

อีมาเก็ตเพลสสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรม  
E-Marketplace for Hotel



\*H001836\*



รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการพัฒนาระบบงาน  
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ  
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2544  
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชื่อหัวข้อ	อีมาเก็ตเพลสสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรม
นักศึกษา	นางสาว ณิศลักษณ์ เงินวิวัฒนศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร. อาริต ธรรมโน
ระดับการศึกษา	หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
แขนงวิชา	วิทยาการสารสนเทศ
ปีการศึกษา	2544

### บทคัดย่อ

อีมาเก็ตเพลส (E-Marketplace) เป็นรูปแบบใหม่ลักษณะหนึ่งของอีคอมเมิร์ซ มีเป้าหมายที่การทำธุรกรรมแบบ B2B (Business to Business) เพื่อต้องการที่จะให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้มาเจอกันผ่านทางเว็บไซต์เพียงเว็บไซต์เดียว หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผ่านมาเก็ตเพลสเพียงที่เดียว โดยพยายามที่จะรวม transaction platform ซึ่งมีรูปแบบแตกต่างกัน มารวมกันที่เดียวใน supply chain ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถวางแผนและพยากรณ์ความต้องการร่วมกัน โดยผ่านอีมาเก็ตเพลสนี้ ดังนั้นสินค้าก็จะมีคุณภาพตรงความต้องการมากขึ้น และสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้อย่างเต็มที่มากขึ้น โครงการที่พัฒนาขึ้นนี้ มีเป้าหมายที่กลุ่มธุรกิจโรงแรม ซึ่งนอกจากจะให้บริการในส่วน Front Office แล้ว ยังให้บริการในเรื่อง Web Analysis ลูกค้าสามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายบนอีมาเก็ตเพลส แบบ OLAP ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะดวกสบายต่อผู้บริหาร ในการที่จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการวางแผนในด้านต่างๆต่อไปในอนาคต

<b>Title</b>	E-Marketplace for Hotel
<b>Student</b>	Ms. Nisaluck Chenwiwatthanasilp
<b>Advisor</b>	Asst. Prof. Dr. Arit Thammano
<b>Level of Study</b>	Master of Science in Information Technology
<b>Major</b>	Information Sciences
<b>Academic Year</b>	2001

## ABSTRACT

The first E-Marketplace was introduced as a new e-commerce model for the business-to-business. Everything was designed to bring suppliers and buyers to meet through a single web site or e-marketplace. Many organizations incorporated a transaction platform that delivered uncompromising reliability and made it possible for e-marketplace participants to more closely collaborate on the supply chain. Buyers and suppliers will use the e-marketplace to jointly plan and forecast product demand. Then, the partners will more closely collaborate on product design to improve product quality and leverage resources. For this project, it's aimed to develop the hotel business system. Not only the front office service it supports, but also web analysis service. Customers can analyst the bulk of information from E-Marketplace. With OLAP style through Internet, administrators can use easily to take this information for future planning.

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์อาริต ธรรมโน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำปรึกษาต่างๆ

ขอขอบคุณคุณฉัตรชัย หลิมประเสริฐศิริ กรรมการผู้จัดการ บริษัทเน็ทเวิลด์อินเทอร์เน็ต ที่ให้ความช่วยเหลือเสมอมา และคอยผลักดันให้รายงานฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณคุณแม่ ที่ทำให้ลูกได้ก้าวมาจนถึงระดับนี้

ขอขอบคุณเพื่อนทุกคน ที่เป็นกำลังใจให้ยามท้อแท้



ขอบคุณอย่างยิ่ง  
ฉัตรลักษณ์ เจนวิวัฒนศิลป์  
กุมภาพันธ์ 2545

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 อีมาเกิดเพลส.....	1
1.2 ความเป็นมา.....	2
1.3 เป้าหมายของการดำเนินงาน.....	4
1.4 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	4
1.5 ส่วนประกอบของระบบซื้อขาย.....	4
2. การออกแบบฐานข้อมูล.....	7
2.1 Data Flow Diagram.....	7
2.2 E-R Diagram.....	9
2.3 รายละเอียดของ Table ต่างๆ.....	10
3. การพัฒนาระบบ.....	19
3.1 ลักษณะของหน้าจอต่างๆ.....	19
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4.1 OLAP (On-Line Analytical Processing).....	35
4.2 Key Performance Indicator (KPI).....	43

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่

5. บทสรุป.....	46
5.1 ประโยชน์จากการทำอิม่าเก็ตเพลส.....	46
5.2 ประโยชน์จากการทำ OLAP.....	48
5.3 ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
บรรณานุกรม.....	49
ประวัติผู้เขียน.....	50



# สารบัญตาราง

หน้า

## ตารางที่

1.1	ชั้นบันไดของระดับราคาสินค้า.....	5
1.2	การสะสมปริมาณการสั่งซื้อ.....	5
1.3	การรวบรวมความต้องการซื้อ .....	6
2.1	User.....	10
2.2	Buyer.....	11
2.3	Supplier.....	12
2.4	Brand.....	13
2.5	Category.....	13
2.6	Product.....	14
2.7	SaleItem.....	15
2.8	SalePrice.....	15
2.9	ShipAddress.....	16
2.10	BuyItem.....	17
2.11	Request_Buyer.....	17
2.12	Request.....	18
4.1	Multidimensional Thinking of OLAP.....	35
4.2	รายละเอียดต่างๆของ Sales Cube.....	40
4.3	สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้แต่ละกลุ่ม.....	42

# สารบัญภาพ

หน้า

## ภาพที่

2.1 Context Diagram ระดับ 0.....	7
2.2 Context Diagram ระดับ 1.....	8
2.3 แผนภาพแสดง E-R Diagram.....	9
3.1 หน้าจอหลักของระบบ.....	20
3.2 หน้าแรกของผู้ขายเมื่อทำการ Login เข้ามา.....	21
3.3 รายการสั่งซื้อ.....	22
3.4 สถานะการสั่งซื้อ.....	22
3.5 รายงานการขายผู้ขาย.....	23
3.6 สินค้าแข่งขันราคา.....	23
3.7 รายละเอียดของสินค้าแข่งขันราคา.....	24
3.8 เสนอราคาเพื่อแข่งขันราคา.....	24
3.9 สินค้าของผู้ขายแบ่งตามหมวดหมู่.....	25
3.10 รายละเอียดสินค้าของผู้ขาย.....	25
3.11 แหล่งช่วยเหลือลูกค้า.....	26
3.12 หน้าแรกของผู้ซื้อเมื่อทำการ Login เข้ามา.....	27
3.13 สินค้า Step Price.....	29
3.14 สินค้าที่มีการประกวดราคา.....	30
3.15 สินค้าในตระกร้า.....	30
3.16 รายงานสินค้าที่มีการอนุมัติ.....	31
3.17 รายงานการซื้อของผู้ซื้อ.....	31
3.18 สถานะการสั่งซื้อ.....	32
4.1 Business Knowledge Life Cycle.....	34
4.2 Pivot Table Field List.....	36

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

หน้า

### ภาพที่

4.3 Fact Table ของฐานข้อมูลของ Ehotel Thailand.....	37
4.4 Cube ของการขาย.....	38
4.5 Pivot Table บนบราวเซอร์.....	40
4.6 กราฟจาก Pivot Table.....	41
4.7 ค่า KPI ที่ต้องการแสดงผล.....	43
4.8 ยอดขายรวมในปี 2001 และ 2002.....	44
4.9 จำนวนขายรวมในปี 2001 และ 2002.....	44
4.10 ค่าเฉลี่ยของยอดขายสินค้าแต่ละประเภท ในปี 2001.....	44
4.11 ค่าเฉลี่ยของยอดขายสินค้าของผู้ขายแต่ละราย ในปี 2001.....	45
4.12 สินค้า 10 อันดับขายดี.....	45

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 อีมาเก็ตเพลส

ตลาดเป็นสถานที่ที่ทุกคนมาพบกันเพื่อทำการซื้อขายแลกเปลี่ยน ให้ได้มาในสิ่งที่ตนเองต้องการ ตลาดมีข้อจำกัดอยู่หลายด้าน คือต้องมีการพบปะกันโดยตรง เพื่อทำการซื้อขาย และผู้ซื้อผู้ขายส่วนใหญ่เป็นคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง ดังนั้นจำนวนของผู้ซื้อและผู้ขายจึงค่อนข้างไม่เปลี่ยนแปลง จากข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้อีคอมเมิร์ซกำเนิดขึ้นมา เมื่อกล่าวถึงอีคอมเมิร์ซ คงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า สิ่งนี้มีบทบาทสำคัญต่อการทำธุรกิจของบริษัทต่างๆมากขึ้นทุกที ไม่ว่าจะองค์กรจะดำเนินธุรกรรมในรูปแบบนี้หรือไม่ องค์กรจะได้รับอิทธิพลหรือผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมเสมอ ยิ่งวิทยาการก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆ ก็ยังมีสิ่งใหม่ๆเกิดขึ้นมา ซึ่งมีประสิทธิภาพและคุณค่าเพิ่มจากของเดิมที่มีอยู่ ดังเช่นอีมาเก็ตเพลส ที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว หรือการได้รับราคาและคุณภาพที่พอใจ จากการเลือกผู้ขายจากหลายๆแหล่ง และสำหรับผู้ขายก็เช่นกัน สินค้าที่ตนขายสามารถหมุนเวียนได้อย่างรวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทเทคโนโลยี ซึ่งธรรมชาติโดยทั่วไปของมัน จะมีวงจรชีวิตที่สั้น และมีราคาตกลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการค้าขายแบบดั้งเดิมในอุตสาหกรรมสินค้าไอที จึงไม่ค่อยมีประสิทธิภาพมากนัก ทั้งในเรื่องของต้นทุน และ Time-consuming ของผู้ซื้อและผู้ขาย นอกจากนี้ Procurement ของระบบเดิม ก็ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ที่จะจัดการกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หากองค์กรยังหยุดนิ่งอยู่กับที่ ก็จะเป็นการยากที่จะสามารถแข่งขันกับผู้ค้ารายอื่นๆในธุรกิจได้

สิ่งที่อีมาเก็ตเพลสให้มากกว่าการค้าขายแบบ Single-Side Solution คือ สามารถรองรับระบบการค้าที่ประกอบด้วยผู้ซื้อผู้ขายหลายราย และมีฟังก์ชันในการทำ online sourcing, การประมูล, และการต่อรองซื้อขาย

อีมาเก็ตเพลสสามารถใช้ได้สำหรับองค์กรทุกขนาด ตั้งแต่ธุรกิจขนาดเล็ก ไปจนถึงธุรกิจใหญ่ข้ามชาติ อีมาเก็ตเพลสสามารถสนับสนุนการทำงานและเอกสารทุกอย่างที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกรรมได้ คือ ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบราคาและสินค้า และผู้ขายก็รับคำสั่งซื้อและส่งใบกำกับภาษีไปให้ ส่วนระบบก็ทำหน้าที่จัดการในเรื่องการเปลี่ยนแปลงรายการสั่งซื้อ, การยืนยัน,

การชำระเงิน, ภาษี, การขนส่งสินค้า, วิธีในการชำระเงิน, ภาษี, การขนส่งสินค้า, และหน้าที่อื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยบริการที่มีให้ทั้งหมดนี้ ได้ทำงานอยู่บนเว็บไซต์เพียงเว็บไซต์เดียว

## 1.2 ความเป็นมา

บริษัทมอลล์เอเชีย (MallAsia) จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งในเครือของกลุ่มบริษัทซีพี จำกัด (มหาชน) ถูกก่อตั้งขึ้นมาด้วยวัตถุประสงค์ในการทำตลาด B2B แบบอีมาเก็ตเพลส ซึ่งเน้นที่กลุ่มธุรกิจของโรงแรม จึงได้มอบหมายให้บริษัทเน็กซ์เวฟเวอร์คอตเน็ต (NextWaver.NET) จำกัด ทำการพัฒนาาระบบนี้ขึ้น ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการต่างๆ ดังนี้

### 1.2.1 กระบวนการประจำวันในการทำงาน (Front Office )

- กระบวนการสมัครเป็นสมาชิก ก่อนที่จะทำการซื้อขายในอีมาเก็ตเพลส ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย จำเป็นต้องผ่านกระบวนการลงทะเบียนก่อน เพื่อให้เกิดความเชื่อถือในการทำธุรกรรมภายในอีมาเก็ตเพลส ด้วยการสมัครสมาชิก กรอกรายละเอียดต่างๆ รวมทั้งทะเบียนการค้าของสมาชิก และมีการบันทึกประวัติในการซื้อขายเพื่อสร้างระบบบริหารเครดิตของสมาชิก และใช้ในการกระบวนการการตัดสินใจมอบความไว้วางใจในการดำเนินการในขั้นตอนที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือเพื่อการดำเนินการต่อไป
- กระบวนการบริการพิเศษให้กับสมาชิก ได้แก่ บริการ Web Hosting, E-mail, WebBoard, Notepad, Calendar, Schedule Management, ToDoList, Document Management และ File Sharing เหล่านี้เป็นตัวเสริมให้กับการติดต่อสื่อสาร เพื่อเป็นตัวประสานงานในการดำเนินงานและตอบคำถาม หรือใช้ในการปรึกษาหารือ เพื่อลดความผิดพลาดในการดำเนินการทางการซื้อขาย และสร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการ โดยไม่ต้องดำเนินการเพื่อหาบริการเสริมจากที่อื่นอีก
- กระบวนการตรวจสอบความเชื่อถือของรายการซื้อขาย (Trust management) ผู้ซื้อและผู้ขาย หากทำการซื้อขายกันเองทางอินเทอร์เน็ต ก็อาจเกิดปัญหาเรื่องความเชื่อถือกัน ดังนั้นกระบวนการนี้ก็มีขึ้นเพื่อใช้ในการสร้างความมั่นใจในการทำธุรกรรมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
- กระบวนการสรรหาสินค้าเข้าสู่รายการสินค้าในตลาดการซื้อขาย (Product Classification) ทำการแยกแยะรายการสินค้าออกเป็นประเภทต่างๆเพื่อให้เกิดความง่ายในการตัดสินใจซื้อขาย ซึ่งใช้วิธีของ Multidimensional Thinking โดยในการสร้างแคตตาล็อกของผู้ขาย เขาต้องระบุ properties ต่างๆของสินค้า เช่น สินค้านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้ทำอะไร มีที่รุ่น ใช้อย่างไร ผลิตโดยใคร มีการรับประกันหรือไม่ เป็นต้น แล้วระบบก็จะนำเอาคุณสมบัติเหล่านี้จากผู้ขายแต่ละรายมาจัดเรียง

- กระบวนการปรับเปลี่ยนรายการสินค้าในแคตตาล็อก (Catalog management) ผู้ขายสามารถปรับเปลี่ยนรายการสินค้าที่ได้เสนอให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถจัดการได้ทั้งการแก้ไขรายละเอียดต่างๆของรายการสินค้า ทำการเพิ่มและลดจำนวนรายการสินค้าที่อยู่แคตตาล็อก มีระบบตรวจสอบความถูกต้องของรายการสินค้า
- กระบวนการรวบรวมความต้องการเสนอซื้อสินค้า (Demand Aggregation Management) โดยที่ Market Maker จะเป็นคนกำหนดขึ้นมา โดยการนำคำสั่งซื้อของผู้ซื้อแต่ละราย มารวมกันเป็น order ที่ใหญ่ขึ้น
- กระบวนการประมูลรายการขายในรายการเสนอซื้อ (Sell side Auction management) ซึ่งก็คือการ bidding
- กระบวนการสะสมยอดการซื้อสินค้าในรายการเสนอขายตามเงื่อนไข (Stair-Step Price by Volume)
- กระบวนการติดตามสถานะรายการซื้อขาย ซึ่งได้แก่ สถานะ การ packaging, อยู่ระหว่างการส่งสินค้า, และการจ่ายเงิน เมื่อเกิดการซื้อขายเกิดขึ้นทางระบบของตลาดจะสร้างระบบแจ้งเตือน เตือนให้ทราบผลลัพธ์ในการซื้อขายทำให้เกิดความรวดเร็วในการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสามารถนำมาใช้ในการอ้างอิงในภายหลัง เพื่อให้เกิดการดำเนินการที่ครบวงจรของการซื้อขาย ผู้ซื้อจะติดตามขั้นตอนต่างๆที่ดำเนินการได้
- ระบบออกรายงานจากฐานข้อมูล และออกรายงานวิเคราะห์ภายหลังจากการทำธุรกรรมทางการค้า

### 1.2.2 กระบวนการภายหลังการซื้อขายสินค้า (Back Office)

- กระบวนการประสานงานเอกสารของการตกลงการซื้อขาย ให้ผู้ซื้อผู้ขายติดต่อกับธนาคารที่เราได้ตกลงไว้
- กระบวนการเรียกชำระเงินภายหลังการซื้อขาย จะมีการเรียกเก็บเงินจากรายการซื้อขายจากผู้ขาย และจะดำเนินการเรียกเก็บเงินได้นั้น กระบวนการดำเนินการของธุรกรรมจะต้องดำเนิน ไปจนถึงขั้นตอนการส่งมอบสินค้าจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คือเมื่อผู้ขายได้ทำการปรับปรุงสถานะว่าส่งของไปแล้วขั้นตอนการดำเนินการที่ละขั้นตอนนั้นมีแนวโน้มที่จะผลักดันให้ผู้ขายเป็นผู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรอกรายละเอียดทั้งหมดเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้เป็นไปตามกระบวนการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานของทั้งระบบ

- กระบวนการวิเคราะห์ภายหลังการซื้อขาย ออกรายงาน เป็นส่วนของ Web Analysis ซึ่งใช้ OLAP เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ ข้อมูลจะถูกแบ่งออกเป็น Dimension ต่างๆ ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถบิด cube เพื่อความสัมพัทธ์ได้

### 1.3 เป้าหมายของการดำเนินงาน

เป้าหมายของการพัฒนาระบบอีมาเก็ตเพลสนี้ คือ การพัฒนาตลาด ซึ่งทำการซื้อขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยกระบวนการทำงานต่างๆที่มีความสามารถเหนือกว่าระบบการซื้อขายแบบอีคอมเมิร์ซทั่วไป ซึ่งช่วยให้ทุกฝ่ายลดต้นทุนในการซื้อขาย แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายต่างๆ เพื่อให้การทำธุรกรรม เป็นไปอย่างรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพสูง

### 1.4 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาระบบอีมาเก็ตเพลสและระบบการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบอื่นๆของต่างประเทศ และที่มีอยู่ในประเทศไทย
2. กำหนดปัญหาและศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบงาน
3. ออกแบบฐานข้อมูลของระบบงานใหม่
4. พัฒนาระบบอีมาเก็ตเพลส
5. ทดสอบการทำงาน

### 1.5 ส่วนประกอบของระบบการซื้อขาย

ระบบการซื้อขายของอีมาเก็ตเพลสประกอบด้วยส่วนสำคัญหลักๆ 2 ส่วนด้วยกัน คือ

#### 1.5.1 การสร้างความต้องการขาย (Step Price)

เป็นกระบวนการคัดเลือกรายการสินค้าที่ต้องการนำมาโปรโมชัน โดยบริษัทได้ตกลงกับผู้ผลิตสินค้าในเรื่องโครงสร้างของราคาตามปริมาณของสินค้า ซึ่งราคาของสินค้านั้นจะถูกแบ่งออกเป็นขั้นบันได ยิ่งซื้อสินค้าจำนวนมาก ราคาที่จะยิ่งถูกลง ผู้ซื้อแต่ละรายจะทำการป้อนความต้องการซื้อสินค้า และระบบจะทำการสะสมยอดรวมของความต้องการซื้อของผู้ซื้อทั้งหมด เพื่อให้เกิดราคาที่ต่ำที่สุดกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าของผู้ซื้อ ในเวลาที่ทางบริษัทกำหนด โดยที่การเสนอขายสินค้าของผู้ขายหรือผู้ผลิตสินค้าต่อผู้ซื้อนี้ได้ทำอยู่ในช่วงเวลาทางบริษัทได้ตกลงไว้กับผู้ขาย

ขั้นบันไดของลำดับของปริมาณสินค้ากับราคา	
สินค้า	งานเสริมอาหาร ขนาด 12 นิ้ว
จำนวนสินค้า	ราคา
<100	100
>100 , <=200	98
>200 , <=300	96
>300 , <=400	94
>400 , <=500	90
>500	88

ตารางที่ 1.1 ขั้นบันไดของระดับราคาสินค้า

สินค้า		งานเสริมอาหาร ขนาด 12 นิ้ว			
วงจเวลาการซื้อขาย	ชื่อผู้ซื้อ	ปริมาณ	ปริมาณสะสมรวม	ราคาสินค้าตามปริมาณ	
ช่วงเวลาในการเสนอซื้อ	1	ผู้ซื้อA	100 ชิ้น	100	98
	2	:	200 ชิ้น	300	94
	3	ผู้ซื้อZ	300ชิ้น	600	88
สรุปผลรวมปริมาณซื้อ				600 ชิ้น	88 บาท

ตารางที่ 1.2 การสะสมปริมาณการสั่งซื้อ

ภายหลังการเสร็จสิ้นช่วงเวลาในการสะสมปริมาณการซื้อ ระบบจะแจ้งผลของการกำหนดปริมาณและราคาสุดท้ายของผู้ขายหรือผู้ผลิต และแจ้งผลราคาสินค้าสุดท้ายไปยังผู้ซื้อทุกคนที่เสนอซื้อสินค้าต่อจากนั้นทางผู้ขายสินค้าจะเป็นผู้ดำเนินการการขนส่ง และเรียกเก็บเงินค่าสินค้า จากผู้ซื้อแต่ละรายเอง โดยทำการบันทึกผลการดำเนินการทุกขั้นตอนลงในระบบ เพื่อให้ผู้ซื้อได้สามารถเข้ามาตรวจสอบความก้าวหน้าของการดำเนินการได้จากทางเว็บไซต์ของบริษัท และสุดท้าย ทางบริษัทจะทำการเรียกเก็บเงินค่าคอมมิชชันจากผู้ขาย

### 1.5.2 การสร้างความต้องการซื้อ (Bidding)

เป็นกระบวนการในการรวบรวมความต้องการซื้อสินค้าของผู้ซื้อ ที่ตัดสินใจป้อนปริมาณความต้องการซื้อสินค้าที่ราคาตลาด โดยระบบจะใช้กรอบของเวลา รวบรวมความต้องการซื้อสินค้าเป็นปริมาณมากพอปริมาณหนึ่ง เข้าสู่กระบวนการนำปริมาณความต้องการสินค้านั้น ไปประมูลแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตสินค้าแต่ละราย ผู้ผลิตสินค้าที่เสนอขายสินค้าในราคาต่ำสุดจะเป็นผู้ชนะการประมูล และได้รับรายการซื้อสินค้านั้นๆ ไป

มีข้อสังเกตว่าสินค้าที่ได้ถูกเสนอขึ้นมาประมูลกันนั้น เป็นสินค้าที่ไม่มีอยู่ในแคตตาล็อก และเป็นสินค้าที่ไม่ได้มีการซื้อขายกันบ่อยๆ ดังนั้นผู้ขายจึงไม่นำสินค้าตัวนั้นลงในแคตตาล็อก (ซึ่งจะไม่คุ้มค่า เพราะการนำสินค้าตัวใดๆลงในแคตตาล็อก ผู้ขายจะต้องเสียเงินค่าลงตามจำนวนของชนิดสินค้านั้นๆ)

ภายหลังการประมูล ระบบจะแจ้งผลของการประมูลไปยังผู้ชนะการประมูล (ความต้องการซื้อสินค้าของผู้ซื้อ) และแจ้งผลการประมูล ไปยังผู้ซื้อทุกคนที่เสนอซื้อสินค้า ต่อจากนั้นทางผู้ขายสินค้าจะเป็นผู้ดำเนินการการขนส่ง และเรียกเก็บเงินค่าสินค้า จากผู้ซื้อแต่ละรายเอง โดยทำการบันทึกผลการดำเนินการทุกขั้นตอนลงในระบบ เพื่อให้ผู้ซื้อได้สามารถเข้ามาตรวจสอบความก้าวหน้าของการดำเนินการได้จากทางเว็บไซต์ของบริษัท และสุดท้าย ทางบริษัทจะทำการเรียกเก็บเงินค่าคอมมิชชันจากผู้ขาย

วงจเวลาการซื้อขาย		การเสนอซื้อ		ราคาเริ่มต้น	ประมูลเสนอขาย	
		ชื่อผู้ซื้อ	ปริมาณ		ชื่อผู้ขาย	ราคาที่ใช้ในการประมูลเสนอขาย
ช่วงเวลาในการเสนอซื้อ	1	ผู้ซื้อA	100 ชิ้น	100 บาท		
	2	:	200 ชิ้น			
	3	ผู้ซื้อZ	300ชิ้น			
สรุปผลรวมปริมาณซื้อ			600 ชิ้น			
ช่วงเวลาในการประมูลหาผู้ขายสินค้า	4				ผู้ขายA	98 บาท
	5				:	97 บาท
	6				ผู้ขายZ	96 บาท
สรุปผลการประมูล			600 ชิ้น		ผู้ขายZ	96 บาท

ตารางที่ 1.3 การรวบรวมความต้องการซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การออกแบบฐานข้อมูล

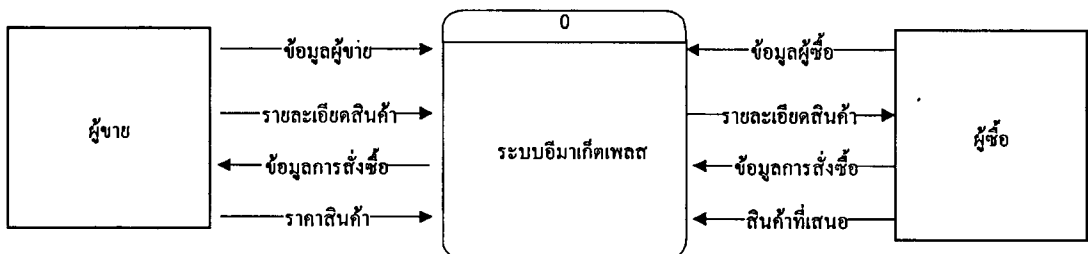
อีมาเก็ตเพลสของ MallAsia ใช้ Microsoft Access 2000 เป็นฐานข้อมูล

#### 2.1 Data Flow Diagram

Context Diagram ของระบบงานจะแสดงภาพรวมของระบบ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลและกระบวนการต่างๆที่ไหลเข้าออกระหว่าง 2 agents หลักๆ คือ ส่วนของผู้ซื้อ และส่วนของผู้ขาย

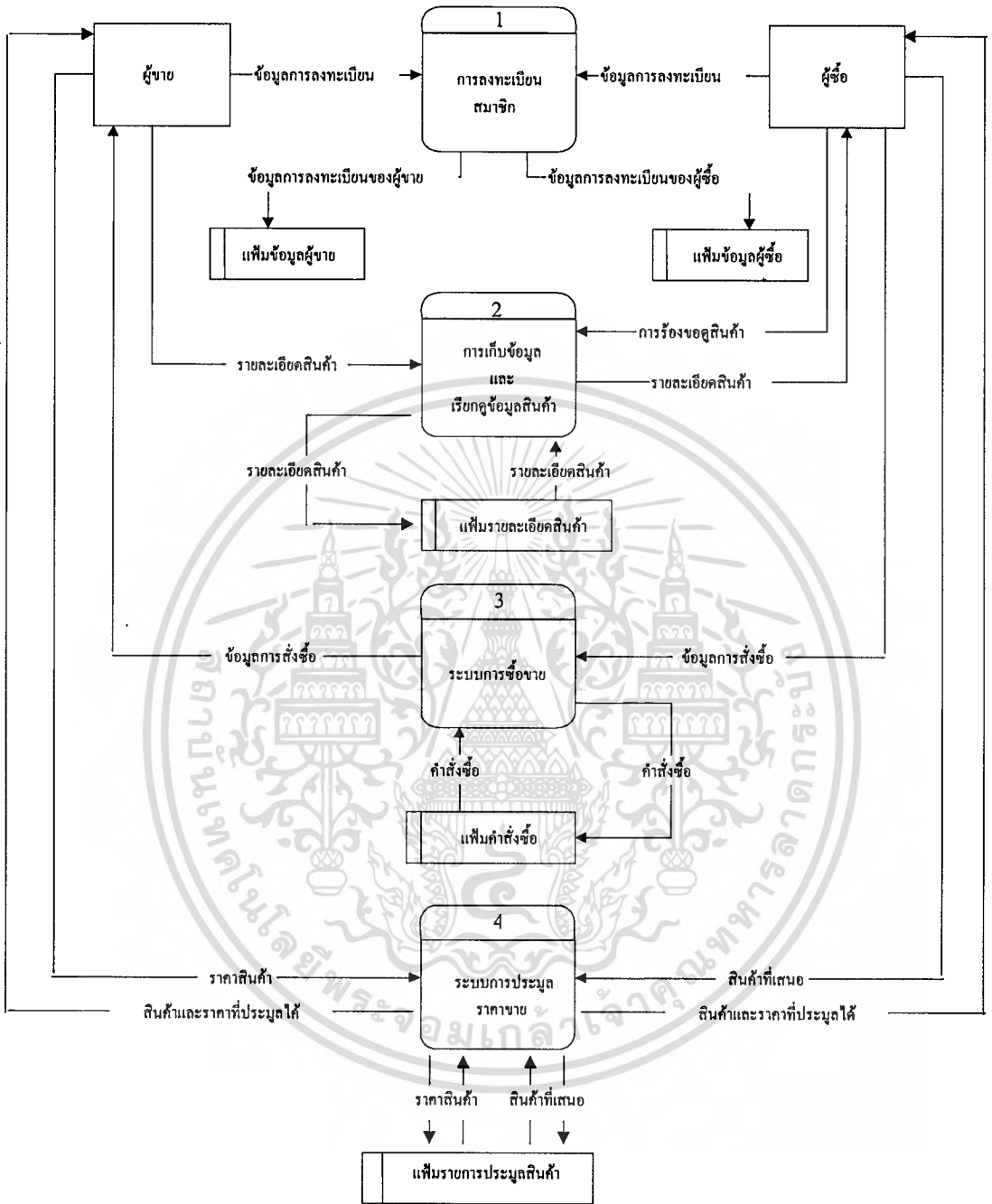
กระบวนการ (Process) ต่างๆของระบบ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กระบวนการด้วยกันคือ

1. การลงทะเบียนสมาชิก ขั้นตอนแรกของผู้ที่ต้องการมาร่วมในอีมาเก็ตเพลสทุกราย ก็คือต้องทำการสมัครสมาชิก
2. การเก็บข้อมูลและเรียกดูข้อมูลสินค้า หลังจากที่เป็นสมาชิกแล้ว ผู้ขายสามารถสร้างแคตตาล็อกให้รายละเอียดของสินค้าที่ตนต้องการขาย และผู้ซื้อก็สามารถเรียกดูหรือค้นหารายการสินค้าต่างๆ เหล่านั้น
3. ระบบการซื้อขาย ทำหน้าที่รองรับรายการซื้อขาย (Transaction) ต่างๆที่เกิดขึ้น ทั้งการซื้อขายแบบปกติ และแบบ Step Price
4. ระบบการประมูลราคาขาย สำหรับสินค้าใหม่ที่ไม่มีการจำหน่ายบนอีมาเก็ตเพลส ผู้ซื้อสามารถทำการเสนอสินค้าที่ตนต้องการซื้อ เพื่อให้ผู้ขายทำการแข่งขันประกวดราคา (Bidding)



รูปที่ 2.1 Context Diagram ระดับ 0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



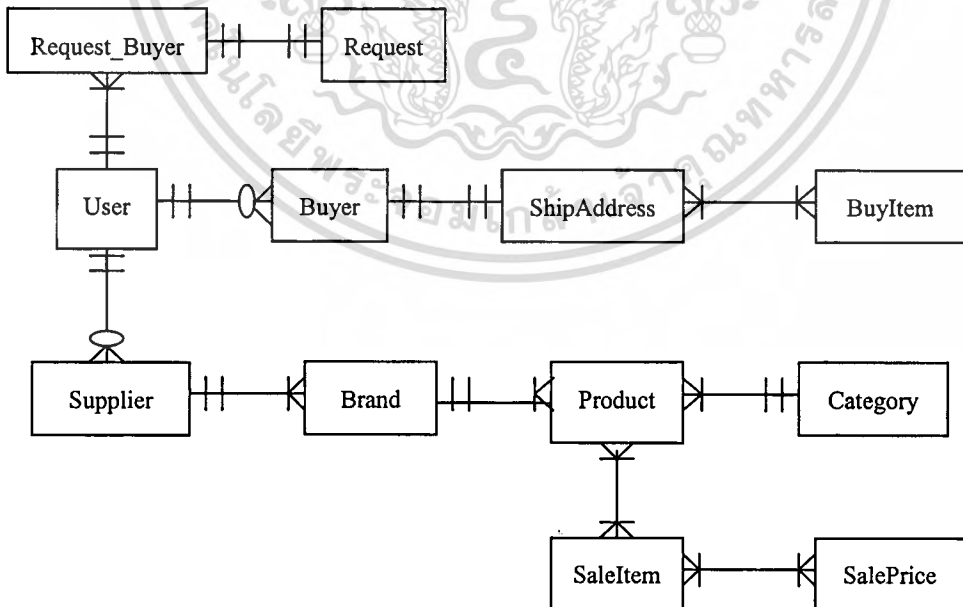
รูปที่ 2.2 Context Diagram ระดับ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 E-R Diagram

E-R Diagram ของระบบงานจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง Entity ต่างๆในฐานข้อมูลของอีมาเก็ตเพลส ประกอบด้วย 12 Entities ด้วยกัน คือ

1. User
2. Buyer
3. Supplier
4. Brand
5. Category
6. Product
7. SaleItem
8. SalePrice
9. ShipAddress
10. BuyItem
11. Request\_Buyer
12. Request



รูปที่ 2.3 แผนภาพแสดง E-R Diagram

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3 รายละเอียดของ Tables ต่างๆ

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
UserID	PK	รหัสผู้ใช้	NUMBER(Integer)	N
CompanyID	FK	รหัสบริษัท	NUMBER(Integer)	N
UserName		ชื่อในการ Login	CHAR(16)	N
PassWord		รหัสผ่าน	CHAR(16)	N
User_Level		1=Admin , 2=User	NUMBER(Integer)	Y
User_Type		A=Admin, B=Buyer, S=Supplier	CHAR(1)	Y
FirstName		ชื่อ	CHAR(50)	Y
LastName		นามสกุล	CHAR(50)	Y
Email		อีเมล	CHAR(50)	Y
User_Status		Y=Yes, N=No	CHAR(1)	Y

ตารางที่ 2.1 User

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
CompanyID	PK	รหัสบริษัท	NUMBER(Integer)	N
CompanyName		ชื่อบริษัท	CHAR(50)	Y
Address		ที่อยู่	CHAR(255)	Y
Zone		เขต	CHAR(50)	Y
City		แขวง/อำเภอ	CHAR(50)	Y
Province		จังหวัด	CHAR(20)	Y
ZipCode		รหัสไปรษณีย์	CHAR(20)	Y
Phone		หมายเลขโทรศัพท์	CHAR(30)	Y
Fax		หมายเลขแฟกซ์	CHAR(30)	Y
CompanyURL		โฮมเพจ	CHAR(50)	Y
BusinessType		1=Hotel, Resort 2=Industry	NUMBER(Integer)	Y
TaxID		หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี	CHAR(50)	N
Picture		Logo บริษัท	CHAR(50)	Y
Email		อีเมล	CHAR(50)	Y

ตารางที่ 2.2 Buyer

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
CompanyID	PK	รหัสบริษัท	NUMBER(Integer)	N
CompanyName		ชื่อบริษัท	CHAR(50)	Y
Address		ที่อยู่	CHAR(255)	Y
Zone		เขต	CHAR(50)	Y
City		แขวง/อำเภอ	CHAR(50)	Y
Province		จังหวัด	CHAR(20)	Y
ZipCode		รหัสไปรษณีย์	CHAR(20)	Y
Phone		หมายเลขโทรศัพท์	CHAR(30)	Y
Fax		หมายเลขแฟกซ์	CHAR(30)	Y
CompanyURL		โฮมเพจ	CHAR(50)	Y
BusinessType		1=Hotel, Resort 2=Industry	NUMBER(Integer)	Y
TaxID		หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี	CHAR(50)	N
Picture		Logo บริษัท	CHAR(50)	Y
MonthlyFee		Fee รายเดือน	CURRENCY	Y
ProcessMonthlyFee		Y=Paid, N=Unpaid	CHAR(1)	Y

ตารางที่ 2.3 Supplier

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
BrandID	PK	รหัสยี่ห้อ	NUMBER(Integer)	N
SupplierID	FK	รหัสผู้ขาย	NUMBER(Integer)	N
BrandName		ชื่อยี่ห้อ	CHAR(50)	Y
BrandName_th		ชื่อยี่ห้อ(ภาษาไทย)	CHAR(50)	Y
Picture		รูปสัญลักษณ์ของยี่ห้อ	CHAR(50)	Y

ตารางที่ 2.4 Brand

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
CategoryID	PK	รหัสประเภทสินค้า	NUMBER(Integer)	N
CategoryName		ประเภทสินค้า	CHAR(50)	Y
CategoryName_th		ประเภทสินค้า(ภาษาไทย)	CHAR(50)	Y
ParentID	FK	รหัสสินค้าที่เป็น Parent	NUMBER(Integer)	N
Picture		รูป	CHAR(50)	Y

ตารางที่ 2.5 Category

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
ProductID	PK	รหัสสินค้า	NUMBER(AutoNumber)	N
BrandID	FK	รหัสยี่ห้อ	NUMBER(Integer)	N
CategoryID	FK	รหัสประเภทสินค้า	NUMBER(Integer)	N
ProductCode		รหัสสินค้า	CHAR(50)	Y
ProductName		ชื่อสินค้า	CHAR(50)	Y
ProductName_th		ชื่อสินค้า(ภาษาไทย)	CHAR(50)	Y
Package		หน่วยของบรรจุภัณฑ์	CHAR(50)	Y
Quantity		ปริมาณสินค้าคงคลัง	NUMBER(Double)	Y
Quantity_Unit		หน่วยของปริมาณสินค้า	CHAR(50)	Y
Quantity_Unit_th		หน่วยของปริมาณสินค้า (ภาษาไทย)	CHAR(50)	Y
Condition		เงื่อนไขการซื้อสินค้า	MEMO	Y
Condition_th		เงื่อนไขการซื้อสินค้า (ภาษาไทย)	MEMO	Y
Credit_Term		จำนวนวันสูงสุดในการ ผ่อนชำระ	NUMBER(Integer)	Y
Description		ลักษณะของสินค้า	MEMO	Y
Description_th		ลักษณะของสินค้า(ไทย)	MEMO	Y
Picture		รูปสินค้า	CHAR(50)	Y
Picture2		รูปสินค้า 2	CHAR(50)	Y

ตารางที่ 2.6 Product

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
SaleID	PK	รหัสการขาย	NUMBER(Auto)	N
ProductID	FK	รหัสสินค้า	NUMBER(Integer)	N
SupplierID	FK	รหัสผู้ขาย	NUMBER(Integer)	N
UnitName		หน่วยของปริมาณสินค้า	CHAR(50)	Y
UnitName_th		หน่วยของปริมาณสินค้า (ภาษาไทย)	CHAR(50)	Y
StartDate		วันที่เริ่มขาย	DATE/TIME	Y
StopDate		วันที่สิ้นสุดการขาย	DATE/TIME	Y
TransectionFee		Fee ต่อ Transaction	NUMBER(Double)	Y
DeliveringDay		จำนวนวันในการจัดส่ง	NUMBER(Integer)	Y

ตารางที่ 2.7 SaleItem

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
SaleID	PK	รหัสการขาย	NUMBER(Integer)	N
PriceID	PK	รหัสของ Step Price	NUMBER(Integer)	N
MinUnit		ปริมาณต่ำสุดที่ขาย	NUMBER(Integer)	Y
MaxUnit		ปริมาณสูงสุดที่ขาย	NUMBER(Integer)	Y
SalePrice		ราคาขาย	CURRENCY	Y

ตารางที่ 2.8 SalePrice

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
ShipID	PK	รหัสการส่งสินค้า	NUMBER(Integer)	N
BuyerID	FK	รหัสผู้ซื้อ	NUMBER(Integer)	N
ShipName		ปริมาณสูงสุดที่ขาย	CHAR(50)	Y
ShipFirstName		ชื่อผู้รับสินค้า	CHAR(30)	Y
ShipLastName		นามสกุลผู้รับสินค้า	CHAR(50)	Y
ShipAddress		ที่อยู่ของการส่งสินค้า	CHAR(255)	Y
ShipZone		เขต	CHAR(50)	Y
ShipCity		แขวง/อำเภอ	CHAR(50)	Y
ShipProvince		จังหวัด	CHAR(20)	Y
ShipPhone		เบอร์โทรศัพท์	CHAR(50)	Y
ShipFax		เบอร์แฟกซ์	CHAR(50)	Y
ShipZipCode		รหัสไปรษณีย์	CHAR(20)	Y
Picture		รูป	CHAR(50)	Y

ตารางที่ 2.9 ShipAddress

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
BuyerID	PK	รหัสผู้ซื้อ	NUMBER(Integer)	N
SaleID	FK	รหัสการขาย	NUMBER(Integer)	N
UserID	FK	รหัสผู้ใช้	NUMBER(Integer)	N
ShipID	FK	รหัสการส่งสินค้า	NUMBER(Integer)	N
BuyUnit		จำนวนซื้อ(หน่วย)	NUMBER(Integer)	Y
BuyPrice		ราคาต่อหน่วย	CURRENCY	Y
Description		คำอธิบายเพิ่มเติม	CHAR(255)	Y
BuyDate		วันที่ซื้อ	DATE/TIME	Y
ConfirmDate		วันที่ผู้ซื้อทำการยืนยัน การสั่งซื้อ	DATE/TIME	Y
AdmitDate		วันที่ผู้ขายได้รับการยืนยัน คำสั่งซื้อ	DATE/TIME	Y
DeliveringDate		วันที่ผู้ขายส่งสินค้า	DATE/TIME	Y
PaymentDate		วันที่ผู้ขายจัดส่งใบเรียก เก็บเงิน	DATE/TIME	Y
PaidDate		วันที่ผู้ขายได้รับการจ่าย ชำระ	DATE/TIME	Y
FeePaidDate		วันที่ MallAsia ได้รับเงิน ค่าธรรมเนียมจากผู้ขาย	DATE/TIME	Y

ตารางที่ 2.10 BuyItem

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
RequestID	PK	รหัสการ Request Bidding	NUMBER(Integer)	N
UserID	FK	รหัสผู้ใช้	NUMBER(Integer)	N
RequestQuantity		ปริมาณการ Request	NUMBER(Integer)	Y
RequestDate		วันที่ทำการ Request	DATE/TIME	Y

ตารางที่ 2.11 Request Buyer

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Field Name	Key	Description	Data Type	Null
RequestID	PK	รหัสการ Request Bidding	NUMBER(Integer)	N
ProductName	FK	รหัสสินค้า	CHAR(50)	N
Description		คำอธิบายเพิ่มเติม	CHAR(255)	Y
UnitName		หน่วยของปริมาณสินค้า	CHAR(50)	Y
UnitName_th		หน่วยของปริมาณสินค้า (ภาษาไทย)	CHAR(50)	Y
UnitPrice		ราคาต่อหน่วย	CURRENCY	Y
StartBidDate		วันที่เริ่มการ Bidding	DATE/TIME	Y
ApproveDate		วันที่ทำการยืนยัน	DATE/TIME	Y
StopBidDate		วันที่สิ้นสุดการ Bidding	DATE/TIME	Y
DeliveryDate		วันที่กำหนดส่งสินค้า	DATE/TIME	Y
SupplierID	FK	รหัสผู้ขาย	NUMBER(Integer)	N
BidPrice		วันที่กำหนดจ่ายชำระ	CURRENCY	Y
LastBid		วันที่จ่ายชำระ	DATE/TIME	Y
LevelPrice		ระดับขั้นราคาสินค้า	CURRENCY	Y
BidFee		ค่าธรรมเนียมการ Bidding	NUMBER(Double)	Y
AdmitDate		วันที่รับสินค้า	DATE/TIME	Y
DeliveringDate		วันที่ทำการส่งสินค้า	DATE/TIME	Y
PaymentDate		วันที่กำหนดจ่ายชำระ	DATE/TIME	Y
PaidDate		วันที่จ่ายชำระ	DATE/TIME	Y
FeePaidDate		วันที่จ่ายค่าธรรมเนียม	DATE/TIME	Y

ตารางที่ 2.12 Request

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การพัฒนาระบบ

หลังจากที่ได้ออกแบบฐานข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก็มาถึงขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรม โดยโปรแกรมที่ใช้ในการการพัฒนาประกอบด้วย

1. Microsoft Access 2000 สำหรับเป็นฐานข้อมูล
2. ASP (Active Server Page) เพื่อการทำ Web Database
3. Macromedia Dreamweaver 4 สำหรับการออกแบบหน้าจอ
4. Macromedia Flash 5 สำหรับการออกแบบภาพกราฟฟิกและแอนิเมชันต่างๆ
5. Analysis Services ใน Microsoft SQL Server 2000 ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ OLAP
6. Microsoft Excel 2000 ใช้ร่วมกับ Analysis Services ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ลักษณะของหน้าจอต่างๆ

หน้าจอต่างๆประกอบด้วยหน้าจอหลัก และเมื่อผ่านการ Login เข้าไปแล้ว Interface จะถูกแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ Interface ของผู้ขาย และ Interface ของผู้ซื้อ ทั้งสองรูปแบบนั้นมีฟังก์ชันการทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

MallAsia  
C.P. GROUP OF COMPANIES

EhotelThailand.com  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | เว็บบอร์ด | แหล่งช่วยเหลือ

Eng

• หน้าหลัก > ยินดีต้อนรับ

ผู้ซื้อ

- สมัครสมาชิก
- ผลประโยชน์
- นโยบายของเรา
- ถาม-ตอบ

ผู้จำหน่าย

- สมัครสมาชิก
- ผลประโยชน์
- นโยบายของเรา
- ถาม-ตอบ

ถาม-ตอบ

cleaning

Success Your Commerce with MallAsia

we provide you a marketplace.  
make your life comfortable and easy.

B2B Business for Hotel Supply

Looking for B2B business  
marketplace for buyer and supplier

เข้าสู่ระบบ

ชื่อเข้าสู่ระบบ

รหัสผ่าน

GO!

ลืมรหัสผ่าน?

Copyright ©2001 MallAsia. All Rights Reserved.  
313 C.P. Tower, 22nd floor, Silom Road, Bangkok,  
Bangkok 10500, Thailand Tel: (662) 638-2972


### รูปที่ 3.1 หน้าจอหลักของระบบ

ผู้ที่จะ login เข้าไปได้ต้องผ่านการสมัครสมาชิกมาแล้ว และได้รับการตอบรับจากทาง MallAsia โดยทาง MallAsia อาจจะติดต่อกลับโดยผ่านทางโทรศัพท์ หรือตอบรับทาง E-mail โดยทางใดทางหนึ่ง และผู้ใช้ก็จะได้รับ ชื่อที่เข้าสู่ระบบ (UserName) และรหัสผ่าน (Password) เพื่อสามารถเข้าสู่ระบบการซื้อขายนี้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

**EHOTELTHAILAND.COM**  
E PROCUREMENT FOR HOTEL



หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | เวบบอร์ด | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้จำหน่ายเข้าสู่ระบบ > สินค้าเดือนจับ

**สินค้า step price**

ดูรายการสั่งซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

รายงานการขายผู้ขาย

---

**สินค้าเสนอราคา**

สินค้าแข่งขันราคา

รายงานสินค้าแข่งขันราคา

---

**การจัดการทั่วไป**

หน้าแรก

ดูสินค้าของผู้ขาย

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

Nextw@ver.NET

quest\_s  
ที่อยู่ : guest  
guest guest

■ **รายการสั่งซื้อ**  
ท่านสามารถตรวจสอบยอดการสั่งซื้อได้จากรายงานนี้


■ **รายงานการขายผู้ขาย**  
อ่านรายงานการขายย้อนหลังได้จากรายงานนี้ ประกอบด้วย รายงานขายรายปี รายไตรมาสและรายเดือน หรือสามารถดู รายงานแยกตามหมวดหมู่สินค้า และแยกตามผู้สั่งซื้อได้

■ **สถานะการสั่งซื้อ**  
สำหรับการจัดการความก้าวหน้าของสินค้า ที่ลูกค้าได้สั่งซื้อ

■ **สินค้าแข่งขันราคา**  
ประกอบไปด้วยรายงานสินค้าที่มีการแข่งขันราคา และท่านสามารถเข้าร่วมแข่งขันราคาสินค้าได้ทันที

■ **ดูสินค้าของผู้ขาย**  
ดูรายการสินค้าของท่านที่ได้มีวางจำหน่ายกับ mallasia ได้ทันที

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล



Copyright ©2001 MallAsia. All Rights Reserved  
313 C.P.Tower,22nd floor, Silom Road,Bengrek,  
Bangkok,10500,Thailand Tel: (662) 638-2972

รูปที่ 3.2 หน้าแรกของผู้ขายเมื่อทำการ Login เข้ามา

ภายในหน้านี้จะแสดงหัวข้อและรายละเอียดต่างๆ ในการซื้อขายสินค้า ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. รายการสั่งซื้อ : รายละเอียดการสั่งซื้อทั้งหมด
2. รายงานการขายผู้ขาย : รายละเอียดการขายสินค้าทั้งหมด จะเลือกดูเป็นรายเดือนหรือปีก็ได้
3. สถานะการสั่งซื้อ : แสดงรายละเอียดของสถานะการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด
4. สินค้าแข่งขันราคา : รายการสินค้าทั้งหมดที่มีการเสนอเข้ามาประกวดราคา
5. ดูสินค้าของผู้ขาย : รายการสินค้าทั้งหมดที่มีการวางจำหน่ายที่ MallAsia

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

**EHOTELTHAILAND.COM**  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

**B2**

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้ขายเข้าร่วมระบบ > รายการสั่งซื้อ

**สินค้า step price**

ดูรายการสั่งซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

รายงานการขายผู้ขาย

**บริษัท เคโมไทย จำกัด**

ที่อยู่ : 311/3 ซอยสันนิบาตเทศบาล ถนนลาดพร้าว  
ลาดยาว จตุจักรกทม. 10900

**รายการสั่งซื้อ**

มีทั้งหมด 1 รายการ  
แสดงหน้าละ 20 รายการ หน้าที่ [1] ไปยังหน้า [1]

ที่	รหัสการขาย	ชื่อสินค้า	ปริมาณ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคา(บาท)	ปิดการขายเมื่อ
1	21	เค็มแลนซ์ อาร์-600	29	ถัง	792	22,968.00	30/12/2544
รวม						22,968.00	

การจัดการทั่วไป

หน้าแรก

ดูสินค้าของผู้ขาย

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.3 รายการสั่งซื้อ

**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

**EHOTELTHAILAND.COM**  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

**B2**

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้ขายเข้าร่วมระบบ > รายการสั่งซื้อ

**สินค้า step price**

ดูรายการสั่งซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

รายงานการขายผู้ขาย

**บริษัท เคโมไทย จำกัด**

ที่อยู่ : 311/3 ซอยสันนิบาตเทศบาล ถนนลาดพร้าว  
ลาดยาว จตุจักรกทม. 10900

**สถานะการสั่งซื้อ**

มีทั้งหมด 1 รายการ  
แสดงหน้าละ 20 รายการ หน้าที่ [1] ไปยังหน้า [1]

ที่	รหัสการขาย	ชื่อสินค้า	ปริมาณ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ราคา(บาท)	ปิดการขายเมื่อ
1	21	เค็มแลนซ์ อาร์-600	29	ถัง	792	22,968.00	30/12/2544
รวม						22,968.00	

การจัดการทั่วไป

หน้าแรก

ดูสินค้าของผู้ขาย

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.4 สถานะการสั่งซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

**EHOTELTHAILAND.COM**  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้ขายเข้าสู่ระบบ > รายงานผู้ขาย

**สินค้า step price**

ดูรายการสั่งซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

รายงานการขายผู้ขาย

---

**สินค้าเสนอราคา**

สินค้าแข่งขันราคา

รายงานสินค้าแข่งขันราคา

---

**การจัดการทั่วไป**

หน้าแรก

ดูสินค้าของผู้ขาย

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

**บริษัท เคโมไทย จำกัด**

ที่อยู่ : 311/3 ซอยสันนิบาตเทศบาล ถนนลาดพร้าว  
ลาดยาว จตุจักรกทม. 10900

**รายงานผู้ขาย เดือนตุลาคม 2001** พิมพ์รายการนี้

มีทั้งหมด 1 รายการ  
แสดงหน้าละ 20 รายการ หน้าที่ [1]

ที่	ชื่อสินค้า	ปริมาณ	หน่วย	ราคา/หน่วย	ไปยังหน้าที่ [1]
1	เตียงแลนด์ อาร์-600	10	เตียง	792	7,920.00
				รวม	7,920.00

ดูข้อมูลรายเดือน

---

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | ผังเวบไซต์ | แหล่งข้อมูล

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.5 รายงานการขายผู้ขาย

**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

**EHOTELTHAILAND.COM**  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

home > supplier login > order status

**สินค้า step price**

ดูรายการสั่งซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

รายงานการขายผู้ขาย

---

**สินค้าเสนอราคา**

สินค้าแข่งขันราคา

รายงานสินค้าแข่งขันราคา

---

**การจัดการทั่วไป**

หน้าแรก

ดูสินค้าของผู้ขาย

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

**บริษัท โอสัน จำกัด**

ที่อยู่ : 33/21-22 อาคาร บจ.โอสัน รอยสุขุมวิท 21 ถนนสุขุมวิท  
คลองเตย วัฒนา กทม. 10110

**สินค้าแข่งขันราคา**

มีทั้งหมด 2 รายการ  
แสดงหน้าละ 20 รายการ หน้าที่ [1]

ไปยังหน้าที่ [1]

\*\*\* ราคาที่อยู่ภายในวงเล็บ < > หมายถึงราคาที่คุณได้เป็นผู้เสนอ

No.	ชื่อสินค้า	จำนวน	หน่วย	วันปิดการเสนอราคา	ราคาเสนอ ณ ปัจจุบัน	
1	จานเบรามีค	60	1บ	15/4/2545	< 23 บาท >	ดูรายละเอียด
2	ที่เขี่ยบุหรี่	75	ชิ้น	15/4/2545	< 36.5 บาท >	ดูรายละเอียด

home | supplier | buyer | about us | contact us | site map | help

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.6 สินค้าแข่งขันราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

**EHOTELTHAILAND.COM**  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูลอื่น

home > supplier login > order status

สินค้า step price

ดูรายการสั่งซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

รายงานการขายผู้ขาย

สินค้าเสนอราคา

สินค้าแข่งขันราคา

รายงานสินค้าแข่งขันราคา

การจัดการทั่วไป

หน้าแรก

ดูสินค้าของผู้ขาย

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

**บริษัท ไอลิน จำกัด**

ที่อยู่ : 33/21-22 อาคาร บจ.ไอลิน ซอยสุขุมวิท 21 ถนนสุขุมวิท  
คลองเตย วัฒนา กทม. 10110

**รายละเอียดสินค้า แข่งขันราคา**

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อสินค้า : งานเซรามิค

รายละเอียดสินค้า : ซอบอนน โนมัลยา สิคิม ขนาด10"

วันที่สั่งซื้อสินค้า : 10/2/2545

วันที่ต้องการสินค้า : 1/5/2545

จำนวนเสนอซื้อรวม : 60 โป

อัตราค่าธรรมเนียมการแข่งขันราคา : 0 % \*\*\* (ค่าธรรมเนียมนี้ MallAsia จะคิดกับผู้คนที่เสนอราคาได้เท่านั้น)

ข้อมูลการแข่งขันราคา

วันสุดท้ายการแข่งขันราคาเมื่อ 15/4/2545

ราคาเสนอ ณ ปัจจุบัน: 23 บาท | สูงกว่าการเสนอราคาต่อครั้ง 2 บาท

ราคาเสนอ ณ ปัจจุบันถูกเป็นผู้เสนอ

กรุณาใส่ราคาที่คุณต้องการเสนอ (เสนอได้ไม่เกิน 21 บาท)  บาท

home | supplier | buyer | about us | contact us | site map | help

©2001 MallAsia Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.7 รายละเอียดของสินค้าแข่งขันราคา

**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

**EHOTELTHAILAND.COM**  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูลอื่น

home > supplier login > order status

สินค้า step price

ดูรายการสั่งซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

รายงานการขายผู้ขาย

สินค้าเสนอราคา

สินค้าแข่งขันราคา

รายงานสินค้าแข่งขันราคา

การจัดการทั่วไป

หน้าแรก

ดูสินค้าของผู้ขาย

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

**บริษัท ไอลิน จำกัด**

ที่อยู่ : 33/21-22 อาคาร บจ.ไอลิน ซอยสุขุมวิท 21 ถนนสุขุมวิท  
คลองเตย วัฒนา กทม. 10110

**คุณได้ทำการเสนอราคาสินค้า รายละเอียดดังต่อไปนี้**

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อสินค้า : งานเซรามิค

รายละเอียดสินค้า : ซอบอนน โนมัลยา สิคิม ขนาด10"

วันที่สั่งซื้อสินค้า : 10/2/2545

จำนวนเสนอซื้อรวม : 60 โป

**ราคาที่คุณได้เสนอไป = 21 บาท**

--- ราคาที่คุณเสนอนี้ไม่สามารถแก้ไขได้อีก กรุณาตรวจสอบตัวเลขที่แน่ใจว่าคุณต้องการเสนอราคานี้ ---

home | supplier | buyer | about us | contact us | site map | help

©2001 MallAsia Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.8 เสนอราคาเพื่อแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรู๊ปแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>MallAsia</b> <small>C.P. GROUP OF COMPANIES</small>		<b>EHOTELTHAILAND.COM</b> <b>E PROCUREMENT FOR HOTEL</b>		
		หน้าหลัก   เกี่ยวกับเรา   ติดต่อเรา   แหล่งข้อมูล		
• หน้าหลัก > ผู้ขาย > แก้ไขข้อมูล				
ลิงก์ step price ดูรายการสิ่งซื้อ สถานะการสั่งซื้อ รายงานการขายผู้ขาย	<b>บริษัท เคโมไทย จำกัด</b> KEMOTHAI CO., LTD. บริษัท เคโมไทย จำกัด ที่อยู่ : 311/3 ซอยสินนิบาตเทศบาล ถนนลาดพร้าว ลาดยาว จตุจักร กทม. 10900			
ลิงก์เสนอราคา ลิงก์แข่งขันราคา รายงานลิงก์แข่งขันราคา	<b>รายการสินค้าทั้งหมดแยกตามหมวดหมู่</b>			
การจัดการทั่วไป หน้าแรก คู่มือของผู้ขาย แหล่งข้อมูลลูกค้า ออกรายระบบ	อาหาร เครื่องปรุง <0> น้ำมัน <1> เครื่องดื่ม <0> <b>อุปกรณ์ทำความสะอาด</b> เคมีภัณฑ์ <2> ผงซักฟอก <0> เครื่องจ่ายสบู่ <0> เครื่องเป่ามือลมร้อน <0> เครื่องทำความสะอาดไฟฟ้า <0> กระดาษชำระ <0> เครื่องฉีดเปื้อนไขมัน <0> <b>เครื่องใช้สำนักงาน</b> ตู้ลิ้นชักเอกสาร <0> <b>ไฟฟ้า, อิเล็กทรอนิกส์</b> เตารับ <1> ปลั๊กต่อวงจร <0> หลอดไฟฟลูออโร <0> <b>อุปกรณ์ในครัว</b> แฉกออกออดี <0>			
©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.				

รูปที่ 3.9 คู่มือค่าของผู้ขายแบ่งตามหมวดหมู่

<b>MallAsia</b> <small>C.P. GROUP OF COMPANIES</small>		<b>EHOTELTHAILAND.COM</b> <b>E PROCUREMENT FOR HOTEL</b>		
		หน้าหลัก   เกี่ยวกับเรา   ติดต่อเรา   แหล่งข้อมูล		
• หน้าหลัก > ผู้ขาย > แก้ไขข้อมูล				
ลิงก์ step price ดูรายการสิ่งซื้อ สถานะการสั่งซื้อ รายงานการขายผู้ขาย	<b>บริษัท เคโมไทย จำกัด</b> KEMOTHAI CO., LTD. บริษัท เคโมไทย จำกัด ที่อยู่ : 311/3 ซอยสินนิบาตเทศบาล ถนนลาดพร้าว ลาดยาว จตุจักร กทม. 10900		<b>หมวดหมู่สินค้า</b> สบู่ อุปกรณ์ทำความสะอาด เครื่องใช้สำนักงาน ไฟฟ้า, อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ในครัว	
ลิงก์เสนอราคา ลิงก์แข่งขันราคา รายงานลิงก์แข่งขันราคา	ประเภทสินค้า : เคมีภัณฑ์ มีทั้งหมด 2 รายการ แสดงหน้าละ 10 รายการ หน้าที่ [1]		ไปยังหน้าที่ 1	
การจัดการทั่วไป หน้าแรก คู่มือของผู้ขาย แหล่งข้อมูลลูกค้า ออกรายระบบ		<b>เล็ฟพลด์ อาร์-600</b> ขนาด 20 ลิตร ผู้ผลิต บริษัท เคโมไทย จำกัด	สินค้านี้ยังไม่มี จำนวน	
	<b>ไมอีซูบิลดาบี</b>	<b>KHEM</b> ขนาด 100 หลอม ผู้ผลิต บริษัท เคโมไทย จำกัด	สินค้านี้ยังไม่มี จำนวน	
©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.				

รูปที่ 3.10 รายละเอียดสินค้าของผู้ขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าหลัก > ผู้ขายเข้าสู่ระบบ > รายงานผู้ขาย

สินค้า step price
ดูรายการสั่งซื้อ
สถานะการสั่งซื้อ
รายงานการขายผู้ขาย
สินค้าเสนอราคา
สินค้าแข่งขันราคา
รายงานสินค้าแข่งขันราคา
การจัดการทั่วไป
หน้าแรก
ดูสินค้าของผู้ขาย
แหล่งช่วยเหลือนักค้า
ออกจากระบบ



KEMOTHAI CO., LTD.  
บริษัท เคโมไทย จำกัด

บริษัท เคโมไทย จำกัด

ที่อยู่ : 311/3 ซอยสินนิภาตเทศบาล ถนนลาดพร้าว  
ลาดยาว จตุจักรกทม. 10900

### แหล่งช่วยเหลือนักค้า



แหล่งช่วยเหลือนักค้าในการแก้ไข ปรับปรุงข้อมูล และคู่มือการใช้งานเว็บไซต์

แก้ไขข้อมูลส่วนตัว

คลิกที่นี่เมื่อคุณต้องการแก้ไขข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทของคุณ อาทิเช่น ที่อยู่ ,สถานที่จัดส่งสินค้า ,หมายเลขโทรศัพท์

การจัดการผู้ใช้ระบบรายย่อย(Buyer)

คลิกที่นี่เมื่อต้องการเพิ่ม,เปลี่ยนแปลงผู้ใช้ระบบรายย่อย

แก้ไขรหัส

คลิกที่นี่เมื่อต้องการเปลี่ยนแปลงรหัสเข้าสู่ระบบหรือรหัสเพื่อการอนุมัติการสั่งซื้อสินค้า

คำถามที่พบบ่อยๆ

คลิกที่นี่เพื่ออ่านคำถามที่มักพบบ่อยๆเกี่ยวกับเรื่องสินค้า การบริการ และปัญหาต่างๆที่ท่านอาจสงสัยหรือพบในการใช้งานเว็บไซต์นี้

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | ฝั่งเว็บไซต์ | แหล่งช่วยเหลือนักค้า

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved

### รูปที่ 3.11 แหล่งช่วยเหลือนักค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**MallAsia** EhotelThailand.com **BUS**  
 C.P. GROUP OF COMPANIES E PROCUREMENT FOR HOTEL

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | แผนผังไซต์ | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้ซื้อเข้าสู่ระบบ > สินค้าต้อนรับ

ค้นหา

ค้นหาตามชื่อบริษัท  
 ค้นหาตามแบบสินค้า  
 ค้นหาตามหมวดหมู่สินค้า

เลือกหมวดสินค้า

**Nextwaver Co., Ltd.**  
**Nextwaver.NET**  
 ที่อยู่ :  
 Billing 114/70 Suthisarnwinitchai 10  
 Hauykuang Phayathai Bangkok 10400

**Alphalon**  
 รายละเอียดสินค้า :  
 สบู่อาบน้ำ มีมาตรฐาน กลิ่น  
 ทนมีให้เลือก ทายแบบ และ  
 ทากหลายขนาด  
 เงื่อนไข :  
 1. ระยะเวลาชำระเงิน 45 วัน  
 2. จัดส่งภายใน 10 วัน

save price

Soap  
 ALL commerce

ที่	ปริมาณ(กล่อง)	ราคา(บาท)
1.	1-10,000	1
2.	10,001-50,000	0.9
3.	50,001-100,000	0.8
4.	100,000 ขึ้นไป	0.7

ปิดการสั่งซื้อ วันเสาร์ที่ 30 พฤษภาคม 2001, เวลา 7:30:00  
 ยอดซื้อรวม : 450 กล่อง  
 การสั่งซื้อครั้งล่าสุด : 28 เมษายน 2001 12:05:43

จำนวนที่ต้องการ **เลือกลดราคา**

1

**อุปกรณ์ในห้องน้ำ**  
 กิซซู,สบู่,หมวกอาบน้ำ,แชมพู,มีดโกน

**อุปกรณ์ทำความสะอาด**  
 น้ยาทำความสะอาดพื้น,น้ยาขัดห้องน้ำ,น้ยา  
 ฉีดจาน,อุปกรณ์ขัด

**อุปกรณ์ในห้องครัว**  
 จาน,แบน,แก้ว,ถาด,จานทวง,ถ้วย,ตะเกียบ,  
 น้ำมัน

**อุปกรณ์ในห้องซักผ้า**  
 ผงซักฟอก,น้ำยารีด,น้ำยารีดผ้าไหม

**อุปกรณ์ในสำนักงาน**  
 กระดาษ,ปากกา,โต๊ะ,อุปกรณ์อื่นๆ

**อุปกรณ์ในห้องพัก**  
 หมอน,โคมไฟ

รายการสินค้าในตะกร้า

ที่	รายการสินค้า	จำนวน
1	ฟีนเอ็กซ์เพส	100
4	ลิกซ์	20
6	ฟีนเอ็กซ์เพส	200
7	ลิกซ์	10

**Best supply**  
 450 bth/pack

**C.S. product**  
 430 bth/pack

**Best supply**  
 620 bth/pack

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.12 หน้าแรกของผู้ซื้อเมื่อทำการ Login เข้ามา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายในหน้านี้จะแสดงหัวข้อและรายละเอียดต่างๆในการซื้อขายสินค้า รวมทั้งการสั่งซื้อสินค้าแบบ Step Price และ การทำ Bidding ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. หมวดหมู่สินค้า : คู่มือการสินค้าแยกตามหมวดหมู่ ทั้งนี้หากสินค้าใดที่อยู่ในกลุ่มสินค้า Step Price ก็จะมีสัญลักษณ์ของ Step Price ปรากฏ และสามารถคลิกเข้าไปดูรายละเอียดได้
2. สินค้าที่มีการประกวดราคา : ผู้ซื้อทำการเสนอสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีวงจำหน่าย ให้ผู้ขายทำการประกวดราคา (Bidding)
3. คู่สินค้าในตระกร้า : สินค้าที่ผู้ซื้อเลือกลงตระกร้า
4. รายงานสินค้าที่มีการอนุมัติ : รายการสินค้าทั้งหมดที่ได้มีการอนุมัติการสั่งซื้อ
5. รายงานการซื้อของผู้ซื้อ : รายละเอียดการซื้อของผู้ซื้อในช่วงเวลาต่างๆ
6. สถานะการสั่งซื้อ : แสดงรายละเอียดของสถานะการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด



**MallAsia**  
C.P. GROUP OF COMPANIES

EhotelThailand.com  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

**B**

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ผังเว็บไซต์ | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้ซื้อเข้าสู่ระบบ > สินค้าแบบระดับราคา

ค้นหา

ค้นหาตามชื่อบริษัท

ค้นหาตามเบอร์สินค้า

ค้นหาตามหมวดหมู่สินค้า

เลือกหมวดสินค้า

**Nextwaver Co., Ltd.**

**Nextwaver.NET** ที่อยู่:

Billing 114/70 Suthisarnwinitchai 10  
Hauykuang Phayathai Bangkok 10400

---

Step price products

**น้ำยาล้างจานไอลิน**

ผู้จัดจำหน่าย : บริษัท ไอลิน จำกัด  
ขนาดบรรจุ : 13.75 ลิตร/ใบ  
เงื่อนไข :

- กำหนดวันใบสั่งซื้อ ทุกวันที่ 10 และ 20 ของเดือน
- ส่งสินค้าภายใน 3 วันทำการหลังรับใบสั่งซื้อ (เฉพาะกรุงเทพฯและปริมณฑล)
- กำหนดขั้นต่ำราคา 30 วัน

รายละเอียดสินค้า :

ระดับราคา :	ปริมาณ (ใบ)	ราคา(บาท)/ปี
1. 1-50		50
2. 51-100		45
3. 101-500		40

**ปิดการสั่งซื้อ วันพฤหัสบดีที่ 30 สิงหาคม 2544**

ยอดซื้อรวม : 70 ชิ้น      การสั่งซื้อครั้งล่าสุด : วันพุธที่ 22 สิงหาคม 2544

จำนวนที่ส่งการสั่งซื้อ | 1 | ชิ้น

สถานที่จัดส่ง  เลือกกองส่ง

รายการสินค้าในตะกร้า

ที่	รายการสินค้า	จำนวน
1	พินเอ็กซ์เพส	100
4	ซักซ์	20
6	พินเอ็กซ์เพส	200
7	ซักซ์	10

**Best supply**

Liquid Soap

450 bth/pack

**C.S. product**

ตัดสินใจเลือก

**Best supply**

620 bth/pack

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved

รูปที่ 3.13 สินค้า Step Price

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

nextwaver co.,ltd  
ที่อยู่: 114/70 Samsennai Phaythai Bangkok 10400

Nextwaver.NET  
VirtualOffice-Builder

แหล่งช่วยเหลือลูกค้า

รายการสินค้าเสนอใหม่

แสดงหน้าละ 10 รายการ  
หน้าที

รวมทั้งสิ้น 0 รายการ

ที่	หมวดสินค้า	สินค้า	หน่วย	จำนวนรวม	วันที่ต้องการ	จำนวนที่สั่ง
หน้าที						

แบบฟอร์มรับเสนอสินค้าใหม่

อุปกรณ์ในครัว

ชื่อสินค้า

จำนวน

รายละเอียดเพิ่มเติม(หากมี)

ระบุวันที่ต้องการสินค้า

วัน เดือน ปี พ.ศ.

ตกลง ยกเลิก

Best supply  
450 bth/pack

C.S. product  
เลือกสินค้าคุณภาพ

Best supply  
450 bth/pack

รูปที่ 3.14 สินค้าที่มีการประกวดราคา

MallAsia  
C.P. GROUP OF COMPANIES

EhotelThailand.com  
E PROCUREMENT FOR HOTEL

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งช่วยเหลือ

หน้าหลัก > ผู้ใช้เข้าสู่ระบบ > ตะกร้าสินค้า

Nextwaver.NET  
Nextwaver Co., Ltd.  
ที่อยู่: Billing 114/70 Surhisornwinitchai 10 Hanyuang Phayathai Bangkok 10400

ตราสารสินค้า

แสดงหน้าละ 10 รายการ หน้าที่ 1 | ไปยังหน้าที่

ที่	ปริมาณ	รูปสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคา ต่อ	รากรวม	วันสิ้นสุดการ ทบทวน	วันสิ้นสุดการ สั่งซื้อ
10	10		น้ำมันพืชโลซิน	45.00	450.00	30/8/2544	

ยอดซื้อรวม ณ ราคาปัจจุบัน 450.00

แก้ไขจำนวนคลิกที่นี้เมื่อต้องการแก้ไขจำนวนสินค้า

ยอดการสั่งซื้อและรายละเอียดการสั่งซื้อจะแสดงให้เห็นหลังจากเสร็จสิ้นการสั่งซื้อ  
เงื่อนไขการสั่งซื้อและเงื่อนไขการจัดส่ง

กลับไปเลือกสินค้า

เสร็จสิ้นการสั่งซื้อ

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | ผังระบบ | แหล่งช่วยเหลือ

Best supply  
Liquid Soap  
450 bth/pack

C.S. product

C.S. product

Best supply  
450 bth/pack

©2001 MallAsia, Inc. All Rights Reserved.

รูปที่ 3.15 สินค้าในตระกร้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้ใช้เข้าสู่ระบบ > รอยรับ

ค้นหา

- ค้นหาตามชื่อบริษัท
- ค้นหาตามเบอร์สินค้า
- ค้นหาตามหมวดหมู่สินค้า

เลือกหมวดหมู่สินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- อุปกรณ์เครื่อง
- อุปกรณ์ทำความสะอาด
- อุปกรณ์ห้องน้ำ
- อุปกรณ์ห้องซัก
- อุปกรณ์ห้องซักรีด
- อุปกรณ์ออฟฟิศ
- อุปกรณ์กีฬา

สินค้าที่มีการประกวดราคา

ดูสินค้าในตระกร้า

รายงานสินค้าที่มีการอนุมัติ

รายงานการซื้อของผู้ซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

nextwaver co.,ltd  
ที่อยู่: 114/70 Samsennai Phaythai Bangkok 10400

Nextw@ver.net  
VirtualOffice-Builder

รายการข้างเป็น รายการสั่งซื้อที่อนุมัติเลือกไว้ กรุณาอ่านอย่างละเอียดก่อนการอนุมัติ เลือกในช่องอนุมัติ ในสินค้าที่ต้องการอนุมัติการสั่งซื้อคลิกเลือกในช่องขอลอ เมื่อไม่ต้องการอนุมัติสินค้าอื่นๆ หรือขอยกเว้นไว้หากยังไม่ต้องการอนุมัติ

รายการสินค้าที่	ปริมาณ	ชื่อสินค้า	ราคา ต่อหน่วย	รากรวม (บาท)		
70	1	หลอดไฟฟลูออโรเจน	300.00	300.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
71	1	น้ำมันพืชโรซิน	40.00	40.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
72	1	น้ำมันพืชโรซิน	40.00	40.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
73	1	น้ำมันพืชโรซิน	40.00	40.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ยอดโดยรวม ณ ราคาปัจจุบัน				420.00		

แก้ไขข้อมูล | คลิกที่นี่เพื่อลบไปแก้ไขจำนวนสินค้า

รหัสการอนุมัติ:

ไม่ว่าคุณจะอนุมัติการสั่งซื้อสินค้าหรือ รออนุมัติในคราวต่อไป รายการทั้งหมดที่ได้ทำไว้จะถูกส่งไปยัง chailim@thaimail.com

รูปที่ 3.16 รายงานสินค้าที่มีการอนุมัติ

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > ผู้ใช้เข้าสู่ระบบ > รายงานผู้ซื้อ

ค้นหา

- ค้นหาตามชื่อบริษัท
- ค้นหาตามเบอร์สินค้า
- ค้นหาตามหมวดหมู่สินค้า

เลือกหมวดหมู่สินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- อุปกรณ์เครื่อง
- อุปกรณ์ทำความสะอาด
- อุปกรณ์ห้องน้ำ
- อุปกรณ์ห้องซัก
- อุปกรณ์ห้องซักรีด
- อุปกรณ์ออฟฟิศ
- อุปกรณ์กีฬา

สินค้าที่มีการประกวดราคา

ดูสินค้าในตระกร้า

รายงานสินค้าที่มีการอนุมัติ

รายงานการซื้อของผู้ซื้อ

สถานะการสั่งซื้อ

แหล่งข้อมูลลูกค้า

ออกจากระบบ

nextwaver co.,ltd  
ที่อยู่: 114/70 Samsennai Phaythai Bangkok 10400

Nextw@ver.net  
VirtualOffice-Builder

รายงานผู้ซื้อ สิงหาคม 2544

วันที่	สินค้า	ผู้ซื้อ	ประเภท	ไตรมาสที่	ตามหมวดหมู่	ปริมาณ	ราคา(บาท)
22/8/2544	ฟีนิกซ์เพลส	บริษัท เบทเวลเวอร์ลดเอเบตจำกัด		๑๑		10	5,000.00
ยอดรวม							5,000.00

ดูข้อมูลรายเดือน

รูปที่ 3.17 รายงานการซื้อของผู้ซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | แหล่งข้อมูล

หน้าหลัก > คู่มือการใช้งาน > ภารกิจสินค้า

ค้นหา

- ค้นหาตามชื่อบริษัท
- ค้นหาตามเบอร์สินค้า
- ค้นหาตามหมวดหมู่สินค้า

เลือกหมวดหมู่สินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- อุปกรณ์เสริม
- อุปกรณ์ทำความสะอาด
- อุปกรณ์ห้องน้ำ
- อุปกรณ์ห้องซัก
- อุปกรณ์ห้องซักผ้า
- อุปกรณ์ไฟฟ้า

สินค้าที่มีการประกวดราคา

ดูสินค้าในตระกร้า

รายงานสินค้าที่มีการอนุมัติ

nextwaver co.,ltd  
VirtualOffice-Builder

ที่อยู่ :  
114/70 Samsennai Phayathai Bangkok  
10400

สถานะการสั่งซื้อ

แสดงหน้าละ 10 รายการ หน้าที่ [1] ไปยังหน้าที่ 1

รายการที่	ปริมาณ	รูปสินค้า	ชื่อสินค้า	ราคา ต่อหน่วย	สถานะ
76	325		ทอลดไฟฟ้าธรวาเนียม	260.00	
74	30		น้ำมันพิชโลซิน	40.00	

Best supply  
450 bth/pack

C.S. product  
350 bth/pack

Best supply  
450 bth/pack

รูปที่ 3.18 สถานะการสั่งซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจนั้น เป็นการเก็บรวบรวมงานส่วนที่เป็น OLTP (On-Line Transaction Processing) หรือ รายการซื้อขายประจำวัน (Operation Transaction) จากช่วงระยะเวลาในอดีต มาผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อให้ได้รายงานสรุป ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

รายการซื้อขายประจำวัน (Operation Transaction) ต่างๆที่เกิดขึ้นนั้น ถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลของ Microsoft Access ซึ่งรายการซื้อขายเหล่านี้เป็นรายการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สิ่งที่เราต้องการจากข้อมูลเหล่านี้ ก็คือการนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวโน้มการซื้อขายสินค้าในอนาคต, ทำการพยากรณ์, หรือนำมาวางแผนกลยุทธ์ต่อไปในอนาคต โดยใช้แนวคิดของ OLAP (On-Line Analytical Processing) ซึ่งเป็นการประมวลผลเชิงวิเคราะห์ ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการสืบค้นข้อมูล และทำรายงานสรุป เพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจ OLAP มีพื้นฐานการทำงานบนฐานข้อมูลที่เป็นแบบ Multidimensional Database ซึ่งข้อมูลที่เป็นแบบ Multidimensional data นั้นเป็นข้อมูลเกิดจากการสรุป จัดรูปแบบ แล้วนำมาเก็บไว้ในรูปของโครงสร้างแบบ Multidimension ซึ่งข้อมูลที่ถูกเก็บในลักษณะเช่นนี้ จะสามารถ query ได้อย่างรวดเร็ว ด้วยแนวคิดแบบ Multidimension นี้ เราสามารถดูความสัมพันธ์ต่างๆของข้อมูลได้หลายมิติมากขึ้น ซึ่งต่างจาก Relational Database ทั่วไป ที่แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลได้เพียง 2 มิติ คือ แนว rows และ columns

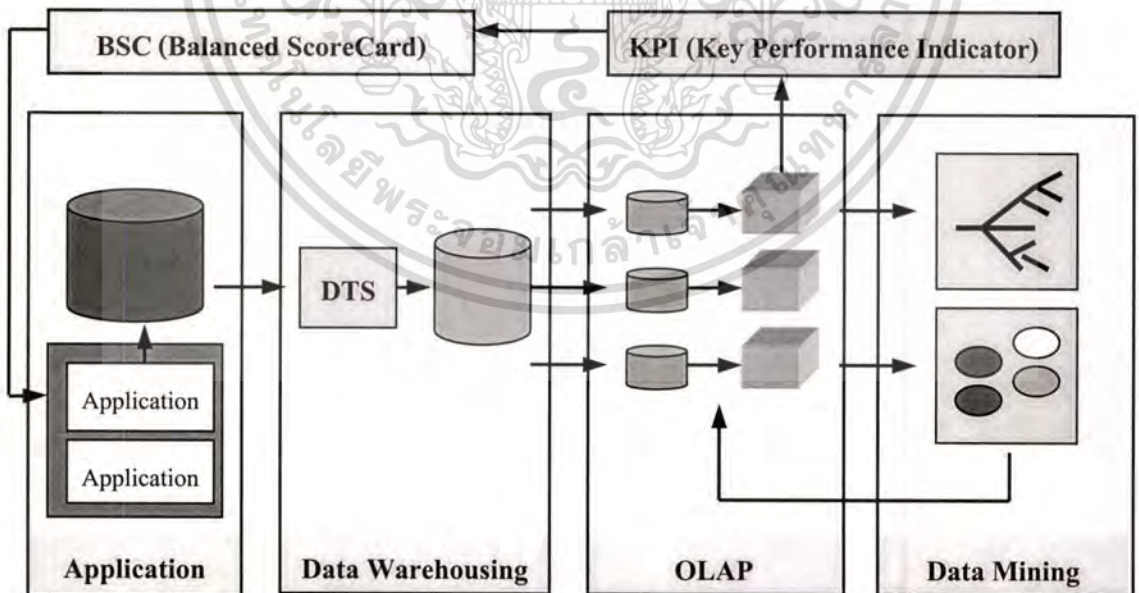
ขอบเขตของการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น เริ่มจากการแปลงสิ่งที่มีอยู่ในฐานข้อมูล (Operation Transaction) ให้อยู่ในรูปของ Data Warehouse ซึ่ง Data Warehouse จะคอยทำหน้าที่ feed data เฉพาะส่วนที่ใช้งานมาเก็บไว้ ข้อมูลจะต้องไม่อยู่ในลักษณะที่มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลาดังเช่น Operation Transaction ข้อมูลที่เก็บอยู่จะทำได้แค่เพียง read-only ซึ่งคนที่ทำการแก้ไขได้ต้องเป็น DBA เท่านั้น ดังนั้นการทำ Data Warehouse นั้นจะใช้วิธีการดึงข้อมูลจาก Operation Transaction (Data Transformation Service) มาเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่ง เช่น ข้อมูลการซื้อขายของ 1 ปีที่ผ่านมาผ่านกระบวนการที่เรียกว่า Transformation and cleansing ซึ่งทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเป็นกลุ่มต่างๆ เช่น ในเรื่องของ Time, Product, Buyer, และ Supplier แล้วนำกลุ่มของข้อมูลเหล่านี้มา

สร้างเป็น Dimension Table แล้วนำมาพัฒนาเป็น Cube ตามหลักการของ OLAP สุดท้ายจึงวิเคราะห์หา KPI (Key Performance Indicator) ต่อไป

นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้มาจากการทำ OLAP นั้น ยังสามารถนำมาทำ Data Mining ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น Tree หรือ Clustering เพื่อวิเคราะห์หารูปแบบ (Pattern) ของข้อมูล แล้วนำกลับมาทำ OLAP อีกครั้ง ข้อมูลนั้นจะจะเป็นหมวดหมู่มากขึ้น

เมื่อได้ค่า KPI (Key Performance Indicator) แล้ว ก็จะนำค่านั้นไปทำ Balance Scorecard ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการปรับปรุงและเพิ่มสมรรถนะของธุรกิจ ใน 4 ด้าน (ได้แก่ Customer, Financial, Internal Business, และ Learning & Growth) โดยที่ Balance Scorecard นั้นไม่ได้มองเพียงแค่ค่าของตัวเลข ดังเช่น KPI และทำการพัฒนาโดยยึดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์เป็นเกณฑ์ สุดท้ายข้อมูล (Knowledge) ตัวนี้จะสามารถวนกลับไปยังกระบวนการแรกเริ่ม เพื่อถ่วงกรองให้ได้ Knowledge ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

โดยที่ข้อมูลรายการซื้อขายประจำวัน (Operation Transaction) ที่นำมาวิเคราะห์นั้น เกิดจากการจำลอง (Simulation) ขึ้นมา เพื่อให้ได้ข้อมูลมากพอสำหรับการวิเคราะห์



รูปที่ 4.1 Business Knowledge Life Cycle

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1 OLAP (On-Line Analytical Processing)

ตามแนวคิดของ Multidimensional Thinking นั้น ข้อมูลทางธุรกิจซึ่งได้มาจากการบันทึกการทำงานในระหว่างดำเนินการทางธุรกิจนั้น สามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบ นำมาสร้างรูปแบบในการคิด สร้างมุมมองด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องในการนำเสนอข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อเป็นความรู้ที่มีคุณค่าในการช่วยเป็นส่วนประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจในด้านต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้านดังนี้

1. WHO บุคคลใดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจนี้บ้าง คือ กิจกรรมทางธุรกิจนี้เกิดขึ้นจากใคร ให้ใคร และโดยใคร
2. WHAT สิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ
3. WHERE กิจกรรมทางธุรกิจนั้นเกิดขึ้น ณ ที่ใด คือ เกิดขึ้นจากที่ใด ไปที่ไหน และโดยที่ใด
4. WHEN กิจกรรมทางธุรกิจเกิดขึ้นเมื่อใด คือ เมื่อใดเริ่ม และเมื่อใดสิ้นสุด

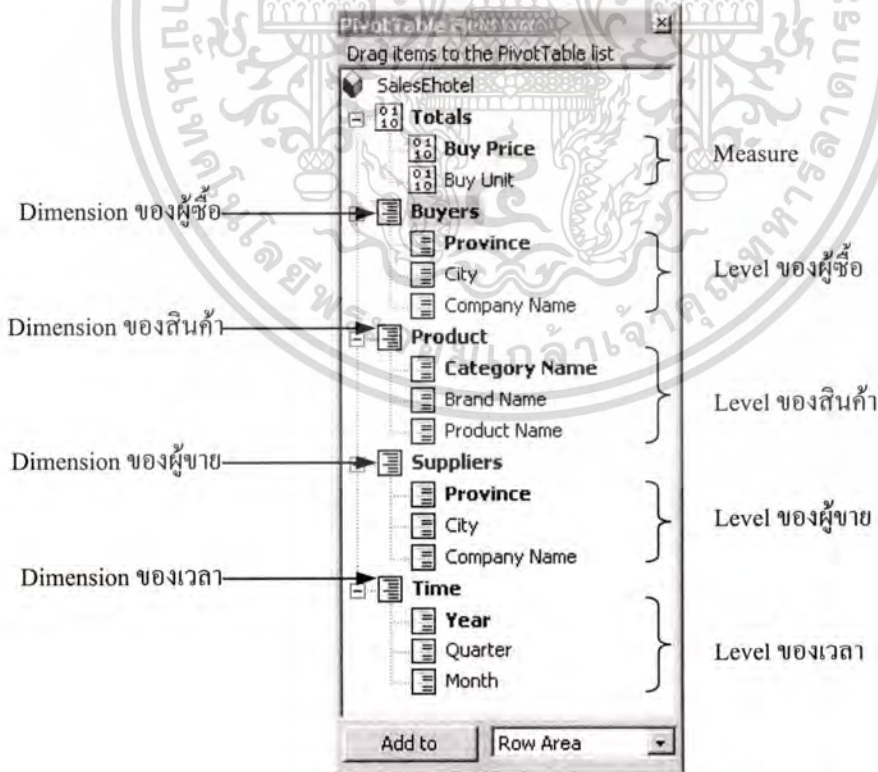
Multidimensional Thinking	Description	ตัวอย่าง
WHO	บุคคล	ผู้ซื้อ, ผู้ขาย, ผู้ให้บริการอีมาเก็ตเพลส
WHAT	ด้านการผลิต ด้านการสั่งซื้อ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการเงิน ด้านการขายและการตลาด ด้านการบริการลูกค้า ด้านการพัฒนาบุคคล	Product Purchasing Distribution Finance Sales and Marketing Customer service Human Resource
WHERE	สถานที่	จังหวัด, เขต, แขวง
WHEN	เวลา	Time

ตารางที่ 4.1 Multidimensional Thinking of OLAP

หลังจากที่สามารถสรุปความคิดได้ตามกระบวนการของ Multidimensional Thinking แล้ว เราจะมองเห็นภาพของสิ่งที่ต้องการ ได้ชัดเจนขึ้น ขั้นตอนต่อไปก็จะเป็นการนำ 4WH นี้ มาแปลงให้อยู่ในรูปของ OLAP โดยการนำ OLAP นั้นจะประกอบด้วยส่วนที่เกี่ยวข้องดังนี้

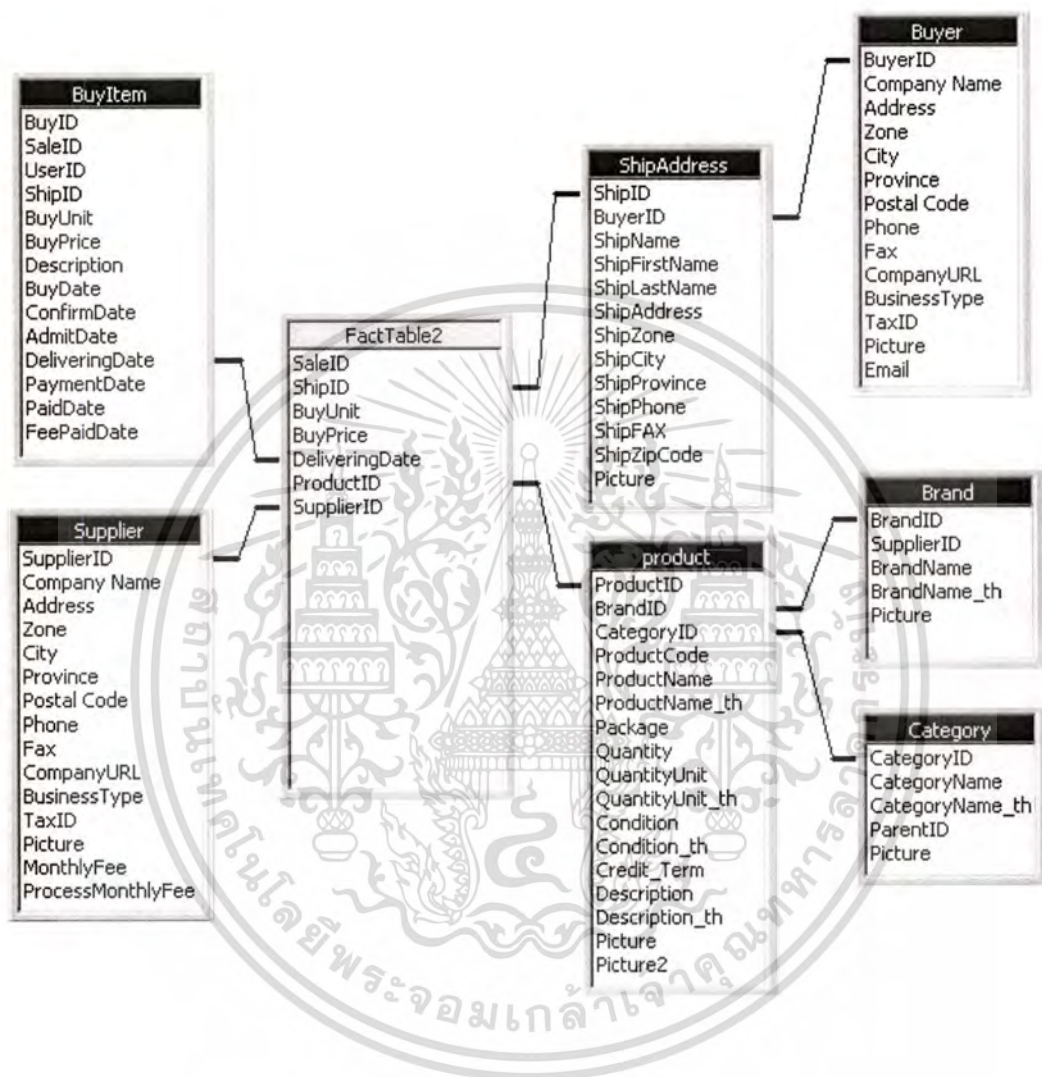
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Cube ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะแบ่งออกเป็นหลายเรื่องตามความสนใจ โดยตามแนวคิดของ OLAP นั้น จะถูกเรียกว่า Cube ซึ่ง Cube ที่สร้างขึ้นมา จะเป็น Cube ของการขาย (Sales Cube)
- Dimension หมายถึง มิติของข้อมูลที่ใช้งบอความสัมพันธ์ ในมุมมองแต่ละมุมของข้อมูล หรือในอีกนัยหนึ่งก็คือ ข้อมูลที่เราสนใจอยากดู ซึ่งภายใน Dimension นั้นจะประกอบด้วย Hierarchy ต่างๆ
- Level หมายถึง ระดับความละเอียดที่สนใจในแต่ละมิติ เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลที่ถี่ลงตามที่เราใช้ต้องการ
- Measure หมายถึง ค่าที่วัดออกมาเป็นตัวเลข (Numerical value) หรือหน่วยวัดที่อ้างอิงถึงข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งเป็นตัววัดกิจกรรมของธุรกิจ เช่น ตัวเลขขาย หรือ จำนวนขาย
- Fact Table เป็น Table แบบ Relational Database ซึ่งประกอบด้วย Measure 1 ตัว หรือมากกว่า และ index ต่างๆ ที่จะชี้ไปยัง Tables อื่นๆ ได้ ซึ่งลักษณะของ Fact Table นั้นจะเป็นแบบ Star Schema



รูปที่ 4.2 Pivot Table Field List

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

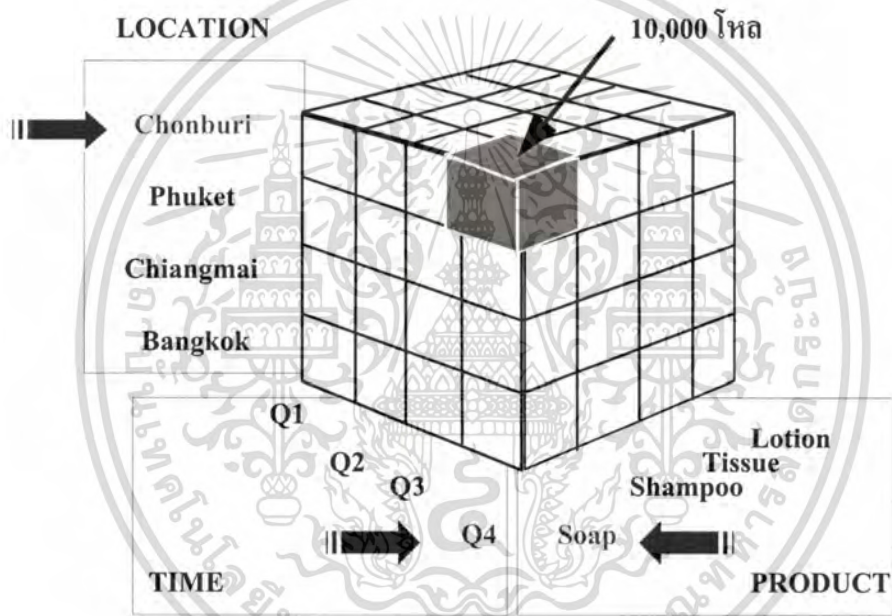


รูปที่ 4.3 Fact Table ของฐานข้อมูลของ Ehotel Thailand

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.1 Cube ของการขาย (Sales Cube)

การสร้าง Cube ใดๆก็ตาม เริ่มจากการวิเคราะห์ห้ความต้องการของ Users (WHO) ทั้ง 3 ฝ่าย คือ ผู้ขาย, ผู้ซื้อ, และ Administrator ของ MallAsia หรือผู้ให้บริการอีมาเก็ตเพลส ว่าสิ่งที่เขาอยากได้นั้น คืออะไร ตัวอย่างเช่น เราต้องการทราบว่าในไตรมาสที่ 4 จังหวัดชลบุรี ขายสบู่ได้เป็นจำนวนเท่าใด



รูปที่ 4.4 Cube ของการขาย

ตัวอย่างของ Executive Requirements ของผู้ขาย ได้แก่

- สินค้าประเภทใดที่เป็นที่นิยม และมียอดขายสูงสุดในแต่ละปีหรือไตรมาส เพื่อที่จะทำการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการซื้อ และให้ตรงกับฤดูกาล แล้วนำมาจัดวางบนแคตตาล็อกสินค้าได้อย่างเหมาะสม
- สินค้าใดที่มียอดขายที่ลดลง เพื่อทำการหาสาเหตุและแก้ปัญหาได้ต่อไป
- สินค้าใดและช่วงเวลาใดที่ควรทำโปรโมชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ประเภทธุรกิจใดของผู้ซื้อ หรือเขต (Zone) ใด ที่มีแนวโน้มซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นหรือลดลง สมมุติในเขตนี้มียอดซื้อจำนวนหนึ่ง ผู้ขายสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนต่างๆรวมทั้งค่าขนส่งกับค่าขาย ก็จะทราบได้ว่าคุ้มค่าแค่ไหนที่จะขาย
- สินค้าถูกขายให้ใครบ้าง ในอดีต
- ความเร็วในการจ่ายชำระสินค้าของผู้ซื้อแต่ละราย
- พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ตัวอย่างของ Executive Requirements ของผู้ซื้อ ได้แก่

- ที่ผ่านมา ได้ซื้อสินค้าอะไรบ้าง จำนวนและยอดซื้อเท่าใด และซื้อสินค้ากับผู้ขายรายใด
- สินค้าใดบ้างที่คนนิยมซื้อติดอันดับต้นๆ และเป็นสินค้าของผู้ขายรายใด

ตัวอย่างของ Executive Requirements ของ Administrator ของ MallAsia หรือผู้ให้บริการอีมาเก็ตเพลส ได้แก่

- ผู้ขายแต่ละรายมีความเร็วในการจ่ายชำระสินค้าธรรมเนียมต่างๆเป็นอย่างไร
- ผู้ขายรายใดที่ขายสินค้าได้น้อย จะสามารถช่วยกระตุ้นการส่งเสริมการขายให้เขาได้อย่างไร

และเนื่องจากฐานข้อมูลของ Ehotel Thailand ทั้งหมดนั้น เกี่ยวข้องกับรายการซื้อขายที่เกิดขึ้น ดังนั้น Cube ที่ถูกสร้างขึ้นมาจึงเป็น Sales Cube

เราใช้ Tools ของ Analysis Manager ที่อยู่ใน MS SQL Server 2000 ในการสร้าง Sales Cube ซึ่งจะต้องทำการเลือกมิติ (Dimensions) ของข้อมูลก่อน โดยกำหนดมิติของข้อมูลว่าจะมีอะไรบ้าง เพื่อให้สอดคล้องกับฐานข้อมูลที่มีอยู่ในหน่วยงาน แล้วกำหนดความละเอียดของข้อมูลที่จะดูว่าต้องการดูแบบเจาะลึกเพียงใด (จำนวนของ Level)

ในการวิเคราะห์นั้น มิติ (Dimensions) หรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ในมุมมองแต่ละมุมมองของข้อมูลนั้น ได้แก่

1. เวลา (Time) เช่น ปี ไตรมาส และเดือน
2. สินค้า (Product) เช่น ประเภทของสินค้า ยี่ห้อ และ ชื่อสินค้า
3. ผู้ซื้อ (Buyer) เช่น จังหวัด เขต และชื่อบริษัท
4. ผู้จัดจำหน่าย (Supplier) เช่น จังหวัด เขต และชื่อบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Dimension	Level (s)	Description
Time	Year , Quarter, Month	ช่วงเวลาที่มีการซื้อขายเกิดขึ้น
Product	Category Name, Brand Name, Product Name	สินค้าที่มีขายบน MallAsia
Buyer	Province , City, Company Name	ผู้ซื้อสินค้าบน MallAsia
Supplier	Province , City, Company Name	ผู้ขายสินค้าบน MallAsia

ตารางที่ 4.2 รายละเอียดต่างๆของ Sales Cube

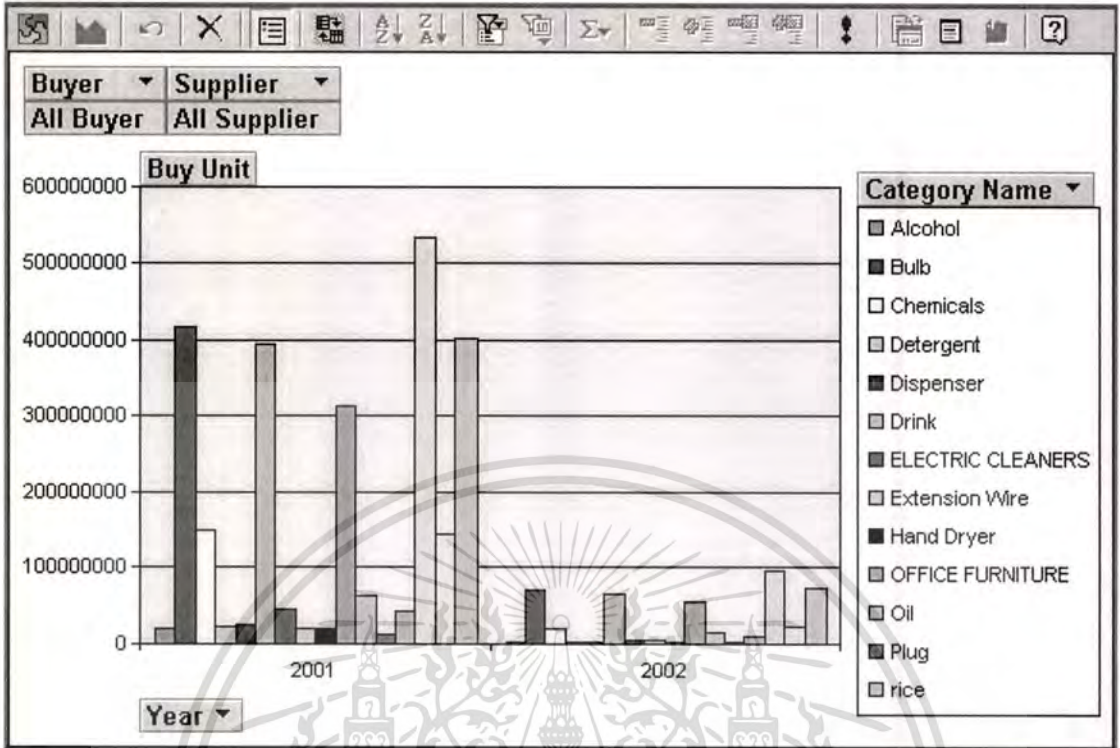
หลังจากได้ Cube แล้ว ขั้นตอนต่อมา เราจะทำการสร้าง Pivot Table ให้ดึงข้อมูลของ Sales Cube มาจาก OLAP เพื่อนำมาใช้งานบนเว็บเพจ

Pivot Table ที่แสดงผลบนบราวเซอร์นั้น ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับข้อมูล เราสามารถเข้าไปเลือกมิติและดูรายละเอียดต่างๆที่เราสนใจ (Level) ได้ลึกเท่าที่ต้องการ เช่นในเรื่องของเวลา เราอาจดูรายละเอียดในระดับปี ไตรมาส หรือวัน หรือ ปัจจัยด้านผู้ขาย ก็สามารถดูได้ตั้งแต่ระดับจังหวัดที่ผู้ขายอยู่ ระดับอำเภอ หรือระดับชื่อของผู้ขาย เป็นต้น

Buying Report						
Buyer	Supplier					
All Buyer	All Supplier					
Category Name	Year		Year		Grand Total	
	Buy Price	Buy Unit	Buy Price	Buy Unit	Buy Price	Buy Unit
Alcohol	20308586	20446575	3269931	2483873	23578517	22930448
Bulb	432343845	417390999	72743177	70204153	505087022	487596152
Chemicals	146586150	148185255	20338526	19659748	166924676	167845003
Detergent	33160784	21907807	2635933	2145780	35796717	24053587
Dispenser	23199748	25461229	2492533	2166929	25692281	27628158
Drink	387100196	393684931	68183837	65178397	455284033	458863328
ELECTRIC CLEANERS	44674774	46578179	4973647	5203010	49648421	51781189
Extension Wire	21043199	20863078	4784306	4909504	25827505	25772582
Hand Dryer	24495912	20840370	2579238	3267678	27075150	24108048
OFFICE FURNITURE	307157281	312757303	58164468	56106717	365321749	368864020
Oil	61015968	63670136	12824071	15077805	73840039	78747941
Plug	16879186	13523465	3667328	2330169	20546514	15853634
rice	45125862	42707847	9106355	10544665	54232217	53252512
Seasoning	548568085	533069136	98537424	95507015	647105509	628576151
software	131323791	143213861	21626089	22984609	152949880	166198470
TISSU	392725046	402686903	77100717	73022545	469825763	475709448
Grand Total	2635708413	2626987074	463027580	450792597	3098735993	3077779671

รูปที่ 4.5 Pivot Table บนบราวเซอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.6 กราฟที่ได้จาก Pivot Table

เราสามารถจัดเรียงข้อมูลใน Pivot Table ทั้งแบบจากน้อยไปมาก และจากมากไปน้อย ซึ่งช่วยตอบคำถามได้ว่า สินค้า ผู้ขาย หรือผู้ซื้อใด ที่ติดอันดับต้นๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ระบบยังสามารถสร้างกราฟออกมาได้ โดยที่ทั้งกราฟและ Pivot Table จะมีการเคลื่อนไหว (Dynamic) ที่สัมพันธ์กัน ถ้าเปลี่ยนมุมมองของตัวใดตัวหนึ่ง อีกตัวหนึ่งก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เช่น เปลี่ยนมิติในแนว Row เป็น Buyer ค่าในแกนของกราฟที่ได้ก็จะเป็น Buyer ด้วย

ตัวเลขจากรายงานสรุปที่ได้ออกมานั้น แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ยอดขาย และ จำนวนขาย ซึ่งขึ้นกับปัจจัยหรือมิติที่เราสนใจ จากรูปที่ 4.5 นั้น ค่าที่ได้ออกมา คือ ยอดขายและจำนวนขายของสินค้าแต่ละประเภท ในปี 2001 และ 2002 พร้อมกับผลรวมในแต่ละปี ซึ่งอาจทำการกรอง (Filter) ข้อมูล โดยการ Drill down แต่ละ Dimension เช่น ต้องการทราบเพียงข้อมูลยอดขายและจำนวนขายในปี 2001 ก็ Drill down เลือกให้แสดงค่าเฉพาะปีนั้น หรือหากเราต้องการทราบยอดขายและจำนวนขายที่เกิดจากปัจจัยอื่นๆ ก็เพียงแต่ทำการเปลี่ยนมิติที่แนว Column หรือ Row แล้วกรองข้อมูลตามต้องการ

สำหรับข้อมูลที่ Users แต่ละประเภทเห็นนั้น จะถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มของผู้ซื้อ กลุ่มของผู้ขาย และ Administrator ของ MallAsia หรือผู้ให้บริการอีมาเก็ตเพลส ซึ่งระดับความลึกในแต่ละมิติที่สามารถมองเห็นเป็นดังนี้

Group	Dimension	Level(s)
กลุ่มของผู้ซื้อ	Time	Year , Quarter, Month
	Product	Category Name, Brand Name, Product Name
	Buyer	Province , City
	Supplier	Province , City
กลุ่มของผู้ขาย	Time	Year , Quarter, Month
	Product	Category Name, Brand Name, Product Name
	Buyer	Province , City
	Supplier	Province , City
Administrator ของ Mall Asia	Time	Year , Quarter, Month
	Product	Category Name, Brand Name, Product Name
	Buyer	Province , City, Company Name
	Supplier	Province , City, Company Name

ตารางที่ 4.3 สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้แต่ละกลุ่ม

## 4.2 Key Performance Indicator (KPI)

ส่วนสำคัญสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอีกตัวหนึ่งก็คือ Key Performance Indicator ซึ่งหมายถึง ค่าทางตัวเลขของสินค้า (Products) บริการ (Services) กระบวนการ (Process) และ การดำเนินงาน (Operation) ที่ใช้ในการวัดสมรรถนะหรือความสามารถของธุรกิจ โดยธุรกิจสามารถนำตัวเลขเหล่านี้ไปเปรียบเทียบเป็น Benchmark กับธุรกิจอื่นๆได้ อันจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนด้านการตลาดต่อไปในอนาคต ตัวเลขเหล่านี้ได้แก่ ยอดขายรวม, จำนวนขายรวม, ยอดขายเฉลี่ย, Average Deal cycle time, อัตราความเจริญเติบโต, จำนวนของลูกค้ารายใหม่ที่เพิ่มขึ้น, ความเร็วเฉลี่ยในการจ่ายชำระเงิน เป็นต้น

เมื่อทราบถึงความต้องการของ Users เราก็ทำการสร้าง KPI ขึ้นมาโดยอาศัย Multidimensional Expression (MDX) ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้ในการสร้างและ query data เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นลักษณะของ Multidimension ได้ โดยที่ tools ต่างๆของ OLAP Services ได้สนับสนุนการทำงานของ MDX function นี้



รูปที่ 4.7 ค่า KPI ที่ต้องการแสดงผล

เราสามารถดูสรุปการซื้อขายบนตลาดของ MallAsia ได้ 5 รูปแบบ คือ ยอดขายรวม จำนวนขายรวม ค่าเฉลี่ยของสินค้าที่ขายได้ในแต่ละประเภท ค่าเฉลี่ยของยอดขายสินค้าของผู้ขายแต่ละราย และ 10 อันดับสินค้าขายดี

Key Performance Indicator : Total Sales on 2001 &amp; 2002

**Buy Price**

2001 2,635,708,413.00

2002 463,027,580.00

**รูปที่ 4.8 ยอดขายรวมในปี 2001 และ 2002**

Key Performance Indicator : Total Sold Unit on 2001 &amp; 2002

**Buy Unit**

2001 2,626,987,074.00

2002 450,792,597.00

**รูปที่ 4.9 จำนวนขายรวมในปี 2001 และ 2002**

Key Performance Indicator : Average Sales of each Product

	2001	Average Sales
Alcohol	20,308,586.00	4,061,717.20
Bulb	432,343,845.00	86,468,769.00
Chemicals	146,586,150.00	29,317,230.00
Detergent	33,160,784.00	6,632,156.80
Dispenser	23,199,748.00	5,799,937.00
Drink	387,100,196.00	77,420,039.20
ELECTRIC CLEANERS	44,674,774.00	8,934,954.80
Extension Wire	21,043,199.00	4,208,639.80
Hand Dryer	24,495,912.00	4,899,182.40
OFFICE FURNITURE	307,157,281.00	61,431,456.20
Oil	61,015,968.00	12,203,193.60
Plug	16,879,186.00	3,375,837.20
rice	45,125,862.00	9,025,172.40
Seasoning	548,568,085.00	109,713,617.00
software	131,323,791.00	26,264,758.20
TISSU	392,725,046.00	78,545,009.20

**รูปที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยของยอดขายสินค้าแต่ละประเภท ในปี 2001**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Key Performance Indicator : **Average Sales of each Supplier** ▼

	2001	Average Sales
<b>Bangkok</b>	2,575,126,135.00	515,025,227.00
<b>Phefburi</b>	24,486,535.00	4,897,307.00
<b>Samusakorn</b>	36,095,743.00	7,219,148.60

รูปที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยของยอดขายสินค้าของผู้ขายแต่ละราย ในปี 2001

Key Performance Indicator : **Top 10 Best Unit Selling Product** ▼

	Buy Price	Buy Unit
sauce	150,841,763.00	145,643,034.00
sauce	137,924,605.00	134,649,925.00
Scott 60's	92,831,812.00	97,305,251.00
water siam	51,736,795.00	55,667,370.00
bakadee	50,831,070.00	46,167,723.00
Oolong Tea 303	37,568,568.00	39,611,586.00
Red Chilli Sauce Three Mountain Brand 850 g	36,779,257.00	37,750,408.00
Condiment Set	34,332,265.00	37,646,812.00
bacardi reserva	31,727,032.00	37,284,584.00
Chafing Dish	35,490,713.00	36,758,312.00

รูปที่ 4.12 สินค้า 10 อันดับขายดี

การสรุปค่าของตัวเลขเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการวิเคราะห์หา Demand หรือ Trend ของตลาด แล้วใช้สำหรับการวางแผนต่างๆ ซึ่งเป็นแค่เพียงส่วนหนึ่ง เพราะบนตลาดจริง มีค่าวัดสมรรถนะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์อีกมากมาย แต่ก็สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา อันจะเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### บทสรุป

อีมาเก็ตเพลสเป็นสถานที่ที่ทุกคนมาพบกันเพื่อทำการซื้อขายแลกเปลี่ยน และให้ได้มาในสิ่งที่ตนเองต้องการ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อีมาเก็ตเพลสให้คุณค่า (value) มากกว่าคำว่าอีคอมเมิร์ซ เพราะรายการของธุรกรรมต่างๆที่อยู่บนอีมาเก็ตเพลสนั้น มิใช่เพียงแค่การซื้อขายและขายไปเท่านั้น แต่อีมาเก็ตเพลสจะช่วยสร้างห่วงโซ่ของการซื้อขายให้เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ อันได้แก่เรื่องของ Supply Chain ไปจนถึง E-Procurement

นอกจากนี้ คุณค่าของอีมาเก็ตเพลสยังรวมถึงการกรองหรือวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายต่างๆที่เกิดขึ้น โดยที่ข้อมูลครั้งแรกที่ได้มานั้น จะอยู่ในรูปของข้อมูลดิบ เมื่อนำมาผ่านกระบวนการต่างๆ สิ่งที่ได้ออกมาจะเป็นประโยชน์มากขึ้น จากนั้นก็ทำเป็นรายงานสรุป เพื่อส่งให้ผู้บริหารทำการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลตัวเดียวกันสามารถกลับเข้าสู่กระบวนการแรกเริ่ม วนอยู่ในวงจรนี้และถูกกรองต่อไปเรื่อยๆ จนได้ข้อมูลที่อยู่ในรูปของ Knowledge ในระดับที่สูงขึ้น

#### 5.1 ประโยชน์จากการทำอีมาเก็ตเพลส

##### 5.1.1 ด้านผู้ซื้อ

- ผู้ซื้อสามารถค้นหาข้อมูลสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้วยระบบฐานข้อมูลและระบบการค้นหาสินค้าที่ถูกพัฒนาบนอีมาเก็ตเพลส ทำให้ประหยัดเวลาในการค้นหาสินค้าที่ต้องการ รวมทั้งรายละเอียดของผู้จัดจำหน่าย เนื่องจากมาเก็ตเพลสมีฐานข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายและคุณภาพสินค้าจากเกณฑ์ที่ต้องการได้
- ผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูกลง โดยที่ระบบการรวบรวมใบสั่งซื้อ ที่ผู้ซื้อได้ยื่นแสดงความจำนงต่ออีมาเก็ตเพลสนั้น จะเป็นการสร้างอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่าย ให้เสนอราคาสินค้าที่ถูกลงให้แก่ผู้ซื้อ
- ลดปริมาณสินค้าคงคลัง จากระบบการซื้อขายแบบเดิมนั้น หากผู้ซื้อต้องการได้ราคาสินค้าต่อหน่วยที่ถูกลง ก็จำเป็นต้องสั่งสินค้าทีละจำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาของสินค้าคงคลังที่มีเก็บอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ด้วยระบบการจัดซื้อแบบรวบรวมใบสั่งซื้อของอีมาเก็ตเพลสนั้น ผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าเท่าที่ต้องการ อีกทั้งยังซื้อได้ในราคาที่ถูกลงอีกด้วย

- ลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการดำเนินการจัดซื้อจัดหาสินค้า ด้วยระบบการค้นหาสินค้าของอีมาเก็ตเพลส จะช่วยให้ผู้ซื้อประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาที่สูญเสียไปในการซื้อสินค้าแบบเดิม ที่จะต้องค้นหาจากแคตาล็อก อีกทั้งยังไม่ต้องเสียเวลาในการเจรจาต่อรองราคากับผู้จัดจำหน่าย
- สามารถตรวจสอบข้อมูลการซื้อขายได้ ผู้บริหารของบริษัทผู้ซื้อ สามารถตรวจสอบประวัติการซื้อขาย ในกระบวนการจัดซื้อ ได้ทุกขั้นตอนผ่านอีมาเก็ตเพลส อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจวางแผนการสั่งซื้อสินค้า ว่าควรจะสั่งซื้อสินค้าชนิดใด ในช่วงเวลาใด และช่วยในการวางแผนเพื่อทำงบประมาณในการสั่งซื้อล่วงหน้า
- ลดต้นทุนในการอัปเดตซอฟต์แวร์และต้นทุนในการบำรุงรักษา

### 5.1.2 ด้านผู้จัดจำหน่าย

- ผู้จัดจำหน่ายจะได้รับใบสั่งซื้อสินค้าครั้งละจำนวนมาก เพราะมีอีมาเก็ตเพลสที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมใบสั่งซื้อจากผู้ซื้อ และส่งต่อไปยังผู้จัดจำหน่าย เพื่อดำเนินการส่งสินค้าต่อไป
- ขยายโอกาสในการจัดจำหน่ายสินค้า บริษัทผู้จัดจำหน่ายมีโอกาสมากขึ้นในการเข้าถึงผู้ซื้อเจาะเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น จึงทำให้เกิดโอกาสในการจัดจำหน่ายสินค้ามากขึ้นตามไปด้วย โดยที่ผู้ซื้อสามารถเข้ามาชมสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ช่วยในการปรับแผนการตลาดได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลของผู้ซื้อที่ถูกรวบรวมไว้ในระบบของอีมาเก็ตเพลส ผู้จัดจำหน่ายสามารถนำมาวิเคราะห์และปรับแผนการตลาดได้อย่างรวดเร็ว ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นของผู้ซื้อจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสินค้า ราคา เงื่อนไข ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
- สามารถให้บริการต่างๆ แก่ลูกค้าได้ดีขึ้น โดยผ่านทางสื่อออนไลน์นี้ เพราะการติดต่อกับลูกค้าที่ทำได้รวดเร็ว ทำให้สามารถรับรู้ถึงความต้องการและปัญหาของลูกค้า และทำการสนองตอบได้ทันที
- ช่วยลด operational costs ทั้งหมด รวมถึงค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสินค้า ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย จะได้รับประโยชน์จากการโฆษณาสินค้าและบริการ ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาสินค้าและการทำเอกสารประกอบการขาย ประหยัดเวลาและขั้นตอนทางการตลาด เนื่องจากไม่ต้องใช้เวลาในการผลิตสื่อ อีกทั้งผู้ขายสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้มากเท่าที่ลูกค้าต้องการ ข้อมูลนั้นจะเป็นมาตรฐาน สามารถเผยแพร่ภาพลักษณ์และแบรนด์ของบริษัท ไปสู่ผู้ซื้อได้ทั่วประเทศ

### 5.1.3 ด้านผู้ให้บริการอีมาเก็ตเพลส

- ช่วยสร้างบทบาทใหม่ขึ้นมาในห่วงโซ่ของการค้าขาย
- เพิ่มระดับการให้บริการกับลูกค้าที่มีอยู่เดิม ลูกค้าก็จะเกิดความพอใจมากขึ้น ภาพลักษณ์ที่ดีจะติดอยู่ในใจของเขา ซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าอยู่กับเรานานๆ และผู้ให้บริการอีมาเก็ตเพลสอาจสามารถขยายเข้าสู่ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบใหม่ๆ ได้ในอนาคต
- รายได้จากการสมัครสมาชิกแรกเข้าของผู้ขาย, รายได้จากการขึ้นสินค้าในแคตตาล็อกของผู้ขาย, และรายได้จากค่าคอมมิชชั่นที่มาจากหักเปอร์เซ็นต์การขายของผู้ขาย

### 5.2 ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูล

- ทำให้ทราบ Growth pattern, Buying pattern และ Trends อันจะช่วยให้องค์กรตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และแม่นยำมากขึ้น
- ช่วยนำเสนอข้อมูลในองค์กรต่อผู้บริหาร ได้อย่างรวดเร็ว
- ทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจได้
- ทำให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นภาพรวมขององค์กรได้จากจุดเดียว

### 5.3 ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ OLAP

- ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องยุ่งกับส่วนงาน Operation Transaction เพราะการทำ OLAP นั้นอาศัยการดึงข้อมูลจากศูนย์กลางมาทำการวิเคราะห์
- ตอบคำถามที่ซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูล มีลักษณะแนวคิดแบบ Multidimensional Thinking
- ทำ Data Mining ได้จากข้อมูลตัวเดียวกัน

## บรรณานุกรม

ตั้จจะ จรัสรุ่งรวีร์ และสมพร จิวรสกุล. 2543. ASP และแอปพลิเคชันฐานข้อมูลสำหรับ อินเทอร์เน็ต. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ด้านสุทธาการพิมพ์.

Bill Rapp. 2001. **TISO iSeries Technical Forum**. [Online].

Available : <http://www.ariba.com>.

CommerceOne. **Business-to-Business E-Marketplaces Collaboration and E-Commerce**.

[Online]. Available : <http://www.commerceone.com>.

CommerceOne. **Open Marketplace Solution**. [Online].

Available : <http://www.commerceone.com>.

CommerceOne. 2001. **The global trading web-creating the business internet**. [Online].

Available : <http://www.commerceone.com>.

Jacobson Reed. 2000. **Microsoft SQL Server 2000 Analysis Services Step by Step**.

Washington : Microsoft Press

MeetWorldTrade. 2001. **TradeMatrix Open Commerce Network**. [Online].

Available : <http://www.meetworldtrade.com>.

Microsoft. 2001. **E-Commerce Business Data Analysis**. [Online].

Available : <http://www.microsoft.com/technet/ecommerce>.

The Balanced Scorecard Institute. 1998. **Balanced Scorecard**. [Online].

Available : <http://www.balancedscorecard.org/bscit/intranet/bsc1.html>.

Warren D. Raisch. 2001. **The E-Marketplace**. New York : McGraw-Hill.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว ณิชลักษณ์ เจนวนวัฒนศิลป์
เกิด	วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2520
สถานที่เกิด	อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
การศึกษา	ระดับปริญญาตรีจาก คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาการจัดการสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้