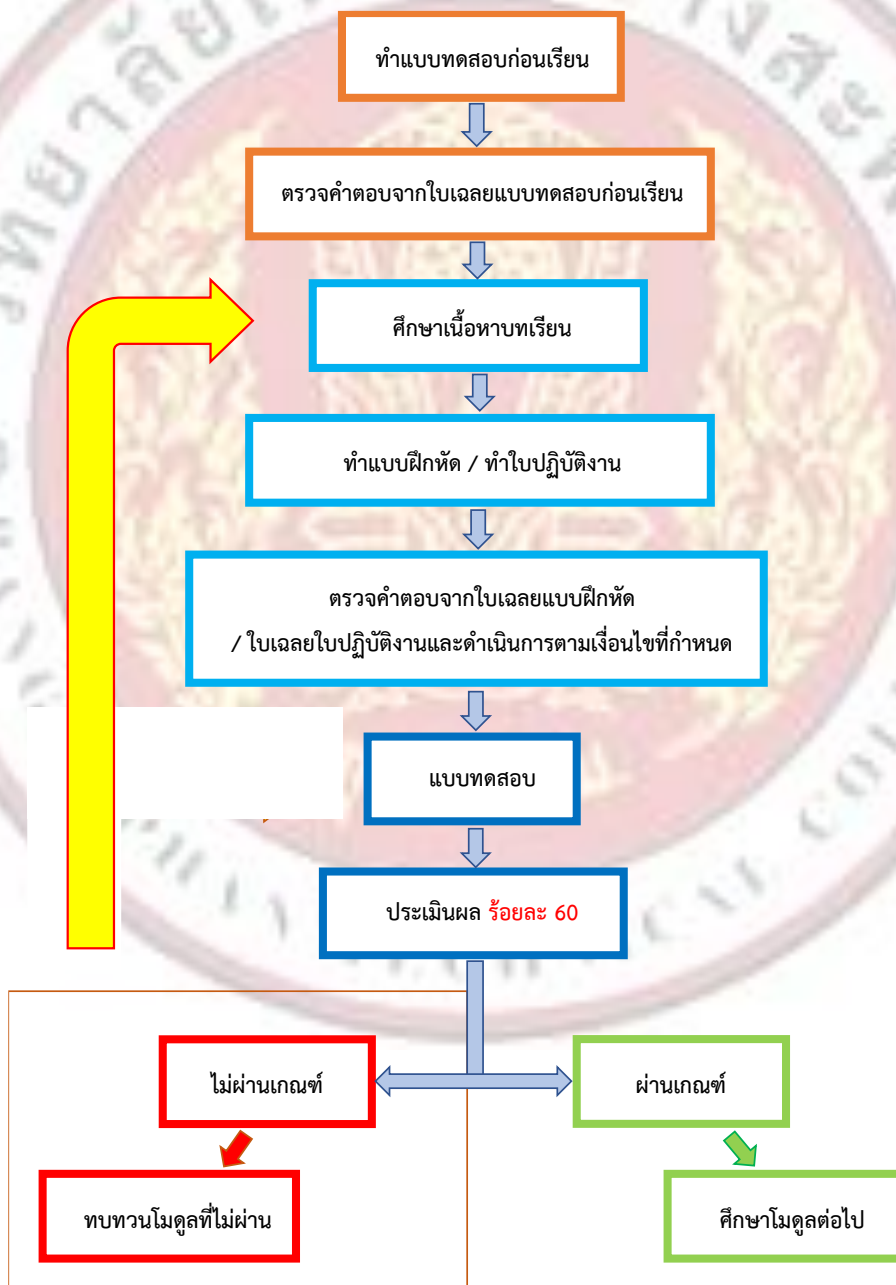
หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน  
โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน


ใบขั้นตอน  
การใช้  
บทเรียน  
โมดูล

หน้าที่  
1

แผ่นที่ : 1

### ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>2</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 2.1


#### คำแนะนำสำหรับผู้เรียน

บทเรียนโมดูลย่อย 2.1 ศึกษาเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน ตลอดจนองค์ประกอบของระบบการชำระเงิน และประเภทของระบบการชำระเงินที่มีในปัจจุบัน ออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่

1. ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน
2. องค์ประกอบของระบบการชำระเงิน
3. ประเภทของระบบการชำระเงิน
  - 1.1 การโอนเงินผ่านที่ทำการไปรษณีย์
  - 1.2 การโอนเงินผ่านทางธนาคาร
  - 1.3 การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต

#### ส่วนประกอบบทเรียนโมดูลประกอบด้วย

1. ใบแบบทดสอบก่อนเรียนและใบกระดาษคำตอบ
2. ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน
3. ใบจุดประสงค์
4. ใบเนื้อหา
5. ใบแบบฝึกหัด/ใบสั่งงาน/ใบปฏิบัติงาน
6. ใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยใบปฏิบัติงาน
7. ใบแบบทดสอบหลังเรียนและใบกระดาษคำตอบ
8. ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>3</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 2.1**

**คำแนะนำในการใช้บทเรียนโมดูล**

1. ให้ผู้เรียนศึกษาหลักการและเหตุผล (Prospectus) และจุดมุ่งหมาย (Objectives) ของบทเรียนโมดูลให้เข้าใจ
2. ให้ผู้เรียนปฏิบัติตามคำแนะนำและขั้นตอนการใช้อย่างเคร่งครัด
3. ผู้เรียนต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง โดยไม่เปิดดูใบเฉลยคำตอบก่อนทำแบบทดสอบก่อนเรียนแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงาน และแบบทดสอบหลังเรียนเพราะจะทำให้ผู้เรียนขาดความมั่นใจในการเรียนด้วยตนเองและไม่เกิดความเข้าใจที่แท้จริง
4. บทเรียนโมดูลนี้ ผู้เรียนสามารถใช้เรียนได้ตามความต้องการ ความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียน และสถานที่เรียน

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล**


1. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนโดยทำเฉพาะข้อที่ผู้เรียนมีความรู้แท้จริง โปรดอย่าเดาคำตอบ ถ้าข้อใดไม่มีความรู้ให้ข้ามข้อนั้นไป โดยทำลงในกระดาษคำตอบ
2. ดูเฉลยใบแบบทดสอบก่อนเรียนแล้วประเมินผลการทำแบบทดสอบก่อนเรียน เป็นการวัดพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนโดยไม่มีผลใด ๆ ต่อคะแนนในการเรียนบทเรียนโมดูลนี้
3. ให้ผู้เรียนศึกษาจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
4. ให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาบทเรียนจากใบเนื้อหาทำให้มีความรู้ความเข้าใจ
5. เมื่อศึกษาเนื้อหาบทเรียนเข้าใจดีแล้ว ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงานในบทเรียนนั้น ๆ ลงในใบแบบฝึกหัด / ใบปฏิบัติงาน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>4</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 2.1**

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล (ต่อ)**

6. เมื่อทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานแล้วให้ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยการปฏิบัติงาน
7. ถ้าผ่านเกณฑ์การประเมินที่ตั้งไว้ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน แต่ถ้าไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินให้กลับไปเรียนเนื้อหาเดิม และทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานใหม่อีกครั้ง
8. เมื่อผู้เรียนผ่านเกณฑ์การประเมินแล้ว ให้ทำแบบทดสอบหลังเรียนโดยทำลงในกระดาษคำตอบ
9. ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียนเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียน
10. ถ้าผลการประเมินไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนดผู้เรียนต้องเรียนซ่อมเสริมบททวนเนื้อหา  
ของบทเรียนโมดูลนี้ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>5</b>
		<b>แผ่นที่ : 4</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 2.1**

**หลักการและเหตุผล (Prospectus)**

การจัดการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้และจัดการวิชาชีพได้ ได้นำความรู้ด้านวิชาชีพไปพัฒนาตน ดังนั้นบทเรียนโมดูลนี้จึงได้จัดเนื้อหาให้ผู้เรียนสามารถศึกษาบทเรียนโมดูลตามคำแนะนำได้ตามความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียนและสถานที่เรียน

การบริหารจัดการในกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญไม่น้อย ซึ่งมีกิจกรรม ของสื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต้องใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนจรรยาบรรณและกฎหมายเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ บทเรียนโมดูลย่อย 1.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นโมดูลย่อยของการเรียนของโมดูลที่ 1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ องค์การ ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2563 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1.ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ 2. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์โดยในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาสัมพันธ์กันไปตามลำดับก่อน - หลัง และมีใบปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการ

**จุดมุ่งหมาย (Objective)**

เมื่อผู้เรียนได้ศึกษาและทดสอบผ่านบทเรียนโมดูลย่อยนี้แล้ว ผู้เรียนจะมีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์


**ความรู้พื้นฐาน (Prerequisites)**

ในการเรียนบทเรียนโมดูลย่อยนี้ให้ได้ผลดี ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐาน ความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์ ความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์



## ส่วนที่ 1

การสร้างแบบทดสอบก่อนเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบ</b> <b>แบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>6</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	


### แบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 2.1

- คำชี้แจง :**
1. แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4ตัวเลือก จำนวน 5ข้อ
  2. ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  3. เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 10 นาที


**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ 1** แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์

1. ข้อใดไม่ใช่ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อสังคมปัจจุบันนี้
  - ก. ด้านรัฐบาล
  - ข. ด้านการศึกษา
  - ค. ด้านการสื่อสาร
  - ง. ด้านทหาร
2. ถ้าต้องการขยายสัญญาณข้อมูลที่อยู่ในระยะทางไกลให้ชัดเจนขึ้นต้องใช้อุปกรณ์ในข้อใด
 

ก. บริดจ์	ข. สวิตช์
ค. รีพีตเตอร์	ง. เราเตอร์
3. อุปกรณ์ในข้อใดใช้ในการเชื่อมต่อเครือข่ายหลาย ๆ เครือข่ายเข้าด้วยกัน และสามารถเลือกเส้นทางที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการส่งผ่านข้อมูลจากต้นทางไปยังปลายทาง
  - ก. การ์ดแลน
  - ข. เราเตอร์
  - ค. ฮับ
  - ง. บริดจ์

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญ</b> <b>ของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>7</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

4. การโอนเงินระหว่างประเทศด้วยเครือข่าย SWIFT ผู้โอนต้องทราบรายละเอียดต่าง ๆ ของผู้รับเงินปลายทาง ดังต่อไปนี้ ยกเว้นข้อใด
  - ก. ชื่อและที่อยู่
  - ข. หมายเลขบัญชี
  - ค. ชื่อธนาคารและที่อยู่
  - ง. วันเวลาที่โอน
  
5. บัตรวีซ่าประเภทใดที่ผู้ถือบัตรจะได้รับส่วนลดพิเศษในการเข้าใช้สนามกอล์ฟ
  - ก. บัตรวีซ่า แพลทินัม
  - ข. บัตรวีซ่า เดบิต
  - ค. บัตรวีซ่า ซิกเนเจอร์
  - ง. บัตรวีซ่า คลาสสิก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญ</b> <b>ของระบบการชำระเงิน</b>	ใบ กระดาษคำตอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 8
		แผ่นที่ : 1	

กระดาษคำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 2.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				




Scan QR code

เพื่อทำข้อสอบ

คะแนนเต็ม 5 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน  
 สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์  
 ( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ  
 (.....)

	<p>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง          รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์          โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน          โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญ          ของระบบการชำระเงิน</p>	ใบเฉลย แบบทดสอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 9
		แผ่นที่ : 1	

เฉลยแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 2.1




ข้อ	คำตอบ
1.	ก
2.	ข
3.	ค
4.	ง
5.	ค



## ส่วนที่ 2

การรวบรวมเนื้อหา และสร้างใบงาน/ใบ  
กิจกรรม/แบบฝึกหัด


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบจุดประสงค์</b>	<b>หน้าที่</b> <b>10</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากที่ผู้เรียนได้ศึกษาเรื่องนี้แล้ว ผู้เรียนสามารถ

1. บอกความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน
2. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของระบบการชำระเงิน
3. จัดกลุ่มวิธีการชำระเงินตามประเภท
4. ทราบปัญหาและอุปสรรคของระบบการชำระเงิน



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>11</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

## 2.1 ความหมาย และความสำคัญของระบบการชำระเงิน


### 2.1.1 ความหมายของระบบการชำระเงิน

ระบบการชำระเงิน (Payment System) หมายถึง การส่งมอบเงินหรือโอนเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อซื้อสินค้าและบริการ หรือใช้ในการชำระหนี้ โดยสามารถใช้วิธีการชำระเงินที่เป็นได้ทั้งเงินสดและไม่ใช้เงินสด นอกจากนี้การชำระเงินอาจจะทำผ่านผู้ให้บริการที่เป็นเสมือนคนกลาง ในการอำนวยความสะดวกและช่วยดูแลรักษาความปลอดภัยในการทำรายการต่าง ๆ ทางการเงิน ซึ่งผู้ให้บริการมีทั้งที่เป็นสถาบันการเงิน (Bank) และมีไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank)

ระบบชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) หมายถึง รูปแบบการจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ หรือใช้ในการชำระหนี้ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิต บัตรเครดิต ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินโดยไม่ผ่านเจ้าหน้าที่ของธนาคาร และการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ โดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการชำระเงิน ซึ่งทำให้การทำธุรกรรมมีความรวดเร็วและสะดวกสบายมาก

### 2.2 ความสำคัญของระบบการชำระเงิน

ระบบการชำระเงินมีความสำคัญมาก เพราะเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้กิจกรรมทางธุรกิจดำเนินไปได้ อย่างราบรื่น ปัจจุบันมีการพัฒนาระบบการชำระเงินขึ้นมามากมายหลายรูปแบบ โดยนำเอาระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังได้มีการพัฒนาระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบการชำระเงินแบบออนไลน์ เพื่อช่วยให้การชำระเงินของลูกค้า เป็นไปได้โดยสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นด้วย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	ใบเนื้อหา	<b>หน้าที่</b> <b>12</b>
		แผ่นที่ : 2	

### องค์ประกอบของระบบการชำระเงิน

มีองค์ประกอบหลัก ๆ 5 ส่วนด้วยกัน คือ


1. ลูกค้า หรือบุคคลที่เข้ามาทำธุรกรรมด้านการชำระเงิน ค่าสินค้าหรือบริการ
2. ร้านค้า ห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ ที่เป็นผู้รับชำระเงิน
3. ธนาคาร หรือสถาบันทางการเงิน ที่เป็นตัวกลางในการชำระเงินระหว่างลูกค้ากับร้านค้า
4. ผู้ออกกฎระเบียบปฏิบัติ ข้อตกลง กฎเกณฑ์ หรือ มาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน
5. เครือข่ายธนาคารที่มีการตกลงในการทำ ธุรกรรมร่วมกัน เช่น การฝาก ถอน โอน

### ประเภทของระบบการชำระเงิน

1. บริการธนาคารระหว่างประเทศ เป็นบริการธนาคารที่ส่งจากประเทศไทยไปจ่ายเงินให้แก่ผู้รับ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในต่างประเทศ หรือจากต่างประเทศมาจ่ายเงินให้แก่ผู้รับ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในประเทศไทย โดยใช้เวลาในการจัดส่งประมาณ 2 สัปดาห์นับจากวันที่ฝากส่ง

2. ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ เป็นบริการธนาคารที่ส่งจ่ายจากประเทศไทยไปจ่ายเงินให้แก่ผู้รับในต่างประเทศหรือส่งจากต่างประเทศมาจ่ายเงินให้แก่ผู้รับในประเทศไทย โดยผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ EUROGIRO ซึ่งเป็นผู้ให้บริการชั้นนำด้านเทคโนโลยีการรับ-ส่งเงินระหว่างประเทศ ปัจจุบันที่ทำการไปรษณีย์เปิดให้บริการกับประเทศต่าง ๆ รวม 15 ประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สวิตเซอร์แลนด์ ฟิลิปปินส์ โปแลนด์ เวียดนาม ฝรั่งเศส อิสราเอล ศรีลังกา เกาหลีใต้ ตุรกี ฮังการี สเปน บราซิล ลัตเวีย และโรมาเนีย

3. ธนาคารธรรมดา เป็นบริการธนาคารที่ส่งเงินถึงผู้รับภายใน 1-5 วันทำการนับจากวันที่ฝากส่ง โดยไปรษณีย์จะส่งธนาคารให้ผู้รับทางไปรษณีย์รับรอง

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>13</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

4. บริการธนาคารออนไลน์ เป็นบริการฝากส่งเงินด่วนพิเศษถึงผู้รับปลายทางภายในประเทศโดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ผู้รับและผู้ส่งเงินไม่ต้องมีบัญชีเงินฝาก เพียงใช้บัตรประจำตัวประชาชนก็สามารถส่งและรับเงินได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศภายในเวลา 15 นาที และยังสามารถฝากส่งข้อความให้แก่ผู้รับเงินได้ด้วยไม่เกิน 100 ตัวอักษร (รวมเว้นวรรค)

5. บริการโอนเงินด่วนระหว่างประเทศ เวสเทิร์น ยูเนียน บริการโอนเงินด่วนระหว่างประเทศ เวสเทิร์น ยูเนียน เป็นบริการที่ใช้ทั้งฝากส่งและรับเงิน ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับบริษัท เวสเทิร์น ยูเนียน ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโอนเงินด่วนระหว่างประเทศ โดยมีจุดให้บริการมากกว่า 200 ประเทศทั่วโลก และเชื่อมโยงผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ตทันสมัย ภายในไม่กี่นาทีก็สามารถส่งเงินและรับเงินได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ


6. บริการเก็บเงินที่อยู่อผู้รับ (Cash On Delivery: COD) การใช้บริการเก็บเงินที่อยู่อผู้รับ (COD) ของไปรษณีย์ไทย มีขั้นตอนง่าย ๆ เพียงสมัครและเปิดบัญชี Wallet@Post ติดต่อขอใช้บริการ COD ได้ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ โดยผู้ใช้บริการจะได้รับสติ๊กเกอร์ COD เพื่อกรอก Wallet ID และจำนวนเงินที่เรียกเก็บ พร้อมผนึกสติ๊กเกอร์ COD ลงบนกล่องพัสดุที่จำหน่ายเรียบร้อยแล้วและชำระค่าบริการฝากส่ง EMS ตามอัตราที่กำหนด ซึ่งผู้ใช้บริการจะได้รับเงินกลับเข้าสู่ระบบ Wallet ภายใน 2 วัน ทั้งนี้กำหนดวงเงินเรียกเก็บปลายทางสูงสุดไม่เกิน 30,000 บาท/รายการ

#### ข้อดีของบริการ COD

- ค่าธรรมเนียมมีราคาถูก ประมาณ 2.3% ของมูลค่าสินค้า และถ้าเก็บเงินปลายทางไม่ได้ก็จะไม่คิดค่าธรรมเนียม

- มีความรวดเร็วในการทำงาน สามารถรับเงินเข้า Wallet@POST ภายใน 2 วัน หลังจากพัสดุถึงลูกค้า

- มีระบบการทำงานที่ง่าย ไม่ต้องมีบัญชีธนาคารก็ใช้บริการได้ โอนเงินจาก Wallet@POST ไปยังบัญชีธนาคารได้ถึง 7 ธนาคาร

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>14</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	


7.บริการกระเป๋าเงินไปรษณีย์ หรือ Wallet@POST เป็นบริการด้านการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ถูกการออกแบบให้ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้เสมือนมีเคาน์เตอร์ไปรษณีย์และกระเป๋าเงินส่วนตัวบนมือถือ ไม่ว่าจะเป็นการเติม จ่าย โอน ถอน ซึ่งผู้ใช้บริการจะต้องโหลดแอปพลิเคชัน Wallet@POST ผ่านมือถือแบบสมาร์ทโฟน เพื่อเติมเงินเข้ากระเป๋าเงินไปรษณีย์สำหรับใช้ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ทั้งของไทยและสินค้าทั่วไป เช่น ร้านอาหาร และรถไฟฟ้า

ข้อดีของ Wallet@POST

- สะดวก รวดเร็ว พร้อมใช้จ่ายได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- เพิ่มความสะดวกในการใช้บริการการเงินของไทย
- ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปทำการไปรษณีย์หรือธนาคาร
- ไม่ต้องรอคิวใช้บริการที่เคาน์เตอร์นาน
- อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการด้วยการรับชำระค่าสินค้าออนไลน์

8.บริการชำระเงินผ่านไปรษณีย์ (Pay@Post) เป็นการบริการรับชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจ เช่น สาธารณูปโภค ธุรกิจเช่าซื้อ บัตรเครดิต เป็นต้น โดยมีคู่ค้าร่วมให้บริการกว่า 200 บริการ จึงให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการในการชำระเงินได้อย่างครบครันและสะดวกรวดเร็ว

9. บริการฝากเงินที่ไปรษณีย์ (Bank@post) เป็นบริการรับฝากเงินเข้าบัญชีธนาคารได้ ณ ที่ทำการไปรษณีย์กว่า 1,200 แห่งทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการจัดการกับบัญชีเงินฝากได้อย่างง่ายดาย สะดวก รวดเร็ว ข้อมูลแบบเรียลไทม์ เช่นเดียวกับการทำธุรกรรมผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เพียงแค่ลูกค้ากรอกใบฝากเงิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ โดยใช้เงินสดในการฝากเท่านั้น ก็สามารถทำการฝากเงินได้โดยไม่ต้องใช้สมุดบัญชีธนาคาร

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	ใบ	หน้า ที่  15
		เนื้อหา	
		แผ่นที่ : 3	


การโอนเงินผ่านทางธนาคาร การโอนเงินรายใหญ่ (Bank of Thailand Automated High-value Transfer Network: BAHTNET) เป็นการโอนเงินที่ละมาก ๆ ไปยังปลายทางที่เป็นเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างสถาบันการเงินที่สร้างขึ้นโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งสามารถส่งผ่านข้อมูลระหว่างสถาบันการเงินที่เป็นสมาชิกได้หลายประเภท มีบริการหลัก คือ การโอนเงินระหว่างสถาบันการเงิน และเป็นวิธีชำระเงินแบบมีผลทันที ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นระบบ BAHTNET/2 ให้สามารถทำธุรกรรมส่งมอบและชำระราคาพร้อมกันได้แบบมีผลทันทีระบบบาทเน็ตเป็นเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมโยงระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทยกับผู้ใช้บริการเพื่อประโยชน์ในการโอนเงินมูลค่าสูงในลักษณะของการชำระเงินแบบมีผลทันที หรือแบบ Real Time Gross Settlement (Online RTGS) รวมทั้งสามารถรับส่งข้อความระหว่างสถาบันการเงินหรือสถาบันอื่นที่ได้รับอนุญาตให้เปิดบัญชีเงินฝากที่ธนาคารแห่งประเทศไทย โดยวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาระบบบาทเน็ตต้นนี้คือ ช่วยลดความเสี่ยงในระบบการชำระเงินซึ่งจะช่วยเอื้อให้การชำระเงินมีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัย และมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ระบบบาทเน็ตถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินซึ่งใช้ในการรองรับการโอนเงินระหว่างสถาบันการเงินและการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สามซึ่งเริ่มให้บริการตั้งแต่วันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2538 เป็นต้น

### ผู้ใช้บริการของระบบสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

- ผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ให้ใช้บริการระบบโดยใช้คอมพิวเตอร์ลูกข่ายของตนเอง (Direct Member)
- ผู้ใช้บริการสมทบเป็นผู้ให้บริการที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ให้ใช้บริการระบบบาทเน็ตภายใต้คอมพิวเตอร์ลูกข่ายของผู้ให้บริการบาทเน็ตรายอื่น (Associated Member)

### 2.ระบบโอนเงินรายย่อย (Media Clearing)

เป็นเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์คล้ายกับระบบบาทเน็ต (BAHTNET) แต่มีความแตกต่างกันที่ระบบนี้เป็นระบบชำระเงินรายย่อย ใช้กับธุรกรรมที่มีมูลค่าไม่เกิน 500,000 บาทต่อวัน และไม่มีการโอนเงินแบบมีผลทันที ระบบจะมีการรวบรวมข้อมูลไว้จนถึงสิ้นวันจึงมีการส่งข้อมูลเข้าทำการชำระบัญชีระหว่างธนาคารวันละ 1 ครั้ง ในรูปของไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้รับโอนเงินจะได้รับเงินในวันรุ่งขึ้น ส่วนระบบโอนเงินรายย่อยแบบออนไลน์

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>16</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	


(Online Retail Fund Transfer : ORFT) ซึ่งพัฒนาโดยสมาคมธนาคารไทย สามารถโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ได้ ภายใต้ข้อจำกัดการโอน คือ สามารถโอนได้ครั้งละไม่เกิน 20,000 บาท และวันละไม่เกิน 100,000 บาท ระบบโอนเงินรายย่อย (Media Clearing) นี้ ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น SMART (System for Managing Automated Retail Funds Transfer) เนื่องจากได้มีการพัฒนาการรับส่งข้อมูลให้สามารถดำเนินการผ่านระบบ Online File Transfer ได้โดยการบริการของระบบ SMART นี้ ประกอบด้วย บริการด้าน Credit Transfer และบริการด้าน Debit Transfer

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ระบบ SMART คือ

- ธุรกิจที่มีการรับหรือการจ่ายเงินรายย่อย สามารถเรียกเก็บและจ่ายชำระเงินเข้าธนาคารได้สะดวก
- ลดภาระงานด้านเอกสาร เนื่องจากธนาคารจะจัดทำข้อมูลการโอนเงินเพียงชุดเดียว และสามารถโอนเงินให้ผู้รับเงินที่มีบัญชีอยู่กับธนาคารใดก็ได้ที่เป็นสมาชิกระบบ SMART ของธนาคารแห่งประเทศไทย และยังช่วยให้ประหยัดเวลาในการจัดทำข้อมูลและติดตามผลการโอนเงิน
- ลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายและแรงงาน ในการดำเนินงานของธนาคาร
- ง่ายต่อการตรวจสอบ
- การโอนเงินมีผลถูกต้องแน่นอน
- มีระบบความปลอดภัยค่อนข้างสูง
- ผู้รับเงินสามารถรับเงินได้อย่างรวดเร็ว และแน่นอนตามกำหนดเวลา

### 3.ระบบโอนเงินระหว่างประเทศ ระบบโอนเงินระหว่างประเทศโดย Western Union

ดำเนินงานโดยบริษัท Western Union Financial Services ในสหรัฐอเมริกา โดยปัจจุบันมีสาขาไม่ต่ำกว่า 500,000 แห่งทั่วโลก วิธีการทำงานของระบบนี้คือ ผู้ที่ประสงค์จะชำระเงินค่าสินค้าหรือโอนเงินจากต่างประเทศเข้าประเทศไทยหรือซื้อสินค้าจากต่างประเทศ สามารถนำเงินสดพร้อมค่าธรรมเนียมโอนเงินไปที่สาขาของ Western Union และกรอกแบบฟอร์มและระบุผู้รับเงินปลายทาง จากนั้น Western Union ในประเทศปลายทางจะทำการติดต่อผู้รับเงินให้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเปิดบัญชีธนาคาร ซึ่งวงการพนันทางอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่นิยมใช้ช่องทางนี้ในการชำระเงินหรือเรียกเก็บเงิน วิธีนี้เป็นวิธีที่สะดวกมากในการโอนเงินไปต่างประเทศ เนื่องจากผู้ฝากส่งเงินผ่าน Western Union ไม่จำเป็นต้องใช้เอกสารใด ๆ ส่วนผู้รับเงินจำเป็นต้องแสดงหลักฐานประจำตัว เช่น บัตรประจำตัวประชาชนและหนังสือเดินทาง ประกอบการติดต่อขอรับเงิน


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>17</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

ปัจจุบัน Western Union ในประเทศไทย ได้เปิดให้บริการโอนเงินข้ามประเทศผ่านระบบออนไลน์ในไทย โดยให้ลูกค้าในประเทศไทย สามารถส่งเงินไปให้ครอบครัวหรือบุคคลอื่นได้ทั่วโลก ได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านทางแอปพลิเคชัน Western Union (Western Union®) และเว็บไซต์ [wu.com/th](http://wu.com/th) ที่เปิดให้บริการภายใต้ความร่วมมือกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มห้างสรรพสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในไทย และเป็นตัวแทนของ Western Union ในไทยรายแรกที่ให้บริการโอนเงินข้ามประเทศทั่วโลกผ่านสาขาต่าง ๆ ของห้างมาเกือบ 25 ปี

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยก่อนเริ่มใช้งานบริการออนไลน์และแอปพลิเคชันในครั้งแรก ลูกค้าจะต้องลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ [www.wu.com/th](http://www.wu.com/th) หรือแอปพลิเคชัน Western Union และเมื่อลงทะเบียนเสร็จเรียบร้อยแล้ว ลูกค้าต้องไปที่สาขาของ Western Union ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เพื่อทำการ “verified” หรือ “ยืนยันตัวตน” ด้วยการแสดงบัตรประจำตัวประชาชน หนังสือเดินทาง ใบขับขี่ หรือเอกสารอื่น ๆ ที่ออกโดยหน่วยงานราชการ จากนั้นลูกค้าจึงสามารถใช้บริการได้

**ระบบธนาณัติมันนี่แกรม (MoneyGram)** จะมีรูปแบบการทำงานคล้ายกับระบบ Western Union แต่เป็นผู้ให้บริการอีกรายหนึ่ง ซึ่งมีรูปแบบการโอนเงินคือ เป็นบริการโอนเงินด่วนระหว่างประเทศทั้งขาเข้าและขาออก สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยผู้รับเงินสามารถรับเป็นเงินสดและไม่จำเป็นต้องเปิดบัญชีกับธนาคารเช่นเดียวกับระบบ Western Union สำหรับเงื่อนไขในการให้บริการนั้น เพียงแค่ผู้รับเงินแสดงหมายเลขอ้างอิง และหลักฐานแสดงตนก็สามารถรับเงินที่โอนเข้ามาจากต่างประเทศได้ทันที จุดเด่นของระบบนี้คือ ใช้เวลาเพียง 10 นาทีหลังการโอนเงิน ผู้รับเงินปลายทางก็สามารถติดต่อขอรับเงินได้ทันทีที่ธนาคารทุกสาขาหรือจุดบริการแลกเปลี่ยนเงิน (Exchange Booth) ที่มีสัญลักษณ์ MONEYGRAM

**ระบบโอนเงินระหว่างประเทศด้วยเครือข่าย SWIFT** เป็นการโอนเงินระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายสากล SWIFT ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มของสถาบันทางการเงิน เพื่อสร้างเครือข่ายการรับส่งข้อมูลทางการเงินระหว่างประเทศ ระบบการชำระเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ให้นิยาม S.W.I.F.T (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) ว่าหมายถึง ระบบสื่อสารด้านการเงินระหว่างธนาคารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงทั่วโลกที่ให้บริการโดย Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication SWIFT Code เป็นรูปแบบมาตรฐานของรหัสธนาคาร (Bank Identifier Codes: BIC) ที่ใช้ในการโอนเงินระหว่างประเทศ ธนาคารที่ใช้รหัส SWIFT มีมากกว่า 7,500 แห่ง

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>18</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

สำหรับรหัส SWIFT Code นั้น จะประกอบไปด้วยตัวอักษรจำนวน 8-11 ตัว โดย 8 ตัวแรก จะหมายถึง สำนักงานใหญ่ ความหมายของตัวอักษร และตัวเลขจำนวน 8-11 ตัวนั้น มีดังนี้

อักษร 4 ตัวแรก หมายถึง รหัสของธนาคารนั้น ๆ

อักษร 2 ตัวถัดมา คือ รหัสประเทศ หรือรหัส ISO 3166-1 alpha-2

อักษร 1 ตัว และตัวเลข 1 ตัวถัดมา คือ รหัสบอกตำแหน่ง

3 ตัวสุดท้าย หมายถึง รหัสบอกสาขาและสาขาย่อย ถ้าเป็น XXX

อยู่ข้างท้ายตัวอักษร 8 ตัว จะหมายถึง สำนักงาน

**รายละเอียดหรือข้อมูลที่ผู้โอนเงินต้องแจ้งให้ธนาคารทราบ ประกอบด้วย**

ชื่อและที่อยู่ของผู้ต้องการโอนเงินพร้อมหมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อ เพื่อความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ธนาคาร หากการโอนเงินไม่มีปัญหา เจ้าหน้าที่ธนาคารจะได้มีที่อยู่ในการติดต่อกลับมายังผู้โอนเงินได้


หมายเลขบัญชีของผู้รับเงินปลายทาง

ชื่อธนาคารและที่อยู่ของธนาคารของผู้รับเงินปลายทาง

รหัส SWIFT Code ของธนาคารปลายทาง ถ้าผู้โอนเงินไม่มีความเข้าใจภาษาอังกฤษ หรือไม่มีความเข้าใจถึงความสำคัญของรหัส SWIFT ฯลฯ ผู้โอนเงินสามารถตรวจสอบรหัส SWIFT Code ของธนาคารแห่งนั้นได้จากเว็บไซต์ของ SWIFT Code คือ <http://www.theswiftcodes.com/>

**การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต**

1. บัตรวีซ่า (VISA) บัตรวีซ่ามีต้นกำเนิดมาจากบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกาให้บริการด้านการชำระเงินข้ามประเทศ (Multinational Financial Corporation) บัตรวีซ่าเป็นที่ยอมรับมากกว่า 200 ประเทศทั่วโลก มีเครือข่ายในการชำระเงินตามร้านค้าต่าง ๆ มากกว่า 29 ล้านแห่ง และยังสามารถใช้กดเงินสดจากตู้ ATM ได้มากกว่า 1.9 ล้านเครื่อง โดยบัตร VISA แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ “VISA Credit” และ “VISA Debit”


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>19</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

บัตรเครดิต (VISA Credit) เป็นบัตรเครดิตที่ช่วยให้เราจ่ายค่าสินค้าหรือบริการต่าง ๆ แทนการใช้เงินสดได้ง่ายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ยังให้สิทธิประโยชน์ และโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ผู้ถือบัตรเครดิตจะได้รับอีกมากมายไม่ว่าจะเป็นส่วนลด เงินคืน คະแนนสะสมตามร้านค้า ที่พัก หรือโรงแรมต่าง ๆ ที่ร่วมรายการ และนอกจากสิทธิประโยชน์ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ผู้ถือบัตรเครดิตยังจะได้รับสิทธิพิเศษที่แบ่งตามระดับของบัตรฯ อีกด้วย

บัตรเครดิต เดบิต (VISA Debit) เป็นบัตรที่มีการเชื่อมโยงไว้กับบัญชีธนาคาร เมื่อทำการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านบัตรเครดิต เดบิต เงินจะถูกหักออกจากบัญชีธนาคารที่เชื่อมโยงอยู่กับบัตรทันที โดยที่ผู้ถือบัตรนั้นสามารถนำไปใช้ได้ทุกที่มีเครื่องหมายวีซ่า และยังสามารถกดเงินสดจากตู้ ATM ทั่วโลกได้ โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเหมือนการกดเงินสดจากบัตรเครดิต ช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย และยังมีความปลอดภัยกว่าการพกเงินสดมาก ๆ ไปในที่ต่าง ๆ อีกด้วย

2. บัตรมาสเตอร์ (Master) บัตร MasterCard เป็นบัตรเครดิตที่มาจากสหรัฐอเมริกาเช่นเดียวกับบัตรเครดิตรวมไปถึงสิทธิประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ที่มีให้ผู้ถือบัตรเหมือนกัน เช่น ความคุ้มครองหรือประกันอุบัติเหตุจากการเดินทางส่วนลดจากร้านค้า ที่พัก โรงแรมต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ชำระค่าสินค้า/บริการได้กว่า 30 ล้านร้านค้า และกว่า 200 ประเทศทั่วโลก โดยบัตร MasterCard แบ่งออกเป็น 3 แบบคือ “บัตรเครดิต มาสเตอร์การ์ด”, “บัตรเดบิต มาสเตอร์การ์ด” และ “บัตรพรีเพด”

-บัตรเครดิต มาสเตอร์การ์ด (MasterCard Credit Card) บัตรเครดิต มาสเตอร์การ์ดมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับบัตรเครดิต วีซ่า คือ ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยชำระค่าสินค้า/บริการแทนการใช้เงินสด ช่วยให้การบริหารเงินภายในกระเป๋ามีความสะดวกสบายและมีความคล่องตัวมากขึ้น

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	ใบ	หน้า ที่
		เนื้อหา	
		แผ่นที่ : 3	19

- บัตรเดบิต มาสเตอร์การ์ด (MasterCard Debit Card)
- บัตร Maestro Card เป็นบัตรที่สามารถกดถอนเงินได้ที่ตู้เอทีเอ็ม และใช้ซื้อสินค้าที่ร้านค้าต่าง ๆ ที่มีสัญลักษณ์ Maestro
- บัตร Debit MasterCard เป็นบัตรที่มีสิทธิประโยชน์มากมาย สามารถใช้ซื้อสินค้าที่ร้านค้าต่าง ๆ ซื้อสินค้าออนไลน์ กดถอนเงินสดที่ตู้เอทีเอ็ม นอกจากนี้ยังมีระบบรักษาความปลอดภัยด้วย Chip และ PIN Card เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ถือบัตรได้ตลอดเวลาในการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ
- บัตรพรีเพด มาสเตอร์การ์ด (MasterCard Prepaid Card)
- บัตร Prepaid MasterCard หรือเรียกง่าย ๆ ว่า “บัตรเติมเงิน” เป็นบัตรที่สามารถใช้ซื้อสินค้าได้ทั้งที่ร้านค้าโดยตรง การสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ หรือการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยสามารถใช้บริการบัตรประเภทนี้ได้กับทุกร้านค้าที่รับบัตร MasterCard และบัตร Maestro และหากเกิดกรณีบัตรสูญหายหรือถูกขโมย สามารถทำการยกเลิกบัตรได้ทันทีและโอนยอดเงินคงเหลือในบัตรทั้งหมดไปไว้ในบัตรทดแทนได้

#### การชำระเงินผ่านผู้ให้บริการรับชำระรูปแบบอื่น

1. PaySolutions PaySolutions.asia เป็นผู้ให้บริการระบบชำระเงินออนไลน์แห่งแรกของเมืองไทยในชื่อของ Pay Solutions ให้บริการแก่ทุกร้านค้าที่เคยใช้บริการกับ Paysbuy เพื่อไม่ให้ระบบการชำระเงินออนไลน์ของธุรกิจต้องหยุดชะงัก PaySolutions.asia ผู้ให้บริการ Payment Gateway ให้บริการระบบชำระเงินทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต จุดรับชำระผ่านเคาน์เตอร์ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง รวมไปถึงการชำระเงินแบบผ่อนชำระนานสูงสุด 10 เดือน ฯลฯ และบริการชำระเงินผ่านทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) ระบบ PaySolutions เป็นระบบที่มีมาตรฐานความปลอดภัยสูงระดับสากล SSL (Secure Sockets Layer) เพิ่มความปลอดภัยในการชำระเงินด้วยระบบรักษาความปลอดภัย Verify by VISA และ MasterCard SecureCode รวมถึงมีระบบการตรวจสอบการสั่งซื้อทุกรายการสั่งซื้อ ทำให้ผู้ค้าสามารถมั่นใจได้ว่าทุกรายการการชำระเงินออนไลน์นั้นมีความปลอดภัย



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
 รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
 โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน  
 โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการ  
 ชำระเงิน

ใบเนื้อหา

หน้าที่  
20

แผ่นที่ : 3

**2.ระบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์ (Mobile Payment)** ปัจจุบันการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือจัดเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมมาก โดยนำมาใช้ร่วมกับระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นระบบการชำระเงินที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งโทรศัพท์มือถือมีข้อได้เปรียบตรงที่สามารถพกพาติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง และยังสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ทำให้ผู้ใช้สามารถส่งข้อความตลอดจนสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้นการบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือจึงเป็นที่นิยม และมีหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น

**3.ระบบแสดงใบเรียกเก็บเงินและชำระเงิน(Electronic Bill Presentment and Payment: eBPP)** เป็นบริการส่งใบแจ้งหนี้และรับชำระเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ให้บริการจะติดต่อกับบริษัทต่าง ๆ ซึ่งมีลูกค้าเป็นจำนวนมากและมีรอบการเก็บเงินค่าบริการเป็นประจำทุกเดือน เช่น ค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ โดยลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือตัดผ่านบัญชีเงินฝากได้

**4.ระบบบัตรเดบิต (Debit Card: Visa Electron)** บัตรเดบิตเป็นส่วนผสมระหว่างบัตร ATM และบัตรเครดิต โดยผู้ใช้บัตรจะต้องมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารก่อน จากนั้นจึงสมัครเพื่อขอทำบัตรเดบิต เมื่อต้องการใช้เงินผู้ถือบัตรเดบิตสามารถถอนเงินสดจากเครื่อง ATM โดยใช้บัตรของตนทำการถอนเงินสดเช่นเดียวกับบัตร ATM ได้ ส่วนที่คล้ายบัตรเครดิต คือ ผู้ถือบัตรสามารถใช้บัตรเดบิตในการชำระราคาสินค้าหรือบริการตามร้านค้า โดยธนาคารจะหักบัญชีเงินฝากของเจ้าของบัตรเดบิตและโอนไปสู่อบัญชีร้านค้าในทันที

### 5.ระบบหักบัญชีอัตโนมัติ (Direct Debit / Direct Credit)

Direct Debit เป็นระบบที่เจ้าของบัญชีธนาคารอนุญาตให้ธนาคารสามารถหักเงินจากบัญชีเงินฝากของตน เพื่อชำระค่าบริการแก่ผู้ให้บริการที่ระบุไว้ล่วงหน้าตามรอบที่กำหนด ซึ่งเป็นบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ เช่น ค่าบัตรเครดิต ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าประกันชีวิต และค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น บริการนี้ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาไปยืนเข้าแถวที่เคาน์เตอร์ธนาคารเพื่อรอชำระค่าบริการ หรือไม่ต้องมีปัญหาถ้าลืมชำระ เพียงแค่ลูกค้ามีบัญชีออมทรัพย์ หรือบัญชีกระแสรายวันกับธนาคาร ก็สามารถขอใช้บริการกับธนาคารได้ทันที

Direct Credit เป็นระบบการนำเงินเข้าบัญชีเงินฝากแก่ผู้รับเงิน โดยธนาคารจะหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ขอใช้บริการและนำฝากเข้าบัญชีเงินฝากของผู้รับเงินที่มีอยู่กับธนาคารตามคำสั่งโอนเงินที่ผู้ขอใช้บริการส่งให้แก่ธนาคารซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะใช้ในการโอนเงินเดือน



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน  
โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน

ใบเนื้อหา

แผ่นที่ :  
3

หน้าที่  
21


**6.ระบบชำระผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking)** เป็นระบบธนาคารที่อนุญาตให้ลูกค้าซึ่งมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารสามารถทำธุรกรรมบางประเภทกับธนาคารได้ เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน การชำระค่าบริการโดยหักเงินจากบัญชีธนาคาร หรือสอบถามยอดเงิน เป็นต้น ซึ่งจะทำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและไม่ต้องใช้สมุดคู่ฝาก โดยลูกค้าจะต้องสมัครขอใช้บริการ จากนั้นจะได้ Login และ Password ในการเข้าใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต ระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง อาจเรียกด้วยชื่ออื่น เช่น Online Banking (ธนาคารออนไลน์) Electronic Banking (ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์) และ Cyber Banking (ธนาคารไซเบอร์) เป็นต้น

**7.ระบบพร้อมเพย์ (PromptPay)** เป็นโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินที่ช่วยเพิ่มทางเลือกให้ผู้ใช้บริการ สามารถโอนเงินโดยใช้เลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือ รวมไปถึงเลขที่บัญชีธนาคารผ่านทางช่องทางดิจิทัล โดยเสียค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าการทำธุรกรรมในอดีต นอกจากนี้พร้อมเพย์ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถจ่ายสวัสดิการได้ตรงจุด ด้วยการโอนเงินผ่านเลขประจำตัวประชาชนของผู้รับสวัสดิการได้โดยตรง

สำหรับขั้นตอนในการใช้งานพร้อมเพย์ ผู้ใช้ต้องลงทะเบียนเพื่อผูกบัญชีที่มีอยู่กับธนาคาร เข้ากับเลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือผ่านทาง Mobile Banking, Internet Banking, ตู้ ATM และสาขานาการ โดยประชาชนสามารถลงทะเบียนได้ตามความสะดวกและความพร้อมของประชาชน โดยผู้ที่มีบัญชีเงินฝากธนาคารหลายบัญชี ไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนพร้อมเพย์ทุกบัญชี แต่อาจเลือกบัญชีใดบัญชีหนึ่งไว้สำหรับรับเงินด้วยพร้อมเพย์ก็ได้

#### **8.ระบบหักบัญชีอัตโนมัติ (Direct Debit / Direct Credit)**

อีวอลเล็ต มีชื่อเรียกอย่างอื่นว่า Mobile Wallet หรือ Digital Wallet คือ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือกระเป๋าเงินออนไลน์ ที่สามารถใช้งานได้โดยการเติมเงินจากบัญชีธนาคารเข้าแอปพลิเคชัน ซึ่งไม่มีการกำหนดขั้นต่ำของเงินที่ต้องการเติมเอาไว้ สำหรับผู้ที่เคยสมัคร PromptPay โดยใช้เบอร์โทรศัพท์มือถือสามารถนำมาสมัครได้เช่นกัน ซึ่งจะมีการเพิ่มรหัสบริษัทผู้ให้บริการอีก 5 หลัก รวมเป็น 15 หลัก เวลาจะเติมเงินเข้า e-Wallet ต้องระบุหมายเลข 15 หลัก มิเช่นนั้นจะเป็นการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารแทนการใช้จ่ายด้วย e-Wallet นั้น เป็นการใช้จ่ายเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ สามารถใช้จ่ายเงินที่จุดชำระต่าง ๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต รถไฟฟ้า ร้านกาแฟ ได้ โดยต้องเป็นร้านค้าที่มีการเชื่อมต่อระบบ e-Wallet ไว้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ โอนเงินให้บัญชีอื่น และเติมเงินในเกมออนไลน์ได้เช่นกัน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>22</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### การชำระเงินผ่านผู้ให้บริการรับชำระรูปแบบอื่น

ข้อดีของ e-Wallet คือ ถ้าผู้ใช้มีโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนก็สามารถใช้งาน e-Wallet ในการชำระค่าสินค้าต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพียงสแกนกับเครื่องที่ร้านค้า หรือจะหักเงินผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตก็ได้ ทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก นอกจากนั้นยังมีการสะสมแต้ม ส่วนลด หรือได้เงินคืน ตัวอย่าง e-Wallet ที่ได้รับความนิยมในไทย เช่น True Money, Rabbit Line Pay, ShopeePay และ mPAY เป็นต้น โดยแต่ละประเภทมีการใช้งานดังนี้

- True Money หมายถึง เงินแบบดิจิทัลโดยใช้เงินสดซื้อ เมื่อได้รับห้สมาก็นำไปเติมเป็นค่าใช้จ่ายออนไลน์ต่าง ๆ ส่วน True Wallet คือ บริการ e-Wallet หรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จะใช้สำหรับเก็บเงิน True Money นั้นเอง True Money สามารถซื้อผ่านร้านค้าได้ เช่น 7-11, Family Mart หรือผูกบัญชีธนาคารกับแอปพลิเคชันได้ นอกจากนั้น True Money ยังสามารถใช้จ่ายที่ร้านซึ่งรองรับระบบ e-Wallet ชื่อของออนไลน์ โอนเงิน เติมชั่วโมงอินเทอร์เน็ต เติมเงินในเกม ซื้อตั๋วเครื่องบิน เลิ่รต ซื้อตั๋วเครื่องบิน และการสั่งอาหาร เป็นต้น
- Rabbit Line Pay เกิดจากการร่วมมือกันของ Line Pay และ Rabbit เป็นกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผูกกับบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต ทำให้สามารถใช้ Line โอนเงิน ชื่อของออนไลน์กับร้านค้าที่ร่วมรายการ สแกนเพื่อจ่ายเงินที่ร้านค้าที่รองรับ Rabbit Line Pay และส่งเงินใน e-Wallet ให้เพื่อนผ่านทาง Line ได้ด้วย สำหรับการเติมเงิน Rabbit Line Pay นั้น สามารถทำได้ทั้งการผูกบัญชีธนาคารเติมเงินผ่าน Mobile Banking หรือตู้ ATM หรือร้านค้าที่ร่วมรายการกับ Rabbit Line Pay
- Airpay จะให้บริการด้านเกมออนไลน์ การใช้งานแบบเดิม คือ การเติมเงินในเกมแต่ปัจจุบันได้พัฒนาเป็น e-Wallet ที่ให้บริการได้หลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายบิล ซื้อตั๋วเครื่องบินจ่ายค่าที่พักและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้ Airpay ยังมีการร่วมมือกับร้านอินเทอร์เน็ตและร้านค้าต่าง ๆ ให้รับชำระเงินผ่าน Airpay ที่ Airpay Counter ได้ด้วย การเติมเงินสามารถเติมจากตู้ ATM หรือหักผ่านบัญชีธนาคารที่ผูกไว้ก็ได้
- mPAY เป็นบริการจากค่ายโทรศัพท์มือถือ AIS ทำให้สามารถโอนเงินจาก mPay Wallet ไปยังบัญชี PromptPay โดยการใส่หมายเลขบัตรประชาชนหรือเบอร์โทรศัพท์มือถือที่ผูกบัญชีไว้ หรือใช้ในการรับเงินจาก PromptPay หรือบริการ e-Wallet อื่นด้วยการใช้รหัส e-Wallet ID 15 หลัก รวมทั้งใช้ในการใช้จ่ายซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยการสแกน QR Code ณ ร้านค้าที่รองรับระบบ mPay



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน  
โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ  
การชำระเงิน

ใบ  
แบบฝึกหัด  
แผ่นที่ : 1

หน้าที่  
23

### ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 2.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

1. ระบบชำระเงิน หมายถึงอะไร จงอธิบาย


.....  
.....  
.....  
.....

2. นักเรียนคิดว่าระบบชำระเงิน มีความสำคัญอย่างไรบ้างต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน

.....  
.....  
.....  
.....

3. องค์ประกอบของระบบการชำระเงิน ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง จงอธิบาย

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การชำระเงิน	ใบ แบบฝึกหัด	หน้าที่ 24
		แผ่นที่ : 2	

**ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 2.1 (ต่อ)**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....  
 คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

4. ให้นักเรียนอธิบายการทำงานของระบบการชำระเงินในแต่ละประเภทมาประเภทละ 1 แบบ โดย  
 ให้เลือกอธิบายแบบที่นักเรียนเคยใช้งานมาแล้ว

.....

.....

.....

.....


5. ถ้านักเรียนไปสั่งซื้อสินค้าในระบบอินเทอร์เน็ต นักเรียนมีข้อพึงระวังอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การชำระเงิน	ใบเฉลย แบบฝึกหัด	หน้าที่ 24
		แผ่นที่ : 1	

### ใบเฉลยแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 2.1

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. ระบบชำระเงิน หมายถึงอะไร จงอธิบาย

**แนวคำตอบ** ระบบการชำระเงิน (Payment System) หมายถึง การส่งมอบเงินหรือโอนเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อซื้อสินค้าและบริการ หรือใช้ในการชำระหนี้ โดยสามารถใช้วิธีการชำระเงินที่เป็นได้ทั้งเงินสดและไม่ใช้เงินสด


2. นักเรียนคิดว่าระบบชำระเงิน มีความสำคัญอย่างไรบ้างต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน

**แนวคำตอบ** ใช้ทำธุรกรรมทางการซื้อขาย หรือทางการศึกษา

3. องค์ประกอบของระบบการชำระเงิน ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง จงอธิบาย

**แนวคำตอบ** ระบบการชำระเงินจะมีองค์ประกอบหลัก ๆ 5 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ลูกค้า หรือบุคคลที่เข้ามาทำธุรกรรมด้านการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ
2. ร้านค้า ห้างร้าน หรือบริษัทต่าง ๆ ทำหน้าที่เป็นผู้รับชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการของลูกค้า
3. ธนาคารหรือสถาบันทางการเงิน ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการชำระเงินระหว่างลูกค้ากับร้านค้า
4. ผู้ออกกฎระเบียบปฏิบัติ ข้อตกลง กฎเกณฑ์ หรือมาตรฐานต่าง ๆ ที่มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทั้งของลูกค้าและร้านค้า
5. เครือข่ายธนาคารที่มีการตกลงในการทำธุรกรรมร่วมกัน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>25</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


4. ให้นักเรียนอธิบายการทำงานของระบบการชำระเงินในแต่ละประเภทมาประเภทละ 1 แบบ โดยให้เลือกอธิบายแบบที่นักเรียนเคยใช้งานมาแล้ว

**แนวคำตอบ** คำตอบขึ้นอยู่กับประเภทของการชำระเงินที่นักเรียนเคยใช้งาน

5. ถ้านักเรียนไปสั่งซื้อสินค้าในระบบอินเทอร์เน็ต นักเรียนมีข้อพึงระวังอะไรบ้าง

**แนวคำตอบ**

1. ผู้ใช้ควรศึกษาเงื่อนไขต่าง ๆ ให้ละเอียดก่อนที่จะใช้บริการ
2. เก็บรักษาบัตรเครดิต บัตรเดบิตที่ใช้ในระบบชำระเงิน และข้อมูลต่าง ๆ ให้อยู่ในที่ปลอดภัย
3. ระวังการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สาธารณะ เช่น WiFi เป็นต้น
4. ในกรณีที่มีการซื้อสินค้าผ่านทางระบบ Online ให้พิจารณาซื้อจาก Website ที่มีความน่าเชื่อถือ
5. ควรตรวจสอบรายละเอียดการใช้จ่ายผ่านบัตรก่อนยืนยันการทำรายการ
6. ควรตรวจสอบการทำธุรกรรมอย่างสม่ำเสมอ


	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การชำระเงิน	ใบ ปฏิบัติงาน	หน้าที่ 26
		แผ่นที่ : 1	

ใบปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 2.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้ผู้เรียนบอกความหมายของระบบการชำระเงิน และระบบชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์  
 มาพอสังเขป

1.1.1 ผู้เรียนคิดว่าระบบชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญอย่างไรบ้าง จงอธิบาย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	ใบเกณฑ์การ ประเมินผลการ ปฏิบัติงาน	<b>หน้าที่</b> 27
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 2.1**

**ข้อพิจารณา**


1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์

**การให้คะแนน**

1. คะแนนเต็มข้อละ 3 คะแนน
2. การพิจารณาให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน

**เกณฑ์การให้คะแนน**

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	3	2	1	0
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์				
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ				
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์				
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน				
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์				

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>28</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 2.1

**เกณฑ์การตัดสินคุณภาพ**

ช่วงคะแนน	ระดับคุณภาพ
12 – 15	ดีมาก
9 – 11	ดี
5 - 8	พอใช้
0 – 4	ปรับปรุง

**เกณฑ์การประเมิน**

เกณฑ์ผ่าน : ร้อยละ 60 หรือได้คะแนนในระดับคุณภาพ ดีมาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบประเมินผล</b> <b>การปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>29</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 2.1**


ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

รายการปฏิบัติงาน					รวมคะแนน
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	
	3	2	1	0	
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์					
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ					
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์					
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน					
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์					
รวมคะแนน					
คิดเป็นร้อยละ (ของคะแนนเต็ม ..... คะแนน)					
ผลการประเมินอยู่ในระดับ .....					

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

...../...../.....

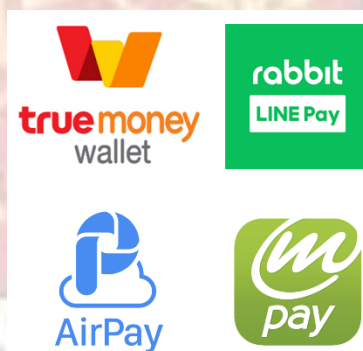
	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบเฉลยการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>30</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### ใบเฉลยการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 2.1

1.1.1 ผู้เรียนบอกความหมายของระบบการชำระเงิน และระบบชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มาพอสังเขป

ระบบการชำระเงิน คือ กระบวนการหรือวิธีการที่ใช้ในการโอนเงินจากผู้ชำระเงินไปยังผู้รับเงิน เช่น การใช้เงินสด เช็ค บัตรเครดิต หรือการโอนผ่านธนาคาร


ระบบชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment System) คือ การชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลหรือเครือข่ายออนไลน์ เช่น การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันมือถือ, อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง, e-Wallet (กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์) และการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด





### ส่วนที่ 3

การสร้างแบบทดสอบหลังเรียน แบบโมดูล


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>24</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 2.1


- คำชี้แจง :**
1. แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ
  2. ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  3. เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 20 นาที

**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ 1** แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน

1. ข้อใดไม่ใช่เป้าหมายสำคัญของระบบการขนส่ง
  - ก. เพื่อลดระยะเวลาในการขนส่ง
  - ข. เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน
  - ค. เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม
  - ง. เพื่อลดระยะเวลาในการติดต่อกับลูกค้า
2. ข้อใดไม่จัดอยู่ในประเภทของเส้นทางในการขนส่งสินค้า
  - ก. เส้นทางน้ำ
  - ข. เส้นทางบก
  - ค. เส้นทางรถไฟ
  - ง. เส้นทางอากาศ
3. การขนส่งประเภทใดที่มีความปลอดภัยมากที่สุดเมื่อเทียบกับเส้นทางอื่น
  - ก. การขนส่งทางรถยนต์
  - ข. การขนส่งทางรถไฟ
  - ค. การขนส่งทางน้ำ
  - ง. การขนส่งทางอากาศ
4. การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งระยะใกล้ และปานกลาง ไม่เหมาะสำหรับการขนส่งระยะไกล
  - ก. การขนส่งทางรถยนต์
  - ข. การขนส่งทางรถไฟ
  - ค. การขนส่งทางน้ำ
  - ง. การขนส่งทางอากาศ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>25</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

5. การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งอิฐ หิน ปูน ทราย ข้าวเปลือก เครื่องจักร ยางพารา
  - ก. การขนส่งทางรถยนต์
  - ข. การขนส่งทางรถไฟ
  - ค. การขนส่งทางน้ำ
  - ง. การขนส่งทางอากาศ
6. การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งผัก ผลไม้ หรือดอกไม้สด
  - ก. การขนส่งทางรถยนต์
  - ข. การขนส่งทางรถไฟ
  - ค. การขนส่งทางน้ำ
  - ง. การขนส่งทางอากาศ
7. การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งน้ำ น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ
  - ก. การขนส่งทางรถยนต์
  - ข. การขนส่งทางรถไฟ
  - ค. การขนส่งทางน้ำ
  - ง. การขนส่งทางท่อ
8. ข้อใดไม่ใช่ข้อดีของการขนส่งทางรถไฟ
  - ก. ส่วนใหญ่จะใช้เป็นการขนส่งภายในประเทศเท่านั้น
  - ข. มีความประหยัด สามารถขนส่งผู้โดยสารและสินค้าได้ครั้งละมาก ๆ
  - ค. สามารถขนส่งสินค้าได้ทุกสภาพอากาศ
  - ง. มีความปลอดภัยมากที่สุด เมื่อเทียบกับเส้นทางอื่น


	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การชำระเงิน	ใบแบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 26
		แผ่นที่ : 3	

9. เทคโนโลยีในข้อใดที่นำมาใช้ในการวางแผนการขนส่ง การเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง การตัดสินใจในเรื่องการบรรทุกสินค้า และการจัดวางเส้นทางในการขนส่ง

- ก. Car Camera
- ข. Global Positioning System (GPS)
- ค. Transportation Management System (TMS)
- ง. Google Map

10. เทคโนโลยีในข้อใดที่นำมาใช้ในการค้นหาเส้นทางการเดินทางที่ช่วยให้ประหยัดเวลาในการเดินทาง

- ก. Car Camera
- ข. Global Positioning System (GPS)
- ค. Transportation Management System (TMS)
- ง. Google Map

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน</b> <b>โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการชำระเงิน</b>	ใบกระดาษคำตอบ	หน้า ที่ 26
		หลังเรียน	
		แผ่นที่ : 1	

กระดาษคำตอบแบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 2.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				



Scan QR code  
เพื่อทำข้อสอบ


คะแนนเต็ม 10 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน

สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์

( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ

(.....)

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 2 ระบบการชำระเงิน โมดูลย่อย 2.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การชำระเงิน	ใบเฉลย แบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 27
		แผ่นที่ : 1	

เฉลยแบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 2.1

ข้อ	คำตอบ
1.	ง
2.	ค
3.	ง
4.	ข
5.	ง
6.	ข
7.	ค
8.	ข
9.	ก
10.	ง



## การจัดการเรียนรู้แบบโมดูล (Module)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567

รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

โดย

นางสาวปวรพรรณ ทองถึก

สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ



หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567  
รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

บทเรียนโมดูลที่ 3

เรื่อง ระบบการขนส่งสินค้า

โดย

นางสาวปวรพรรณ ทองถึก


สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	ใบคำนำ	<b>หน้าที่</b> <b>ก</b>
		<b>แผ่นที่ :</b> <b>1</b>	

## คำนำ

บทเรียนโมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้าเล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะสื่อสังคมออนไลน์

ผู้จัดทำได้จัดแบ่งเนื้อหาในโมดูลย่อย 3.1 ระบบการขนส่งสินค้า ประกอบด้วย ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า ในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องกันไปตามลำดับก่อน – หลัง มีแบบฝึกหัด ใบเฉลยแบบฝึกหัด ใบสั่งงาน ใบปฏิบัติงาน ใบเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบเฉลยการปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน และใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า

ผู้จัดทำหวังว่าบทเรียนโมดูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน หรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า หากมีส่วนใดบกพร่องผู้จัดทำพร้อมรับคำแนะนำ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	ใบ สารบัญ	หน้า ที่ ข
		แผ่นที่ : 1	

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ใบขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล	1
ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล	2
ใบแบบทดสอบก่อนเรียน	6
ใบกระดาษคำตอบก่อนเรียน	8
ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน	9
ใบจุดประสงค์	10
ใบเนื้อหา	11
ใบแบบฝึกหัด	15
ใบเฉลยแบบฝึกหัด	17
ใบปฏิบัติงาน	19
ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน	20
ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน	22
ใบเฉลยการปฏิบัติงาน	23
ใบแบบทดสอบหลังเรียน	24
ใบกระดาษคำตอบหลังเรียน	26
ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน	27

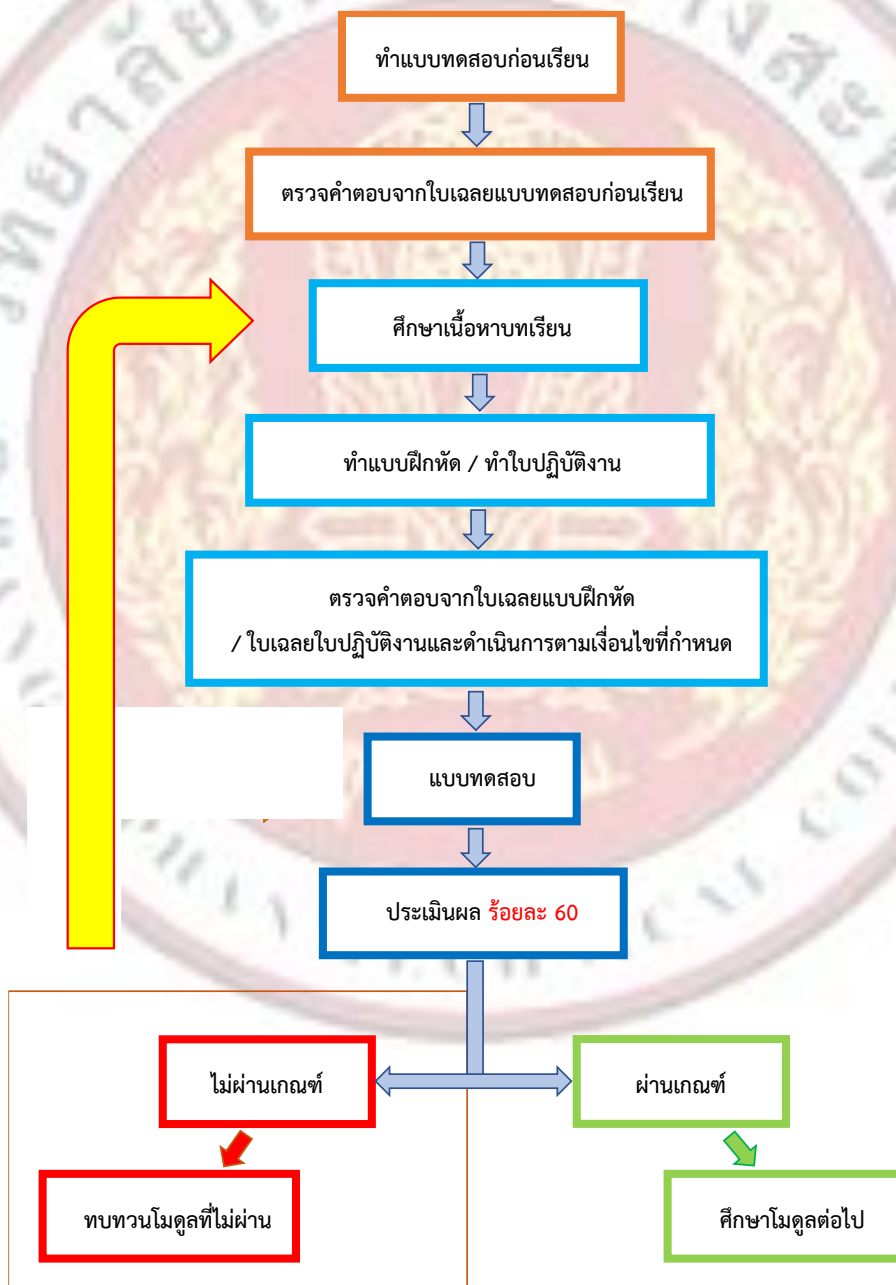



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า  
โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า

ใบชั้นตอน  
การใช้  
บทเรียน  
โมดูล  
แผ่นที่ : 1

หน้าที่  
1

### ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>2</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 3.1**


**คำแนะนำสำหรับผู้เรียน**

บทเรียนโมดูลย่อย 3.1 ศึกษาเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า ตลอดจนองค์ประกอบของระบบการขนส่งสินค้า ประเภทของระบบการขนส่งสินค้าการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่

1. ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้าองค์ประกอบของระบบการขนส่งสินค้า
2. ประเภทของระบบการขนส่งสินค้า
3. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขนส่งสินค้าในปัจจุบัน

**ส่วนประกอบบทเรียนโมดูลประกอบด้วย**

1. ใบแบบทดสอบก่อนเรียนและใบกระดาษคำตอบ
2. ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน
3. ใบจุดประสงค์
4. ใบเนื้อหา
5. ใบแบบฝึกหัด/ใบสั่งงาน/ใบปฏิบัติงาน
6. ใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยใบปฏิบัติงาน
7. ใบแบบทดสอบหลังเรียนและใบกระดาษคำตอบ
8. ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน
- 9.

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>3</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 3.1**

**คำแนะนำในการใช้บทเรียนโมดูล**

1. ให้ผู้เรียนศึกษาหลักการและเหตุผล (Prospectus) และจุดมุ่งหมาย (Objectives) ของบทเรียนโมดูลให้เข้าใจ
2. ให้ผู้เรียนปฏิบัติตามคำแนะนำและขั้นตอนการใช้อย่างเคร่งครัด
3. ผู้เรียนต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง โดยไม่เปิดดูใบเฉลยคำตอบก่อนทำแบบทดสอบก่อนเรียนแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงาน และแบบทดสอบหลังเรียนเพราะจะทำให้ผู้เรียนขาดความมั่นใจในการเรียนด้วยตนเองและไม่เกิดความเข้าใจที่แท้จริง
4. บทเรียนโมดูลนี้ ผู้เรียนสามารถใช้เรียนได้ตามความต้องการ ความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียน และสถานที่เรียน

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล**


1. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนโดยทำเฉพาะข้อที่ผู้เรียนมีความรู้แท้จริง โปรดอย่าเดาคำตอบ ถ้าข้อใดไม่มีความรู้ให้ข้ามข้อนั้นไป โดยทำลงในกระดาษคำตอบ
2. ดูเฉลยใบแบบทดสอบก่อนเรียนแล้วประเมินผลการทำแบบทดสอบก่อนเรียน เป็นการวัดพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนโดยไม่มีผลใด ๆ ต่อคะแนนในการเรียนบทเรียนโมดูลนี้
3. ให้ผู้เรียนศึกษาจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
4. ให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาบทเรียนจากใบเนื้อหาทำให้มีความรู้ความเข้าใจ
5. เมื่อศึกษาเนื้อหาบทเรียนเข้าใจดีแล้ว ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงานในบทเรียนนั้น ๆ ลงในใบแบบฝึกหัด / ใบปฏิบัติงาน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>4</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 3.1

#### ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล (ต่อ)

6. เมื่อทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานแล้วให้ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยการปฏิบัติงาน
7. ถ้าผ่านเกณฑ์การประเมินที่ตั้งไว้ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน แต่ถ้าไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินให้กลับไปเรียนเนื้อหาเดิม และทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานใหม่อีกครั้ง
8. เมื่อผู้เรียนผ่านเกณฑ์การประเมินแล้ว ให้ทำแบบทดสอบหลังเรียนโดยทำลงในกระดาษคำตอบ
9. ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียนเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียน
10. ถ้าผลการประเมินไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนดผู้เรียนต้องเรียนซ่อมเสริมทบทวนเนื้อหา  
ของบทเรียนโมดูลนี้ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบคำชี้แจง</b> <b>การใช้</b> <b>บทเรียน</b> <b>โมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>5</b>
		<b>แผ่นที่ : 4</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 3.1**

**หลักการและเหตุผล (Prospectus)**

การจัดการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้และจัดการวิชาชีพได้ ได้นำความรู้ด้านวิชาชีพไปพัฒนาตน ดังนั้นบทเรียนโมดูลนี้จึงได้จัดเนื้อหาให้ผู้เรียนสามารถศึกษาบทเรียนโมดูลตามคำแนะนำได้ตามความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียนและสถานที่เรียน

การบริหารจัดการในกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญไม่น้อย ซึ่งมีกิจกรรม ของสื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต้องใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนจรรยาบรรณและกฎหมายเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ บทเรียนโมดูลย่อย 1.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นโมดูลย่อยของการเรียนของโมดูลที่ 1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ องค์การ ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2563 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1.ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ 2. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์โดยในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาสัมพันธ์กันไปตามลำดับก่อน - หลัง และมีใบปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการ

**จุดมุ่งหมาย (Objective)**

เมื่อผู้เรียนได้ศึกษาและทดสอบผ่านบทเรียนโมดูลย่อยนี้แล้ว ผู้เรียนจะมีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์


**ความรู้พื้นฐาน (Prerequisites)**

ในการเรียนบทเรียนโมดูลย่อยนี้ให้ได้ผลดี ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐาน ความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์ ความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์



## ส่วนที่ 1

การสร้างแบบทดสอบก่อนเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบ</b> <b>แบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>6</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 3.1

- คำชี้แจง :**
1. แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4ตัวเลือก จำนวน 5ข้อ
  2. ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  3. เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 10 นาที

**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ 1** แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์

**1. ข้อใดไม่ใช่เป้าหมายสำคัญของระบบการขนส่ง**


- ก. เพื่อลดระยะเวลาในการขนส่ง
- ข. เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน
- ค. เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม
- ง. เพื่อลดระยะเวลาในการติดต่อกับลูกค้า

**2. ข้อใดไม่จัดอยู่ในประเภทของเส้นทางในการขนส่งสินค้า**


- |                |                 |
|----------------|-----------------|
| ก. เส้นทางน้ำ  | ข. เส้นทางบก    |
| ค. เส้นทางรถไฟ | ง. เส้นทางอากาศ |

**3. การขนส่งประเภทใดที่มีความปลอดภัยมากที่สุดเมื่อเทียบกับเส้นทางอื่น**

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| ก. การขนส่งทางรถยนต์ | ข. การขนส่งทางรถไฟ  |
| ค. การขนส่งทางน้ำ    | ง. การขนส่งทางอากาศ |

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>7</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

4. การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งระยะไกล และปานกลาง ไม่เหมาะสมสำหรับการขนส่งระยะไกล
- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| ก. การขนส่งทางรถยนต์ | ข. การขนส่งทางรถไฟ  |
| ค. การขนส่งทางน้ำ    | ง. การขนส่งทางอากาศ |
5. การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งอิฐ หิน ปูน ทราย ข้าวเปลือก เครื่องจักร ยางพารา
- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| ก. การขนส่งทางรถยนต์ | ข. การขนส่งทางรถไฟ  |
| ค. การขนส่งทางน้ำ    | ง. การขนส่งทางอากาศ |

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	ใบ กระดาษคำตอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 8
		แผ่นที่ : 1	

กระดาษคำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 3.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....


ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				



Scan QR code  
เพื่อทำข้อสอบ

คะแนนเต็ม 5 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน  
สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์  
( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ  
(.....)

	<p>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง          รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์          โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า          โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ          การขนส่งสินค้า</p>	ใบเฉลย แบบทดสอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 9
		แผ่นที่ : 1	


เฉลยแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 3.1

ข้อ	คำตอบ
1.	ง
2.	ค
3.	ข
4.	ก
5.	ค



## ส่วนที่ 2


การรวบรวมเนื้อหา และสร้างใบงาน/ใบ  
กิจกรรม/แบบฝึกหัด

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของ ระบบการขนส่งสินค้า	ใบจุดประสงค์	หน้าที่ 10
		แผ่นที่ : 1	

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากที่ผู้เรียนได้ศึกษาเรื่องนี้แล้ว ผู้เรียนสามารถ

- 1.อธิบายความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้าได้
- 2.อธิบายองค์ประกอบของระบบการขนส่งสินค้าได้
- 3.อธิบายประเภทของระบบการขนส่งสินค้าได้
- 4.ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในระบบการขนส่งสินค้าในปัจจุบันได้

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>11</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### 3.1 ความหมาย และความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า

คำว่า “ระบบการขนส่ง (Transportation)” ความหมายโดยรวมจะหมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคล (People) สัตว์ (Animal) หรือสินค้า (Goods) จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง ถ้าเป็นการเคลื่อนย้ายบุคคลจะเรียกว่า การขนส่งผู้โดยสาร แต่ถ้าเป็นการเคลื่อนย้ายสัตว์ สิ่งของ หรือสินค้าต่าง ๆ จะเรียกว่า การขนส่งสินค้า นอกจากนี้ยังอาจรวมไปถึงกิจกรรมในด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือวัสดุเพื่อใช้ในการผลิต การเคลื่อนย้าย การจัดเก็บรักษา การจัดส่งสินค้าสำเร็จรูป และการควบคุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้วัสดุและสินค้าที่ถูกต้อง ตรงตามความต้องการทั้งของผู้ผลิตและลูกค้าหรือผู้บริโภค


### 3.2 ความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า

การขนส่งเป็นส่วนสำคัญและจำเป็นในระบบการจัดจำหน่าย เช่นเดียวกับที่เป็นส่วนสำคัญและจำเป็นต่อระบบการผลิต ในปัจจุบันระบบการขนส่งได้รับการพัฒนาให้มีความทันสมัยขึ้นมาก ถ้ามีระบบการขนส่งที่ทันสมัยมาช่วยในการเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตออกมาไปยังสถานที่ต่าง ๆ ก็จะช่วยทำให้ระบบการจัดจำหน่าย สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยระบบการขนส่งมีเป้าหมายสำคัญดังนี้

**1. เพื่อลดต้นทุน** ถือเป็นเป้าหมายยอดนิยมของการบริหารจัดการด้านการขนส่งทุกกิจกรรม ผู้ประกอบการมักจะตั้งเป้าหมายเป็นอันดับแรกว่า ระบบการจัดการการขนส่งที่ดีจะต้องช่วยลดต้นทุนของธุรกิจลงได้ โดยอาจจะเป็นค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าแรงงาน หรือค่าบำรุงรักษายานพาหนะ เป็นต้น

**2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน** ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายไว้ว่า เมื่อมีการบริหารจัดการการขนส่งที่ดีด้วยจำนวนทรัพยากรที่เท่าเดิม แต่ประสิทธิภาพการทำงานจะต้องสูงขึ้น เช่น จำนวนรถบรรทุกและพนักงานเท่าเดิม แต่ส่งสินค้าให้ลูกค้าได้มากขึ้น รวดเร็วขึ้น เป็นต้น

**3. เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า** ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายว่า เมื่อสามารถบริหารจัดการการขนส่งได้ดี ข้อตำหนิตีเดียวนจากลูกค้าจะลดน้อยลงจนหมดสิ้นไป ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ และยังคงใช้บริการของบริษัทต่อไปในภายภาคหน้าอีกด้วย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>12</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

**4.เพื่อลดระยะเวลาในการขนส่ง** ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายว่า เมื่อมีการบริหารจัดการการขนส่งที่ดี จะสามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น หรือออกสู่ตลาดได้เร็วและแพร่หลายมากกว่าคู่แข่ง


**5.เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม** ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายว่า เมื่อมีการบริหารจัดการการขนส่งที่ดีจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่บริษัท ไม่ว่าจะเป็นจากกลุ่มลูกค้าเดิมที่ยอมจ่ายค่าบริการด้านการขนส่งที่แพงขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่รวดเร็วขึ้น พิเศษขึ้น หรือมีความละเอียดถูกต้องมากขึ้น หรือรายได้จากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ

**6.เพื่อเพิ่มกำไร** ผู้ประกอบการบางคนจะยอมลงทุนในการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการหรือลงทุนในระบบการจัดการใหม่เพื่อต้องการเพิ่มผลกำไรของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่จะมองว่ากำไรเป็นผลพลอยได้จากการที่มีการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนลง หรืออาจจะมองว่าถ้ามีการสร้างรายได้เพิ่มและลดต้นทุนลง จะเป็นการเพิ่มกำไรให้กับบริษัท ซึ่งถือว่าการเพิ่มกำไรนี้ไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่าย ๆ สำหรับบริษัทขนส่งโดยทั่วไป

**7.เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน** เป้าหมายนี้อาจจะไม่ใช่เป้าหมายหลักสำหรับผู้ประกอบการในการลงทุนเพื่อปรับปรุงระบบการบริหารจัดการการขนส่ง แต่เป้าหมายนี้ก็มีความสำคัญไม่น้อยเช่นกัน โดยผู้ประกอบการหลายแห่งได้มีการแสดงสถิติของช่วงเวลาต่อเนื่องที่ไม่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งให้พนักงานได้รับทราบโดยทั่วกัน และพยายามกระตุ้นให้พนักงานช่วยกันรักษาสถิตินี้ให้นานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อเป็นการเพิ่มความปลอดภัยให้กับพนักงาน

**องค์ประกอบของระบบการขนส่งสินค้า** การขนส่ง มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

- 1.เส้นทาง (The Way) เส้นทางในการขนส่ง จะแบ่งออกเป็น ทางน้ำ, ทางบก, ทางอากาศ และทางท่อ
- 2.พาหนะ (The Vehicle) เป็นสื่อกลางในการขนส่งลำเลียงผู้โดยสารหรือสินค้าต่าง ๆ
- 3.สถานี (The Terminal) สถานีเป็นจุดเริ่มต้นหรือปลายทางของการขนส่ง สถานีแต่ละประเภทจะมีลักษณะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเส้นทางและยานพาหนะในการขนส่ง
- 4.ผู้ประกอบการ (The Carrier) คือ ผู้ที่ให้บริการด้านการขนส่ง ซึ่งอาจจะเป็นผู้ประกอบการของหน่วยงานรัฐบาล หรือหน่วยงานเอกชนก็ได้

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>13</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

การขนส่ง สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ


1. การขนส่งทางรถยนต์ (Motor Transportation) จัดเป็นการขนส่งหลักที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน การขนส่งแบบนี้เหมาะสำหรับการส่งของที่มีขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ นอกจากนั้นยังเป็นการขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว สามารถขนส่งสินค้าได้ตลอดเวลาตามความต้องการของลูกค้า เหมาะกับการขนส่งที่มีระยะทางไม่ไกลมากนัก ศูนย์กลางการขนส่งจะกระจายไปตามจังหวัดใหญ่ ๆ ในแต่ละภูมิภาคของบริษัทขนส่งที่ตั้งอยู่ สำหรับการขนส่งทางรถยนต์นี้จะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง และเมื่อเทียบกับการขนส่งทางรถไฟ จะพบว่ามีความปลอดภัยต่ำ เกิดอุบัติเหตุบ่อยและกำหนดเวลาแน่นอนไม่ได้ เนื่องจากการขนส่งจะขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรและดินฟ้าอากาศ

**ข้อดี**

- สามารถขนส่งสินค้าจากต้นทางถึงปลายทางได้ โดยไม่ต้องเปลี่ยนถ่ายสินค้าระหว่างทาง
- มีความคล่องตัวสูง สะดวก รวดเร็ว และให้บริการได้ทุกจุดตลอดระยะทาง
- สามารถบริการขนส่งสินค้าได้ตลอดเวลา และทันเวลาตามความต้องการของลูกค้า
- เหมาะกับการขนส่งระยะสั้นและระยะกลาง
- ใช้เชื่อมโยงกับการขนส่งประเภทอื่นได้

**ข้อเสีย**

- อัตราค่าขนส่งมีราคาสูงกว่าการขนส่งทางรถไฟ
- ความปลอดภัยต่ำ เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย
- ขนสินค้าได้ในปริมาณจำกัด ไม่สามารถบรรทุกของหนักหรือของที่มีปริมาณมากได้
- เหมาะกับการขนส่งระยะใกล้และปานกลาง ไม่เหมาะสำหรับขนส่งระยะไกล
- กำหนดเวลาแน่นอนไม่ได้ ขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรและดินฟ้าอากาศ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>14</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	


**2.การขนส่งทางรถไฟ (Railroads)** เป็นเส้นทางการลำเลียงที่สำคัญที่สุดของประเทศ เหมาะสำหรับ การขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก ปริมาณมาก และในระยะทางไกล โดยมีอัตราค่าบริการที่ไม่แพง และยังสามารถขนส่งได้หลายชนิด เช่น ข้าว น้ำตาล ปูนซีเมนต์ ถ่านหิน ก๊าซ และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เป็นต้น โดยสินค้าสามารถส่งได้ทันตามกำหนดเวลาที่ต้องการ เนื่องจากการขนส่งทางรถไฟจะมีกำหนดเวลาออกและถึงจุดหมายปลายทางในระยะเวลาแน่นอน นอกจากนี้ยังมีความปลอดภัยจากการเสียหายของสินค้า แต่การขนส่งทางนี้ จะมีความยืดหยุ่นน้อย เพราะมีเส้นทางตายตัว

#### ข้อดี

- มีความประหยัด สามารถขนส่งผู้โดยสารและสินค้าได้ครั้งละมาก ๆ
- มีความรวดเร็ว สามารถขนส่งสินค้าได้ทันตามกำหนดเวลาที่ต้องการ
- มีความปลอดภัยมากที่สุด เมื่อเทียบกับเส้นทางอื่น
- มีความสะดวก เป็นบริการที่เหมาะสมสำหรับระยะทางปานกลางหรือไกล ๆ
- สามารถขนส่งสินค้าได้ทุกสภาพอากาศ

#### ข้อเสีย

- มีความคล่องตัวน้อยกว่าแบบอื่น ไม่สามารถขนส่งสินค้าให้ถึงบ้านได้โดยตรง
- มีความยืดหยุ่นน้อย ต้องวิ่งตามเส้นทางรถไฟที่มีอยู่แล้ว
- เป็นกิจการที่ต้องลงทุนมาก ไม่เหมาะกับผู้ส่งสินค้าน้อยรายย่อยที่มีปริมาณสินค้าน้อย
- ส่วนใหญ่จะใช้เป็นการขนส่งภายในประเทศเท่านั้น
- มีกฎระเบียบในการขนส่งค่อนข้างมาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>15</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	


**3.การขนส่งทางน้ำ (Water Transportation)** เป็นการขนส่งโดยการใช้แม่น้ำลำคลองในการลำเลียงสินค้า รวมถึงการขนส่งทางทะเลที่มักจะใช้สำหรับการขนส่งสินค้านานาชาติ การขนส่งทางน้ำจะเหมาะกับสินค้าที่มีขนาดใหญ่ ขนส่งได้ปริมาณมาก และเป็นสินค้าที่เสียหายยาก เช่น อัญมณี หิน ปูน ทราย ข้าวเปลือก เครื่องจักร ยางพารา เป็นต้น การขนส่งทางน้ำจะมีอัตราค่าขนส่งถูกกว่าการขนส่งทางอื่น นอกจากนั้นยังสามารถขนส่งได้ปริมาณมาก และยังสามารถส่งในระยะทางไกล ๆ ได้อีกด้วย แต่การขนส่งทางน้ำจะไม่สามารถกำหนดเวลาที่แน่นอนในการขนส่งได้ เพราะขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศ จึงใช้เวลานานในการขนส่ง

#### ข้อดี

- ต้นทุนต่ำ เนื่องจากมีอัตราค่าขนส่งถูกกว่าเมื่อเทียบกับการขนส่งทางอื่น
- ขนส่งสินค้าได้ในปริมาณมาก เพราะโหลดสินค้าเข้าสู่คอนเทนเนอร์
- มีความปลอดภัย และสามารถส่งได้ในระยะทางไกลทั่วโลก
- เหมาะกับการขนส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่

#### ข้อเสีย

- ต้องใช้ขนส่งประเภทอื่นช่วยขนถ่ายสินค้าไปยังท่าเรือหรือคลังสินค้า
- ต้องมีสินค้าในปริมาณมากพอที่จะใส่ในตู้คอนเทนเนอร์ได้
- มีความล่าช้าในการขนส่ง
- ไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนได้ ขึ้นกับระยะทาง สภาพอากาศและภูมิประเทศ
- ในฤดูร้อนอาจมีน้ำน้อย ทำให้เป็นอุปสรรคเพราะเรืออาจเกยตื้นได้
- มีเส้นทางการขนส่งที่จำกัด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>16</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	


**4.การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation)** เป็นรูปแบบการขนส่งที่ไปได้ไกลที่สุดและรวดเร็วที่สุด เหมาะกับการขนส่งระหว่างประเทศ หรือการขนส่งที่ต้องการความรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย และยังเหมาะกับการขนส่งสินค้าประเภทที่เน่าเสียง่าย เช่น ผัก ผลไม้ ดอกไม้สด เป็นต้น การขนส่งทางอากาศไม่เหมาะกับการขนส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก และสินค้าน่าราคาถูก ปัจจุบันการขนส่งประเภทนี้ช่วยทำให้ธุรกิจสามารถขยายตัวได้รวดเร็วทั้งในและต่างประเทศ แต่ค่าใช้จ่ายจะแพงกว่าการขนส่งประเภทอื่น นอกจากนั้นการขนส่งทางนี้ยังได้รับความนิยมค่อนข้างมากทั้งการขนส่งบุคคลและสิ่งของ

#### ข้อดี

- เดินทางสะดวกและรวดเร็ว ใช้เวลาน้อยกว่าการขนส่งประเภทอื่น ๆ
- ขนส่งไปในท้องถิ่นที่การขนส่งประเภทอื่นไปไม่ถึงหรือไปยากลำบาก
- เหมาะกับการขนส่งที่มีระยะทางไกล
- เหมาะกับการขนส่งสินค้าที่เป็นของสด เน่าเสียง่าย ถึงปลายทางให้เร็ว
- สามารถขนส่งได้หลายเที่ยวในแต่ละวัน เพราะมีเที่ยวบินจำนวนมาก

#### ข้อเสีย

- ต้นทุนและอัตราค่าระวางสูง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงกว่าประเภทอื่น
- มีความเสี่ยงภัยสูง เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย มีอุปสรรคด้านสภาพดินฟ้าอากาศ
- ไม่เหมาะกับการขนส่งสินค้าที่มีขนาดใหญ่ และมีน้ำหนักมาก
- บริการขนส่งได้เฉพาะเมืองที่มีท่าอากาศยานเท่านั้น
- การลงทุนและค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาอุปกรณ์สูง

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>17</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	


5.การขนส่งทางท่อ (Pipeline Transportation) เป็นระบบการขนส่งที่สินค้าที่ขนส่งต้องอยู่ในรูปของเหลวและก๊าซ และเป็นการขนส่งแบบทางเดียวจากแหล่งผลิตไปยังปลายทางโดยไม่มี การขนส่งที่เกี่ยวกับสินค้าดังกล่าว ได้แก่ น้ำ น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ การขนส่งทางท่อจะแตกต่างจากการขนส่งประเภทอื่นคือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการขนส่งไม่ต้องมีการเคลื่อนที่ และเส้นทางขนส่งอาจจะอยู่บนดิน ใต้ดิน หรือใต้น้ำก็ได้ ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศ การขนส่งประเภทนี้สามารถกำหนดเวลาในการขนส่งที่แน่นอนได้ นอกจากนี้ยังช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการขนย้ายสินค้า อีกทั้งยังปลอดภัยจากการสูญหายหรือลักขโมย ตลอดจนถึงใช้กำลังคนน้อยอีกด้วย

#### ข้อดี

- ประหยัดต้นทุน และเวลาในการขนย้ายสินค้า
- สามารถขนส่งได้ทุกสภาพภูมิอากาศ
- สามารถขนส่งของเหลวหรือก๊าซได้ไม่จำกัดเวลา และปริมาณ
- มีความปลอดภัยสูงจากการสูญหายหรือลักขโมย
- ประหยัดค่าแรง เพราะใช้แรงงานคนน้อย

#### ข้อเสีย

- ใช้ขนส่งได้เฉพาะสินค้าที่เป็นของเหลวหรือก๊าซเท่านั้น
- ค่าใช้จ่ายในการลงทุนครั้งแรกค่อนข้างสูง
- ตรวจสอบหาข้อบกพร่องได้ยาก เนื่องจากมักอยู่ใต้ดินหรือใต้น้ำ
- ท่อหลักที่ใช้ขนส่ง เมื่อวางแล้วจะไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้
- ไม่เหมาะกับการขนส่งในภูมิประเทศที่มีแผ่นดินไหวบ่อย เพราะอาจทำให้ท่อเสียหายได้


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>18</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### การนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบการขนส่งสินค้าในปัจจุบัน

Global Positioning System (GPS) เป็นการส่งข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ และสามารถส่งข้อมูลผ่านการเชื่อมโยงกับวีดิโอได้ ซึ่งผู้ประกอบการนิยมใช้ระบบ GPS ในการขนส่งทางถนนมากกว่า การขนส่งทางน้ำและทางรถไฟ โดยรถบรรทุกส่วนใหญ่จะมีการติดตั้งระบบ GPS Tracking เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการขนส่ง เพราะจะช่วยลดต้นทุนในการเดินทางโดยมีการวางแผนการเดินทางที่จะทำให้ประหยัดค่าน้ำมัน สามารถควบคุมพฤติกรรมการขับรถของคนขับได้ สามารถติดตามตำแหน่งของยานพาหนะได้ตลอดเวลา สามารถรายงานผลเที่ยววิ่งของแต่ละวันหรือช่วงวันได้ รวมถึงเส้นทางที่รถวิ่งไปมา ระยะทาง การใช้น้ำมัน และการเก็บประวัติการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ระบบการทำงาน และนำมาปรับปรุงวิธีการขนส่งในครั้งต่อไป นอกจากนี้ยังสามารถนำมารวมกับเทคโนโลยี GPRS ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะช่วยให้ข้อมูลการเดินทางต่าง ๆ ได้ เช่น แสดงเส้นทางการเดินทาง ใช้ความเร็วตลอดเส้นทางการเดินทาง ทำให้หน่วยงานบริหารหรือหน่วยงานควบคุมสามารถทราบได้ว่า ขณะนี้รถอยู่ที่ไหน ขับด้วยความเร็วเท่าใด เป็นต้น

Car Camera เป็นกล้องบันทึกภาพเคลื่อนไหวแบบ Full HD ที่ติดตั้งในรถยนต์ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของระบบรักษาความปลอดภัยที่ใช้ในการขับรถขนส่งสินค้าที่ต้องมีการบันทึกภาพขณะขับขี่รถยนต์ เพื่อใช้บันทึกเหตุการณ์อุบัติเหตุ หรือเหตุการณ์ฉุกเฉินที่ไม่คาดคิด หรืออาจนำไปใช้ในการสำรวจเส้นทาง เก็บข้อมูลระหว่างการเดินทาง การวิ่งในแต่ละเส้นทาง เพื่อนำมาใช้คำนวณหาต้นทุนการเดินทางได้ด้วย


วัตถุประสงค์และประโยชน์ของ Car Camera คือ ต้องการภาพยืนยันความถูกต้องที่มีผลทางกฎหมายจราจร และยังสามารถใช้ข้อมูลภาพเคลื่อนไหวที่บันทึกไว้มาช่วยในการปรับปรุง ควบคุม และลดการเกิดอุบัติเหตุได้อีกด้วย นอกจากนี้กล้องติดรถยนต์บางรุ่นยังสามารถเชื่อมต่อกับดาวเทียมเพื่อระบุพิกัดหรือ GPS สามารถใช้ข้อมูล GPS ซึ่งจะแสดงตำแหน่งของยานพาหนะ และแสดงผลการบันทึกเส้นทางที่รถวิ่งอยู่ได้ ทำให้เกิดความมั่นใจและมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>19</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

Transportation Management System (TMS) เป็นระบบการบริหารจัดการด้านการขนส่งสินค้า ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวางแผนการขนส่ง การเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง การตัดสินใจในเรื่องการบรรทุกสินค้า และการจัดวางเส้นทางให้มีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความรวดเร็วและต้นทุนที่ประหยัดที่สุด สำหรับการทำงานของระบบ TMS จะครอบคลุมตั้งแต่การจัดการใบส่งสินค้า การเลือกเส้นทางที่ประหยัดที่สุด การใช้รถอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดตารางเดินรถ การจัดส่งสินค้าขึ้นรถแต่ละคัน (Loading) เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดสายส่งสินค้า ร้านค้า หรือแบ่งโซนตามระยะทางได้อีกด้วย ปัจจุบันมีโปรแกรมฟรีในโลกออนไลน์เป็นจำนวนมากที่ให้บริการด้านนี้ ดังนั้นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่มากก็สามารถดาวน์โหลดโปรแกรมประเภทนี้มาประยุกต์ใช้ได้

**Google Map และ Google Street View** Google Map เป็นโปรแกรมที่ได้รับความนิยมและถูกนำไปใช้งานอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการค้นหาเส้นทางการเดินทางที่ช่วยให้ประหยัดเวลาในการเดินทางและสามารถทราบระยะทางของการเดินทางได้ อีกทั้งยังสามารถประมาณเวลาที่ว่าจะเดินทางไปถึงได้ และยังบอกเส้นทางระหว่างการเดินทางว่าจะไปทางถนนสายไหนหรือไม่อย่างไรได้ด้วย โดยในการเดินทางผู้ใช้เพียงแค่ใส่จุดเริ่มต้นในการเดินทาง และจุดสิ้นสุดที่ต้องการไปเท่านั้น โปรแกรมก็จะแสดงเส้นทางและระยะเวลาที่ต้องใช้ทั้งหมดออกมาให้ นอกจากนี้ก็ยังมี Street View ที่ช่วยให้เห็นมุมมองภาพเสมือนจริงเหมือนเราไปยืนอยู่ ณ จุดนั้น ทำให้สามารถเห็นหน้าตึกหรือหน้าบ้านของจุดหมายปลายทางเพื่อการวางแผนการเดินทางได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น ซึ่งครอบคลุมถนน ตรอก ซอก ซอย แทบทุกเส้น ทุกจังหวัดในประเทศไทย จึงทำให้การขนส่งไม่เกิดความผิดพลาด อีกทั้งทาง Google ก็ยังมีการปรับปรุง (Update) เส้นทางต่าง ๆ ทุก ๆ 2 ปี เพื่อให้เป็นเส้นทางปัจจุบันมากที่สุดอีกด้วย



	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การขนส่งสินค้า	ใบ แบบฝึกหัด	หน้าที่ 24
		แผ่นที่ : 2	

**ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 3.1 (ต่อ)**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....  
 คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

4. จงเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการขนส่งทางรถยนต์กับทางรถไฟ ว่ามีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันอย่างไร

.....

.....

.....

.....


5. ถ้าผู้เรียนต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการขนส่ง ผู้เรียนจะเลือกใช้เทคโนโลยีใด เพราะเหตุใด จงอธิบาย

.....

.....

.....

.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>24</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### ใบเฉลยแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 3.1

**คำชี้แจง :** ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. ระบบการขนส่งคืออะไร จงอธิบาย

**แนวคำตอบ** ระบบการขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคล (People) สัตว์ (Animal) หรือสินค้า (Goods) จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง ถ้าเป็นการเคลื่อนย้ายบุคคล จะเรียกว่า การขนส่งผู้โดยสาร แต่ถ้าเป็นการเคลื่อนย้ายสัตว์ สิ่งของ หรือสินค้าต่าง ๆ จะเรียกว่า การขนส่งสินค้า

2. เป้าหมายสำคัญของระบบการขนส่งคืออะไร จงอธิบาย

**แนวคำตอบ**


1. เพื่อลดต้นทุน ผู้ประกอบการมักจะตั้งเป้าหมายเป็นอันดับแรกว่า ระบบการจัดการการขนส่งที่ดีจะต้องช่วยลดต้นทุนของธุรกิจลงได้ โดยอาจจะเป็นค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าแรงงาน หรือ ค่าบำรุงรักษายานพาหนะ เป็นต้น

2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายไว้ว่าเมื่อมีการบริหารจัดการการขนส่งที่ดีด้วยจำนวนทรัพยากรที่เท่าเดิม แต่ประสิทธิภาพการทำงานจะต้องสูงขึ้น เช่น จำนวนรถบรรทุกและพนักงานเท่าเดิม แต่ส่งสินค้าให้ลูกค้าได้มากขึ้น รวดเร็วขึ้น เป็นต้น

3. เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายว่าเมื่อสามารถบริหารจัดการการขนส่งได้ดี ข้อตำหนิตีติเยนจากลูกค้าจะลดน้อยลงจนหมดสิ้นไป ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ และยังคงใช้บริการของบริษัทต่อไปในภายภาคหน้าอีกด้วย

4. เพื่อลดระยะเวลาในการขนส่ง ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายว่าเมื่อมีการบริหารจัดการการขนส่งที่ดีจะสามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น หรือออกสู่ตลาดได้เร็วและแพร่หลายมากกว่าคู่แข่ง

5. เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม ผู้ประกอบการอาจตั้งเป้าหมายว่าเมื่อมีการบริหารจัดการการขนส่งที่ดีจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่บริษัท ไม่ว่าจะเป็นจากกลุ่มลูกค้าเดิมที่ยอมจ่ายค่าบริการด้านการขนส่งที่แพงขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่รวดเร็วขึ้น พิเศษขึ้นหรือมีความละเอียดถูกต้องมากขึ้น หรือรายได้จากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เข้ามาใช้บริการ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>25</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

4. จงเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการขนส่งทางรถยนต์กับทางรถไฟ ว่ามีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันอย่างไร


**แนวคำตอบ ข้อดี**

การขนส่งทางรถยนต์	การขนส่งทางรถไฟ
<ol style="list-style-type: none"> <li>สามารถขนส่งสินค้าได้ถึงปลายทาง โดยไม่ต้องมีการขนถ่ายสินค้า</li> <li>มีความคล่องตัวสูง สะดวก รวดเร็ว และให้บริการได้ทุกจุดตลอดระยะทาง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีความประหยัด สามารถขนส่งผู้โดยสารและสินค้าได้ครั้งละมาก ๆ</li> <li>มีความรวดเร็ว สามารถขนส่งสินค้าได้ทันตามกำหนดเวลาที่ต้องการ</li> </ol>

การขนส่งทางรถยนต์	การขนส่งทางรถไฟ
<ol style="list-style-type: none"> <li>สามารถบริการขนส่งสินค้าได้ตลอดเวลา และทันเวลา ตามความต้องการของลูกค้า</li> <li>เหมาะกับการขนส่งระยะสั้นและระยะกลาง</li> <li>ใช้เชื่อมโยงกับการขนส่งประเภทอื่นได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีความปลอดภัยมากที่สุด เมื่อเทียบกับเส้นทางอื่น</li> <li>มีความสะดวก เป็นบริการที่เหมาะสมสำหรับระยะทางปานกลางหรือไกล ๆ</li> <li>สามารถขนส่งสินค้าได้ทุกสภาพอากาศ</li> </ol>

**ข้อเสีย**


การขนส่งทางรถยนต์	การขนส่งทางรถไฟ
<ol style="list-style-type: none"> <li>อัตราค่าขนส่งมีราคาสูงกว่าการขนส่งทางรถไฟ</li> <li>ความปลอดภัยต่ำ เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย</li> <li>ขนส่งสินค้าได้ในปริมาณจำกัด ไม่สามารถบรรทุกของหนักหรือของที่มีปริมาณมาก ๆ ได้</li> <li>เป็นบริการที่เหมาะสมกับการขนส่งระยะใกล้และปานกลาง ไม่เหมาะสำหรับขนส่งระยะไกล</li> <li>กำหนดเวลาแน่นอนไม่ได้ ขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรและดินฟ้าอากาศ และปัจจัยต่าง ๆ บนท้องถนน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีความคล่องตัวน้อยกว่าแบบอื่น ไม่สามารถขนส่งสินค้าให้ถึงบ้านได้ ต้องอาศัยการขนส่งชนิดอื่นเข้ามาช่วย</li> <li>มีความยืดหยุ่นน้อย เนื่องจากมีเส้นทางตายตัว ต้องวิ่งตามเส้นทางรถไฟที่มีอยู่แล้ว</li> <li>เป็นกิจการที่ต้องลงทุนมาก ไม่เหมาะกับผู้ส่งสินค้านายย่อย ที่มีปริมาณสินค้าน้อย</li> <li>ส่วนใหญ่จะใช้เป็นการขนส่งภายในประเทศเท่านั้น</li> <li>มีกฎระเบียบในการขนส่งค่อนข้างมาก</li> </ol>

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การขนส่งสินค้า	ใบเฉลย แบบฝึกหัด	หน้าที่ 26
		แผ่นที่ : 3	

1. ถ้าผู้เรียนต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการขนส่ง ผู้เรียนจะเลือกใช้เทคโนโลยีใด เพราะเหตุใด  
จงอธิบาย

แนวคำตอบ คำตอบขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและเหตุผลของนักเรียนแต่ละคน




	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบ</b> <b>ปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>27</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 3.1**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

**คำชี้แจง :** ผู้เรียนพิจารณากรณีศึกษาด้านล่าง และตอบคำถาม

**กรณีศึกษา :** วินัยเป็นเจ้าของธุรกิจเสื้อผ้า ต้องการให้พนักงานไปส่งสินค้าให้กับลูกค้า โดยที่พนักงานไม่ทราบตำแหน่งที่ตั้งของลูกค้าว่าอยู่บริเวณใด ตลอดจนวินัยต้องการควบคุมพฤติกรรมการทำงานของคนขับเพื่อไม่ให้ผิดกฎหมายจราจร และต้องการติดตามตำแหน่งของคนขับตลอดเวลา วินัยควรนำเทคโนโลยีใดมาช่วยในการบริหารงานดังกล่าว เพราะเหตุใด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน	หน้าที่ 28
		แผ่นที่ : 1	

ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 3.1

**ข้อพิจารณา**


1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์

**การให้คะแนน**

1. คะแนนเต็มข้อละ 3 คะแนน
2. การพิจารณาให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน

**เกณฑ์การให้คะแนน**

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	3	2	1	0
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์				
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ				
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์				
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน				
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์				

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>29</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


**ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 3.1**

**เกณฑ์การตัดสินคุณภาพ**

ช่วงคะแนน	ระดับคุณภาพ
12 – 15	ดีมาก
9 – 11	ดี
5 - 8	พอใช้
0 – 4	ปรับปรุง

**เกณฑ์การประเมิน**

เกณฑ์ผ่าน : ร้อยละ 60 หรือได้คะแนนในระดับคุณภาพ ดีมาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบประเมินผล</b> <b>การปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>30</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 3.1**


ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

รายการปฏิบัติงาน					รวมคะแนน
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	
	3	2	1	0	
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์					
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ					
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์					
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน					
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์					
รวมคะแนน					
คิดเป็นร้อยละ (ของคะแนนเต็ม ..... คะแนน)					
ผลการประเมินอยู่ในระดับ .....					

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

...../...../.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบเฉลยการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>31</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### ใบเฉลยการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 3.1

**คำชี้แจงที่ 1** ผู้เรียนพิจารณากรณีศึกษาด้านล่าง และตอบคำถาม

**กรณีศึกษา :** วินัยเป็นเจ้าของธุรกิจเสื้อผ้า ต้องการให้พนักงานไปส่งสินค้าให้กับลูกค้า โดยที่พนักงานไม่ทราบตำแหน่งที่ตั้งของลูกค้าว่าอยู่บริเวณใด ตลอดจนวินัยต้องการควบคุมพฤติกรรมการขับรถของคนขับเพื่อไม่ให้ผิดกฎหมายจราจร และต้องการติดตามตำแหน่งของคนขับตลอดเวลา วินัยควรนำเทคโนโลยีใดมาช่วยในการบริหารงานดังกล่าว เพราะเหตุใด


ในกรณีของวินัยที่ต้องการบริหารการส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถควบคุมพฤติกรรมการขับขี่ของพนักงานได้อย่างใกล้ชิด เทคโนโลยีที่ควรนำมาใช้คือ “ระบบ GPS Tracking” (ระบบติดตามยานพาหนะ) ร่วมกับ แอปพลิเคชันบริหารจัดการการส่งสินค้า (Delivery Management System) **เหตุผลในการใช้ GPS Tracking System**

- ติดตามตำแหน่งรถแบบเรียลไทม์ (Real-time Location Tracking):
- วินัยสามารถรู้ได้ตลอดเวลาว่ารถอยู่ที่ไหน และใกล้ถึงจุดส่งหรือยัง
- ช่วยลดการอ้อมเส้นทางหรือแวะพักโดยไม่จำเป็น
- ควบคุมพฤติกรรมการขับขี่ บางระบบสามารถตรวจจับความเร็วในการขับขี่ การเบรกกะทันหัน หรือการขับรถนอกเส้นทางที่กำหนดช่วยให้วินัยตรวจสอบว่าพนักงานขับรถถูกต้องตามกฎหมายจราจรหรือไม่เพิ่มความปลอดภัยของสินค้าและคนขับ:หากเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น รถเสียหรืออุบัติเหตุ วินัยจะรู้ตำแหน่งทันทีและให้ความช่วยเหลือได้เร็วขึ้น



### ส่วนที่ 3

การสร้างแบบทดสอบหลังเรียน แบบโมดูล


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>32</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 3.1

- คำชี้แจง :**
- แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ
  - ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  - เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 20 นาที

**คำชี้แจง**    **จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว**

- ข้อใดไม่ใช่เป้าหมายสำคัญของระบบการขนส่ง
  - เพื่อลดต้นทุน
  - เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
  - เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม
  - เพื่อลดระยะเวลาในการผลิตสินค้า
- ข้อใดไม่ใช่องค์ประกอบที่สำคัญในระบบการขนส่งสินค้า
  - ผู้ประกอบการ
  - เส้นทางการขนส่ง
  - ที่อยู่ของลูกค้า
  - พาหนะที่ใช้ในการขนส่ง
- การขนส่งประเภทใดที่มีความปลอดภัยมากที่สุดเมื่อเทียบกับเส้นทางอื่น
  - การขนส่งทางรถยนต์
  - การขนส่งทางรถไฟ
  - การขนส่งทางน้ำ
  - การขนส่งทางอากาศ
- การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับสินค้าที่เป็นของสด เน่าเสียได้ง่าย
  - การขนส่งทางรถยนต์
  - การขนส่งทางรถไฟ
  - การขนส่งทางน้ำ
  - การขนส่งทางอากาศ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>33</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

5. การขนส่งประเภทใดที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการขนย้าย

- ก. การขนส่งทางรถยนต์                      ข. การขนส่งทางรถไฟ  
 ค. การขนส่งทางน้ำ                              ง. การขนส่งทางท่อ

6. ข้อใดเป็นข้อเสียของการขนส่งทางอากาศ


- ก. ต้องมีสินค้าในปริมาณมากพอที่จะใส่คอนเทนเนอร์ได้  
 ข. ไม่เหมาะกับสินค้าที่มีขนาดใหญ่ และมีน้ำหนักมาก  
 ค. มีกฎระเบียบในการขนส่งค่อนข้างมาก  
 ง. ความปลอดภัยต่ำ เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย

7. ข้อใดเป็นข้อดีของการขนส่งทางท่อ

- ก. สามารถส่งได้ในระยะทางไกลทั่วโลก  
 ข. สามารถขนส่งไปในท้องถิ่นที่การขนส่งประเภทอื่นไปไม่ถึงหรือไปยากลำบาก  
 ค. มีความปลอดภัยสูงจากการสูญหายหรือลักขโมย  
 ง. เหมาะกับการขนส่งระยะสั้นและระยะกลาง

8. การขนส่งถ่านหิน ควรใช้การขนส่งประเภทใด

- ก. การขนส่งทางรถยนต์                      ข. การขนส่งทางท่อ  
 ค. การขนส่งทางรถไฟ                              ง. การขนส่งทางอากาศ


	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ การขนส่งสินค้า	ใบแบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 34
		แผ่นที่ : 3	

9. เทคโนโลยีในข้อใดที่นำมาใช้ในการบันทึกการเดินทางในขณะที่ทำการขนส่งสินค้าได้

- ก. Car Camera
- ข. Global Positioning System (GPS)
- ค. Transportation Management System (TMS)
- ง. Google Map

10. เทคโนโลยีในข้อใดที่นำมาใช้ในการควบคุมพฤติกรรมรถของคนขับ และติดตามตำแหน่งของยานพาหนะได้ตลอดเวลา

- ก. Car Camera
- ข. Global Positioning System (GPS)
- ค. Transportation Management System (TMS)
- ง. Google Map

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า</b> <b>โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า</b>	ใบกระดาษคำตอบ	หน้า ที่ 35
		หลังเรียน	
		แผ่นที่ : 1	

กระดาษคำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 3.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				



Scan QR code  
เพื่อทำข้อสอบ


คะแนนเต็ม 10 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน

สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์

( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ

(.....)

	<p>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง          รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์          โมดูลที่ 3 ระบบการขนส่งสินค้า          โมดูลย่อย 3.1 : ความหมายและความสำคัญของระบบ          การขนส่งสินค้า</p>	ใบเฉลย แบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 27
		แผ่นที่ : 1	

เฉลยแบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 2.1

ข้อ	คำตอบ
1.	ง
2.	ค
3.	ก
4.	ง
5.	ง
6.	ข
7.	ค
8.	ค
9.	ก
10.	ข



## การจัดการเรียนรู้แบบโมดูล (Module)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567

รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

โดย

นางสาวปวรพรรณ ทองถัก

สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ



หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567  
รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

บทเรียนโมดูลที่ 4

เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด

โดย


สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบคำนำ	หน้าที ก
		แผ่นที่ : 1	

## คำนำ

บทเรียนโมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด การตลาดแบบดั้งเดิม การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะสื่อสังคมออนไลน์


ผู้จัดทำได้จัดแบ่งเนื้อหาในโมดูลย่อย 4.1 ระบบการตลาด ประกอบด้วย การตลาด การตลาดแบบดั้งเดิม การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องกันไปตามลำดับก่อน - หลัง มีแบบฝึกหัด ใบเฉลยแบบฝึกหัด ใบสั่งงาน ใบปฏิบัติงาน ใบเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบเฉลยการปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน และใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญการตลาด การตลาดแบบดั้งเดิม การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

ผู้จัดทำหวังว่าบทเรียนโมดูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน หรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า หากมีส่วนใดบกพร่องผู้จัดทำพร้อมรับคำแนะนำ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

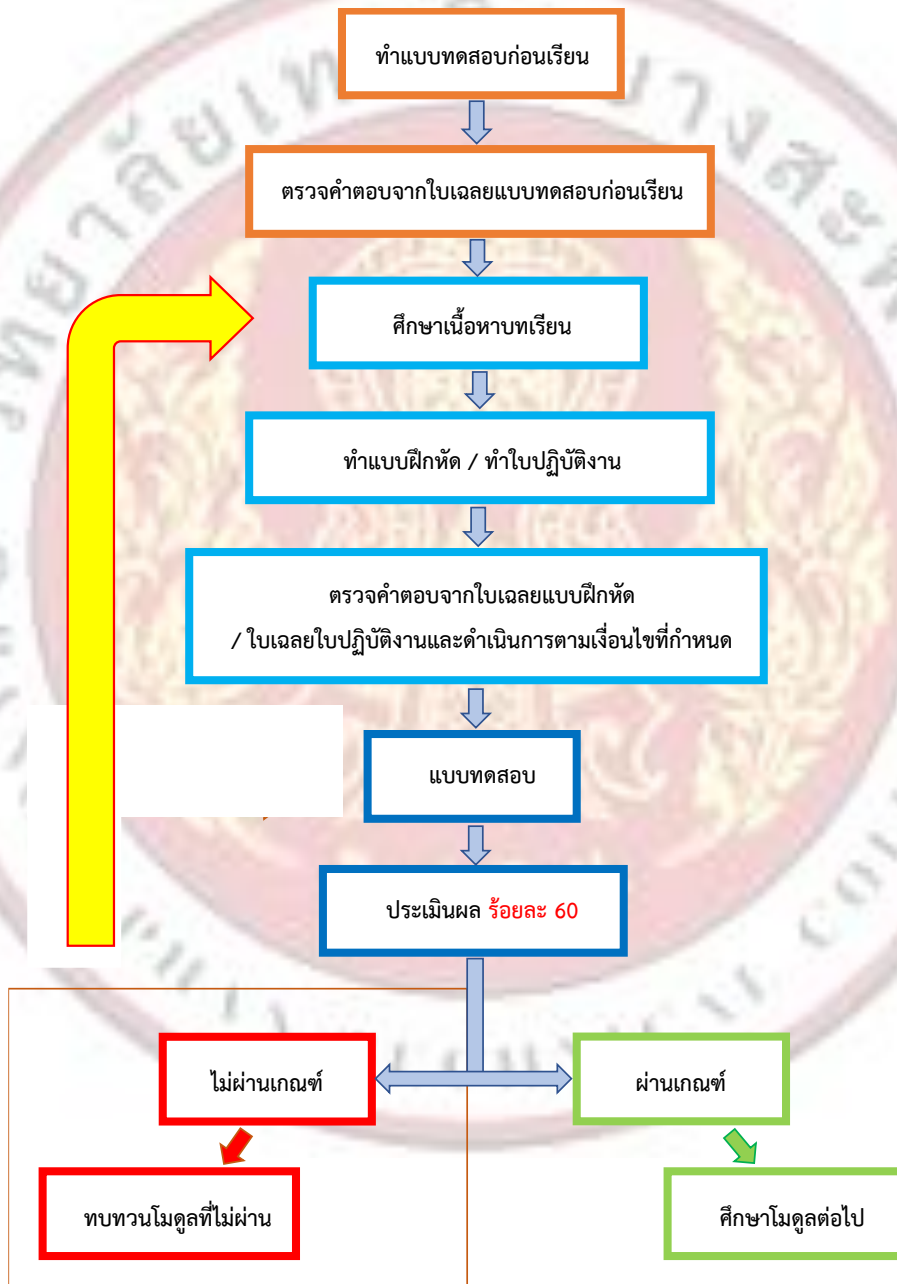
	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบ	หน้า ที่ ข
		สารบัญ	
		แผ่นที่ :	
		1	


## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ใบขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล	1
ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล	2
ใบแบบทดสอบก่อนเรียน	6
ใบกระดาษคำตอบก่อนเรียน	8
ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน	9
ใบจุดประสงค์	10
ใบเนื้อหา	11
ใบแบบฝึกหัด	15
ใบเฉลยแบบฝึกหัด	17
ใบปฏิบัติงาน	19
ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน	20
ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน	22
ใบเฉลยการปฏิบัติงาน	23
ใบแบบทดสอบหลังเรียน	24
ใบกระดาษคำตอบหลังเรียน	26
ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน	27

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด	ใบขั้นตอนการใช้ บทเรียนโมดูล	หน้าที่ 1
		แผ่นที่ : 1	

### ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบคำชี้แจงการ</b> <b>ใช้บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>2</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 4.1

#### คำแนะนำสำหรับผู้เรียน


บทเรียนโมดูลย่อย 4.1 ศึกษาเกี่ยวกับการตลาด การตลาดแบบดั้งเดิม การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

ออกเป็น 4 หัวข้อย่อย ได้แก่

1. ระบบการตลาด
2. การตลาดแบบดั้งเดิม
3. การตลาดอิเล็กทรอนิกส์
4. ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

#### ส่วนประกอบบทเรียนโมดูลประกอบด้วย

1. ใบแบบทดสอบก่อนเรียนและใบกระดาษคำตอบ
2. ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน
3. ใบจุดประสงค์
4. ใบเนื้อหา
5. ใบแบบฝึกหัด/ใบสั่งงาน/ใบปฏิบัติงาน
6. ใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยใบปฏิบัติงาน
7. ใบแบบทดสอบหลังเรียนและใบกระดาษคำตอบ
8. ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้</b> <b>บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>3</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 4.1**

**คำแนะนำในการใช้บทเรียนโมดูล**

1. ให้ผู้เรียนศึกษาหลักการและเหตุผล (Prospectus) และจุดมุ่งหมาย (Objectives) ของบทเรียนโมดูลให้เข้าใจ
2. ให้ผู้เรียนปฏิบัติตามคำแนะนำและขั้นตอนการใช้อย่างเคร่งครัด
3. ผู้เรียนต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง โดยไม่เปิดดูใบเฉลยคำตอบก่อนทำแบบทดสอบก่อนเรียนแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงาน และแบบทดสอบหลังเรียนเพราะจะทำให้ผู้เรียนขาดความมั่นใจในการเรียนด้วยตนเองและไม่เกิดความเข้าใจที่แท้จริง
4. บทเรียนโมดูลนี้ ผู้เรียนสามารถใช้เรียนได้ตามความต้องการ ความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียน และสถานที่เรียน

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล**


1. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนโดยทำเฉพาะข้อที่ผู้เรียนมีความรู้แท้จริง โปรดอย่าเดาคำตอบ ถ้าข้อใดไม่มีความรู้ให้ข้ามข้อนั้นไป โดยทำลงในกระดาษคำตอบ
2. ดูเฉลยใบแบบทดสอบก่อนเรียนแล้วประเมินผลการทำแบบทดสอบก่อนเรียน เป็นการวัดพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนโดยไม่มีผลใด ๆ ต่อคะแนนในการเรียนบทเรียนโมดูลนี้
3. ให้ผู้เรียนศึกษาจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
4. ให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาบทเรียนจากใบเนื้อหาให้มีความรู้ความเข้าใจ
5. เมื่อศึกษาเนื้อหาบทเรียนเข้าใจดีแล้ว ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงานในบทเรียนนั้น ๆ ลงในใบแบบฝึกหัด / ใบปฏิบัติงาน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้</b> <b>บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>4</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 4.1**

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล (ต่อ)**

6. เมื่อทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานแล้วให้ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยการปฏิบัติงาน
7. ถ้าผ่านเกณฑ์การประเมินที่ตั้งไว้ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน แต่ถ้าไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินให้กลับไปเรียนเนื้อหาเดิม และทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานใหม่อีกครั้ง
8. เมื่อผู้เรียนผ่านเกณฑ์การประเมินแล้ว ให้ทำแบบทดสอบหลังเรียนโดยทำลงในกระดาษคำตอบ
9. ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียนเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียน
10. ถ้าผลการประเมินไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนดผู้เรียนต้องเรียนซ่อมเสริมทบทวนเนื้อหา  
ของบทเรียนโมดูลนี้ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>5</b>
		<b>แผ่นที่ : 4</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 4.1**

**หลักการและเหตุผล (Prospectus)**

การจัดการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้และจัดการวิชาชีพได้ ได้นำความรู้ด้านวิชาชีพไปพัฒนาตน ดังนั้นบทเรียนโมดูลนี้จึงได้จัดเนื้อหาให้ผู้เรียนสามารถศึกษาบทเรียนโมดูลตามคำแนะนำได้ตามความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียนและสถานที่เรียน

การบริหารจัดการในกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญไม่น้อย ซึ่งมีกิจกรรม ของสื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต้องใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนจรรยาบรรณและกฎหมายเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ บทเรียนโมดูลย่อย 1.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นโมดูลย่อยของการเรียนของโมดูลที่ 1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ องค์การ ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นที่ประกอบการเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2563 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1.ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ 2. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์โดยในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาสัมพันธ์กันไปตามลำดับก่อน - หลัง และมีใบปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการองค์การ

**จุดมุ่งหมาย (Objective)**

เมื่อผู้เรียนได้ศึกษาและทดสอบผ่านบทเรียนโมดูลย่อยนี้แล้ว ผู้เรียนจะมีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์


**ความรู้พื้นฐาน (Prerequisites)**

ในการเรียนบทเรียนโมดูลย่อยนี้ให้ได้ผลดี ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐาน ความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์ ความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์



## ส่วนที่ 1

การสร้างแบบทดสอบก่อนเรียน


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>6</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 4.1


- คำชี้แจง :**
- แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4ตัวเลือก จำนวน 5ข้อ
  - ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  - เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 10 นาที

**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ 1** แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์

- ข้อใดไม่ใช่ความสำคัญของการตลาดแบบดั้งเดิม**
  - ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ
  - ความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ
  - ความสำคัญต่อสถานที่จัดเก็บสินค้า
  - ความสำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐ
- ข้อใดไม่จัดอยู่ในหัวใจสำคัญของการตลาดแบบดั้งเดิม**
  - การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
  - ผลิตภัณฑ์ (Product)
  - ราคา (Price)
  - การวางแผน (Plan)
- ข้อใดไม่จัดอยู่ในประเภทของตลาดตามลักษณะเฉพาะของตลาดแบบดั้งเดิม**
  - การตลาดคนกลาง
  - การตลาดระหว่างประเทศ
  - การตลาดบริการ
  - การตลาดสินค้าเกษตร

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบแบบทดสอบก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>7</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

4. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
  - ก. เป็นการตลาดที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง
  - ข. เป็นการตลาดที่มีลูกค้าอยู่ทั่วโลก
  - ค. เป็นการตลาดที่มีการสื่อสารแบบ 2 ทาง
  - ง. เป็นการดำเนินธุรกิจที่มีสถานที่ให้กับลูกค้า
  
5. C – to – G คือลักษณะการทำการค้าในข้อใด
  - ก. เป็นการทำการค้าระหว่างภาคธุรกิจกับผู้บริโภค
  - ข. เป็นการทำการค้าระหว่างภาคธุรกิจกับภาคธุรกิจ
  - ค. เป็นการทำธุรกรรมระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐบาล
  - ง. เป็นการทำการค้าระหว่างผู้บริโภครกับภาครัฐบาล

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบกระดาษคำตอบ	หน้าที 8
		ก่อนเรียน	
		แผ่นที่ : 1	

กระดาษคำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 4.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....


ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				



Scan QR code  
เพื่อทำข้อสอบ

คะแนนเต็ม 5 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน  
 สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์  
 ( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ  
 (.....)

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบเฉลย แบบทดสอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 9
		แผ่นที่ : 1	

เฉลยแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 4.1




ข้อ	คำตอบ
1.	ค
2.	ง
3.	ก
4.	ง
5.	ง



## ส่วนที่ 2

การรวบรวมเนื้อหา และสร้างใบงาน/ใบ  
กิจกรรม/แบบฝึกหัด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ชุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบจุดประสงค์</b>	<b>หน้าที่</b> <b>10</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากที่ผู้เรียนได้ศึกษาเรื่องนี้แล้ว ผู้เรียนสามารถ

- 1.อธิบายความหมายและความสำคัญของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้
- 2.อธิบายประเภทสินค้าของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้
- 3.อธิบายประโยชน์ของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้
- 4.อธิบายความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้





หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
 รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
 โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด  
 โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด

ใบเนื้อหา  
 แผ่นที่ : 1

หน้าที่  
 11

**4.1 ความหมายของระบบการตลาด** การตลาด หมายถึง การทำกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างผู้ผลิตหรือพ่อค้าคนกลางกับผู้บริโภค รวมถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการได้ที่ดีที่สุด


**ความสำคัญของระบบการตลาด** ในยุคปัจจุบันความต้องการของการตลาด อยู่ที่การให้บริการที่ประทับใจลูกค้า หากสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นมา นั้น ไม่มีระบบการตลาดมาช่วยจัดการ สินค้าและบริการเหล่านั้นก็จะขายไม่ได้ ผลที่เกิดขึ้นก็คือ บริษัทขายสินค้าไม่ออก ทำให้เกิดการปลดพนักงาน เกิดการเดินขบวนการนัดหยุดงาน เศรษฐกิจตกต่ำ เกิดโจรกรรมขึ้นมากมาย เพราะฉะนั้นการตลาดจึงมีความสำคัญต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การตลาดทำให้ระบบการซื้อขายสะดวกรวดเร็ว ผู้ซื้อและผู้ขายติดต่อสัมพันธ์กันได้ทุกเวลา มีผลทำให้การผลิตขยายตัว ประชาชนมีงานทำ มีรายได้ มีการซื้อขายวัตถุดิบที่นำมาผลิต ทำให้เกิดธุรกิจการขนส่งและธุรกิจอื่น ๆ เกิดขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศชาติดีขึ้น

2. ทำให้มีสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกิดขึ้น เพราะการตลาดทำให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างบริษัทกับบริษัทที่ขายสินค้าชนิดเดียวกัน ทำให้แต่ละบริษัทใช้กลยุทธ์ในการประดิษฐ์คิดค้นและพัฒนาสินค้า ทำให้ประชาชนได้ใช้สินค้าหลากหลายชนิดในราคาที่ถูกลงและมีคุณภาพดีขึ้น

3. ทำให้เกิดอาชีพต่าง ๆ เพิ่มขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบการตลาดจะขยายตัวตามการขยายตัวของธุรกิจอุตสาหกรรม กล่าวคือ เมื่อเศรษฐกิจมีความก้าวหน้า มีการขยายตัวด้านการลงทุนในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ เกิดการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างบริษัทต่อบริษัท เช่น เมื่อผลิตสินค้าออกมาต้องอาศัยบริษัทอีกบริษัทหนึ่งในการผลิตหีบห่อหรือกล่องบรรจุภัณฑ์มาใช้ในการบรรจุสินค้า หรือต้องอาศัยบริษัทอื่นในด้านการทำเอกสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อโฆษณาสินค้า หรือต้องอาศัยบริษัทอื่นในการขนส่งสินค้าให้ เป็นต้น

4. ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชากรในสังคมให้สูงขึ้น ทั้งทางด้านการผลิตและการบริโภค

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>12</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

5.ช่วยให้สามารถใช้ทรัพยากรการบริหารต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้ข้อมูลทางการบริหารจัดการด้านการวิจัยและหลักเศรษฐศาสตร์มาเกี่ยวข้อง

### องค์ประกอบของระบบการตลาด


แนวคิดการตลาดประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 อย่าง คือ

**1.ตลาดเป้าหมาย (Target Market)** หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่นักการตลาดสนใจและเลือกที่จะเข้าไปดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนั้น ๆ เนื่องจากไม่มีบริษัทใดที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกคน เช่น บริษัทรถยนต์ญี่ปุ่นผลิตรถยนต์สำหรับผู้หญิงทำงานเท่านั้น เป็นต้น

**2.ความต้องการลูกค้า (Customer Need)** หมายถึง ความต้องการความอยากได้ในสินค้าและบริการซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจ เมื่อความต้องการและความอยากได้นั้นได้รับการตอบสนอง เช่น เมื่อผู้ผลิตรถยนต์ทราบความต้องการของลูกค้าแล้ว ต้องกำหนดคุณลักษณะ ราคา และประเภทของรถยนต์ขึ้นมา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

**3.การประสานงานตลาด (Coordinated Marketing)** หมายถึง การจัดให้กลุ่มบุคคลในฝ่ายต่าง ๆ สามารถทำงานร่วมกันได้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการประสานงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ของบริษัทเอง

**4.ความสามารถทำกำไร (Profitability)** ในอดีตที่ผ่านมา จุดมุ่งหมายของแนวคิดการตลาดนั้น คือ จะช่วยบริษัทให้บรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งถ้าเป็นการประกอบธุรกิจเป้าหมายของธุรกิจก็คือ กำไร แต่ถ้าเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น องค์กรสาธารณะหรือมูลนิธิ เป้าหมายคือ การแสวงหาเงินบริจาค แต่สำหรับในปัจจุบันนี้เป้าหมายหลักของบริษัทคือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการส่วนกำไรถือเป็นผลพลอยได้ก็ตามมาในภายหลัง


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>13</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### ประเภทของตลาดในระบบการตลาด

**1.ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition)** ตลาดการแข่งขันที่สมบูรณ์แบบจะมีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก โดยผู้ขายทั้งหมดของตลาดมักจะเป็นผู้ขายรายเล็ก ซึ่งจะมีการแข่งขันระหว่างกันและไม่มีผู้ขายรายใหญ่รายใดที่มีอิทธิพลต่อตลาดประเภทนี้ ดังนั้นผู้ขายที่อยู่ในตลาดทั้งหมดจึงเป็นผู้กำหนดราคาขึ้นมาเอง โดยจะมีผู้ขายใหม่ ๆ เข้า-ออกอยู่ตลอดเวลา และถ้าผู้ขายเหล่านี้ไม่สามารถทำผลกำไรได้ ก็สามารถออกจากตลาดนี้ได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อใคร ๆ ต่อตัวตลาดเนื่องจากตลาดประเภทนี้จะขายสินค้าได้ค่อนข้างจำกัด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีประเภทสินค้าที่มาขายค่อนข้างน้อย ทำให้ลูกค้าไม่มีทางเลือกในการซื้อสินค้าอื่นที่คล้ายกัน

**2.ตลาดการแข่งขันแบบผูกขาด (Monopolistic Competition)** ในตลาดประเภทนี้ ยังมีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากเหมือนกับประเภทแรก แต่ผู้ขายทั้งหมดไม่ได้ขายสินค้าที่เป็นชนิดเดียวกัน สินค้าอาจมีความคล้ายคลึงกันหรือมีความแตกต่างกันเล็กน้อย ลูกค้าจึงมีแนวโน้มที่จะพึงพอใจในสินค้าที่มีตัวเลือกมากกว่าหนึ่งอย่าง ซึ่งผู้ขายอาจตั้งราคาสินค้าที่สูงขึ้นเล็กน้อย ดังนั้นในตลาดประเภทนี้ผู้ขายจึงกลายเป็นผู้กำหนดราคาในระดับหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันการตลาดส่วนใหญ่ มักจะเป็นแบบนี้ จะมีการผลิตสินค้าที่คล้ายกันแต่อาจจะแตกต่างกันเล็กน้อยในด้านรสชาติ รูปลักษณ์ หรือสรรพคุณ เป็นต้น

**3.ตลาดผูกขาด (Monopoly Market)** ตลาดแบบผูกขาดจะมีผู้ขายเพียงรายเดียวเท่านั้น กล่าวคือ บริษัทเดียวจะควบคุมตลาดสินค้ากลุ่มเดียวกันทั้งหมด ดังนั้นผู้ขายสามารถกำหนดราคาเท่าใดก็ได้ตามที่ต้องการเนื่องจากมีอำนาจเหนือตลาด ลูกค้าจึงไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากจะต้องเลือกซื้อสินค้าตามราคาที่กำหนดไว้ นอกจากนั้นลูกค้าจะต้องยอมรับในเรื่องของคุณภาพของสินค้าเนื่องจากไม่มีการแข่งขันกัน ผู้ขายก็ไม่จำเป็นต้องกังวลในเรื่องคุณภาพสินค้ามากนักตลอดจนไม่มีการพัฒนาสินค้าหรือสร้างสินค้าใหม่ ๆ ขึ้นมาเพิ่มเติมเพราะไม่มีคู่แข่ง อย่างไรก็ตามตลาดประเภทนี้ค่อนข้างเกิดขึ้นได้ยาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>14</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**4.ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Market)** หมายถึง ตลาดที่ประกอบด้วยผู้ผลิตหรือผู้ขายตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป แต่ส่วนใหญ่จะมีไม่ต่ำกว่า 3-5 ราย แต่ไม่ว่าจำนวนผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาดจะมีกี่รายก็ตาม เมื่อผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งทำการเปลี่ยนแปลงราคาและจำนวนผลผลิต จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่นในตลาดไปด้วย นอกจากนี้ในการตลาดประเภทนี้จะทำให้อำนาจของผู้ขายมีมากกว่าลูกค้า จนบางครั้งอาจมีการร่วมมือกันระหว่างผู้ขายเพื่อกำหนดราคา และเพิ่มผลกำไรสูงสุดให้แก่ตนเอง ซึ่งตลาดประเภทนี้มักมีอุปสรรคค่อนข้างมากจนทำให้บริษัทใหม่ ๆ ไม่ค่อยเติบโตได้ในตลาดประเภทนี้ ลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยรายจะแบ่งได้ 2 แบบ คือ

- ตลาดผู้ขายน้อยรายอย่างแท้จริง (Pure Oligopoly Market) คือ ผู้ผลิตแต่ละรายผลิตสินค้าเหมือนกันทุกประการ การแข่งขันของผู้ผลิตแต่ละรายจะไม่ใช้ราคาแต่จะใช้การบริการ ซึ่งจะทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้าในสายตาของลูกค้า
- ตลาดผู้ขายน้อยรายที่แตกต่างกัน (Differentiated Oligopoly Market) คือ ผู้ผลิตแต่ละรายจะผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างกัน แต่สามารถใช้แทนกันได้ เช่น รถยนต์ บุหรี่ เป็นต้น

**ความหมายของการตลาดแบบดั้งเดิม** การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) เป็นการตลาดที่จะไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เพราะจะเป็นการสื่อสารเพียงด้านเดียว เช่น การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ป้ายตามสถานที่ต่าง ๆ และลูกค้าจะไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นอะไรได้ เพราะเป็นการรับสารอยู่ฝ่ายเดียว จึงทำให้การตอบรับต่าง ๆ หรือได้ผลลัพธ์ค่อนข้างช้าและไม่แม่นยำ ซึ่งการทำการตลาดแบบดั้งเดิมนี้อาจมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและการทำการตลาดค่อนข้างสูง ใช้ระยะเวลาในการทำการตลาดเป็นระยะเวลานานกว่าจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ วิธีการวัดผลลัพธ์ไม่แม่นยำ และรู้ผลในทันที แต่วิธีนี้จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าการทำการตลาดแบบออนไลน์ เพราะลูกค้าจะรู้สึกว่ามีตัวตนจริง ๆ



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด  
โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด

ใบเนื้อหา

หน้าที่

แผ่นที่ : 3

15

### ความสำคัญของการตลาดแบบดั้งเดิม

1.ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ระบบเศรษฐกิจที่ประเทศต่าง ๆ ต้องการ คือ ระบบเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การตลาดจะเป็นกลไกหรือเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดสภาวะการณ์ข้างต้นได้ เนื่องจาก

- การตลาดเป็นกลไกหลักในการผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจสามารถขยายตัวและเติบโต
- การตลาดจะเป็นเครื่องมือในการยกระดับการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในสังคมให้สูงขึ้น ซึ่งเกิดขึ้นจากระบบการแข่งขัน
- ทางการตลาด ที่จะเป็นปัจจัยให้ผู้ผลิตเร่งพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนให้มีคุณภาพ เกิดความสะดวก และมีราคาต่ำ
- กว่าคู่แข่ง
- การตลาดจะเป็นปัจจัยให้เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น


### 2.ความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ

การตลาดมีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ เนื่องจาก

- การตลาดเป็นกิจกรรมหลักขององค์กรธุรกิจที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการขององค์กรไปสู่ผู้บริโภคและนำรายได้มาสู่องค์กรในที่สุด
- การตลาดช่วยให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดขององค์กร เช่น การสร้างผลกำไรสูงสุด และในระยะยาวคือ การขึ้นเป็นผู้นำตลาดขององค์กร และการเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เป็นต้น

### 3.ความสำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร เช่น สถาบันการศึกษา มูลนิธิ สมาคมหรือองค์กรเพื่อสาธารณกุศลต่าง ๆ สามารถนำการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบเนื้อหา	หน้า ที่ 16
		แผ่นที่ : 3	

#### 4.ความสำคัญต่อผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการตลาดในด้านต่าง ๆ ดังนี้


- ผู้บริโภคจะสามารถเลือกสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้สะดวกมากยิ่งขึ้น
- การตลาดทำให้สินค้าหรือบริการมีราคาที่ถูกลง เมื่อเทียบกับคุณภาพและความพึงพอใจที่ได้รับ ช่วยให้เกิดการกระจายสินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดได้อย่างกว้างขวาง ส่งผลให้องค์กรธุรกิจสามารถบริหารกระบวนการผลิต และการดำเนินงานด้านอื่น ๆ ให้มีความคุ้มค่าได้

ลักษณะของการตลาดแบบดั้งเดิม นอกจากจะมุ่งเน้นไปที่บริษัทผลิตภัณฑ์ลูกค้าและผลประโยชน์ของบริษัทแล้ว ยังเน้นไปที่ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดด้วย โดยส่วนประสมทางการตลาดจะใช้อักษรย่อ คือ “4P’s” ที่ประกอบด้วย

**1.ผลิตภัณฑ์ (Product)** ได้แก่ ตัวสินค้าและบริการ ซึ่งกิจการจะต้องผลิตสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค กิจการจึงสามารถพิจารณาปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ได้ในหลายลักษณะ เช่น คุณภาพตรา/ยี่ห้อ หีบห่อ ประเภทผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ และการออกแบบการบริการ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เป็นส่วนประสมการตลาดตัวแรกที่มีความสำคัญ ซึ่งจะก่อให้เกิดส่วนประกอบการตลาดที่เกี่ยวกับการกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด หากไม่มีส่วนประสมตัวนี้ส่วนประสมการตลาดอื่น ๆ ก็ไม่สามารถที่จะกำหนดได้

**2.ราคา (Price)** หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่ควรกำหนดราคาสินค้าตามใจชอบ โดยการพิจารณากำหนดราคาจะต้องพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตสภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ส่วนลด ระยะเวลาการชำระเงิน และการผ่อนชำระ เป็นต้น ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

**3.การจัดจำหน่าย (Place)** เป็นความพยายามที่จะนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไปสู่ตลาดเป้าหมายพร้อมที่จะเสนอขายสินค้าแก่ผู้บริโภค การจัดจำหน่ายจะต้องมีช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดจำหน่ายเอง การจัดจำหน่ายผ่านคนกลางประเภทตัวแทนหรือนายหน้า การจัดจำหน่ายผ่านคนกลางประเภทพ่อค้าส่งหรือพ่อค้าปลีก กิจการจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ ในการที่จะเลือกช่องทางการจำหน่ายทางใดทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น ถ้าเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคทั่ว ๆ ไปจะต้องอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าส่งพ่อค้าปลีก โดยดูความหลากหลายด้านทำเลที่ตั้ง การขนส่งโลจิสติกส์ แต่ถ้าเป็นสินค้าที่มีราคาแพง

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	<b>17</b>

**4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นความสามารถที่จะบอกกล่าวเรื่องราวของสินค้าของกิจการให้ผู้บริโภคได้รับรู้รายละเอียดต่าง ๆ และในขณะเดียวกันก็เป็นความพยายามที่จะชักจูงให้ผู้บริโภคเหล่านั้นเลือกซื้อสินค้าไปด้วย ขอบข่ายของการส่งเสริมการตลาดจะเกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย เช่น กิจกรรมออกบูท การจับสลากชิงโชค จับฉั้วส่วนชิงรางวัลลดแลก แจกแถม คุปองราคา แสตมป์ และ นิทรรศการ เป็นต้น

#### **ลักษณะของการตลาดแบบดั้งเดิม**


ต่อมาภายหลังมีผู้เสนอส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติมอีกจาก 4P's เป็น 8P's โดยสิ่งที่เพิ่มเติมเข้าไปอีก 4 อย่าง คือ

**1. บรรจุภัณฑ์ (Packaging)** โดยทั่วไปบรรจุภัณฑ์จะเป็นข้อย่อยของผลิตภัณฑ์ (Product) สาเหตุที่แยกออกมานั้นเนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อผู้บริโภคเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจ ซึ่งมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าตัวผลิตภัณฑ์

**2. พนักงาน (People)** ในอดีตกิจกรรมจะมุ่งเน้นที่การปฏิบัติงานของพนักงานขายเป็นหลัก มีการจัดกิจกรรมอบรมพนักงานขาย การให้สิ่งจูงใจแก่พนักงานขาย ซึ่งในความเป็นจริงแล้วฝ่ายขายไม่สามารถที่จะทำงานคนเดียวได้ เนื่องจากทุกคนมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของกิจการนั้น ตั้งแต่พนักงานรักษาความปลอดภัยไปจนถึงผู้อำนวยการ ทุกฝ่ายจะต้องช่วยกันรักษาลูกค้าไว้ให้ได้

**3. อำนาจ (Power)** อำนาจการต่อรองและการควบคุมของธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด จำเป็นจะต้องรู้วิธีการทำธุรกิจ และรู้จักบุคคลในการติดต่อธุรกิจ ซึ่งเป็นสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลที่มีความสำคัญมากสำหรับธุรกิจในประเทศ เช่น การแข่งขันของธนาคารพาณิชย์จะเห็นการปรับตัวที่มุ่งเน้นการบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องและสูงสุด ซึ่งถือได้ว่าการแข่งขันสูง

**4. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)** เดิมการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด แต่เนื่องจากนักการตลาดส่วนใหญ่ จะสนใจด้านการส่งเสริมการขายและการโฆษณา มากกว่าการประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า และส่งผลกระทบต่อในระยะยาวให้กับสินค้า อาทิเช่น ทำให้สินค้านั้นขายได้ในราคาสูงขึ้น มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้ามากกว่า เมื่อสินค้านั้นมีคุณสมบัติอื่นเทียบเท่ากับสินค้าของคู่แข่ง

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>18</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### ส่วนประสมทางการตลาด 8P's




### ประเภทของสินค้าและบริการในการตลาดแบบดั้งเดิม

สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1.ประเภทของตลาดแบ่งตามลักษณะของผู้มาติดต่อซื้อขายในตลาด การแบ่งประเภทตามลักษณะของผู้มาติดต่อซื้อขายในตลาดนี้ จะพิจารณารวมถึงวัตถุประสงค์การซื้อสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งตลาดออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

- ตลาดผู้บริโภค เป็นตลาดที่ผู้ซื้อสินค้ามีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า เพื่อนำไปใช้ในการอุปโภคบริโภคสำหรับตนเองหรือบุคคลในครอบครัว ไม่ได้นำไปขายหรือทำการผลิตเป็นสินค้าอื่นต่อไป โดยปกติแล้วจะซื้อเป็นจำนวนน้อย และส่วนมากจะซื้อจากร้านค้าที่มีความสะดวกสบายในการซื้อการตัดสินใจซื้อจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รายได้ ความจำเป็นประโยชน์ และความพึงพอใจ เป็นต้น
- ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม เป็นตลาดที่ผู้ซื้อสินค้ามีวัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อนำสินค้านั้นไปเป็นวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ และนำออกไปจำหน่ายต่อไป โดยการซื้อในแต่ละครั้งนั้นจะซื้อในปริมาณมากผู้ซื้ออาจเป็นบุคคลเดี่ยวหรือกลุ่มบุคคล การตัดสินใจซื้อต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง เช่น ราคา เงื่อนไขการซื้อขาย และเงินทุนของกิจการ เป็นต้น


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>19</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

- ตลาดคนกลาง ผู้ซื้อในตลาดชนิดนี้มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อนำไปขายต่อ หรืออาจกล่าวได้ว่าผู้ซื้อเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคที่มีการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งเป็นปริมาณมาก เนื่องจากต้องมีการสำรองสินค้าไว้ขาย การตัดสินใจซื้อขึ้นกับปัจจัยหลายอย่าง เช่น กำไรที่คาดหวังความเสี่ยงต่อการขาดทุน สภาพและลักษณะของสินค้า เงินทุนหมุนเวียน เป็นต้น


## 2.ประเภทของตลาดแบ่งตามลักษณะเฉพาะของตลาด

การแบ่งตามลักษณะเฉพาะของตลาดนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ

- การตลาดสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรเป็นสินค้าพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยและประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ และเป็นอาชีพหลักของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไทย รายได้จากผลิตรวมเป็นแหล่งที่มาของรายได้หลักจากการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ แต่เกษตรกรซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศยังมีรายได้ต่ำ โดยการศึกษา และขาดความรู้ความชำนาญในเรื่องการตลาด อำนาจในการต่อรองในการซื้อขายผลิตผลจึงมีน้อย ตลาดสินค้าเกษตร ได้แก่ผัก ผลไม้ และอาหารทะเล เป็นต้น
- การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าอุตสาหกรรม หมายถึง สินค้าที่นำไปใช้ในการผลิตเป็นสินค้าอื่นหรือนำไปใช้เพื่อช่วยในการผลิต หรือช่วยในการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นการขายให้กับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยสินค้าอุตสาหกรรมจะแบ่งออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ คือ วัตถุดิบ ส่วนประกอบและชิ้นส่วน เครื่องจักรที่ต้องติดตั้ง เครื่องมือประกอบ วัสดุใช้สอย และบริการทางอุตสาหกรรม นอกจากนั้นตลาดสินค้าอุตสาหกรรม ยังเป็นตลาดที่มีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจโดยรวมเพราะมูลค่าสินค้าที่ซื้อขายกันและจำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีจำนวนมาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	<b>20</b>

- การตลาดระหว่างประเทศ เป็นการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายต่างประเทศ หรือเป็นเรื่องของการส่งสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศออกไปขายให้กับประเทศอื่นและการนำสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาขายในประเทศ รวมทั้งการไปลงทุนทำธุรกิจในต่างประเทศ ซึ่งเป็นการส่งเงินทุนและความรู้ความชำนาญไปต่างประเทศแทนที่จะส่งเป็นสินค้า การตลาดประเภทนี้ช่วยให้รัฐบาลมีรายได้จากภาษีอากรที่ได้มาจากการส่งออกและภาษีขาเข้าเป็นรายได้หลักอีกด้วย สำหรับสินค้าที่ส่งออกของไทย ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เสื้อผ้าสำเร็จรูป แผงวงจรไฟฟ้า และอาหารทะเลกระป๋อง เป็นต้น ส่วนสินค้านำเข้าของไทย ได้แก่ วงจรรวมและไมโครแอสเซมบลี ส่วนประกอบและอุปกรณ์ เครื่องจักร อุปกรณ์โทรคมนาคม/โทรศัพท์ เป็นต้น
- การตลาดบริการ การตลาดบริการส่วนใหญ่แล้วมักจะเกี่ยวกับการบริการ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถระบุและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าได้ โดยการให้บริการนั้นไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการอื่น ๆ การให้บริการอาจจะใช้หรือไม่ใช้สินค้าเป็นองค์ประกอบก็ได้ และหากมีการใช้สินค้าเป็นส่วนประกอบ ก็จะไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นไปให้ผู้ใช้บริการ ประเภทของสินค้าที่อยู่ในตลาดบริการ ได้แก่ การบริการด้านที่พักอาศัยการบริการด้านการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษา การขนส่ง และการสื่อสาร เป็นต้น
- การตลาดทางตรง การตลาดทางตรงเป็นการตลาดโดยใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริมการตลาดโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายและสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ จดหมายตรง แคตตาล็อก โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ที่มุ่งใจให้ผู้บริโภคตอบสนองกลับเพื่อการซื้อ เพื่อรับของตัวอย่างหรือคูปองจากสื่อไปใช้ การตลาดทางตรงปัจจุบันจะไม่รวมถึงการขายโดยพนักงานขายหรือการขายแบบเคาะประตูบ้าน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b>  <b>21</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### ประโยชน์ของการตลาดแบบดั้งเดิม พอสรุปได้ดังนี้

- 1.ประโยชน์ด้านรูปแบบสินค้า** จะเกิดขึ้นกับฝ่ายผลิตโดยตรง จากการที่องค์กรเข้ามาช่วยค้นหาถึงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ จากนั้นก็ส่งข้อมูลให้กับฝ่ายผลิตเพื่อให้ฝ่ายผลิตสามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า
- 2.ประโยชน์ด้านสถานที่** การตลาดได้ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ให้กับลูกค้า เพราะกิจกรรมที่นำสินค้าไปสู่สถานที่ที่ลูกค้าอยู่ จัดเป็นกิจกรรมหนึ่งของงานด้านการตลาดที่ต้องให้ความสำคัญและต้องทำให้ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ
- 3.ประโยชน์ด้านเวลา** การตลาดช่วยสร้างประโยชน์ในด้านการเวลาให้กับลูกค้า เนื่องจากองค์กรต้องมีการจัดเตรียมสินค้าไว้ให้พร้อมอยู่ตลอดเวลา เมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อลูกค้าสามารถได้รับสินค้าได้ตามเวลาที่ต้องการ
- 4.ประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ** การตลาดช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจากการได้เป็นเจ้าของสินค้าต่าง ๆ โดยทำให้ลูกค้ามีโอกาสได้ซื้อสินค้าอีกในครั้งต่อไป
- 5.ประโยชน์ด้านภาพลักษณ์** การตลาดช่วยสร้างคุณค่าหรือภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีมากขึ้นในด้านความรู้สึกรักใคร่ของลูกค้า โดยอาศัยการส่งเสริมการตลาดที่องค์กรได้จัดทำขึ้น เช่น การทำโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ทางด้านต่าง ๆ
- 6.ประโยชน์ด้านรายได้ของประชากร** การตลาดช่วยทำให้ประชากรของประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น จากการเข้ามาทำงานกับองค์กร และจากการขายผลผลิตที่ประชากรมีอยู่ ทำให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น
- 7.ประโยชน์ด้านการค้าระหว่างประเทศ** การตลาดช่วยส่งเสริมให้มีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น ทำให้สินค้าของประเทศไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ ตลอดจนช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นด้วย



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด  
โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด

ใบเนื้อหา  
แผ่นที่ : 3

หน้าที่  
22

ความหมายของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาด โดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน เข้ามาช่วยเพื่อให้เกิดกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งได้แก่การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การสั่งซื้อสินค้า และการขนส่งสินค้าตลอดจนมีการนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังสามารถบันทึกข้อมูลประวัติลูกค้าและข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า เพื่อเก็บไว้ใช้ในการตรวจสอบพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้า และการใช้งานของลูกค้าได้อีกด้วย


#### ความสำคัญของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ก่อให้เกิดนวัตกรรม 3 ประการ ได้แก่

**1.เกิดตลาดใหม่ (New Market)** ผู้ผลิตสินค้าสามารถจำหน่ายสินค้าของตนเองได้ทั่วโลกโดยไม่ต้องอาศัยพ่อค้าคนกลาง ก่อให้เกิดตลาดใหม่ขึ้นอย่างมากมาย ผู้ประกอบการสามารถแสวงหาโอกาสทางการตลาดเองได้ และสามารถเปิดร้านค้าเพื่อให้บริการได้ทั่วโลก

**2.เกิดกระบวนการทำงานในธุรกิจแบบใหม่ (New Business Process)** มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยควบคุมการทำงาน ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ช่วยในการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การนำข้อมูลพื้นฐานของกิจการมาวิเคราะห์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการวางแผนธุรกิจหรือการเก็บข้อมูลของลูกค้า พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อนำมาสร้างเป็นฐานข้อมูลการซื้อ และสามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปพัฒนาซอฟต์แวร์จัดการความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management Software : CRM) หรือมีการวิจัยตลาดเพื่อนำข้อมูลมาช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจขององค์กรได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่ลูกค้าต้องการ มีความสนใจ และผลิตได้รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า

**3.เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ทางด้านดิจิทัล (New Digital Product)** เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ในลักษณะของข้อมูลดิจิทัล (Digital Thing Feature) หรือข้อมูลที่ไม่สามารถจับต้องได้ ที่สามารถนำส่งให้ลูกค้าผ่านทางระบบการสื่อสารข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุน ประหยัดภาษี และประหยัดค่าขนส่ง เนื่องจากสามารถขนส่งสินค้าหรือบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>23</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**ลักษณะของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์** การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นการทำการตลาดรูปแบบใหม่ที่ ผู้ประกอบการและลูกค้ายังไม่คุ้นเคยมากนัก แต่เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าไปมาก รูปแบบ การตลาดจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายในการซื้อ สินค้ามากขึ้น สำหรับลักษณะของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีดังนี้

1.เป็นการทำตลาดที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาในเว็บไซต์มักจะมีจุดมุ่งหมาย เพื่อซื้อสินค้าที่ต้องการเท่านั้น เช่น ลูกค้าที่เข้าไปในเว็บไซต์ขายเสื้อผ้าก็แสดงว่าลูกค้าต้องการซื้อเสื้อผ้าเท่านั้น เป็นต้น

2.เป็นการแบ่งส่วนการตลาดในเชิงพฤติกรรม การจัดกลุ่มลูกค้ามักจะพิจารณาจากความสนใจในคุณค่าที่ลูกค้าให้ ต่อสินค้าหรือบริการใดบริการหนึ่งและวิถีชีวิตของลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรม ของลูกค้า ว่าลูกค้ามีความสนใจในสินค้าประเภทใด


3.เป็นการตลาดแบบตัวต่อตัว ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของตนเอง ซึ่งอาจจะแตกต่างจากผู้อื่น

4.มีลูกค้ากระจายอยู่ทั่วโลก เพราะปัจจุบันนี้ระบบอินเทอร์เน็ตมีกระจายอยู่ทุกพื้นที่ และสามารถ เข้าถึงได้จากทุกพื้นที่ทั่วโลก ทำให้ตลาดในการซื้อขายสินค้านี้มีขนาดกว้างใหญ่ไพศาล ใคร ๆ ก็สามารถซื้อได้

5.เป็นตลาดที่สามารถทำธุรกิจได้ตลอดเวลา ผู้ขายสามารถเปิดขายได้ตลอด 365 วัน 24 ชม. โดยมี มาตรฐานในการขายที่คงที่ ซึ่งคุณลักษณะข้อนี้ทำให้ได้เปรียบการค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งบุคลากรที่เป็นพนักงาน ขายต้องมีการพักผ่อนและมีการกำหนดจำนวนชั่วโมงการทำงานไว้ ถ้าร้านค้าจะขายตลอด 24 ชม. ต้องใช้ พนักงานขายประมาณ 2-3 คนมาผลัดเปลี่ยนกัน ซึ่งจะทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนของทางร้านค้าไปอีก

6.ข้อมูลของสินค้าและบริการ เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะรู้จักสินค้า และรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าจากข้อมูลที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ เนื่องจากการซื้อประเภทนี้จะไม่มีการพบพนักงาน ขายมาคอยแนะนำ

7.ธุรกิจออนไลน์ เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบผสมบนเว็บไซต์ ซึ่งมีทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขาย การชำระเงิน การขนส่ง และกิจกรรมอื่น ๆ ที่ทำให้มีการซื้อขายสินค้านี้ร่วมกันในเว็บไซต์

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบเนื้อหา	หน้า ที่ 24
		แผ่นที่ : 3	

8.เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถโต้ตอบกันได้ทันที โดยผ่านทางช่องทางการพูดคุยที่เว็บไซต์จัดไว้ให้ หรือทางสื่อสังคมออนไลน์

9.เป็นการดำเนินธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำ เพราะใช้บุคลากรจำนวนน้อย การสื่อสารการตลาดทำได้รวดเร็ว และเปลี่ยนแปลงได้ง่าย นอกจากนี้ยังไม่จำเป็นต้องมีทรัพย์สินถาวรที่มีราคาสูง เช่น อาคารสำนักงาน อุปกรณ์สำนักงาน และโกดังเก็บสินค้า เนื่องจากการติดต่อพูดคุยกับลูกค้าสามารถทำได้บนคอมพิวเตอร์

10.สินค้าบางประเภทจะถูกจัดส่งให้ลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว เช่น การดาวน์โหลดเพลง เกม คอมพิวเตอร์ หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยสินค้าประเภทนี้จะถูกจัดส่งให้ลูกค้าได้ทันทีที่ลูกค้าชำระเงินค่าสินค้าแล้ว

**ประเภทของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์** การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งประเภทตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้ 9 ประเภท ดังตารางต่อไปนี้

ประเภท	ธุรกิจ Business	รัฐบาล Government	ผู้บริโภค (Consumer) หรือ ประชาชน (Citizen)
ธุรกิจ (Business)	B2B	B2G	B2C
รัฐบาล (Government)	G2B	G2G	G2C
ผู้บริโภค (Consumer) หรือ ประชาชน (Citizen)	C2B	C2G	C2C

### ประเภทของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1.ภาคธุรกิจกับภาคธุรกิจ (Business-to-Business : B2B)เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง ซึ่งทั้งสองฝ่ายสามารถเป็นได้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อไม่ว่าจะเป็นระหว่างผู้ผลิตด้วยกันหรือผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งก็ตาม การทำการตลาดแบบ B2B นี้ จะส่งผลให้เกิดคู่ค้าทางธุรกิจที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ตรึงกันได้เป็นอย่างดี เนื่องจากธุรกิจในยุคปัจจุบันจะเติบโตได้ต่างต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และธุรกิจบางประเภทไม่ได้ผลิตสินค้าที่หลากหลาย แต่จะเจาะจงผลิตสินค้าที่เป็นภาพลักษณ์ของธุรกิจเท่านั้น ตัวอย่างเช่น บริษัทผลิตรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า (Toyota) ส่งซื้อยางรถยนต์จากบริษัท มิชลิน (Michelin) เพื่อนำมาประกอบเป็นรถยนต์ส่งให้ลูกค้า เป็นต้น



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด  
โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด

ใบเนื้อหา

หน้าที่

แผ่นที่ : 3

25


2.ภาคธุรกิจกับภาครัฐบาล (Business-to-Government : B2G) เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับหน่วยงานรัฐบาล ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการเสนอขายสินค้าหรือบริการให้แก่ภาครัฐผ่านทางเว็บไซต์ เช่น บริษัท A เสนอขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้กับรัฐบาล บริษัท B รับเหมาก่อสร้างตึกให้กับรัฐบาล เป็นต้น

3.ภาคธุรกิจกับผู้บริโภค (Business-to-Consumer : B2C) เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค โดยฝ่ายผู้ประกอบการจะเป็นผู้ขายสินค้า และฝ่ายผู้บริโภคจะเป็นลูกค้าซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้า ตัวอย่างเช่นการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ โดยเว็บไซต์ดังกล่าวจะมีการจัดเตรียมแค็ตตาล็อกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้ลูกค้าสามารถเข้ามาค้นหา เลือกชม และเลือกซื้อสินค้าได้ตามใจชอบ ลักษณะที่สำคัญของการตลาดประเภท B2C ก็คือ ผู้บริโภคสามารถติดต่อซื้อสินค้ากับทางผู้ขายสินค้าได้โดยตรงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ดังนั้นจึงทำให้ราคาสินค้าหรือบริการมีราคาถูกกว่าตามท้องตลาดทั่วไป เช่น [www.shopee.co.th](http://www.shopee.co.th)

4. ภาครัฐบาลกับธุรกิจ (Government-to-Business : G2B) เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างหน่วยงานรัฐบาลกับธุรกิจ ส่วนใหญ่การดำเนินงานในลักษณะนี้มักจะเป็นการให้บริการของภาครัฐกับหน่วยงานธุรกิจ เช่น การเสียภาษีนิติบุคคลหรือการแจ้งงบการเงินต่อภาครัฐผ่านเว็บไซต์กรมสรรพากร ([www.rd.go.th](http://www.rd.go.th)) หรือ e-Revenue เป็นต้น

5.ภาครัฐบาลกับภาครัฐบาล (Government-to-Government : G2G) เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างภาครัฐด้วยกัน ซึ่งอาจจะทำธุรกรรมระหว่างภาครัฐในประเทศไทยและระหว่างประเทศ เช่น การซื้อขายข้าวแบบ G2G การแลกเปลี่ยนยางพารากับมันสำปะหลังระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน เป็นต้น หรือการใช้ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Government Fiscal Management Information System หรือ GFMS) ที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการด้านการเงินของหน่วยงานภาครัฐในประเทศ

6.ภาครัฐกับประชาชน (Government-to-Citizens : G2C) เป็นรูปแบบการให้บริการระหว่างภาครัฐกับประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ กับภาครัฐได้สะดวกขึ้น เช่น การรับชำระภาษีบุคคลธรรมดาผ่านเว็บไซต์ การทำรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government หรือ e-Citizen) และการใช้ Smart Card ในการให้บริการประชาชนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือใช้ในการเลือกตั้งในอนาคต เป็นต้น

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>26</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

7. ภาคผู้บริโภคกับภาคธุรกิจ (Consumer-to-Business : C2B) เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการในอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งในรูปแบบนี้ผู้บริโภคจะกลับมามีสถานะเป็นผู้ค้าและมีบทบาทในการต่อรองเพื่อตั้งราคาสินค้า โดยผู้ประกอบการจะเป็นคนกลางในการนำราคาที่ถูกค้าเสนอ ส่งให้กับผู้ขายพิจารณาว่าสามารถจำหน่ายในราคานี้ได้หรือไม่ ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ Priceline.com จะกำหนดให้ผู้บริโภคสามารถตั้งราคาสินค้าและบริการได้ด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นตั๋วเครื่องบิน ที่พักในโรงแรม การเช่ารถยนต์ รวมไปถึงการจัดหาสถาบันการเงินเพื่อที่พักอาศัย เช่น ถ้าลูกค้าต้องการตั๋วเครื่องบินเพื่อเดินทาง ทาง Priceline จะทำหน้าที่เป็นคนกลางในการติดต่อกับสายการบินต่าง ๆ เพื่อประมูลตั๋วเครื่องบิน และเมื่อมีสายการบินใด ๆ ตอรับและให้ราคาต่ำกว่าที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็ถือว่าทาง Priceline สามารถปิดการขายได้ โดยกำไรที่ทาง Priceline ได้นั้น จะเกิดจากส่วนต่างของราคาตั๋วเครื่องบินกับราคาที่ลูกค้าตั้งไว้


8.ภาคผู้บริโภคกับรัฐบาล (Consumer-to-Government : C2G) เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคกับรัฐบาล เช่น การส่ง e-mail เข้าไปยังหน่วยงานภาครัฐ หรือการร้องเรียนผ่านระบบ e-mail ของพรรคการเมืองหรือผู้แทนราษฎร

9.ภาคผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer-to-Consumer : C2C) เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคด้วยกันเอง โดยจะทำธุรกรรมผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการประกาศขายสินค้ามือสองหรือการแลกเปลี่ยนสินค้า ถ้าหากผู้ซื้อและผู้ขายมีความพอใจในสินค้า ทั้งสองฝ่ายก็จะตกลงซื้อขายกันเอง จากนั้นก็ทำการนัดสถานที่เพื่อชำระเงินหรือเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ Kaidee.com ที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคในการแลกเปลี่ยนซื้อขายระหว่างกัน หรือการประกาศซื้อขายสินค้ามือสองใน thai2hand.com การประกาศฝากขายสินค้าในเว็บประมูล ebay.com หรือการประกาศขายสินค้าโดยการตั้งกระทู้สนทนาในเว็บไซต์เพื่อขายสินค้า เช่น pantip.com เป็นต้น

#### ประเภทของสินค้าและบริการในการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

แบ่งประเภทตามการขนส่งได้ 3 ประเภท คือ

1.สินค้าที่จับต้องได้ (Hard Goods) เป็นสินค้าที่ผู้ขายต้องจัดส่งไปให้ผู้ซื้อ โดยผู้ขายสินค้าประเภทนี้จะต้องจัดหาบริษัทขนส่งสินค้าเอง ต้องศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการจัดส่งของแต่ละบริษัท อาทิ การคำนวณค่าขนส่ง ประเภทสินค้าที่ขนส่งและปริมาณการขนส่ง เป็นต้น เพราะบางบริษัทอาจไม่รับขนส่งสินค้าที่เน่าเสียง่าย เช่น ดอกไม้ และผลไม้ เป็นต้นถ้าผู้ขายขายสินค้าประเภทนี้ จะต้องจัดหาบริษัทขนส่งที่สามารถให้บริการสินค้าประเภทนี้ได้ นอกจากนี้บริษัทยังต้องจัดการเกี่ยวกับโกดังสินค้า เพราะต้องสต็อกสินค้าเอาไว้เพื่อเตรียมขาย และควรมีการกระจายโกดังสินค้าไว้ตามภาคต่าง ๆ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	<b>27</b>

**2.สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Soft Goods)** เป็นสินค้าที่ผู้ขายไม่จำเป็นต้องจัดส่งให้ผู้ซื้อ เพราะสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อสามารถดาวน์โหลดจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ขาย มาเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ซื้อได้ สินค้ากลุ่มนี้ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูลประเภทต่าง ๆ เกมคอมพิวเตอร์ และเพลง เป็นต้น การขาย สินค้าประเภทนี้ใช้เงินลงทุนต่ำกว่าประเภทแรก เพราะไม่ต้องมีโกดังเก็บสินค้าและไม่ต้องมีหน้าร้าน ทำให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายไปได้ แต่ผู้ขายสินค้าประเภทนี้จะต้องลงทุนทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งบางครั้งจะต้องใหญ่ซื้อดาวน์โหลดโปรแกรมบางโปรแกรมก่อน จึงจะสามารถให้บริการของผู้ขายได้


**3.บริการ (Service)** เป็นบริการที่ผู้ขายจัดขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยไม่ไดขายสินค้าหรือบริการแต่อย่างใด บริการที่เสนออาจเป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ต เช่น บริการของอินเทอร์เน็ตเซอร์วิสโพรไวเดอร์ (Internet Service Provider : ISP) ที่ให้บริการกับเจ้าของร้านค้าหรือบุคคลทั่วไป ในการจับจองเนื้อที่ของเว็บไซต์เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ หรือบางบริการอาจเป็นบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับระบบอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมของข้อมูลข่าวสาร ที่เรียกว่า พอร์ทัลไซต์ (Portal Site) ซึ่งให้บริการในการค้นหาข้อมูล ซึ่งเรียกว่า เสิร์ชเอนจิน (Search Engine) ผู้ที่ต้องการข้อมูลไม่ว่าจะเป็นข้อมูลใด ๆ สามารถค้นหาได้โดยพิมพ์คำหรือข้อความที่ต้องการ จากนั้นเว็บไซต์ก็จะทำการค้นหาข้อมูลมาให้

### **อุปกรณ์/เครื่องมือของการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์**

**1.อีเมล (E-mail)** เป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถส่งได้ทั้งข้อความและรูปภาพได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งประหยัดเงินและเวลาได้มาก ปัจจุบันมีอีเมลให้เลือกใช้ทั้งที่เป็นบริการฟรีอย่าง Outlook และ Gmail และอีเมลขององค์กรที่สร้างขึ้นเอง

**2.เว็บแบนเนอร์ (Web Banner)** เป็นการนำแบนเนอร์การโฆษณาของธุรกิจหรือบริษัทที่มีรายการโฆษณา เพื่อส่งเสริมการขายให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็น หรือเป็นการทำกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทที่ต้องการให้เผยแพร่ออกไปสู่สาธารณชน โดยสามารถนำโฆษณานั้นมาวางในเว็บไซต์ของเรา เมื่อมีคนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์แล้วไปคลิกที่ป้ายโฆษณานั้น ทางระบบก็จะบันทึกรายการการเยี่ยมชมเพื่อสร้างรายได้ให้แก่เจ้าของเว็บไซต์นั้น ๆ

**3.เว็ลด์ไวต์เว็บ (WWW)** เป็นการจัดทำเว็บไซต์เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้า การขายสินค้า การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าและประชาชนทั่วไป

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>28</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**4.เว็บไซต์ (Web Board)** เป็นการจัดทำกระดานข่าว เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เยี่ยมชมเข้ามาเสนอความคิดเห็น ให้ข้อมูล ตั้งคำถาม ตอบคำถาม หรือพูดคุยกันในเรื่องต่าง ๆ ที่สนใจ ถ้าเป็นทางการตลาด อาจใช้ในการรีวิวสินค้า โดยให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าไป เข้ามาเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ลูกค้าคนอื่นรู้จักสินค้าซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าประเภทหนึ่งที่มีต้นทุนต่ำมาก

**5.เสิร์ชเอนจิน (Search Engine)** เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ในระบบอินเทอร์เน็ต โดยการพิมพ์คำหรือข้อความที่ต้องการค้นหาลงไป จากนั้นโปรแกรมจะทำการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ มาให้ ปัจจุบันเว็บไซต์ที่เป็นเสิร์ชเอนจินที่ได้รับความนิยม ได้แก่ google.com, yahoo.com และ bing.com เป็นต้น

**6.เว็บบล็อก (Web Blog)** เป็นเว็บไซต์สำเร็จรูปที่ให้คุณคนทั่วไปเข้ามาสร้างบล็อก เพื่อบันทึกข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ ได้ โดยผู้ใช้จะต้องสมัครสมาชิกก่อน จากนั้นจึงเข้าไปสร้างเรื่องราวหรือเขียนข้อมูลต่าง ๆ เช่น อาหาร การท่องเที่ยว หรือการศึกษา เป็นต้น ซึ่งข้อมูลในบล็อกสามารถเป็นได้ทั้งข้อความ รูปภาพ และภาพเคลื่อนไหว

**7.โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network)** เป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยน และแบ่งปันข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ผ่านทางระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือหรือระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลก โดยจะพบว่ามีหลาย ๆ คนใช้สังคมออนไลน์ในการติดต่อกับเพื่อนและครอบครัว หลาย ๆ ธุรกิจก็ใช้สังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการทำการตลาด การติดต่อซื้อขายกับลูกค้า และการนำเสนอสินค้าสู่ท้องตลาดเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งทางการแข่งขันในเชิงธุรกิจ โดยปัจจุบันมีโปรแกรมที่ทำหน้าที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยม เช่น Facebook, Line, Twitter และ Tiktok เป็นต้น

### **ประโยชน์ของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์**

สำหรับผู้ประกอบการ

**1.ประหยัดเงิน** เพราะเอกสารประกอบการขาย เช่น แค็ตตาล็อก โบรชัวร์ และเอกสารอื่น ๆ เกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้า ไม่จำเป็นต้องพิมพ์ในกระดาษ ทำให้ผลิตเอกสารได้รวดเร็ว สวยงาม นอกจากนี้ยังสามารถปรับเปลี่ยนเอกสารเหล่านี้ได้โดยไม่ต้องพิมพ์ใหม่ การจัดส่งก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเอกสาร เหตุผลเหล่านี้ทำให้มีต้นทุนในการสื่อสารต่ำลง



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด  
โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด

ใบเนื้อหา

หน้าที่

แผ่นที่ : 3

29

2.ประหยัดเวลา และขั้นตอนทางการตลาด เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลาในการผลิตเอกสารสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้า รวมทั้งทางด้านการประสานงานกับบริษัทโฆษณา ลดขั้นตอนในการให้พนักงานขายออกไปพบลูกค้า ผู้ประกอบการสามารถเสนอข้อมูลให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรือเฉพาะเจาะจง ผู้ประกอบการก็สามารถจัดทำและส่งให้ถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้การซื้อขายสะดวกรวดเร็วขึ้น

3.ผู้ประกอบการสามารถกำหนดขั้นตอนกระบวนการในการซื้อสินค้าได้ เพราะการขายบนเว็บไซต์นั้น ผู้ประกอบการสามารถกำหนดขั้นตอนในการซื้อ และให้ลูกค้าดำเนินการซื้อสินค้าตามขั้นตอนที่กำหนดได้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีการกำหนดรูปแบบในการสั่งซื้อ เพียงแค่ลูกค้าคลิกเมาส์เลือกรายการสินค้าที่ต้องการลงในตะกร้าสินค้าเท่านั้น กระบวนการสั่งซื้อก็สิ้นสุดลง ซึ่งนับว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และตรงกับความต้องการของลูกค้า


4.ผู้ประกอบการสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้มากที่สุดเท่าที่ลูกค้าต้องการได้ ข้อมูลที่ให้กับลูกค้าจะเป็นมาตรฐาน ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับการตลาดแบบดั้งเดิมที่ใช้พนักงานเป็นผู้ให้ข้อมูลกับลูกค้า มาตรฐานของข้อมูลที่ได้อาจจะไม่เหมือนกันซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะขึ้นอยู่กับความเมื่อยล้า ความเหนื่อยและอารมณ์ของพนักงาน

5.ตลาดซื้อขายแบบอิเล็กทรอนิกส์มีความกว้างใหญ่ไพศาล สามารถขายให้กับลูกค้าได้ทั่วโลก ขายได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้นระยะทางและเวลาจะไม่นับอุปสรรคสำหรับการขาย

6.ช่วยลดอุปสรรคในการขายสินค้าในบางประเทศ เพราะสามารถขายให้กับทุกคนที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ ดังนั้นกฎระเบียบและข้อจำกัดต่าง ๆ ทางการค้าในบางประเทศ ซึ่งเคยเป็นอุปสรรคในการตลาดแบบดั้งเดิมจะไม่นับอุปสรรคอีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อขายสินค้าด้วยวิธีการดาว์นโหลด

7.สามารถซื้อขายสินค้าและติดต่อสื่อสารได้ตลอดเวลา ลูกค้าสามารถสั่งซื้อหรือสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้ง 365 วัน เพราะตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีเวลาเปิด/ปิดเหมือนตลาดแบบดั้งเดิม จึงทำให้สามารถซื้อขายได้ตลอดเวลา

8.สามารถทำการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าได้กว้างขวาง เพราะสามารถเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้ ลูกค้าที่สนใจสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์อื่นได้ ทำให้เข้าถึงสินค้าได้หลากหลายช่องทาง

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	<b>30</b>

9. ข้อมูลของลูกค้ามีประโยชน์ต่อองค์กร เพราะจะทำให้พนักงานการตลาดสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ มาปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนสามารถนำข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นของลูกค้ามาใช้ในการปรับปรุงสินค้า การบริการ ราคา วิธีการขนส่ง และกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ได้

10. ผู้ประกอบการสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของบริษัทคู่แข่งได้ โดยการเข้าไปในเว็บไซต์ของบริษัทคู่แข่ง ก็จะทราบกลยุทธ์การตลาดของบริษัทคู่แข่ง ทำให้สามารถนำมาปรับแผนการตลาดได้อย่างรวดเร็ว


#### ประโยชน์ของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1. ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าและบริการได้ทั่วโลก ทำให้ได้รับสิ่งที่ดีที่สุด และตรงกับความต้องการ
2. ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าน้อยลง เพราะผู้ขายไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง ทำให้สินค้ามีราคาถูก นอกจากนี้ผู้ขายมักจะขายในราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง จึงทำให้ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบราคาได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และสามารถเลือกซื้อสินค้าในราคาที่ยอมรับได้

3. ผู้ซื้อประหยัดเวลาในการเลือกซื้อ เพราะสามารถหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ส่วนในการตลาดแบบดั้งเดิมนั้น ผู้ซื้อต้องเดินทางหลายแห่งหรือต้องเดินทางออกจากบ้านเพื่อไปยังสถานที่ขายสินค้า และเมื่อไปถึงสถานที่ขายแล้ว ก็อาจจะไม่มีสินค้าตามที่ต้องการหรือไม่ครบตามที่ต้องการก็ได้ แต่การเลือกซื้อบนเว็บไซต์ ผู้ซื้อสามารถเลือกดูสินค้าและเปรียบเทียบสินค้าในแต่ละเว็บไซต์ได้ จนกว่าจะได้สินค้าที่พึงพอใจมากที่สุดจึงทำการสั่งซื้อ

#### คุณสมบัติของนักการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่จะประสบความสำเร็จ

- มีความคิดสร้างสรรค์
- ต้องเป็นผู้ที่รู้จักพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง
- เป็นผู้ไวต่อการเปลี่ยนแปลง
- เป็นนักประสานงานที่ดี
- มีความเป็นมืออาชีพ
- เป็นผู้มีความกระตือรือร้น
- เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>31</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### สาเหตุที่การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไม่ประสบความสำเร็จ

- ใช้สื่อออนไลน์เพียงอย่างเดียวในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
- ไม่ดูแลเว็บไซต์อย่างจริงจัง ขาดการดูแลทำให้ลูกค้าไม่กลับเข้ามาดูข้อมูลต่าง ๆ ในเว็บไซต์อีก
- ดำเนินงานโดยขาดความเป็นมืออาชีพ บุคลากรด้านต่าง ๆ ไม่สัมพันธ์งานด้านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
- ไม่ปรับกลยุทธ์หรือปรับกลยุทธ์ซ้ำเกินไป การตลาดอิเล็กทรอนิกส์จะต้องเป็นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่ทันสมัยและรวดเร็ว
- ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีมากเกินไปจนลืมความสำคัญทางการตลาด
- ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบมวลชน (Mass Market) เจาะกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก
- เน้นข้อมูลมากเกินไป ซึ่งบางครั้งเป็นข้อมูลที่ไม่จำเป็นสำหรับลูกค้า และไม่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ใด ๆ ต่อบริษัท
- ขาดบุคลากรที่มีความรู้ในตัวสินค้าและการเข้าถึงเทคโนโลยีในการดูแลเว็บไซต์
- ขั้นตอนการใช้งานเว็บไซต์ยุ่งยาก เช่น ค้นหาสินค้ายาก กรอกข้อมูลมาก และมีขั้นตอนชำระเงินที่ยุ่งยาก
- ขาดรายละเอียดของข้อมูลในการสั่งซื้อบนเว็บไซต์


### ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

- การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing) เป็นส่วนผสมของแนวความคิดทางการตลาดและทางเทคนิครวมเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งด้านการออกแบบ (Design) การพัฒนา (Development) การโฆษณาและการขาย (Advertising and Sales) เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจและลูกค้า เนื่องจากระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสนับสนุนการร้องขอข้อมูลของลูกค้าการจัดเก็บประวัติ และพฤติกรรม การซื้อของลูกค้าเอาไว้ รวมถึงสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนลูกค้าและการรักษาฐานข้อมูลลูกค้า (Customer Acquisition and Retention) และอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจอย่างสมบูรณ์

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>32</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

- การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) ส่วนการตลาดแบบดั้งเดิม จะมีรูปแบบที่แตกต่างจาก E-Marketing อย่างชัดเจน โดยการตลาดแบบดั้งเดิมนั้นจะมีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย จะไม่เน้นทำกับกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ และมักจะใช้วิธีการแบ่งส่วนตลาด (Marketing Segmentation) โดยใช้เกณฑ์สภาพประชากรศาสตร์หรือสภาพภูมิศาสตร์ และสามารถครอบคลุมได้ในบางพื้นที่ ในขณะที่ถ้าเป็น E-Marketing จะสามารถครอบคลุมได้ทั่วโลก ด้วยเหตุนี้ธุรกิจต่าง ๆ จึงได้ให้ความสนใจกับระบบอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก รวมถึงได้มีการนำเอาแนวคิด E-Marketing มาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อทำการตลาดออนไลน์ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

ปัจจัย	การตลาดแบบดั้งเดิม	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์
ลูกค้า	หลากหลาย	ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และส่วนใหญ่มีความรู้ค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่เป็นคนในเมือง
การวิจัยตลาด	มักทำกับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม ๆ	ทำกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
ส่วนแบ่งการตลาด	ใช้เกณฑ์สภาพภูมิศาสตร์ และประชากรศาสตร์เป็นหลัก	ใช้เกณฑ์พฤติกรรมศาสตร์เป็นหลัก
ประเภทสินค้า	มักจะแบ่งตามพฤติกรรมซื้อ คือ แบ่งเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรมและบริการ	แบ่งตามวิธีการขนส่ง คือ สินค้าที่ต้องใช้บริการการจัดส่งกับสินค้าที่ดาวน์โหลดจากระบบอินเทอร์เน็ต
สินค้า	บริษัทพัฒนาสินค้าแล้วทดสอบการยอมรับจากผู้บริโภค	ส่วนมากเป็นการผลิตตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความยืดหยุ่นสูง
ราคา	กำหนดโดยบริษัท	ขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการที่ลูกค้าเลือก ดังนั้นลูกค้าจึงเป็นผู้กำหนดราคา
การจัดการการขาย	ลูกค้าที่ใจมาข้อมูลจากการนำเสนอของพนักงานขายหรือสื่อโฆษณาอื่น ๆ	เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ผู้ซื้อเป็นผู้เลือกข้อมูลตามความต้องการของตน
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือผ่านพนักงานขาย	ขายตรงไปยังลูกค้า
การครอบคลุมเขตการขาย	ครอบคลุมเป็นบางพื้นที่	สามารถขายได้ทุกที่ทั่วโลก
การสื่อสารการตลาด	ใช้ทั้งกลยุทธ์หลัก และกลยุทธ์ตั้ง คือ โฆษณาทั้งคนกลางและผู้บริโภค	ใช้กลยุทธ์ตั้ง คือ โฆษณาโดยตรงไปยังผู้บริโภค
ระยะเวลา	จะใช้เวลาค่อนข้างนานในการตอบโต้	ใช้เวลาในการโต้ตอบอย่างรวดเร็ว
ภาษาที่ใช้	ใช้ภาษาที่เป็นทางการ	ภาษาที่ใช้ค่อนข้างอิสระเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนได้ง่าย
การพูดคุยกับกลุ่มผู้บริโภค	ส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารผ่านอีเมล หรือโทรศัพท์	เน้นความรวดเร็ว มีการโต้ตอบกันทันที

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบ</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>33</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 4.1**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

1. การตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์หมายถึงอะไร จงอธิบาย

.....

.....

.....

.....

2. การตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญอย่างไรบ้าง จงอธิบาย

.....

.....

.....

.....

3. จงอธิบายถึงประเภทสินค้าของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ มาพอสังเขป


.....

.....

.....

.....

.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบ</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>34</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

**ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 4.1 (ต่อ)**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

4. จงอธิบายถึงประโยชน์ของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาด้านละ 5 ข้อ

.....

.....

.....

.....

.....

5. ถ้าเพื่อนของนักเรียนต้องการขายสินค้าไอทีที่อุป นักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนทำการตลาดแบบใด ระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเหตุใด จงอธิบาย


.....

.....

.....

.....

.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>35</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### ใบเฉลยแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 4.1

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. 1. การตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์หมายถึงอะไร จงอธิบาย

**แนวคำตอบ** การตลาดแบบดั้งเดิม เป็นการตลาดที่จะไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เพราะจะเป็นการสื่อสารเพียงด้านเดียว เช่น การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ป้ายตามสถานที่ต่าง ๆ และลูกค้าจะไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นอะไรได้ เพราะเป็นการรับสารอยู่ฝ่ายเดียว จึงทำให้การตอบรับต่าง ๆ หรือได้ผลลัพธ์ค่อนข้างช้าและไม่แม่นยำ

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาด โดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่ทันสมัย และสะดวกต่อการใช้งานเข้ามาช่วยเพื่อให้เกิดกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การสั่งซื้อสินค้า และการขนส่งสินค้า ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย

2. การตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญอย่างไรบ้าง จงอธิบาย


**แนวคำตอบ** การตลาดแบบดั้งเดิม มีความสำคัญต่อด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2. ความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการขององค์กรไปสู่ผู้บริโภค นำรายได้มาสู่องค์กร และช่วยให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดขององค์กร

3. ความสำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร สามารถนำการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้

4. ความสำคัญต่อผู้บริโภค ผู้บริโภคจะสามารถเลือกสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และทำให้สินค้าหรือบริการมีราคาที่ถูกลง

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเฉลย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>36</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

3. จงอธิบายถึงประเภทสินค้าของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ มาพอสังเขป

**แนวคำตอบ** ประเภทของสินค้าของการตลาดแบบดั้งเดิม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ประเภทของตลาดแบ่งตามลักษณะของผู้มาติดต่อซื้อขายในตลาด แบ่งออกได้ 3 ประเภทดังนี้

1. ตลาดผู้บริโภค : เป็นตลาดที่ผู้ซื้อสินค้ามีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้ในการอุปโภคบริโภคสำหรับตนเองหรือบุคคลในครอบครัว ไม่ได้นำไปขายหรือทำการผลิตเป็นสินค้าอื่นต่อไป

2. ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม : เป็นตลาดที่ผู้ซื้อ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำสินค้านั้นไปเป็นวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่และนำออกไปจำหน่ายต่อไป

3. ตลาดคนกลาง : ผู้ซื้อในตลาดชนิดนี้มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อนำไปขายต่อ

2. ประเภทของตลาดแบ่งตามลักษณะเฉพาะของตลาด สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การตลาดสินค้าเกษตร : เป็นสินค้าพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

2. การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม : เป็นสินค้าที่นำไปใช้ในการผลิตเป็นสินค้าอื่นหรือนำไปใช้เพื่อช่วยในการผลิต หรือช่วยในการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นการขายให้กับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3. การตลาดระหว่างประเทศ : เป็นการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายต่างประเทศหรือเป็นเรื่องของการส่งสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศออกไปขายให้กับประเทศอื่น และการนำสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาขายในประเทศ รวมทั้งการไปลงทุนทำธุรกิจในต่างประเทศ

4. การตลาดบริการ : ส่วนใหญ่แล้วมักจะเกี่ยวกับการบริการ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถระบุและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าได้

5. การตลาดทางตรง : เป็นการตลาดที่ใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงเพื่อให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง

ประเภทสินค้าของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ แบ่งประเภทตามการขนส่งได้ 3 ประเภท คือ

1. สินค้าที่จับต้องได้ (Hard Goods) : เป็นสินค้าที่ผู้ขายต้องจัดส่งไปให้ผู้ซื้อ โดยผู้ขายสินค้าประเภทนี้จะต้องจัดหาบริษัทขนส่งสินค้าเอง ต้องศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการจัดส่งของแต่ละบริษัท

2. สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Soft Goods) : เป็นสินค้าที่ผู้ขายไม่จำเป็นต้องจัดส่งให้ผู้ซื้อ เพราะสินค้านี้เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อสามารถดาวน์โหลดจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ขายมาเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ซื้อได้

3. บริการ (Service) : เป็นบริการที่ผู้ขายจัดขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยไม่ได้ขายสินค้าหรือบริการแต่อย่างใด



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด  
โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด


ใบเฉลย  
แบบฝึกหัด  
แผ่นที่ : 3

หน้าที่  
37

4. จงอธิบายถึงประโยชน์ของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาด้านละ 5 ข้อ

**แนวคำตอบ ประโยชน์ของการตลาดแบบดั้งเดิม**

1. ประโยชน์ด้านรูปแบบสินค้า : เกิดขึ้นกับฝ่ายผลิตโดยตรง จากการที่องค์กรเข้ามาช่วยค้นหาถึงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ
  2. ประโยชน์ด้านสถานที่ : ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ให้กับลูกค้า เพราะกิจกรรมที่นำสินค้าไปสู่สถานที่ที่ลูกค้าอยู่ จัดเป็นกิจกรรมหนึ่งของงานด้านการตลาดที่ต้องให้ความสำคัญและต้องทำให้ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ
  3. ประโยชน์ด้านเวลา : ช่วยสร้างประโยชน์ในด้านเวลาให้กับลูกค้า เนื่องจากองค์กรต้องมีการจัดเตรียมสินค้าไว้ให้พร้อมอยู่ตลอดเวลาเมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อ ลูกค้าสามารถได้รับสินค้าได้ตามเวลาที่ต้องการ
  4. ประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ : ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจากการได้เป็นเจ้าของสินค้าต่าง ๆ โดยทำให้ลูกค้ามีโอกาสได้ซื้อสินค้าอีกในครั้งต่อไป
  5. ประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ : ช่วยสร้างคุณค่าหรือภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีมากขึ้นในด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้า โดยอาศัยการส่งเสริมการตลาดที่องค์กรได้จัดทำขึ้น
  6. ประโยชน์ด้านรายได้ของประชากร : ช่วยทำให้ประชากรของประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้ามาทำงานกับองค์กร และจากการขายผลผลิตที่ประชากรมีอยู่ ทำให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น
5. ถ้าเพื่อนของนักเรียนต้องการขายสินค้าโอท็อป นักเรียนจะแนะนำให้เพื่อนทำการตลาดแบบใด ระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเหตุใด จงอธิบาย
- คำตอบขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและเหตุผลของนักเรียนแต่ละคน**


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบ ปฏิบัติงาน	หน้า ที่ 38
		แผ่นที่ : 1	

**ใบปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 4.1**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ผู้เรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. ผู้เรียนอธิบายความหมายของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ตามความเข้าใจของผู้เรียน มาพอสังเขป
2. ผู้เรียนคิดว่าการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจอย่างไรบ้างจงอธิบาย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใ้เกณฑ์การ ประเมินผลการ ปฏิบัติงาน	หน้าที่ 39
		แผ่นที่ : 1	

**ใ้เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 4.1**

**ข้อพิจารณา**


1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์

**การให้คะแนน**

1. คะแนนเต็มข้อละ 3 คะแนน
2. การพิจารณาให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน

**เกณฑ์การให้คะแนน**

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	3	2	1	0
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์				
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ				
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์				
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน				
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์				

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>40</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 4.1

เกณฑ์การตัดสินคุณภาพ

ช่วงคะแนน	ระดับคุณภาพ
12 – 15	ดีมาก
9 – 11	ดี
5 -8	พอใช้
0 – 4	ปรับปรุง

เกณฑ์การประเมิน

เกณฑ์ผ่าน : ร้อยละ 60 หรือได้คะแนนในระดับคุณภาพ ดีมาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบประเมินผล</b> <b>การปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>41</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 4.1**


ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

รายการปฏิบัติงาน					รวมคะแนน
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	
	3	2	1	0	
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์					
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ					
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์					
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน					
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์					
<b>รวมคะแนน</b>					
คิดเป็นร้อยละ (ของคะแนนเต็ม ..... คะแนน)					
ผลการประเมินอยู่ในระดับ .....					

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

...../...../.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบเฉลยการ</b> <b>ปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>42</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### ใบเฉลยการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 4.1

**คำชี้แจง :** ผู้เรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. ผู้เรียนอธิบายความหมายของการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ตามความเข้าใจของผู้เรียนมาพอสังเขป
2. ผู้เรียนคิดว่าการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจอย่างไรบ้างจงอธิบาย

การตลาดแบบดั้งเดิม หมายถึง การทำการตลาดผ่านช่องทางที่ไม่ใช่ระบบดิจิทัล เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา การแจกใบปลิว หรือการขายผ่านหน้าร้าน ซึ่งมุ่งเน้นการสื่อสารทางเดียวจากธุรกิจไปยังลูกค้า

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing) คือ การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย อีเมล แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ หรือโฆษณาบน Google และ Facebook โดยเน้นการสื่อสารแบบสองทางที่ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมมากขึ้น


**ความสำคัญของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ต่อองค์กรธุรกิจในปัจจุบัน** เข้าถึงลูกค้าได้กว้างและรวดเร็ว: ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการตลาดแบบดั้งเดิม

- **วัดผลได้ชัดเจน:** สามารถติดตามพฤติกรรมลูกค้า การคลิก การซื้อ และผลตอบรับได้แบบเรียลไทม์
- **ปรับกลยุทธ์ได้ทันที:** หากแคมเปญใดไม่ได้ผล สามารถปรับเปลี่ยนได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาและงบประมาณมาก
- **สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า:** การใช้โซเชียลมีเดียช่วยให้ธุรกิจสามารถพูดคุย ตอบคำถาม และรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าได้โดยตรง
- **เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน:** ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ หากใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ



### ส่วนที่ 3

การสร้างแบบทดสอบหลังเรียน แบบโมดูล


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>43</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 4.1

- คำชี้แจง :**
- แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ
  - ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  - เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 20 นาที

**คำชี้แจง จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว**

- ข้อใดไม่ใช่ประเภทของตลาดในระบบการตลาดที่ถูกต้อง
  - ตลาดแข่งขันสมบูรณ์
  - ตลาดการแข่งขันแบบผูกขาด
  - ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม
  - ตลาดผูกขาด
- ข้อใดไม่จัดอยู่ในส่วนประสมทางการตลาด
  - การวางแผน (Plan)
  - ผลิตภัณฑ์ (Product)
  - ราคา (Price)
  - การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ข้อใดไม่ใช่การแบ่งประเภทของตลาดตามลักษณะเฉพาะของตลาดแบบดั้งเดิม
  - การตลาดผู้บริโภค
  - การตลาดระหว่างประเทศ
  - การตลาดบริการ
  - การตลาดทางตรง
- ข้อใดไม่ใช่ลักษณะของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
  - เป็นการทำตลาดที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง
  - เป็นการตลาดที่มุ่งเน้นไปที่บริษัท ผลิตภัณฑ์ ลูกค้า และผลประโยชน์ของบริษัท
  - เป็นการตลาดแบบตัวต่อตัว
  - เป็นตลาดที่สามารถทำธุรกิจได้ตลอดเวลา

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>44</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

5. B – to – G คือลักษณะการทำการค้าในข้อใด

- ก. เป็นการทำการค้าระหว่างภาคธุรกิจกับผู้บริโภค
- ข. เป็นการทำการค้าระหว่างภาคธุรกิจกับภาคธุรกิจ
- ค. เป็นการทำธุรกรรมระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐบาล
- ง. เป็นการทำการค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค

6. ข้อใดคือประโยชน์ของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับลูกค้า


- ก. ประหยัดเวลาในการเลือกซื้อ เพราะสามารถหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว
- ข. สามารถทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าได้กว้างขวาง
- ค. ช่วยลดอุปสรรคในการขายสินค้าในบางประเทศ
- ง. ผู้ประกอบการสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้มากที่สุดเท่าที่ลูกค้าต้องการได้

7. นักการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ ยกเว้นข้อใด

- ก. มีความเป็นมืออาชีพ สามารถทำงานทุกอย่างให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี
- ข. มีวิสัยทัศน์ แต่ไม่จำเป็นต้องคาดการณ์อนาคตได้ เพราะอนาคตอาจไม่แน่นอน
- ค. มีความคิดสร้างสรรค์ เหมือนการทำการตลาดทั่วไป
- ง. รู้จักพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าอย่างดี

8. ข้อใดไม่ถูกต้อง

- ก. การตลาดอิเล็กทรอนิกส์จะใช้เกณฑ์พฤติกรรมศาสตร์ในการแบ่งส่วนตลาด
- ข. ประเภทสินค้าของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์จะแบ่งตามวิธีการขนส่ง
- ค. ช่องทางการจัดจำหน่ายของการตลาดแบบดั้งเดิมจะขายผ่านพ่อค้าคนกลาง
- ง. การวิจัยตลาดของการตลาดแบบดั้งเดิมจะทำกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>45</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

9. ข้อใดไม่จัดอยู่ในรูปแบบของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

- ก. สมชายสั่งซื้อเครื่องดนตรีมือสองจากเว็บไซต์
- ข. วรรณษาซื้อของใช้ส่วนตัวที่เซเว่น
- ค. รัตนาเปิดเว็บไซต์เพื่อดูผลการสอบเข้ามหาวิทยาลัย
- ง. วิมลสั่งซื้อเครื่องออกกำลังกายทางโทรศัพท์

10. ข้อใดไม่ใช่สินค้าดิจิทัล

- ก. เพลง
- ข. การซื้อหุ้นผ่านอินเทอร์เน็ต
- ค. โปรแกรมคอมพิวเตอร์
- ง. เสื้อผ้า

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบกระดาษคำตอบ	<b>หน้าที่</b> <b>46</b>
		หลังเรียน	
		แผ่นที่ : 1	

**กระดาษคำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 4.1**

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				



Scan QR code

เพื่อทำข้อสอบ


คะแนนเต็ม 10 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน

สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์

( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ

(.....)

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 4 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบการตลาด</b> <b>โมดูลย่อย 4.1 : ระบบการตลาด</b>	ใบเฉลย แบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 47
		แผ่นที่ : 1	

**เฉลยแบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 4.1**



ข้อ	คำตอบ
1.	ค
2.	ก
3.	ก
4.	ข
5.	ค
6.	ก
7.	ข
8.	ง
9.	ข
10.	ง



## การจัดการเรียนรู้แบบโมดูล (Module)

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567

รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

โดย

นางสาวปวรพรรณ ทองถึก

สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ



หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567  
รายวิชา ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รหัสวิชา 31910-2009

บทเรียนโมดูลที่ 5

เรื่อง การจัดอันดับเว็บไซต์

โดย

นางสาวปวรพรรณ ทองถึก


สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล

วิทยาลัยเทคนิคบางสะพาน

อาชีวศึกษาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบคำนำ</b>	<b>หน้าที่</b> <b>ก</b>
		<b>แผ่นที่ :</b> <b>1</b>	

## คำนำ

บทเรียนโมดูลย่อย 5.1 : การจัดอันดับเว็บไซต์ ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์ วิธีการจัดอันดับเว็บไซต์ ผลที่จะได้รับจากการจัดอันดับเว็บไซต์ เล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะสื่อสังคมออนไลน์

ผู้จัดทำได้จัดแบ่งเนื้อหาในโมดูลย่อย 5.1 การจัดอันดับเว็บไซต์ ในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องกันไปตามลำดับก่อน - หลัง มีแบบฝึกหัด ใบเฉลยแบบฝึกหัด ใบสั่งงาน ใบปฏิบัติงาน ใบเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน ใบเฉลยการปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน และใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญการจัดอันดับเว็บไซต์ ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์ วิธีการจัดอันดับเว็บไซต์ ผลที่จะได้รับจากการจัดอันดับเว็บไซต์

ผู้จัดทำหวังว่าบทเรียนโมดูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน หรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของความหมายและความสำคัญของระบบการขนส่งสินค้า หากมีส่วนใดบกพร่องผู้จัดทำพร้อมรับคำแนะนำ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	ใบ สารบัญ	หน้า ที่ ข
		แผ่นที่ : 1	

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ใบขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล	1
ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล	2
ใบแบบทดสอบก่อนเรียน	6
ใบกระดาษคำตอบก่อนเรียน	8
ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน	9
ใบจุดประสงค์	10
ใบเนื้อหา	11
ใบแบบฝึกหัด	15
ใบเฉลยแบบฝึกหัด	17
ใบปฏิบัติงาน	19
ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน	20
ใบประเมินผลการปฏิบัติงาน	22
ใบเฉลยการปฏิบัติงาน	23
ใบแบบทดสอบหลังเรียน	24
ใบกระดาษคำตอบหลังเรียน	26
ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน	27



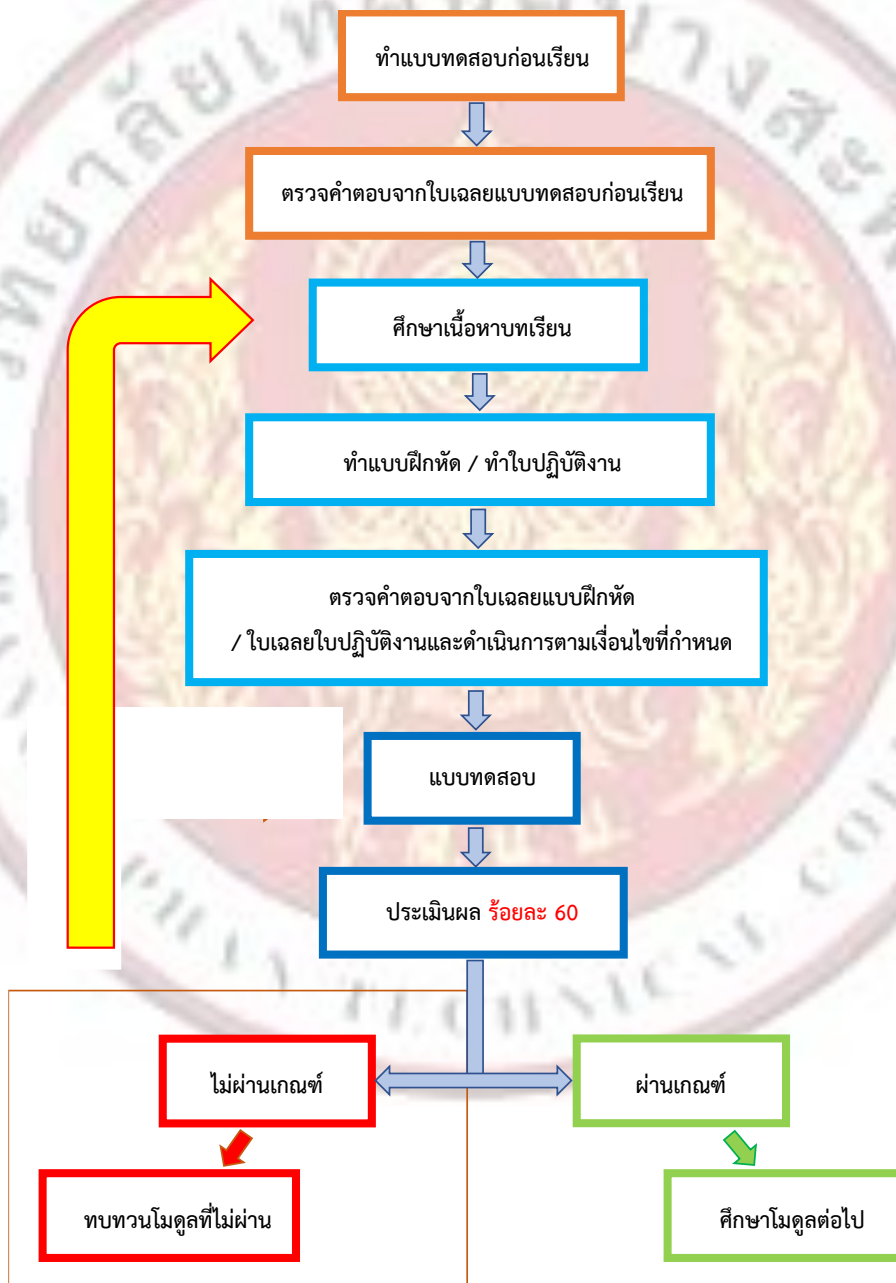
หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์  
โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์


ใบชั้นตอนการใช้  
บทเรียนโมดูล

แผ่นที่ : 1

หน้าที่  
1

### ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>2</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 5.1


#### คำแนะนำสำหรับผู้เรียน

บทเรียนโมดูลย่อย 5.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญการจัดอันดับเว็บไซต์ ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์ วิธีการจัดอันดับเว็บไซต์ ผลที่จะได้รับจากการจัดอันดับเว็บไซต์ ออกเป็น 5 หัวข้อย่อย ได้แก่

1. ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์
2. ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์
3. วิธีการจัดอันดับเว็บไซต์
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์
5. ผลที่จะได้รับจากการจัดอันดับเว็บไซต์

#### ส่วนประกอบบทเรียนโมดูลประกอบด้วย

1. ใบแบบทดสอบก่อนเรียนและใบกระดาษคำตอบ
2. ใบเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียน
3. ใบจุดประสงค์
4. ใบเนื้อหา
5. ใบแบบฝึกหัด/ใบสั่งงาน/ใบปฏิบัติงาน
6. ใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยใบปฏิบัติงาน
7. ใบแบบทดสอบหลังเรียนและใบกระดาษคำตอบ
8. ใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้</b> <b>บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>3</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 5.1**

**คำแนะนำในการใช้บทเรียนโมดูล**

1. ให้ผู้เรียนศึกษาหลักการและเหตุผล (Prospectus) และจุดมุ่งหมาย (Objectives) ของบทเรียนโมดูลให้เข้าใจ
2. ให้ผู้เรียนปฏิบัติตามคำแนะนำและขั้นตอนการใช้อย่างเคร่งครัด
3. ผู้เรียนต้องมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง โดยไม่เปิดดูใบเฉลยคำตอบก่อนทำแบบทดสอบก่อนเรียนแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงาน และแบบทดสอบหลังเรียนเพราะจะทำให้ผู้เรียนขาดความมั่นใจในการเรียนด้วยตนเองและไม่เกิดความเข้าใจที่แท้จริง
4. บทเรียนโมดูลนี้ ผู้เรียนสามารถใช้เรียนได้ตามความต้องการ ความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียน และสถานที่เรียน

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล**


1. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนโดยทำเฉพาะข้อที่ผู้เรียนมีความรู้แท้จริง โปรดอย่าเดาคำตอบ ถ้าข้อใดไม่มีความรู้ให้ข้ามข้อนั้นไป โดยทำลงในกระดาษคำตอบ
2. ดูเฉลยใบแบบทดสอบก่อนเรียนแล้วประเมินผลการทำแบบทดสอบก่อนเรียน เป็นการวัดพื้นฐานความรู้ของผู้เรียนโดยไม่มีผลใด ๆ ต่อคะแนนในการเรียนบทเรียนโมดูลนี้
3. ให้ผู้เรียนศึกษาจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม
4. ให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาบทเรียนจากใบเนื้อหาทำให้มีความรู้ความเข้าใจ
5. เมื่อศึกษาเนื้อหาบทเรียนเข้าใจดีแล้ว ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัด/ใบปฏิบัติงานในบทเรียนนั้น ๆ ลงในใบแบบฝึกหัด / ใบปฏิบัติงาน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้</b> <b>บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>4</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 5.1**

**ขั้นตอนการใช้บทเรียนโมดูล (ต่อ)**

6. เมื่อทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานแล้วให้ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบฝึกหัด/ใบเฉลยการปฏิบัติงาน
7. ถ้าผ่านเกณฑ์การประเมินที่ตั้งไว้ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน แต่ถ้าไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินให้กลับไปเรียนเนื้อหาเดิม และทำแบบฝึกหัด/ปฏิบัติงานใหม่อีกครั้ง
8. เมื่อผู้เรียนผ่านเกณฑ์การประเมินแล้ว ให้ทำแบบทดสอบหลังเรียนโดยทำลงในกระดาษคำตอบ
9. ตรวจคำตอบจากใบเฉลยแบบทดสอบหลังเรียนเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียน
10. ถ้าผลการประเมินไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนดผู้เรียนต้องเรียนซ่อมเสริมทบทวนเนื้อหาของบทเรียนโมดูลนี้ จนกว่าจะผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนด

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบคำชี้แจงการใช้บทเรียนโมดูล</b>	<b>หน้าที่</b> <b>5</b>
		<b>แผ่นที่ : 4</b>	

**คำชี้แจงใช้บทเรียนโมดูล 5.1**

**หลักการและเหตุผล (Prospectus)**

การจัดการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2567 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้และจัดการวิชาชีพได้ ได้นำความรู้ด้านวิชาชีพไปพัฒนาตน ดังนั้นบทเรียนโมดูลนี้จึงได้จัดเนื้อหาให้ผู้เรียนสามารถศึกษาบทเรียนโมดูลตามคำแนะนำได้ตามความพร้อมและความสะดวกโดยไม่จำกัดเวลาเรียนและสถานที่เรียน

การบริหารจัดการในกิจกรรมต่างๆ ก็เป็นส่วนสำคัญไม่น้อย ซึ่งมีกิจกรรม ของสื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต้องใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ประโยชน์และข้อจำกัดของสื่อสังคมออนไลน์ตลอดจนจรรยาบรรณและกฎหมายเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ บทเรียนโมดูลย่อย 1.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นโมดูลย่อยของการเรียนของโมดูลที่ 1 ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ องค์การ ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พุทธศักราช 2563 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1.ความหมายและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ 2. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์โดยในแต่ละหัวข้อเรื่องมีเนื้อหาสัมพันธ์กันไปตามลำดับก่อน - หลัง และมีใบปฏิบัติงาน แบบทดสอบก่อนเรียน - หลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดองค์การ

**จุดมุ่งหมาย (Objective)**

เมื่อผู้เรียนได้ศึกษาและทดสอบผ่านบทเรียนโมดูลย่อยนี้แล้ว ผู้เรียนจะมีความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์


**ความรู้พื้นฐาน (Prerequisites)**

ในการเรียนบทเรียนโมดูลย่อยนี้ให้ได้ผลดี ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐาน ความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์ ความสำคัญสื่อสังคมออนไลน์



## ส่วนที่ 1

การสร้างแบบทดสอบก่อนเรียน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>ก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>6</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 5.1

- คำชี้แจง :**
1. แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4ตัวเลือก จำนวน 5ข้อ
  2. ให้เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  3. เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 10 นาที

**จุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ 1** แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์

**1. SEO ย่อมาจากคำว่าอะไร**


- |                               |                               |
|-------------------------------|-------------------------------|
| ก. Search Engine Organization | ข. Select Engine Organization |
| ค. Search Engine Optimization | ง. Select Engine Optimization |

**2. ข้อใดไม่ใช่วิธีการปรับปรุงโครงสร้างของเว็บไซต์ให้รองรับกับ Search Engine และผู้ใช้งาน**

- ก. ควรเลือกใช้โครงสร้าง URL ที่ Search Engine สามารถอ่านได้ง่าย
- ข. ควรแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาให้เป็นระบบเรียงตามลำดับชั้น
- ค. ควรทำหน้าเว็บไซต์ให้สามารถโหลดหรือเรียกมาใช้งานได้อย่างรวดเร็ว
- ง. ควรเลือกใช้โครงสร้าง URL ที่เป็นภาษาไทย เพื่อที่ผู้ใช้งานสามารถอ่านได้ง่าย

**3. ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์ในข้อใดไม่ถูกต้อง**

- ก. ชื่อเว็บไซต์หรือโดเมนเนม ควรใช้ชื่อที่สื่อความหมายตรงกับสินค้าหรือตรงกับ Keyword ของเรา
- ข. Title หรือชื่อจำกัดความของหน้าเว็บไซต์ ต้องมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์
- ค. Keyword หรือคำค้นหาที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ ต้องตรงกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์
- ง. Hosting ที่ใช้ต้องเป็นของต่างประเทศเท่านั้น


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบแบบทดสอบก่อนเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>7</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

#### 4. ข้อใดกล่าวไม่ถูกต้อง

- ก. Mobile Friendly หมายถึง ช่องทางที่เข้ามาในเว็บไซต่นั้นควรเป็นช่องทางแบบมิตรภาพ
- ข. Click Trough Rate คือ ค่าสถิติที่ Google นำมาวิเคราะห์ลำดับในการจัดอันดับเว็บไซต์
- ค. Traffic คือ จำนวนคนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์
- ง. Backlinks คือ ลิงค์ที่เชื่อมโยงจากเว็บไซต์อื่น ๆ ให้ลิงค์กลับมาที่เว็บไซต์ของเรา

#### 5. ข้อใดคือความหมายของ Mobile Friendly

- ก. จำนวนคนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์
- ข. ค่าสถิติที่ Google นำมาวิเคราะห์ลำดับในการจัดอันดับเว็บไซต์
- ค. ช่องทางหรือ Traffic ที่เข้ามาในเว็บไซตผ่านทางโทรศัพท์มือถือ
- ง. เนื้อหาที่ครอบคลุมทั้งเสียง ภาพ เนื้อหาข้อความ และวิดีโอ

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	ใบกระดาษคำตอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 8
		แผ่นที่ : 1	

กระดาษคำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 5.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				




Scan QR code

เพื่อทำข้อสอบ

คะแนนเต็ม 5 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน  
 สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์  
 ( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ  
 (.....)

	<p>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง          รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์          โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์          โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</p>	ใบเฉลย แบบทดสอบ ก่อนเรียน	หน้าที่ 9
		แผ่นที่ : 1	


เฉลยแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 5.1

ข้อ	คำตอบ
1.	ค
2.	ง
3.	ง
4.	ก
5.	ค



## ส่วนที่ 2

การรวบรวมเนื้อหา และสร้างใบงาน/ใบ  
กิจกรรม/แบบฝึกหัด


	<b>หลักสูตร :</b> ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง <b>รายวิชา :</b> ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ <b>โมดูลที่ 5</b> การจัดอันดับเว็บไซต์ <b>โมดูลย่อย 5.1 :</b> ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์	<b>ใบจุดประสงค์</b>	<b>หน้าที่</b> 10
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากที่ผู้เรียนได้ศึกษาเรื่องนี้แล้ว ผู้เรียนสามารถ

1. อธิบายความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์
2. อธิบายปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์ได้
3. อธิบายวิธีการจัดอันดับเว็บไซต์ได้
4. อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์ได้
5. อธิบายถึงผลดีและผลเสียของการจัดอันดับเว็บไซต์ได้



	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>11</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	


**5.1 ความหมาย และความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์** SEO ย่อมาจาก Search Engine Optimization หมายถึง เทคนิควิธีการในการปรับแต่งโครงสร้างของเว็บไซต์ ความเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์ และปรับการเขียนเนื้อหาให้เป็นไปตามความต้องการของเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เป็น Search Engine หรือเครื่องมือค้นหา เช่น Google, Yahoo และ Bing เป็นต้น ซึ่งผลลัพธ์ในการปรับแต่งเว็บไซต์นั้น จะทำให้เว็บไซต์ของเราติดอันดับอยู่ในลำดับต้น ๆ ของผลการค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด (Keyword) หรือคำค้นหาที่บุคคลทั่วไปต้องการ

**ความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์** การจัดอันดับเว็บไซต์เป็นการกระทำเพื่อให้เว็บไซต์ของเราได้รับการจัดลำดับให้อยู่ในอันดับที่ดีขึ้นเพื่อให้บุคคลอื่นได้มีโอกาสเข้าเว็บไซต์ของเรามากขึ้นโดยการคลิกที่ลิงก์จากการค้นหาผ่าน Search Engine นอกจากนี้ยังเป็นการประหยัดค่าโฆษณาเว็บไซต์ของเราที่ได้นำไปโฆษณาไว้ในที่ต่างๆ เพื่อให้เว็บไซต์ของเราเป็นที่รู้จักตลอดจนยังช่วยให้สามารถขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น เนื่องจากจำนวนคนที่ใช้ Search Engine ในการค้นหาข้อมูลในปัจจุบันนี้มีมากกว่า 80% ดังนั้นเราจะต้องทำให้คนรู้จักเว็บไซต์ของเราให้ได้มากที่สุด และถ้าเว็บไซต์ติดอยู่ในลำดับต้น ๆ แล้ว จะทำให้เกิดการคลิกและเข้ามาชมเว็บไซต์มากขึ้น

#### **สาเหตุสำคัญที่ทำให้เจ้าของธุรกิจต้องมีการจัดอันดับเว็บไซต์**

**1. เพื่อให้สามารถแข่งขันกับเว็บไซต์ของคู่แข่งได้** ปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทและธุรกิจต่าง ๆ จึงพยายามประชาสัมพันธ์บริษัท สินค้า หรือบริการต่าง ๆ ของตนเองผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าสามารถรู้จักบริษัท สินค้า และบริการต่าง ๆ ของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นคู่แข่งทางช่องทางออนไลน์ก็จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นตามมาด้วย การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้มีอันดับที่สูงขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ที่ใช้ Search Engine ในการค้นหาข้อมูลนั้น จะพบว่าผู้ใช้งานมักจะคลิกดูรายละเอียดของเว็บไซต์ที่ติดในลำดับต้น ๆ เท่านั้น

**2. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่ค้นหาข้อมูลผ่านทาง Search Engine** โดยปกติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ มักจะเปิดดูผลการค้นหาในหน้าแสดงผลลัพธ์ (Search Result Page) เพียงแค่ 2 หน้าแรก หรืออันดับที่ 1-20 เท่านั้น ถ้าเว็บไซต์แสดงอยู่ในอันดับที่ต่ำกว่านี้ โอกาสที่ผู้ใช้งานจะคลิกเข้าไปดูเว็บไซต์ก็จะน้อยลงตามไปด้วย ดังนั้นถ้าสามารถทำให้เว็บไซต์อยู่ในลำดับต้น ๆ ได้ จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>12</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

**3. เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์หรือธุรกิจ** ถ้าเว็บไซต์อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในหน้าแสดงผลลัพธ์ (Search Result Page) ธุรกิจนั้นย่อมเป็นที่รู้จักมากขึ้น แม้ว่าจะไม่มีการคลิกเข้าไปดูข้อมูลในเว็บไซต์นั้นเลยก็ตาม อย่างน้อยชื่อของเว็บไซต์และเนื้อหาที่ต้องการเน้นก็สามารถปรากฏให้ผู้ใช้งานสามารถเห็นได้ ซึ่งถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ไปด้วย นอกจากนี้ยังถือว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Branding) ที่ดีต่อองค์กรหรือธุรกิจอีกด้วย ถ้าเว็บไซต์ของเราได้อยู่ในอันดับต้น ๆ ของการค้นหา ด้วยคำหรือ Keyword ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเรา

**4. เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ** เว็บไซต์ส่วนใหญ่ที่ขายสินค้าหรือบริการไม่ได้ มักจะมีสาเหตุมาจากการที่ไม่ค่อยมีผู้เข้าชมหรือเว็บไซต์ไปอยู่ในลำดับท้าย ๆ ของการค้นหา ดังนั้นประโยชน์ของการจัดอันดับเว็บไซต์ นอกจากจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเว็บไซต์ของลูกค้าแล้ว ยังสามารถช่วยเพิ่มลูกค้ารายใหม่ ๆ และช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจได้อีกด้วย

**5. เพื่อประหยัดงบประมาณในการโฆษณา** สำหรับค่าใช้จ่ายในการจัดอันดับเว็บไซต์นั้นมีราคาถูกมาก เมื่อเทียบกับการโฆษณาผ่านช่องทางสื่อชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้ยังได้ผลลัพธ์ของการค้นหาที่ตรงตามความต้องการมากกว่า เนื่องจากมีการใช้คำหรือ Keyword ที่ผู้ใช้งานต้องการค้นหาเป็นตัวกำหนดขอบเขตข้อมูล อีกทั้งยังไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาอีกด้วย

#### **ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์**

ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการทำ SEO มี 7 ข้อหลัก ดังนี้

**1. การเลือกโฮสติ้ง (Hosting)** หรือสถานที่ที่เราใช้ฝากเว็บไซต์เอาไว้ ควรเลือกโฮสติ้งที่ดีมีมาตรฐาน ไม่ล่มบ่อย มี Bandwidth หรืออัตราความเร็วในการส่งข้อมูลของอินเทอร์เน็ตสูง ซึ่งโดยมากจะวัดความเร็วของการส่งข้อมูลเป็น bps (bit per second) เพื่อช่วยในการเข้าถึงที่ดีจากต่างประเทศ

**2. ชื่อเว็บไซต์ หรือโดเมนเนม** ควรใช้ชื่อที่สื่อความหมายได้ตรงกับสินค้าหรือตรงกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์

**3. Title หรือชื่อจำกัดความของหน้าเว็บไซต์** ต้องมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์

**4. Description หรือคำอธิบายของหน้าเว็บไซต์** ต้องสามารถอธิบายและขยายความ Title ที่เรากำหนดได้เป็นอย่างดี ตลอดจนถึงต้องสั้น กระชับ และได้ใจความ



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์  
โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการ  
จัดอันดับเว็บไซต์

ใบเนื้อหา

แผ่นที่ : 3

หน้าที่  
13

5.Keyword หรือคำค้นหาที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ ต้องตรงกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์

6.Content หรือเนื้อหาของเว็บไซต์ ต้องเขียนขยายรายละเอียดเนื้อหาต่าง ๆ ที่ปรากฏในเว็บไซต์ เพื่อให้มีรายละเอียดที่ครบถ้วน


7.ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย เช่น การใช้ SSL เข้ามาช่วยในการเข้ารหัส เพื่อส่งข้อมูลระหว่างเครื่องลูกค้กับเครื่องแม่ข่าย เป็นต้น

#### วิธีการจัดอันดับเว็บไซต์

#### กลยุทธ์การทำ On-page SEO

เป็นกลยุทธ์ในการปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์และเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักของ Search Engine ซึ่งมีหลักการดังนี้

- การใส่ Keyword เป้าหมาย และ Keyword ที่เกี่ยวข้อง ควรเลือก Keyword ให้สอดคล้องกับเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ โดยดูจากปริมาณการค้นหาและหาความคิดเห็นเพิ่มเติมด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า Google Keyword Planner ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เอาไว้ตรวจสอบว่า Keyword แต่ละคำ มีคนค้นหาต่อเดือนประมาณเท่าไร เพื่อจะได้ทราบว่ามีความต้องการสินค้าหรือบริการประเภทนี้มากเท่าใด โดยจุดประสงค์หลักที่ Google สร้างขึ้นมา เพื่อให้ผู้ที่ลงโฆษณา Google Ads สามารถวางแผนการลงโฆษณาของตัวเองได้ดียิ่งขึ้นนั่นเอง
- ควรใส่ Keyword อย่างพอเหมาะในส่วนที่มีความสำคัญต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ เช่น Title Tag, Meta Description, H1 tag, H2 tag และเนื้อหาส่วนที่เป็น Plain Text (p tag) เป็นต้น ไม่ควรใส่มากเกินไป
- ควรหลีกเลี่ยงการใช้ Keyword ซ้ำ ๆ กันเป็นจำนวนมาก เพื่อไม่ให้เกิด Keyword Spam หรือ Keyword Stuffing ซึ่งหมายถึง การใส่คำหลักซ้ำซ้อนกันหลายครั้งหรือมากเกินไปในเนื้อหา การทำแบบนี้ถือเป็นเรื่องต้องห้ามของ Google เพราะจะส่งผลให้เว็บไซต์ถูกแบน (Banned) หรือถูกตัดออกจากผลการค้นหาใน Google แม้ว่าการทำ Keyword Stuffing จะช่วยให้อันดับ SEO ดีขึ้น แต่ก็ก็เป็นเพียงแค่ชั่วคราวเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ถูกจับได้และถูกมองว่าเป็นเว็บสแปม อีกทั้งยังไม่เป็นธรรมชาติเมื่อผู้ใช้งานมาอ่านเนื้อหา


	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>14</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

## 2.การเพิ่มเติมเนื้อหาที่มีคุณภาพ

- ควรสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการจัดอันดับเว็บไซต์ โดยเฉพาะในหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการให้ติดอันดับ ตลอดจนหน้าเว็บไซต์อื่น ๆ ที่มีเนื้อหาสนับสนุนหรือเกี่ยวข้องกัน พร้อมทำลิงก์เชื่อมโยงให้ผู้ใช้สามารถอ่านต่อได้
- ควรสร้างหน้าเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เช่น เกร็ดความรู้ สารความรู้ และบล็อก เป็นต้น เพื่อเพิ่มจำนวนหน้าในเว็บไซต์ให้มากขึ้น
- ควรเขียนเนื้อหาหรือเรียบเรียงข้อมูลที่ต้องการนำเสนอในเว็บไซต์จากแหล่งต่าง ๆ ด้วยตัวเอง ไม่ควรคัดลอกมาจากที่อื่น
- ควรเขียนเนื้อหาที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน เพื่อให้เป็นเนื้อหาที่มีคุณภาพมากที่สุด

## 3.การปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ให้รองรับกับ Search Engine และผู้ใช้งาน

- ควรเลือกใช้โครงสร้าง URL ที่ Search Engine สามารถอ่านได้ง่าย หลีกเลี่ยงการใช้ URL แบบ Dynamic ที่มีสัญลักษณ์ ? และ =
- ควรเลือกใช้โครงสร้าง URL ที่ผู้ใช้งานสามารถอ่านได้ง่าย โดยใช้คำภาษาอังกฤษ และใช้เครื่องหมาย - แบ่งระหว่างคำ เช่น ..../How-is-SEO-work/
- ควรแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาให้เป็นระบบเรียงตามลำดับชั้น และทำเมนูนำทาง (Navigation) เพื่อให้เป็นระเบียบดูเข้าใจง่าย
- ควรทำหน้าเว็บไซต์ให้สามารถโหลดหรือเรียกมาใช้งานได้อย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้ผู้ใช้งานต้องรอนาน เช่น ควรใช้ระบบ Cache มาช่วยในการทำงาน ลดขนาดรูปภาพและไฟล์ให้เล็กลงเลือกใช้บริการ Hosting ที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น
- ควรทำหน้าเว็บไซต์ให้รองรับกับอุปกรณ์มือถือ (Mobile-friendly) ซึ่งปัจจุบันยอดผู้เข้าชมส่วนใหญ่ประมาณ 80% มักจะมาจากช่องทางนี้

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>15</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

## กลยุทธ์การทำ On-page SEO

### 4.การอัปเดตเว็บไซต์

- ควรปรับปรุงหรือเพิ่มเติมข้อความในหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการให้ติดอันดับอยู่เสมอ
- ควรเพิ่มข้อมูลใหม่ ๆ ในหน้าเว็บไซต์ เช่น สินค้าใหม่ ข่าวสาร โปรโมชั่น ข้อมูลความรู้ทั่วไป เพื่อให้เว็บไซต์มีความสดใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ

กลยุทธ์การทำ Off-page SEO เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่ม Backlink ที่มีคุณภาพจากแหล่งต่าง ๆ มายังเว็บไซต์ของลูกค้า ซึ่ง Backlink หมายถึง ลิงก์ที่เชื่อมโยงจากเว็บไซต์อื่น ๆ ให้ลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ของเรา โดยในกลยุทธ์แบบ Off-page SEO มีวิธีการจัดการกับ Backlink ดังต่อไปนี้

#### 1.การเพิ่ม Backlink ที่มีคุณภาพ


- ควรสร้างลิงก์จากเว็บไซต์อื่นอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยเลือกเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือและมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์หรือ Keyword ของเรา
- ควรหลีกเลี่ยงการสร้างลิงก์ด้วยบทความเดิมซ้ำ ๆ โดยใช้โปรแกรมเพื่อสร้างบทความใหม่ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่อ่านไม่รู้เรื่อง

#### 2.การเพิ่ม Backlink อย่างเป็นธรรมชาติ

- ควรเพิ่ม Backlink ไปเรื่อย ๆ เพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ เพื่อป้องกันการโดนแบน (Banned) จาก Search Engine โดยเฉพาะอย่างยิ่งจาก Google
- ควรหลีกเลี่ยงการสร้างลิงก์ด้วยการโพสต์หรือนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ตามเว็บบอร์ดหรือเว็บประกาศทั่ว ๆ ไป เพราะเป็น Spam และมีโอกาสทำให้อันดับของเว็บไซต์ตกลงไปได้

### ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์


ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์ จะเป็นสัญญาณที่สามารถบ่งบอกได้ว่าเว็บไซต์นี้มีคุณภาพดีหรือไม่ ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้พัฒนาหรือผู้ดูแลเว็บไซต์ ได้ทำการปรับปรุงเว็บไซต์เพิ่มเติมให้มีคุณภาพดีขึ้น สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์ประกอบด้วย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	ใบเนื้อหา	<b>หน้าที่</b> <b>16</b>
		แผ่นที่ : 3	

### ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์

**1.เนื้อหา (Content)** ในส่วนของ เนื้อหา (Content) นั้น จะครอบคลุมทั้งเสียง ภาพ เนื้อหาข้อความ และวิดีโอ เป็นต้น ถ้าเนื้อหา (Content) ไม่มีประโยชน์ ไม่น่าสนใจ ไม่มีการเคลื่อนไหว ไม่ตอบโจทย์ตามที่ผู้ใช้งานต้องการและไม่มีการอัปเดตข้อมูลใด ๆ เลย เว็บไซต์นั้นก็จัดเป็นเว็บไซต์ที่ไร้ค่า เปล่าประโยชน์ ทำให้ผู้ใช้งานไม่ยอมเข้ามาใช้ และอาจจะไม่เข้ามาที่เว็บไซต์นั้นอีก แต่ถ้าเว็บไซต์นั้นมีเนื้อหา (Content) ดี บทความมีคุณภาพ มีความใหม่ ทันสมัย ไม่ซ้ำกับเว็บไซต์อื่น และมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน เว็บไซต์นั้นก็ย่อมได้รับความนิยม นอกจากนั้นการจัดวาง Keyword ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ถ้าเราใส่ Keyword มากจนเกินไปก็ไม่ได้ทำให้เกิดผลดี ดังนั้นจะต้องมีการจัดวาง Keyword ที่เหมาะสม สำหรับเนื้อหาในบทความนั้นจะเขียนเองหรือจ้างเขียนก็ได้ แต่จะต้องไม่ไปคัดลอกงานของผู้อื่นมาลงในเว็บไซต์ เพราะถ้า Google พบว่าเนื้อหาซ้ำกัน Google จะมองว่างานเขียนชิ้นนั้นไม่มีคุณค่า ซึ่งจะส่งผลให้อันดับของเว็บไซต์ถูกลดอันดับลงไปได้


**2.Click Trough Rate (CTR)** ค่า Click Trough Rate หรือค่า CTR หมายถึง ค่าสถิติที่ Google นำมาใช้วิเคราะห์ลำดับในการจัดอันดับเว็บไซต์ ซึ่งค่านี้จะคำนวณได้จาก “จำนวนครั้งที่เกิดการคลิกเข้าไปในเว็บไซต์หารด้วยจำนวนครั้งของการแสดงผล และนำมาคูณด้วย 100” จะได้ค่าออกมาเป็นร้อยละ (%) เช่น ถ้าในเว็บไซค์มีการแสดงผลการค้นหาทั้งหมด 2,500 ครั้ง แต่มีคนคลิกเข้าไปดูในเว็บไซค์ 500 ครั้ง แสดงว่ามีค่า CTR เท่ากับ 20% สำหรับผลลัพธ์ที่ได้นั้น หากค่า CTR ยิ่งสูงแสดงว่ายิ่งดี ซึ่งแปลความได้ว่า เนื้อหา ข้อมูล ภาพวิดีโอ หรือโฆษณาในเว็บไซค์นั้นมีประสิทธิภาพ เว็บไซค์ก็จะได้คะแนนจัดอันดับดีขึ้น นอกจากนั้นยังพบอีกว่าค่า CTR กับเนื้อหา (Content) จะมีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากถ้าเนื้อหา (Content) เช่น ข้อมูล ภาพ ข้อความ และวิดีโอ เป็นต้น ไม่น่าสนใจ ผู้ใช้งานก็จะไม่เข้ามาคลิกเพื่อเข้าไปในเว็บไซค์ จะส่งผลให้ค่า CTR ต่ำไปด้วย ดังนั้นถ้าต้องการให้มีค่า CTR สูง ๆ ก็ควรคำนึงถึงการทำเนื้อหา (Content) ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานด้วย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>17</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

**3.ปริมาณและคุณภาพของ Traffic** คือ จำนวนคนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งมีผลต่อการจัดอันดับของ Google โดยปริมาณและคุณภาพของ Traffic จัดเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งเช่นเดียวกับเนื้อหา (Content) ถ้าในเว็บไซต์ของเรามีเนื้อหา (Content) ที่ดีแต่หากไม่มี Traffic เลย Google ก็จะทำให้คะแนนเว็บไซต์ของเราได้ไม่มากเท่ากับเว็บไซต์ที่มีปริมาณ Traffic สูง ๆ ดังนั้นในการจัดอันดับเว็บไซต์จะต้องคำนึงถึง Traffic ด้วย เช่น ถ้าเราเปิดเว็บไซต์ขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แล้วมีคนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์มาก ๆ และใช้เวลาอยู่ในหน้าเว็บไซต์นาน ๆ การกระทำในลักษณะนี้ชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์ของเรามีคุณภาพ มีข้อมูลตรงตามที่ลูกค้าต้องการ ในทางตรงกันข้ามถ้าลูกค้าเข้ามาเพียงระยะเวลาสั้น ๆ แล้วปิดออกไปดูเว็บไซต์อื่นแทน แสดงว่าข้อมูลในเว็บไซต์ของเราไม่มีคุณค่า ไม่มีคุณภาพ หรือไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ดังนั้นคะแนนการจัดอันดับเว็บไซต์ก็ย่อมไม่ดีตามมาด้วย

**4. ปริมาณและคุณภาพของ Backlinks** หมายถึง ลิงก์ที่เชื่อมโยงจากเว็บไซต์อื่น ๆ ให้ลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ของเรา ซึ่งปริมาณของ Backlinks ก็ส่งผลต่อการจัดอันดับของเว็บไซต์เช่นกัน แต่ Google ไม่ได้เน้นแค่ปริมาณของ Backlinks เพียงอย่างเดียว จะเน้นด้านคุณภาพด้วย โดยดูจากเนื้อหาของเว็บไซต์อื่นที่ลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ของเรานั้น ควรมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ของเราด้วย เช่น ถ้าเราสร้างเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “อาหารเพื่อสุขภาพ” เว็บไซต์อื่นที่ลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ของเราก็ควรจะเป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ “อาหารเพื่อสุขภาพ” ด้วยเช่นกัน เช่น อาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ อาหารเพื่อสุขภาพในแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งถ้าเป็นลักษณะนี้ Google จะให้คะแนนด้านปริมาณและคุณภาพของ Backlinks มากกว่าการที่มี Backlinks เป็นจำนวนมาก แต่เนื้อหาในเว็บไซต์ที่ลิงก์กลับมาไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกันเลย

**5.Mobile Friendly** หมายถึง ช่องทางหรือ Traffic ที่เข้ามาในเว็บไซ้นั้นว่ามาจากช่องทางใดบ้างรองรับการทำงานผ่านทางอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือหรือไม่ และมีสัดส่วนของการค้นหาผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Search) มากเท่าไร ซึ่งในปัจจุบันนี้สัดส่วนของการใช้งานผ่านทาง Mobile Search น่าจะมีมากเป็นอันดับ 1 เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่ผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูลได้ง่ายที่สุด จึงเป็นเหตุผลที่ Google จะให้การจัดอันดับเว็บไซต์ที่ดีกับเว็บไซต์ที่รองรับการใช้งานผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือ Mobile Friendly Websites เพราะมีความสะดวกต่อการใช้งาน นอกจากนั้นหน้าตาของเว็บไซต์ก็ใช้งานง่ายเหมือนกับการทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องพีซี (PC) ทั่วไป ดังนั้นการสร้างเว็บไซต์ที่ดี ผู้สร้างจะต้องคำนึงถึงการใช้งานได้สะดวก และใช้งานง่ายกับทุกอุปกรณ์ ซึ่งจะส่งผลถึงการจัดอันดับเว็บไซต์ของ Google ด้วย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเนื้อหา</b>	<b>หน้าที่</b> <b>18</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

### ผลที่จะได้รับจากการจัดอันดับเว็บไซต์

#### ข้อดีของการจัดอันดับเว็บไซต์

1. ทำให้องค์กรหรือธุรกิจได้กลุ่มลูกค้าตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่วางเอาไว้
2. ทำให้มีการเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์มากขึ้น ถ้าทำให้เว็บไซต์ของเราอยู่ในอันดับต้น ๆ ได้
3. ช่วยเพิ่มโอกาสในการซื้อสินค้าหรือบริการ
4. เนื้อหาสามารถอยู่ในหน้าเว็บไซต์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง
5. ช่วยให้เว็บไซต์ง่ายต่อการค้นหาค้นหาบน Search Engine โดยเฉพาะถ้าเว็บไซต์สามารถจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ
6. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์อื่น ๆ เนื่องจาก Google ให้การยอมรับจนได้รับการจัดอันดับให้
7. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเมื่อเทียบกับการโฆษณาประเภทอื่น ๆ
8. การจัดอันดับเว็บไซต์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ แม้ธุรกิจจะมีขนาดเล็กแต่ก็สามารถอยู่ในอันดับต้น ๆ ได้

#### ข้อเสียของการจัดอันดับเว็บไซต์

1. ใช้เวลาในการทำค่อนข้างนาน อาจต้องใช้เวลามากกว่า 6 เดือนขึ้นไป จึงจะทำให้ Google ยอมรับได้
2. การลงทุน ด้านเวลาจะเสียไปกับการรอให้ Google ยอมรับ ส่วนด้านเงินอาจใช้ในกรณีที่เราจ้างผู้อื่นมาทำ
3. ไม่สามารถรับรองได้ว่าเว็บไซต์จะได้รับการจัดอันดับหรือไม่ เพราะทุกอย่างจะขึ้นอยู่กับ Google เท่านั้น
4. ปัจจัยในการจัดอันดับเว็บไซต์มีค่อนข้างมาก ผู้รับผิดชอบจำเป็นจะต้องมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์อยู่บ้าง
5. ต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ไม่เช่นนั้นอาจทำให้เว็บไซต์ตกอันดับได้



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์  
โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์

ใบ  
แบบฝึกหัด  
แผ่นที่ : 1

หน้าที่  
19

### ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 5.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

1. การจัดอันดับเว็บไซต์หมายถึงอะไร จงอธิบาย

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. การจัดอันดับเว็บไซต์มีความสำคัญอย่างไร จงอธิบาย

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3. จงอธิบายถึงปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์  
โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์  
โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการ  
จัดอันดับเว็บไซต์

ใบ  
แบบฝึกหัด

แผ่นที่ : 2

หน้าที่  
20

### ใบแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 5.1 (ต่อ)

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....  
คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้ มาพอสังเขป

4. จงอธิบายถึงวิธีการจัดอันดับเว็บไซต์แบบ On-page SEO มาพอสังเขป

---

---

---

---

---

---

---

---

5. ถ้านักเรียนต้องการสร้างเว็บไซต์เพื่อขายสินค้า นักเรียนจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์  
อะไรบ้าง จงอธิบาย

---

---

---


---

---

---

---

---

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์ โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์	ใบเฉลย แบบฝึกหัด	หน้าที่ 21
		แผ่นที่ : 1	

## ใบเฉลยแบบฝึกหัดโมดูลย่อยที่ 5.1

คำชี้แจง : ให้นักเรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. การจัดอันดับเว็บไซต์หมายถึงอะไร จงอธิบาย

**แนวคำตอบ** หมายถึง เทคนิควิธีการในการปรับแต่งโครงสร้างของเว็บไซต์ ความเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์ และปรับการเขียนเนื้อหาให้เป็นไปตามความต้องการของเว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เป็น Search Engine หรือเครื่องมือค้นหา เช่น Google Yahoo และ Bing เป็นต้น ซึ่งผลลัพธ์ในการปรับแต่งเว็บไซต์นั้นจะทำให้เว็บไซต์ของเราติดอันดับอยู่ในลำดับต้น ๆ ของผลการค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด (Keyword) หรือคำค้นหาที่บุคคลทั่วไปต้องการ ไม่ว่าจะป็นคำค้นเกี่ยวกับสินค้าหรือคำค้นที่เกี่ยวกับบริการต่าง ๆ


2. การจัดอันดับเว็บไซต์มีความสำคัญอย่างไร จงอธิบาย

**แนวคำตอบ** การจัดอันดับเว็บไซต์เป็นการกระทำเพื่อให้เว็บไซต์ของเราได้รับการจัดลำดับให้อยู่ในอันดับที่ดีขึ้น เพื่อให้บุคคลอื่นได้มีโอกาสเข้าเว็บไซต์ของเรามากขึ้น โดยการคลิกที่ลิงค์จากการค้นหาผ่าน Search Engine นอกจากนั้นยังเป็นการประหยัดค่าโฆษณาเว็บไซต์ของเราที่ได้นำไปโฆษณาไว้ในที่ต่าง ๆ เพื่อให้เว็บไซต์ของเราเป็นที่รู้จัก ตลอดจนยังช่วยให้สามารถขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น


3. จงอธิบายถึงปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์

ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดอันดับเว็บไซต์นั้นมี 7 ข้อหลักดังต่อไปนี้

1. การเลือกโฮสติง (Hosting) หรือสถานที่ที่เราใช้ฝากเว็บไซต์เอาไว้ ควรเลือกโฮสติงที่ดีมีมาตรฐาน ไม่ล่มบ่อย มี Bandwidth หรืออัตราความเร็วในการส่งข้อมูลของอินเทอร์เน็ตสูง
2. ชื่อเว็บไซต์หรือโดเมนเนม ควรใช้ชื่อที่สื่อความหมายได้ตรงกับสินค้าหรือตรงกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์
3. Title หรือชื่อจำกัดความของหน้าเว็บไซต์ ต้องมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเฉลี่ย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>22</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


4. Description หรือคำอธิบายของหน้าเว็บไซต์ ต้องสามารถอธิบายและขยายความ Title ที่เรากำหนดได้เป็นอย่างดี ตลอดจนต้องสั้นกระชับ และได้ใจความ
  5. Keyword หรือคำค้นหาที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ ต้องตรงกับ Keyword ที่เราต้องการจัดอันดับเว็บไซต์
  6. Content หรือเนื้อหาของเว็บไซต์ ต้องเขียนขยายรายละเอียด (Description) เนื้อหาต่าง ๆ ที่ปรากฏในเว็บไซต์ เพื่อให้มีรายละเอียดที่ครบถ้วน
  7. ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย เช่น การใช้ SSL เข้ามาช่วยในการเข้ารหัสเพื่อส่งข้อมูลระหว่างเครื่องลูกค้กับเครื่องแม่ข่าย เป็นต้น
4. จงอธิบายถึงวิธีการจัดอันดับเว็บไซต์แบบ On-page SEO มาพอสังเขป
1. การใส่ Keyword เป้าหมาย และ Keyword ที่เกี่ยวข้อง
    - ควรเลือก Keyword ให้สอดคล้องกับเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์
    - ควรใส่ Keyword อย่างพอเหมาะในส่วนที่มีความสำคัญต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์
    - ควรหลีกเลี่ยงการใช้ Keyword ซ้ำ ๆ กันเป็นจำนวนมาก
  2. การเพิ่มเติมเนื้อหาที่มีคุณภาพ
    - ควรสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการจัดอันดับเว็บไซต์
    - ควรสร้างหน้าเว็บไซต์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น
    - ควรเขียนเนื้อหาที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน
  3. การปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ให้รองรับกับ Search Engine และผู้ใช้งาน
    - ควรเลือกใช้โครงสร้าง URL ที่ Search Engine สามารถอ่านได้ง่าย
    - ควรเลือกใช้โครงสร้าง URL ที่ผู้ใช้งานสามารถอ่านได้ง่าย
    - ควรแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาให้เป็นระบบเรียงตามลำดับชั้น และทำเมนูนำทาง
    - ควรทำหน้าเว็บไซต์ให้สามารถโหลดหรือเรียกมาใช้งานได้อย่างรวดเร็ว
    - ควรทำหน้าเว็บไซต์ให้รองรับกับอุปกรณ์มือถือ
  4. การอัปเดตเว็บไซต์
    - ควรปรับปรุงหรือเพิ่มเติมข้อความในหน้าเว็บไซต์ที่ต้องการให้ติดอันดับอยู่เสมอ
    - ควรเพิ่มข้อมูลใหม่ ๆ ในหน้าเว็บไซต์

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเฉลี่ย</b> <b>แบบฝึกหัด</b>	<b>หน้าที่</b> <b>23</b>
		<b>แผ่นที่ : 3</b>	

5.ถ้านักเรียนต้องการสร้างเว็บไซต์เพื่อขายสินค้า นักเรียนจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์อะไรบ้าง จงอธิบาย

**แนวคำตอบ**

1. เนื้อหา (Content) : ครอบคลุมทั้งเสียง ภาพ เนื้อหาข้อความ วิดีโอ
2. Click Trough Rate (CTR) : ค่าสถิติที่ Google นำมาวิเคราะห์ลำดับในการจัดอันดับเว็บไซต์
3. ปริมาณและคุณภาพของ Traffic : จำนวนคนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งมีผลต่อการจัดอันดับของ Google
4. ปริมาณและคุณภาพของ Backlinks : ลิงค์ที่เชื่อมโยงจากเว็บไซต์อื่น ๆ ให้ลิงก์กลับมาที่เว็บไซต์ของเรา
5. Mobile Friendly : ช่องทางหรือ Traffic ที่เข้ามาในเว็บไซตนั้นว่ามาจากช่องทางใดบ้าง รองรับการทำงานผ่านทางอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือหรือไม่ และมีสัดส่วนของการค้นหาผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากเท่าไร


	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์ โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการ จัดอันดับเว็บไซต์	ใบ ปฏิบัติงาน	หน้าที่ 24
		แผ่นที่ : 1	

### ใบปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 5.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

คำชี้แจง : ผู้เรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. ให้ผู้เรียนบอกความหมายของการจัดอันดับเว็บไซต์มาพอสังเขป
2. ผู้เรียนคิดว่าการจัดอันดับเว็บไซต์มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจอย่างไรบ้าง จงอธิบาย

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	ใบเกณฑ์การ ประเมินผลการ ปฏิบัติงาน	หน้าที่ 25
		แผ่นที่ : 1	

ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 5.1

ข้อพิจารณา


1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์

การให้คะแนน

1. คะแนนเต็มข้อละ 3 คะแนน
2. การพิจารณาให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนน

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	3	2	1	0
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์				
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ				
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์				
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน				
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์				

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>26</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	


ใบเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 5.1

เกณฑ์การตัดสินคุณภาพ

ช่วงคะแนน	ระดับคุณภาพ
12 – 15	ดีมาก
9 – 11	ดี
5 - 8	พอใช้
0 – 4	ปรับปรุง

เกณฑ์การประเมิน

เกณฑ์ผ่าน : ร้อยละ 60 หรือได้คะแนนในระดับคุณภาพ ดีมาก

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบประเมินผล</b> <b>การปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>27</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

**ใบประเมินผลการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 5.1**


ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

รายการปฏิบัติงาน					รวมคะแนน
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	
	3	2	1	0	
1. เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์					
2. ถูกต้องตามหลักวิชาการ					
3. รูปแบบการนำเสนอมีความคิดสร้างสรรค์					
4. บุคลิกภาพการนำเสนอหน้าชั้นเรียน					
5. คุณลักษณะที่พึงประสงค์					
รวมคะแนน					
คิดเป็นร้อยละ (ของคะแนนเต็ม ..... คะแนน)					
ผลการประเมินอยู่ในระดับ .....					

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน

(.....)

...../...../.....

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบเฉลยการปฏิบัติงาน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>28</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### ใบเฉลยการปฏิบัติงานโมดูลย่อยที่ 5.1

**คำชี้แจง :** ผู้เรียนตอบคำถามต่อไปนี้

1. ให้ผู้เรียนบอกความหมายของการจัดอันดับเว็บไซต์มาพอสังเขป
2. ผู้เรียนคิดว่าการจัดอันดับเว็บไซต์มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจอย่างไรบ้าง จงอธิบาย

#### 1. ความหมายของการจัดอันดับเว็บไซต์

การจัดอันดับเว็บไซต์ หมายถึง การประเมินและจัดลำดับความนิยมหรือคุณภาพของเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ เช่น ปริมาณผู้เข้าชมเว็บไซต์ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา ความเร็วในการโหลดหน้าเว็บ การใช้งานที่ง่าย (User Experience) และความเกี่ยวข้องของคำค้นหา (Keyword Relevance) ซึ่งมักปรากฏในการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา เช่น Google หรือเว็บไซต์จัดอันดับ เช่น Alexa หรือ SimilarWeb


#### 2. ความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์ต่อองค์กรธุรกิจ

- เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า: เว็บไซต์ที่อยู่ในอันดับต้น ๆ บน Google จะมีโอกาสสูงมากที่ลูกค้าจะคลิกเข้าไปดู ทำให้ธุรกิจมีผู้เยี่ยมชมมากขึ้น
- สร้างความน่าเชื่อถือ: เว็บไซต์ที่ติดอันดับดีมักถูกมองว่าน่าเชื่อถือและเป็นมืออาชีพ ช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร
- ส่งผลต่อยอดขาย: เว็บไซต์ที่มีอันดับดี มักจะนำไปสู่การเพิ่มยอดขาย เพราะลูกค้าค้นหาเจอและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น
- ได้เปรียบทางการแข่งขัน: ธุรกิจที่มีเว็บไซต์อันดับดีกว่าคู่แข่ง จะมีโอกาสในการดึงดูดลูกค้าได้มากกว่า
- ใช้วิเคราะห์และปรับปรุงเว็บไซต์: การติดตามอันดับช่วยให้องค์กรวางแผนกลยุทธ์ SEO และปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพต่อเนื่อง



### ส่วนที่ 3

การสร้างแบบทดสอบหลังเรียน แบบโมดูล

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>29</b>
		<b>แผ่นที่ : 1</b>	

### แบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 5.1

- คำชี้แจง :**
- แบบทดสอบฉบับนี้เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ
  - ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แล้วทำเครื่องหมายกากบาท (X)
  - เวลาที่ใช้ในการทำแบบทดสอบ 20 นาที


**คำชี้แจง จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว**

- ข้อใดคือความหมายของข้อมูล
  - ข้อมูลเกิดจากการประมวลผล
  - สารสนเทศที่ได้มีการกลั่นกรองเรียบร้อยแล้ว
  - ตัวอักษร ตัวเลข หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ได้ที่คอมพิวเตอร์รู้จัก
  - ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับทุกอย่างบนโลกนี้
- โครงสร้างของข้อมูลที่มีขนาดเล็กที่สุด คือข้อใด
 

ก. ฟิลด์	ข. เรคอร์ด
ค. รายการ	ง. บิต
- รายการข้อมูลแต่ละรายการที่ประกอบไปด้วยฟิลด์ต่าง ๆ มารวมกัน เรียกว่าอะไร
 

ก. ฐานข้อมูล	ข. เรคอร์ด
ค. ไอเท็ม	ง. ฟิลด์
- ขนาดข้อมูล 1 ไบต์ ประกอบไปด้วยกี่บิต
 

ก. 3 บิต	ข. 7 บิต
ค. 5 บิต	ง. 8 บิต

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	<b>ใบแบบทดสอบ</b> <b>หลังเรียน</b>	<b>หน้าที่</b> <b>30</b>
		<b>แผ่นที่ : 2</b>	

5. การเก็บข้อมูลชุดเดียวกันไว้หลาย ๆ แห่ง ก่อให้เกิดปัญหาด้านใดในการทำงานได้

- ก. ความขัดแย้งของข้อมูล                      ข. ความเป็นมาตรฐานเดียวกันของข้อมูล  
 ค. การใช้ข้อมูลร่วมกัน                         ง. ความปลอดภัยของข้อมูล

6. ข้อใดไม่ใช่องค์ประกอบของระบบการจัดการฐานข้อมูล


- ก. เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่าง ๆ  
 ข. โปรแกรมที่ใช้ในระบบการจัดการฐานข้อมูล  
 ค. ข้อมูลที่อยู่ในฐานข้อมูล  
 ง. สถานที่ในการจัดเก็บข้อมูล

7. บุคลากรในข้อใดมีหน้าที่นำผลการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานในปัจจุบัน และความต้องการที่จะให้มีในระบบงานใหม่ มาพัฒนาเป็นระบบฐานข้อมูล

- ก. ผู้บริหารข้อมูล                                 ข. นักวิเคราะห์ระบบ  
 ค. นักออกแบบฐานข้อมูล                      ง. ผู้บริหารฐานข้อมูล

8. ข้อใดต่อไปนี้ไม่ใช่ข้อดีของระบบการจัดการฐานข้อมูล

- ก. มีความซับซ้อน                              ข. ใช้ข้อมูลร่วมกันได้  
 ค. มีขนาดใหญ่                                      ง. ค่าใช้จ่ายสูง


	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์ โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์	ใบแบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 31
		แผ่นที่ : 3	

9. ข้อใดต่อไปนี้ไม่ใช่ประโยชน์ของการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า

- ก. ลดต้นทุน เพิ่มกำไร และเพิ่มปริมาณการขาย
- ข. พัฒนาการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมได้
- ค. ลดการสูญเสียและเพิ่มผลผลิต
- ง. ช่วยในการประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จัก

10. ข้อใดต่อไปนี้ไม่ใช่ข้อมูลสำคัญของลูกค้าที่เป็นหน่วยงานนิติบุคคลต่างๆ ที่ควรจัดเก็บไว้

- ก. ข้อมูลหนี้สินทั้งหมดของลูกค้า
- ข. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กร
- ค. ข้อมูลทางด้านธุรกิจ
- ง. ข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการขายและการชำระเงิน

	<b>หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง</b> <b>รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์</b> <b>โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์</b> <b>โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการจัดอันดับเว็บไซต์</b>	ใบกระดาษคำตอบ	หน้า ที่ 32
		หลังเรียน	
		แผ่นที่ : 1	

กระดาษคำตอบแบบทดสอบก่อนเรียนโมดูลย่อยที่ 5.1

ชื่อ-สกุล..... ระดับ..... รหัสนักเรียน/นักศึกษา.....

ข้อ	ก	ข	ค	ง
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				



Scan QR code  
เพื่อทำข้อสอบ


คะแนนเต็ม 10 คะแนน ได้คะแนน ..... คะแนน

สรุปผล ( ) ผ่านเกณฑ์

( ) ไม่ผ่านเกณฑ์

ลงชื่อ ..... ผู้ตรวจ

(.....)

	หลักสูตร : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง รายวิชา : ธุรกิจดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมดูลที่ 5 การจัดอันดับเว็บไซต์ โมดูลย่อย 5.1 : ความหมายและความสำคัญของการ จัดอันดับเว็บไซต์	ใบเฉลย แบบทดสอบ หลังเรียน	หน้าที่ 33
		แผ่นที่ : 1	

เฉลยแบบทดสอบหลังเรียนโมดูลย่อยที่ 5.1

ข้อ	คำตอบ
1.	ค
2.	ง
3.	ข
4.	ง
5.	ก
6.	ง
7.	ค
8.	ข
9.	ง
10.	ก