



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ระบบCRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

System CRM Marketing Online of Brown Travel Mart Company

โดย

นางสาวชญาณิษฐ์ ไพปัญญา 5804400030

นายธีรภพ กันน้อย 5804400090

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาสหกิจศึกษา

ภาคการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ ระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด
CRM System With Brown Travel Mart Marketing online

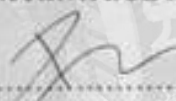
รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวชฎานันท์ ไพปัญญา 5804400030
นายธีรภพ กันน้อย 5804400090

ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ภัทรภร จิรมหาโกศา

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการ โรงแรมและการ
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

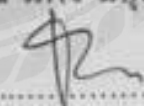
คณะกรรมการสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

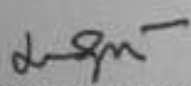
(อาจารย์ภัทรภร จิรมหาโกศา)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณ วิภาวี มีบุญล้ำ)

.....กรรมการกลาง

(อาจารย์ปิยธิดา ถังวานสิทธิ์)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

ชื่อโครงการ	ระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอนทราเวลมาร์ต จำกัด
หน่วยกิต	5 หน่วยกิต
ผู้จัดทำ	นางสาวชญานิษฐ์ ไขปัญญา 5804400030 นายธีรภพ กันน้อย 5804400030
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ภัทรกร จิรมหาโกคา
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี
สาขาวิชา	การท่องเที่ยว
คณะ	ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา	3/2561

บทคัดย่อ

โครงการสหกิจศึกษาเรื่องระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า จัดขึ้นเพื่อขั้นตอนการทำระบบ CRM แบบง่าย เพื่อจัดทำระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานยังไม่มีการนำเอาระบบ CRM มาใช้จริงในบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดขาดติดต่อสื่อสารที่ดีกับลูกค้า ต้องสอบถามข้อมูลใหม่ทุกครั้งในข้อมูลเดิมๆ เกิดความไม่ประทับใจ ถ้าเข้าไปในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร การผิดพลาดจากเรื่องเดิมๆ

โครงการนี้จึงได้รวบรวมรายละเอียดต่างๆ ในการสร้างระบบ CRM ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขึ้นมา เพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลสำคัญของลูกค้าและสามารถหยิบเอามาใช้อย่างสะดวกมากขึ้นลดความผิดพลาดเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่พนักงานทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรอีกด้วย

คำสำคัญ: ระบบ CRM การตลาดออนไลน์ บรอนทราเวล มาร์ตจำกัด

Project Title: System CRM Marketing Online of Brown Travel Mart
Company

Credits: 5 Credits

By : Chayanit Phaipanya 5804400030
Teeraphop Gannoi 5804400090

Advisor : Pattaraporn Jiramahapoka

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism Studies

Faculty Liberal of Arts

Semester / Academic year 3/2018

Adstract

This cooperative education project entitled System CRM Marketing Online of Brown Travel Mart Company. Had the objective to improve the customer database, create a simple CRM process, and create CRM system for the online marketing of Brawn Travel Mart Co.Ltd.

From the study, the employees have yet to actually use the CRM system in Brawn Travel Mart Co., Ltd., causing a lack of good communication with customers and have to ask the same questions repeatedly, Which created a bad impression, delay in operations, lack of communication, and repetition of the same mistakes.

Therefore, this project had collected the details of using the CRM system on the computer to benefit and be a guideline for storing important documents of the customers, which could be searched easily, reduce mistakes, and increase the effectiveness of the performance of the employees as well as increase the trust of the company.

Keywords: CRM system, Online marketing, Brawn Travel Mart



กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

จากการที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษาณบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดตั้งแต่วันที่14 พฤษภาคม 2562ถึง30 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคตเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่งพนักงานทั่วไป ณบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดยได้รับความร่วมมือจากบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดได้สอนได้เรียนรู้งานและปัญหาที่พบในการทำงานในแผนกต่างๆจึงขอขอบคุณมา ณที่นี้และสนับสนุนจำนวนหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณ ศศิรัช สัจพรพจนารถ (พนักงานที่ปรึกษา)
2. คุณ วิภาวี มีบุญล้ำ (พนักงานที่ปรึกษา)
3. คุณณิชากร วงษ์ทวีทรัพย์ (พนักงานที่ปรึกษา)
4. อาจารย์ภัทรกร จิรมหาโกคา (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงานของนางสาวชญานิษฐ์ไพบัญญา และนายธีรภพ กันน้อย ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ
นางสาวชญานิษฐ์ไพบัญญา
นายธีรภพ กันน้อย
7 พฤศจิกายน2562

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ระบบCRM	3
2.2 การตลาดออนไลน์	7
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	13
3.2 ลักษณะการให้บริการ	14
3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท บรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด	14
3.4 โครงสร้างองค์กร	15
3.5 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	16
3.6 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	18
3.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	19
3.8 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	19
3.9 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	20
3.10 รูปแบบการวิจัย	20

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานโครงการ

4.1 การออกแบบกลยุทธ์ CRM	21
4.2 ขั้นตอนการติดตามผล	46
4.3 สรุปผลการศึกษา	47

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	50
5.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	50
5.3 สรุปผลปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	51

บรรณานุกรม	52
------------	----

ภาคผนวก ก รูปภาพขณะปฏิบัติงานสหกิจ	54
------------------------------------	----

ภาคผนวก ข บทความวิชาการ	58
-------------------------	----

ภาคผนวก ค โปสเตอร์	62
--------------------	----

ภาคผนวก ง แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	64
--	----

ภาคผนวก จ บทสัมภาษณ์ความพึงพอใจของพนักงานที่ปรึกษา	67
--	----

ประวัติผู้จัดทำ	68
-----------------	----

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ	20
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดง อายุ อาหาร อาชีพที่นิยม3อันดับแรกในแต่ละประเทศ	48



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 2.1 ประโยชน์ในการทำ CRM	4
รูปที่ 3.1 โลโก้บริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด	13
รูปที่ 3.2 แผนที่ของบริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด	14
รูปที่ 3.3 โครงสร้างองค์กรของบริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด	15
รูปที่ 3.4 นักศึกษาฝึกงาน	16
รูปที่ 3.5 นักศึกษาฝึกงาน	17
รูปที่ 3.6 พนักงานที่ปรึกษา	18
รูปที่ 3.7 พนักงานที่ปรึกษา	18
รูปที่ 3.7 พนักงานที่ปรึกษา	19
รูปที่ 4.1 google drive	22
รูปที่ 4.2 google sheet	22
รูปที่ 4.3 การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอนทราเวล มาร์ต จำกัด	24
รูปที่ 4.4 การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอนทราเวล มาร์ต จำกัด	25
รูปที่ 4.5 การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอนทราเวล มาร์ต จำกัด	25
รูปที่ 4.6 การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอนทราเวล มาร์ต จำกัด	26
รูปที่ 4.7 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม SPAIN	27
รูปที่ 4.8 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม SPAIN	28
รูปที่ 4.9 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม SPAIN	28
รูปที่ 4.10 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า SPAIN	29
รูปที่ 4.11 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม NETHERLAND	30
รูปที่ 4.12 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม NETHERLAND	30
รูปที่ 4.13 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม NETHERLAND	31
รูปที่ 4.14 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า NETHERLAND	31
รูปที่ 4.15 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม ITALY	32
รูปที่ 4.16 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม ITALY	33
รูปที่ 4.17 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม ITALY	33

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 4.18 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า ITALY	34
รูปที่ 4.19 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม FINLAND	35
รูปที่ 4.20 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม FINLAND	35
รูปที่ 4.21 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม FINLAND	36
รูปที่ 4.22 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า FINLAND	36
รูปที่ 4.23 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม ENGLAND	38
รูปที่ 4.24 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม ENGLAND	38
รูปที่ 4.25 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม ENGLAND	39
รูปที่ 4.26 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า ENGLAND	39
รูปที่ 4.27 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม DUBAI	41
รูปที่ 4.28 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม DUBAI	41
รูปที่ 4.29 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม DUBAI	42
รูปที่ 4.30 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า DUBAI	42
รูปที่ 4.31 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม AUSTRIA	43
รูปที่ 4.32 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม AUSTRIA	44
รูปที่ 4.33 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม AUSTRIA	44
รูปที่ 4.34 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า AUSTRIA	45
รูปที่ 4.35 การ์ดอวยพรวันเกิด	46
รูปที่ 4.36 การ์ดสุขสันต์วันขึ้นปีใหม่	46
รูปที่ 4.37 GIFT VOUCHER	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท บรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด ประกอบกิจการนำเที่ยวแบบนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic) นำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) การจัดงานนำเที่ยวเข้าประเทศไทย (Inbound) การเดินทางแบบกรุ๊ปเหมา (incentive) แพคเกจทัวร์ (Package Tour) รับจองห้องพัก และแนะนำการเดินทางในสถานที่ต่างๆ บริการเรียบเรียงเอกสารการยื่นวีซ่าเพื่อผ่านเข้าประเทศ บริการรับจองตั๋วเครื่องบินและร้านอาหาร

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์แตกต่างกันจากที่ได้ออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท บรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด ทางบริษัทได้ให้ข้อมูลว่าส่วนมากทางบริษัทจะมีลูกค้ามาใช้บริการแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมหรือเรียกอีกอย่างว่า MICE หมายถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมบริษัทข้ามชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการในการวางรากฐานให้กับความสำเร็จทางธุรกิจ ความสามารถที่จะรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้และขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเติบโตและแนวคิดที่จะรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้และขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เพิ่มมากขึ้นก็เป็นที่มาของระบบที่เรียกว่าระบบ CRM นั้นมาจากคำว่า Customer Relationship Management หรือ “การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า”

สินธุ์ฟ้า แสงจันทร์ (2547) กล่าวว่า การตลาดคือกลยุทธ์ที่ใช้ปฏิบัติต่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยแนวทางการปฏิบัติเป็นลักษณะตัวต่อตัวหรือเฉพาะกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม อันก่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้านี้ก็มีทั้งการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นเครื่องมือช่วยเหลือในการบริหารจัดการหรือการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ที่จะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า เพื่อที่จะรักษาความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อกันระหว่างองค์กรกับลูกค้าเอาไว้ให้ได้ อย่างมั่นคงระบบ CRM ถูกนำมาใช้เพื่อช่วยในการจัดเก็บและจัดการข้อมูลต่างๆ ของทั้งลูกค้า จากที่สถานประกอบการอื่นๆ นำระบบ CRM มาใช้และทางบริษัท บรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด ยังไม่มีการนำเอาระบบ CRM มาใช้จริงในบริษัทและทางบริษัท บรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด ยังไม่เคยมีการเก็บข้อมูลลูกค้าในส่วนนี้ทำให้เวลาที่ลูกค้ารายเดิมเข้ามาใช้บริการใหม่ต้องมีการสอบถามลูกค้าใหม่ทุกครั้งในฐานข้อมูลเดิมๆ อาทิเช่น การสอบถามที่นั่งอาหาร ห้องพัก เลขพาสปอร์ต Room Type เกิดการเสียเวลา ไม่เกิดความประทับใจ มีความผิดพลาดจากเริ่มเดิมๆ ข้อมูลเดิมกรณีที่เคยทำวิซากับบริษัทแล้วและปัญหาอีกมากมายที่เกิดขึ้นจากฐานข้อมูลที่ไม่ได้

มีการบันทึกไว้จึงต้องนำเอาการใช้ระบบ CRM เพื่อเก็บข้อมูลสำคัญ และจำเป็นต้องใช้ประจำของลูกค้า อาทิเช่น ฐานเงินเดือนลูกค้าอาชีพอายุ สถานภาพ เพศ E-Mail สถานที่เกิด ที่นั่ง อาหาร ห้องพัก Room Type ในส่วนของข้อมูลลูกค้าจะถูกเก็บผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์

1.2 วัตถุประสงค์โครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนการใช้ระบบ CRM แบบง่ายของบริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

1.2.2 เพื่อจัดทำระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

1.3 ขอบเขตของโครงการ

ในการศึกษาโครงการสหกิจศึกษาครั้งนี้ มีขอบเขตการศึกษาโครงการแบ่งออกเป็น 4ส่วนดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาข้อมูลการใช้และวิธีทำระบบ CRM โดยการใช้การเก็บข้อมูลผ่าน Google Sheet ใน Google Drive และศึกษาการตลาดออนไลน์ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมจากอินเทอร์เน็ตตำรา หนังสือ งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องและจากพี่เลี้ยง อาจารย์ที่ปรึกษา

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดเป็นประจำ จำนวน 97 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม – 30 สิงหาคม 2562

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

บริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 นักศึกษาที่ออกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับระบบ CRM และการตลาดออนไลน์

1.4.2 บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดได้มีฐานข้อมูลลูกค้าเก็บไว้และมีกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

1.4.3 บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดและลูกค้าสื่อสารกันง่ายขึ้น ประหยัดเวลาในการติดต่อ

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาสหกิจเรื่องระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวลมาร์เก็ต จำกัด ได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบและแนวทางสำหรับการศึกษาโดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 ระบบ CRM

2.2 การตลาดออนไลน์

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. ระบบ CRM

ระบบ CRM (ซีอาร์เอ็ม) ย่อมาจาก Customer Relationship Management (คัทโทเทอร์ รีเลชันชิพ แมเนจเม้นท์) คือ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หรือ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งหมายถึงวิธีการที่เราจะบริหารให้ลูกค้ามีความรู้สึกผูกพันกับสินค้า ,บริการ หรือองค์กรของเรา เมื่อลูกค้าเข้ามีความผูกพันในทางที่ดีกับเรา แล้วลูกค้านั้นไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปจากสินค้าหรือบริการของเรา ทำให้เรามีฐานลูกค้าที่มั่นคง และนำมาซึ่งความมั่นคงของบริษัท ดังนั้น การที่จะรู้ซึ่งถึงสถานะความผูกพันกับลูกค้าได้นั้น เราก็ต้องอาศัยการสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเกี่ยวข้องระหว่าง พฤติกรรมของลูกค้ากับกลยุทธ์ทางการตลาดกระบวนการทำงานของระบบ CRM (ซีอาร์เอ็ม) มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. Identify เก็บข้อมูลว่าลูกค้าของบริษัทเป็นใคร เช่น ชื่อลูกค้า ข้อมูลสำหรับติดต่อกับลูกค้า
2. Differentiate วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าแต่ละคน และจัดแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามคุณค่าที่ลูกค้ามีต่อบริษัท
3. Interact มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระยะยาว
4. Customize นำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมเฉพาะตัวกับลูกค้าแต่ละคน

ระบบ CRM มีความสัมพันธ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านการนำ Software (ซอฟต์แวร์) มาใช้ในการพัฒนาเพื่อดึงดูดลูกค้า สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น Website (เว็บไซต์) เป็นต้น CRM software ช่วยในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูล และเป็นช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า

2.2.1 CRM software มักแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1.Operational CRM เป็นซอฟต์แวร์ front office ที่ช่วยจัดการกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น sales, marketing หรือ service เช่น การจัดการข้อมูลติดต่อลูกค้า การเสนอราคา การบริหารฝ่ายขาย การเก็บข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า ระบบบริการลูกค้า เป็นต้น

2.Analytical CRM ระบบวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าที่รวบรวมได้จากส่วน Operational CRM หรือจากแหล่งอื่นๆ เพื่อแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มและค้นหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่บริษัทสามารถนำเสนอสินค้า หรือบริการเพิ่มเติมได้ 3.Collaborative CRM ระบบช่วยสนับสนุนในการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านทางช่องทางต่างๆ เช่น ติดต่อส่วนตัว จดหมาย แฟกซ์ โทรศัพท์ เว็บไซต์ E-Mail เป็นต้น รวมถึงช่วยจัดการทรัพยากรที่บริษัทมีคือพนักงาน กระบวนการทำงาน และฐานข้อมูล หรือ Database (ดาต้าเบส) ลูกค้า เพื่อนำไปให้บริการแก่ลูกค้าและช่วยรักษฐานลูกค้าของบริษัทได้ดีขึ้น

2.2.2 ประโยชน์ของระบบ CRM ต่อธุรกิจ

1.ระบบ CRM ช่วยเพิ่มความสามารถในการให้บริการลูกค้าได้ดีขึ้น เช่น ใช้เว็บไซต์ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า วิธีการใช้สินค้า และให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นช่องทางให้ลูกค้าแนะนำติชมต่อบริการของบริษัทได้ง่าย ช่วยให้ลูกค้าสามารถ Customize (ปรับแก้ไข) ความต้องการของตนเองได้ทันที เป็นต้น

ระบบ CRM ช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าให้ดีขึ้น ช่วยให้บริษัทรู้ความสนใจ ความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถนำเสนอสินค้าที่เหมาะสม กับลูกค้าได้ และช่วยให้บริษัทสามารถให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการได้ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวจะช่วยเพิ่ม loyalty ที่ลูกค้ามีต่อบริษัท ลดการสูญเสียลูกค้า ลดต้นทุนการตลาด เพิ่มรายได้จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำหรือแนะนำให้คนอื่นๆ รู้จักซื้อสินค้าของบริษัท และนั่นหมายถึงกำไรของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้น



รูปที่ 2.1 ประโยชน์ในการทำ CRM

(ที่มา <https://images.app.goo.gl/GdbbYaG8hFYJSQYx9>)

2.2.3 วัตถุประสงค์ของ CRM

1. เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าหรือการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง
2. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี ทำให้เกิดความภักดีต่อสินค้าหรือการบริการ และบริษัท
3. เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปาก (Words – of – Mouth) ในทางบวกเกี่ยวกับสินค้า

2.2.4 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้า

บันไดการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้า ซึ่งนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้า และบริษัทมีอยู่ 6 ระดับ ดังนี้

1. ระดับ “ลูกค้าคาดหวัง” (Prospect) เป็นลูกค้าที่บริษัทได้มีโอกาสในการเสนอขายสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้ามีความสนใจและอาจจะตัดสินใจซื้อ ซึ่งลูกค้าเหล่านี้ก็จะมีคุณสมบัติเป็น “ลูกค้าคาดหวัง” ของบริษัท
2. ระดับ “ผู้ซื้อ” (Purchasers) หลังจากที่เป็นบริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้าคาดหวังและนำเสนอสินค้าหรือการบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าคาดหวังเหล่านั้น จนสามารถตัดสินใจซื้อได้ในที่สุดแล้วขั้นต่อไปบริษัทต้องจัดทำโปรแกรมการตลาดและระบบ CRM ที่จะทำให้ผู้ซื้อเหล่านี้กลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง
3. ระดับ “ลูกค้า” (Clients) ลูกค้าหรือธุรกิจที่ซื้อสินค้าหรือการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหนึ่งจนกระทั่งเกิดความภักดีต่อสินค้าหรือการบริการของบริษัท ตลอดจนแนะนำสินค้าหรือการบริการของบริษัทให้ผู้อื่นได้ทดลองใช้พร้อมทั้งปกป้องชื่อเสียงของบริษัทจากการโจมตีของคู่แข่งด้วย
4. ระดับ “ลูกค้าผู้สนับสนุน” (Supporters) คือลูกค้าประจำที่รู้สึกชอบบริษัท มีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทและสินค้าหรือการบริการของบริษัท แต่ยังไม่ออกมาสนับสนุนอย่างจริงจังซึ่งการที่จะทำให้ลูกค้าผู้สนับสนุนเหล่านี้ออกมาสนับสนุนอย่างจริงจังนั้น บริษัทจำเป็นต้องสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าผู้สนับสนุนอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน
5. ระดับ “ผู้มีอุปการคุณ” (Advocates) คือลูกค้าผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมของบริษัทมาตลอดคอยแนะนำลูกค้าและลูกค้ารายอื่นให้มาซื้อสินค้าหรือการบริการของบริษัทเรียกว่าทำการตลาดภายนอกแทนบริษัทนั่นเอง
6. ระดับ “หุ้นส่วนธุรกิจ” (Partners) คือลูกค้าที่ก้าวขึ้นไปเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจมีส่วนร่วมในรายรับรายจ่ายและผลกำไรของบริษัท ถ้าหากบริษัทมีผลกำไรสูงขึ้นนั้นย่อมหมายความว่า

ผลตอบแทนในส่วนของลูกค้า “หุ้นส่วนธุรกิจ” จะได้รับก็มีเพิ่มขึ้นตามไปด้วยความสัมพันธ์กับลูกค้า ในระดับนี้ก่อให้เกิดความภักดีในบริษัทและตราสินค้าของบริษัทมากที่สุด

2.2.5 การออกแบบกลยุทธ์ CRM

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ว่าลูกค้าเป็นใคร

ขั้นแรกในการวางกลยุทธ์ CRM นั้น เราจะต้องทราบก่อนว่าลูกค้าเป้าหมายของเรานั้นจะเป็นใคร เป็นระดับ Trade หรือระดับ Consumers หรือเป็นทั้งสองกลุ่ม เนื่องจากการทำตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในตลาดธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 2 เก็บข้อมูลลูกค้า

- ทำการเก็บข้อมูลลูกค้าผ่าน Google Sheet ใน Google Drive จัดเก็บบันทึกให้มากที่สุด ตั้งแต่ วัน/เดือน/ปีเกิด ของลูกค้าชื่อ อายุเพศ สถานภาพ เลขRopสถานที่เที่ยว อาหาร อาชีพ E-mail สถานที่เกิด สัญชาติ ไปจนถึงการวัดความพึงพอใจลูกค้า เพื่อสร้างวัตถุดิบในการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
- ข้อมูล ทำแบบสำรวจประวัติ พฤติกรรม รสนิยมการบริโภคสินค้าและบริการของลูกค้า
- จัดเก็บข้อมูลให้ครบถ้วน ถูกต้อง เพื่อและเรียกใช้งานได้ง่าย หากใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อความสะดวก ควรเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม มีความพร้อม และความคุ้มค่าต่อการใช้งาน
- ลูกค้ามีความสำคัญไม่เท่ากัน จึงต้องจัดลำดับความสำคัญอย่างเหมาะสม โดยการจัดแบ่งกลุ่มและจัดเรียงความสำคัญของลูกค้า สำหรับกำหนดประเภทของกลุ่มลูกค้าที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด กลุ่มที่ควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและควรรักษาไว้ และกลุ่มที่ไม่สามารถรักษาไว้ได้ ยิ่งแบ่งกลุ่มได้ชัดเจน และแยกย่อยเท่าใด

ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำแผนการตลาดสำหรับ CRM

ขั้นตอนต่อไปของการวางกลยุทธ์ CRM ก่อนที่จะมีการนำไปปฏิบัติใช้และประเมินผลนั้น คือการจัดทำเป็นแผนการตลาดสำหรับระบบ CRM ในเวลาหนึ่งๆ เช่น แผนการตลาดประจำปี สำหรับระบบ CRM เป็นต้น

2.2.6 องค์ประกอบของแผนการตลาดประกอบด้วย 8 ส่วน คือ

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
2. สถานการณ์การตลาดในปัจจุบัน
3. การวิเคราะห์โอกาสและประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง
4. วัตถุประสงค์แบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ทางการเงิน และวัตถุประสงค์ทางการตลาด
5. กลยุทธ์การตลาดเป็นการระบุถึงกิจกรรมการตลาดที่จะนำมาใช้กับลูกค้าเป้าหมายของระบบ CRM แต่ละกลุ่ม
6. แผนปฏิบัติการ
7. ประมาณการงบกำไรขาดทุน
8. การควบคุม คือการควบคุมและประเมินผลที่เกิดขึ้นตามแผน

ขั้นตอนที่ 4 การนำแผน CRM ไปปฏิบัติใช้และประเมินผล

แผนการตลาดสำหรับระบบ CRM ที่มีครบถ้วน อาจจะไม่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้
อย่างประสบความสำเร็จ

จากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้าสรุปได้ว่าการทำระบบ CRM ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์จัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญและง่ายที่สุดในการจัดเก็บข้อมูลบริหารให้ลูกค้ามีความรู้สึกผูกพันกับสินค้า บริการ หรือองค์กรเพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและประโยชน์ต่อลูกค้า ดังนั้นการบริหารข้อมูลลูกค้าต้องมีการอัปเดตอยู่เสมอ คอยเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้า ความพึงพอใจในการใช้บริการ ทราบจุดอ่อนจุดแข็งของลูกค้าเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงฐานข้อมูลลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

2.2. การตลาดออนไลน์

นักการตลาดชื่อ Smith และ Chaffey (2005) ได้กล่าวว่า การใช้แนวคิดการประกอบธุรกิจ ในรูปแบบการทำตลาดอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะส่งผลดีกับองค์กรเป็นอย่างสูงเนื่องจากความสามารถในการจำแนก (Identity) ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนว่าเป็นใคร มีจุดประสงค์อะไรต่อความต้องการผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ห้องสนทนา จึงสามารถเก็บบันทึกข้อมูลของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดการรู้ทันความต้องการของผู้บริโภคได้ (Anticipating) ทำให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ (Satisfy) เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุด (Effectively)

Marketin Oops (2552) อธิบายเรื่องการใช้งาน Social Media ไว้ว่า เป็นกลุ่มสังคมที่มีกลุ่มคนผู้ใช้งานเป็นผู้สื่อสารในสารนั้น ๆ หรือการบอกต่อเรื่องราว การเขียน ประสบการณ์รูปภาพหรือบันทึกเคลื่อนไหว ที่ผู้ใช้เป็นผู้เขียนขึ้นเองโดยนำมากระจายถ่ายทอดบอกต่อบนพื้นที่ของตัวเองในโลกออนไลน์หรือ Social Media ที่ให้บริการ เพื่อนำพาสารมาเผยแพร่ในสังคมที่โลกออนไลน์กำลังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า สื่อออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อเราในทุกขณะ ตั้งแต่ตื่นเช้าจนกระทั่งเข้านอน อีกทั้งความรวดเร็วและความสะดวกสบายของโลกออนไลน์ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์กับกลุ่มคนทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์(Online Marketing) ที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถทำให้ผู้อื่นรู้จักเราหรือสินค้าของเราได้อย่างกว้างขวาง

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook, โฆษณา Google, โฆษณา Youtube, โฆษณา Instagram มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่างๆ ในการ โฆษณาเว็บไซต์ หรือ โฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจ จนกระทั่งเข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเราในที่สุด โดยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) สามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้

1. **Search Engine Marketing** คือ การตลาดบน Search Engine เป็นการทำให้สินค้าของเราติดอันดับการค้นหาในลำดับแรกๆ ซึ่งจะทำให้เราถูกค้นพบได้ง่ายและถูกคลิกได้บ่อยกว่าเว็บไซต์ที่อยู่ด้านล่างหรืออยู่ในหน้าถัดไป แบ่งออกเป็น SEO (การทำเว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับของ Google) กับ PPC (การซื้อ Ads บน Google)
2. **Email Marketing** คือ การตลาดที่ทำผ่านอีเมล เพื่อส่งข่าวสาร โปรโมชั่นต่างๆ ถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นการตลาดที่ต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการตลาดในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการทำการตลาดที่ตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงผู้รับภายในเวลาอันรวดเร็ว
3. **Social Marketing** คือ การตลาดที่ทำผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest ฯลฯ ซึ่ง Social Marketing กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งานสูงกว่าแหล่งออนไลน์ประเภทอื่น

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ไม่ใช่เรื่องยาก เพียงแค่รู้จักสินค้าและสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนได้ เพียงเท่านี้สินค้าของก็สามารถเป็นที่รู้จัก และสร้างยอดขายในโลกออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย

2.3.1 เครื่องมือทางการตลาดออนไลน์

Facebook's Power Editor เครื่องมือสำหรับการทำโฆษณาบน Facebook หากคุณต้องการทำโฆษณาจำนวนไม่เกิน 10 โฆษณาอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือนี้ แต่ต้องการทดสอบโฆษณาเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดอาจจะต้องทดลองโฆษณาเป็นจำนวนหลายสิบหรือหลักร้อยเลย ดังนั้นเจ้า Power Editor นี้ จะช่วยให้คุณสร้างโฆษณาที่คล้าย ๆ กัน ออกมาในเวลาอันน้อยนิด ซึ่งจากเดิมที่คุณอาจใช้เวลาในการสร้าง 1 ชั่วโมง อาจเหลือเพียงไม่กี่นาที

MAILCHIMP หากทำ Email Marketing เพื่อเก็บข้อมูลอีเมลล์ของผู้ชมและกลุ่มลูกค้าแล้วจะต้องมีเครื่องมือการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพราะการใช้ Excel ในการบริหารอีเมลล์เป็นร้อยเป็นพันนั้น Excel ก็อาจจะเอาอยู่ แต่หาก Email Lists เติบโตระดับหลักหมื่น หลักแสน อาจจะต้องมีปัญหาเกี่ยวกับการใช้สูตร Excel และการจัดส่ง Email ให้กับฐานผู้ชมเหล่านั้น รวมไปถึงจะต้องเจอกับ Platform Email อย่าง Hotmail หรือ Gmail ในฐานะที่อาจถูกมองว่าเป็นอีเมลล์สแปมอีกด้วย แต่ MailChimp จะช่วยให้สามารถเก็บอีเมลล์ได้ดีขึ้นแล้วยังช่วยในการจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นได้เป็นอย่างดี

CANVA หากไม่มีทีมกราฟิกที่คอยทำรูปภาพในการโปสลงบน Website/Blog หรือ Social Media ต่างๆสามารถใช้ Canva ช่วยในการออกแบบได้อย่างง่ายดาย ซึ่งตัว Canva นี้ เป็นเครื่องมือในการจัดการรูปภาพกราฟิกขนาดที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์มที่คุณจะนำไปใช้โดยอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นขนาดของรูปบน Facebook Instagram Youtube หรือจะออกแบบขนาดของนามบัตร โปสเตอร์ก็สามารถทำได้

Google Analytics หากมีเว็บไซต์ธุรกิจ สิ่งที่สำคัญที่สุดที่นอกจากจะต้องมี Content อยู่บนเว็บไซต์แล้ว สิ่งที่เราขาดไปไม่ได้เลยก็คือ เครื่องมือการเก็บสถิติ เครื่องมือการวัดผล ซึ่ง Google Analytics สามารถทำหน้าที่นี้ได้เป็นอย่างดี แถมใช้กันแบบฟรี ๆ ไม่มีเงื่อนไขแฝงอีกด้วย สิ่งที่ Google Analytics จะมอบให้นั้น จะทำให้ทราบว่า Content ใดบนเว็บไซต์ที่ได้รับการตอบรับที่ดีที่สุด ผู้เข้าชมมาจากเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลใดเยอะเป็นอันดับต้น ๆ รวมไปถึงมันสามารถเก็บข้อมูลได้กระทั่งว่า ลูกค้าเข้ามายังหน้าซื้อสินค้าแล้วไปไหนต่อ ออกจากหน้าเว็บไซต์หรือคลิกไปยังตะกร้าสินค้า

SUMO หากต้องการตัวช่วยที่จะทำให้เว็บไซต์เติบโต มีจำนวนคนเข้าเว็บไซต์มากขึ้น ก็เหมือนกับการมีคนเข้ามาที่หน้าร้านค้ามากขึ้น ทำให้มีโอกาสนำเสนอสินค้าหรือบริการได้มากขึ้นเช่นกัน โดย Sumo นั้น จะมีเครื่องมือน่าใช้อยู่ 2 ประเภท ได้แก่

- a) เครื่องมือสร้าง Landing Page พร้อมเก็บ Email ในหน้า Home Page ของเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเก็บ Email จากผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์สำหรับนำไปทำ Email Marketing ต่อไป
- b) เครื่องมือวิเคราะห์หน้าเว็บเพจ อาทิ Heat Map และ Content Analytics เพื่อวิเคราะห์ว่าคนเข้าเว็บไซต์ หรือ Sales Page แล้วมีการกด Click บริเวณไหนมากน้อยแค่ไหน มีการกดปุ่ม Call-to-Action ที่ครั้ง ไรอ่านหน้าเว็บลงมาถึงแค่ไหน ฯลฯ เพื่อนำไปออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้คนอยู่นานขึ้นและ Click มากขึ้น เป็นต้น

Google Driveบน Google Drive สามารถเก็บข้อมูลเป็นฮาร์ดดิสก์ออนไลน์ให้คุณใช้ฟรีได้ถึง 15 GB (ซึ่งสามารถเพิ่มความจุนี้ด้วยการจ่ายเพิ่มเพียงเล็กน้อยต่อเดือน) และหากกล่าวถึงโปรแกรมที่ใช้อยู่ฟรีแล้ว ทุกคนก็รู้จัก Microsoft Office เช่น Word Excel PowerPoint และที่กล่าวมานั้น บน Google Drive ก็มีให้ใช้กันแบบฟรี ๆ ไม่ต้องจ่ายค่า License อีกด้วย โดยโปรแกรมที่มีให้ใช้ที่แนะนำมีดังนี้

- a) Google Docs ใช้สำหรับการพิมพ์และแก้ไขเอกสารต่าง ๆ
- b) Google Sheets ใช้สำหรับสร้างและแก้ไขสเปรดชีตต่าง ๆ
- c) Google Slides ใช้สร้างและแก้ไขงานนำเสนอที่สวยงาม
- d) Google Forms ใช้สร้างแบบฟอร์มที่สวยงามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ลงทะเบียน

Google Alertsสามารถติดตามการเคลื่อนไหวในแวดวงอุตสาหกรรมของได้อย่างใกล้ชิดว่าในแวดวงอุตสาหกรรมนั้น มีใครทำอะไร ที่ไหน และเมื่อไหร่ได้อย่างทันทั่วทั้ง หรือแม้กระทั่งใช้ติดตามว่า มีใครบนโลกออนไลน์กล่าวถึงบ้าง เพราะตัว Google Alerts นี้ สามารถตั้งค่าด้วย Keyword หรือคำที่สนใจจะติดตาม ในทุก ๆ ครั้งที่ Google มีการอัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ จะแจ้งเตือนผ่าน Email ทันที ซึ่งสามารถตั้งค่าได้ด้วยว่า สามารถให้แจ้งด้วยความถี่แค่ไหน เช่นแจ้งทันที หรือทุก ๆ วัน ทุก ๆ สัปดาห์ ก็สามารถทำได้

Leadpagesการให้ความสำคัญกับการสร้าง Lead Generation ในการสร้างฐานรายชื่อว่าที่ลูกค้าให้กลายมาเป็นลูกค้า ต้องสร้างLeadpagesที่ช่วยให้หน้าเว็บเพจช่วยเพิ่มโอกาสในการลงทะเบียนของผู้เยี่ยมชมมากยิ่งขึ้น

Keyword Planner การลงโฆษณาบน Google และจริงจังกับการทำ Search Engine Optimiztion (SEO) จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้การใช้งาน Keyword Planner เพราะโปรแกรมจะวิเคราะห์จากพฤติกรรมการค้นหาจริง ๆ บน Google ซึ่งทุกๆ ครั้งที่มิสผู้ค้นพิมพ์คำค้นหาบน Google เจ้าตัวโปรแกรมนี้จะบันทึกข้อมูลและเก็บเป็นสถิติเอาไว้ ว่าจริงๆ แล้ว ผู้คนบนโลกออนไลน์นั้น

มักนิยมพิมพ์คำค้นหาอย่างไรบ้าง ซึ่งสามารถนำไปสร้างโฆษณาบน Google Adwords หรือนำไปทำ SEO ให้กับ Content บนเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับการค้นหาที่ดีบน Google

WordPress หากกล่าวถึงการทำ Content Marketing บนเว็บไซต์ของธุรกิจ WordPress คือเครื่องมือที่จะทำให้การจัดการ Content เป็นเรื่องที่ยั่งยืนอย่างมาก เพราะหากกล่าวถึงเว็บไซต์ มันเป็นเรื่องที่ซับซ้อน ยุ่งยาก รวมไปถึง การที่มาเสียเวลาในการเรียนรู้เรื่องเขียนเว็บไซต์ด้วยภาษาคอมพิวเตอร์ แต่หากจริงจังกับเรื่องการทำ Content Marketing บนเว็บไซต์ธุรกิจแล้วละก็ WordPress สามารถจัดการได้อยู่หมัด โดยที่คุณแทบจะไม่ต้องรู้ภาษาคอมพิวเตอร์เลยก็ได้ เพราะมันถูกออกแบบมาให้ใช้งานเผยแพร่ Content ได้อย่างง่ายดาย รวมไปถึงมีส่วนเสริม (Plugin) ที่จะช่วยให้เว็บไซต์ของคุณดูดีและมีประสิทธิภาพให้เลือกใช้กันแบบนับไม่ถ้วน ซึ่งส่วนใหญ่ฟรีและใช้งานได้ดี

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าการตลาดออนไลน์ จัดเป็นกลยุทธ์สำคัญในการหาลูกค้าและรักษาลูกค้า และพัฒนาความสัมพันธ์ของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นจนเกิดเป็นความจงรักภักดีต่อองค์กร ดังนั้นการบริหารการตลาดออนไลน์จะต้องมีการพัฒนาและหากลยุทธ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยทำการศึกษาความต้องการของลูกค้า ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า และศึกษาปัจจัยทางด้านอื่นๆ เพิ่มเติมที่ส่งผลต่อการตลาดออนไลน์ขององค์กรเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งของการตลาดออนไลน์เพื่อทำการพัฒนาและปรับปรุง ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันต่อเวลา และเกิดประโยชน์สูงสุดทั้งแก่ลูกค้าและองค์กร

2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐศักดิ์ วรวิทยานนท์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($x = 3.16$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านข้อมูลส่วนตัว และด้านสินค้า มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก และในส่วน of ด้านช่องทางการชำระเงิน และด้านการให้บริการ มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลางสำหรับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์หลังการตัดสินใจซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($x=4.05$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านข้อมูลส่วนตัว ด้านสินค้าและด้านช่องทางการชำระเงิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และในส่วน of ด้านการให้บริการ มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวม ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เฟรดเดอริก นิวเวล(Frederick Newll&Loyalty COM 1999 : 69) ได้ให้ความหมายของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไว้ว่า เป็นกลยุทธ์ในการสร้างทัศนคติหรือความชอบต่อองค์กร กับพนักงานแต่ละคน ช่องทางการสื่อสารและลูกค้าที่เป็นผลมาจากการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานและการรักษาลูกค้า จุดประสงค์ที่แท้จริงของ CRM คือการบริหารเปลี่ยนเสริมกำลังพฤติกรรมของผู้บริโภค CRM เน้นว่าองค์กรควรจะค้นหาและให้ความสนใจว่าลูกค้าของคุณให้ให้คุณค่ากับสิ่งใดมากกว่าจะสนใจสิ่งใดที่คุณกำลังต้องการจะขายให้กับลูกค้า เพราะนั่นอาจเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการสิ่งที่องค์กรต้องทำคือเสนอสินค้าหรือบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าเห็นว่ามีความคุ้มค่า

วิทยา สุหฤทธำรง (2546) ได้ให้ความหมายของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์หรือ CRM นั้นว่า หมายถึง การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ที่มีโอกาสจะมาเป็นลูกค้าด้วยความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าและการตอบสนองด้วยผลิตภัณฑ์และบริการผ่านช่องทางต่างๆแนวทาง CRM ของผู้บริหารทั่วไปจะมีคุณลักษณะที่เป็นกลยุทธ์ธุรกิจในระยะยาวโดยมุ่งเน้นไปที่อุปสงค์ของลูกค้า การจัดการให้ความต้องการของลูกค้าตรงกับคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้า การสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดและการวิเคราะห์ความต้องการความชอบและพฤติกรรมของลูกค้า สิ่งเหล่านี้จะถูกบันทึกไว้บนฐานข้อมูลขององค์กรหรือบริษัทเพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า ในการกำหนดและพยากรณ์อุปสงค์เพื่อบริหารจัดการโซ่อุปทาน การพยายามสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

บทที่ 3
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



ภาพที่ 3.1 โลโก้บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

(ที่มา: บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด 2562)

- ชื่อสถานประกอบการ บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด
- ที่ตั้งของสถานประกอบการ 59 หมู่ที่ 11 ซอยเจริญสุขนิทวงศ์ 35 ถนนเจริญสุขนิทวงศ์
แขวงบางพรหม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170
- โทรศัพท์ 0-2864-9485
- เวลาทำการ จันทร์-เสาร์ เวลา 08:00-17:00



ภาพที่ 3.2 แผนที่ของบริษัททรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด
(ที่มา: บริษัททรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด 2562)

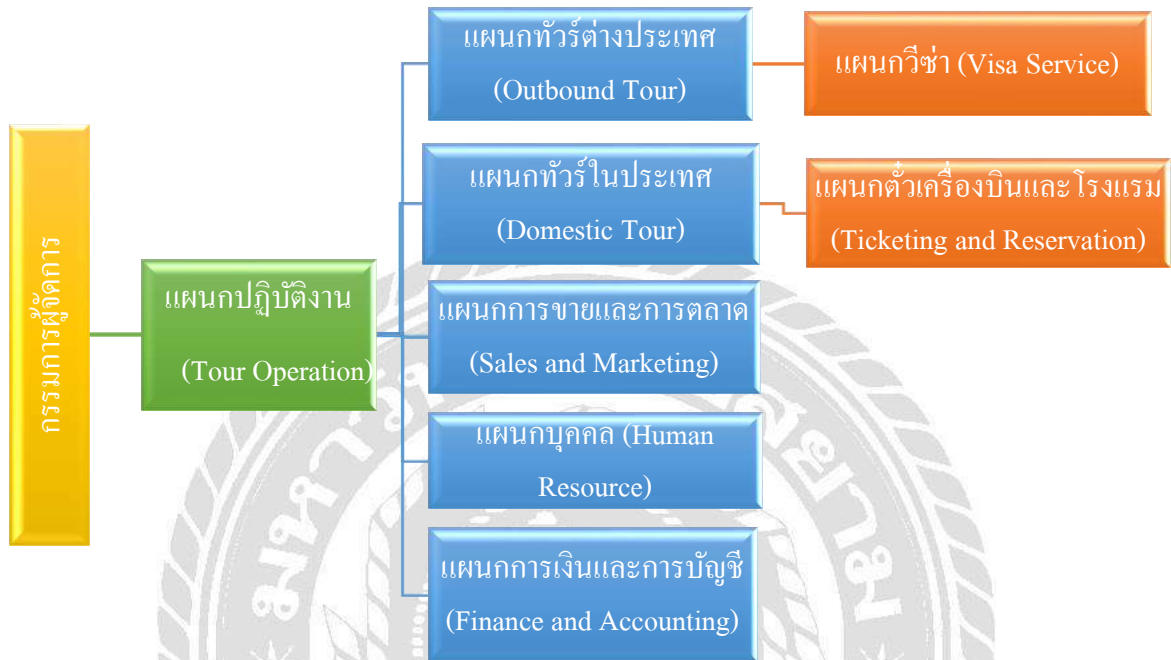
3.2 ลักษณะการให้บริการ

1. ประกอบกิจการนำเที่ยวแบบนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic)
2. นำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound)
3. การจัดนำเที่ยวเข้าประเทศไทย (Inbound)
4. การเดินทางแบบกรุ๊ปเหมา (incentive)
5. แพคเกจทัวร์ (Package Tour)
6. รับจองห้องพัก และแนะนำการเดินทางในสถานที่ต่างๆ
7. บริการเรียบเรียงเอกสารการยื่นวีซ่าเพื่อผ่านเข้าประเทศ
8. บริการรับจองตั๋วเครื่องบินและร้านอาหาร

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทบรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด

บริษัทบรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด ได้ก่อตั้งบริษัทมาเป็นเวลา 9 ปี ซึ่งได้รับความไว้วางใจ
 อย่างดีจากลูกค้า เพราะบริษัทเน้นการบริการที่ดีมีคุณภาพเน้นการบริการให้ประทับใจเกินกว่าที่ลูกค้า
 คาดหวัง ทำให้บริษัทได้รับคำชมได้รับการใช้บริการอย่างแพร่หลาย บริษัทได้ก่อตั้ง ตั้งแต่ พ.ศ.2549
 ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท

3.4 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 3.3 โครงสร้างองค์กรของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด
(ที่มา: บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด 2562)

3.5 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย



รูปที่ 3.4 นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

- ชื่อนักศึกษา: นางสาวชฎานิษฐ์ ไพปัญญ
- ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย: พนักงานทั่วไป
- หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก
 1. ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เช่น โรงแรม ติดต่อสถานทูต ศูนย์อื่นวิชา หน่วยงานภาครัฐต่างๆ
 2. หาอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับออกทัวร์
 3. ทำ Presentation โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอลูกค้า
 4. เตรียมอุปกรณ์ ในการออกทัวร์
 5. สแกนพาสปอร์ต วิชาเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานของบริษัท
 6. จัดเตรียมเอกสารการขอยื่นวิชาให้กับลูกค้า
 7. เคลียร์บิลค่าใช้จ่ายของบริษัท



รูปที่ 3.5 นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

- **ชื่อนักศึกษา:** นาย ชีรภพ กันน้อย
- **ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย:** พนักงานทั่วไป
- **หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก**
 1. ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เช่น ร้านอาหารสถานทูต ศูนย์อื่นวิชา หน่วยงานภาครัฐต่างๆ
 2. หาอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับออกทัวร์
 3. ทำ Presentation โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอลูกค้า
 4. เตรียมอุปกรณ์ ในการออกทัวร์
 5. จัดเตรียมเอกสารการขออื่นวิชาให้กับลูกค้า
 6. เคลียร์บิลค่าใช้จ่ายของบริษัท
 7. ออกแบบไวนิลสำหรับออกทัวร์

3.6 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา



รูปที่ 3.6 พนักงานที่ปรึกษาคณ ศศิริรัช สัจพรพจนารถ

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา : คณศศิริรัช สัจพรพจนารถ

ตำแหน่ง : Assistant Manager

รายละเอียดงาน: ผู้จัดการฝ่ายบัญชี



รูปที่ 3.7 พนักงานที่ปรึกษาคณ วิภาวี มีบุญล้ำ

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา : คุณ วิภาวี มีบุญล้ำ

ตำแหน่ง : Operation

รายละเอียดงาน: ทำเกี่ยวกับวิชา การยื่นวิชา การเตรียมเอกสารสำหรับขอวิชา



รูปที่ 3.8 พนักงานที่ปรึกษาคุณ นิชากร วงษ์ทวีทรัพย์
(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา : คุณ นิชากร วงษ์ทวีทรัพย์

ตำแหน่ง : Ticketing

รายละเอียดงาน: จองตั๋ว ออกตั๋ว

3.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคมถึง วันที่30 สิงหาคม พ.ศ.2562

3.8 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ปรึกษาพี่เลี้ยงและอาจารย์เรื่องหัวข้อสำหรับโครงการสหกิจศึกษา
2. ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการและศึกษาขั้นตอนการปฏิบัติงาน
3. ศึกษาและเริ่มทำการเขียนโครงการที่จะเสนอโดยมีพี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำ
4. สรุปและรายงานผลการดำเนินการ
5. จัดทำเอกสารประกอบโครงการโดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาและพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำในการทำรูปเล่มโครงการ

ตารางที่ 3.1แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือนที่				
	พ.ค.62	มิ.ย.62	ก.ค.62	ส.ค.62	ก.ย.62
คิดหัวข้อโครงการ					
ศึกษาและค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ					
เริ่มเขียนโครงการ					
สรุปและรายงานผลการดำเนินการ					
จัดทำเอกสารประกอบโครงการ					

3.9 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ : 1. เอกสาร

2. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

อุปกรณ์ซอฟต์แวร์ :1.โปรแกรม Microsoft Word

2. โปรแกรม Microsoft PowerPoint

3. โปรแกรมคอมพิวเตอร์

3.10 รูปแบบโครงการ

การศึกษาโครงการเรื่องระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการเก็บข้อมูลและสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและวิธีการพัฒนาระบบ CRM เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด ได้ในอนาคต

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานโครงการ

การจัดทำโครงการการสร้างระบบ CRM และการตลาดออนไลน์ ให้กับบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นอีกช่องทางในการส่งเสริมการตลาดออนไลน์และเก็บข้อมูลขั้นพื้นฐาน ของลูกค้าเพื่อนลดความผิดพลาด และเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

4.1 การออกแบบกลยุทธ์ CRM

4.1.1 ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นแรกในการวางกลยุทธ์ CRM นั้น เราจะต้องทราบก่อนว่าลูกค้าเป้าหมายของเรานั้นจะเป็นใคร เป็นระดับ Trade หรือระดับ Consumers หรือเป็นทั้งสองกลุ่ม เนื่องจากการทำตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในตลาดธุรกิจทำการวิเคราะห์โดยการสอบถามพนักงานในบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดว่าพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละคนมีความสนใจด้านนั้น ชื่นชอบอะไรและส่วนหนึ่งวิเคราะห์จากข้อมูลลูกค้าที่มีและยังไม่ได้จัดเก็บข้อมูลไว้เป็นหลักแหล่งคณะผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาทั้งหมดเป็นจำนวน 97 คน

4.1.2 ขั้นตอนที่ 2 เก็บข้อมูลลูกค้า

ทำการเก็บข้อมูลลูกค้าผ่าน Google Sheet ใน Google Drive จัดเก็บบันทึกให้มากที่สุด ตั้งแต่ วัน/เดือน/ปีเกิด ของลูกค้า ชื่อ อายุ เพศ สถานภาพ เลข Rop สถานที่เที่ยว อาหาร อาชีพ สถานที่เกิด สัญชาติ ไปจนถึงการวัดความพึงพอใจลูกค้า เพื่อสร้างวัตถุดิบในการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าข้อมูลทำแบบสำรวจประวัติ พฤติกรรม รสนิยมการบริโภคสินค้าและบริการของลูกค้าจัดเก็บข้อมูลให้ครบถ้วน ถูกต้อง เพื่อและเรียกใช้งานได้ง่าย หากใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อความสะดวก ควรเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสม มีความพร้อม และความคุ้มค่าต่อการใช้งานลูกค้ามีความสำคัญไม่เท่ากัน จึงต้องจัดลำดับความสำคัญอย่างเหมาะสม โดยการจัดแบ่งกลุ่มและจัดเรียงความสำคัญของลูกค้า สำหรับกำหนดประเภทของกลุ่มลูกค้าที่ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด กลุ่มที่ควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและควรรักษาไว้ และกลุ่มที่ไม่สามารถรักษาไว้ได้ ยังแบ่งกลุ่มได้ชัดเจน และแยกย่อยเท่าใด



รูปที่ 4.1 Google drive

(ที่มา: <https://1th.me/7568>)



รูปที่ 4.2 Google sheet

(ที่มา: <https://1th.me/9Tj3>)

4.1.2.1 การจัดเก็บข้อมูล

จะทำการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าบริษัทบรอน ทาเวล มาร์ด จำกัด จำนวน 97คนข้อมูลที่จะจัดเก็บจะถูกเก็บไว้ผ่าน google drive ในgoogle sheet โดยจะเก็บข้อมูลที่สำคัญของลูกค้าดังต่อไปนี้

- 1.ชื่อ นามสกุล
- 2.วัน/เดือน/ปีเกิด
3. อายุ
4. เพศ

5.สถานภาพ

6. เลข Ropคือ โปรแกรมสะสมไมล์ของสายการบินไทยที่สมาชิกสามารถสะสมไมล์เมื่อเดินทางกับสายการบินของประเทศไทย และสายการบินพันธมิตร สตาร์ อัลไลแอนซ์ รวมถึงการสะสมไมล์กับคู่สัญญาท่องเที่ยว และคู่สัญญาด้านธุรกิจการเงินต่างๆ

สมาชิกสามารถนำไมล์สะสมมาแลกเป็นรางวัล เช่น รางวัลบัตรโดยสาร รางวัลอัปเกรดกับ สายการบินไทย และสายการบินพันธมิตร สตาร์ อัลไลแอนซ์ รางวัลโรงแรมคู่สัญญา รางวัลคู่สัญญาไลฟ์สไตล์ และรางวัลโปร โมชั่นพิเศษอื่นๆ

สมาชิกบัตรเงิน บัตรทอง และบัตรแพลทินัม จะได้สิทธิประโยชน์ มากมาย อาทิ การรับที่นั่งสำรอง ก่อนการเช็คอินก่อนการรับสัมภาระก่อน สิทธิรับน้ำหนักระเป๋าเพิ่ม บริการห้องรับรองที่สนามบิน อภิชนาการอัปเกรดตามสิทธิประโยชน์ของแต่ละสถานภาพสมาชิก

7. สถานที่เที่ยวคือสถานที่ที่ถูกค่าขึ้นขอบไปเที่ยว

8. อาหาร คือ อาหารที่ถูกค่าขึ้นขอบและ อาหารที่ทานไม่ได้ ข้อจำกัดของอาหาร

9. อาชีพ

10.สถานที่เกิด

11. สัญชาติ

4.1.2.1 ฐานข้อมูลลูกค้าตัวอย่างทั้งหมด 97 คน

แบบฟอร์มเก็บข้อมูล ของลูกค้า บริษัท บรอน ☆

ไฟล์ แก้ไข ดู แทรก รูปแบบ ข้อมูล เครื่องมือ ส่วนเสริม ความช่วยเหลือ แก้ไขครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 17:15

75% B % .00 123 Calibri 11 B I G A

NO.	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
	TITLE EN	FIRSTNAME T	LASTNAME T	TITLE TH	FIRSTNAME T	LASTNAME T	AGE	BIRTH DAY	SEX	STATUS	ROP	ATTRACTION	FOOD	OCCUPATION	E-MAIL	PU
1	MR	ASAPUN	PUNTHANUN	นาย	อัษฎายุ	ปันทานุนท์	45	08/05/1974	M	SINGLE	8394791	ITALY	SEAFOOD	CLERK	ASAPUN@HOTMAIL.CO	NA
2	MISS	POINARUN	WATCHANON	นางสาว	พรธินา	วัชรณนต	34	26/07/1985	F	Married but not	W08624	ITALY	WESTERN FOOD	CHEF	POINARUN@HOTMAIL	BA
3	MR	BOONLE	YUSALA	นาย	บุญลือ	ยูล	35	04/05/1984	M	SINGLE	W77046	ITALY	TAJIAN	ACCOUNTANT	BOONLE@HOTMAIL.CO	BA
4	MISS	ANANA	UDHA	นางสาว	อัญญา	อุสาทะ	37	16/10/1982	F	MARRIED	QW10038	ITALY	SEAFOOD	DOCTOR	ANANA@HOTMAIL.CO	BA
5	MISS	AREETAT	TITATHABUT	นางสาว	อารีพันธ์	รัตนทาบุตร	37	21/09/1982	F	SINGLE	NLS5280	ITALY	TAJIAN	DESIGNER	AREETAT@HOTMAIL.CO	NA
6	MR	CHALHINSAK	TEPPIVONG	นาย	เฉลิมศักดิ์	เทพวิญญ	38	08/02/1981	M	SINGLE	DS2208	BARCELONA	WESTERN FOOD	CLERK	CHALHINSAK@HOTMAIL.CO	BA
7	MISS	ARUNEE	THONGAGARAT	นางสาว	อรุณี	ทองอัคราพร	34	28/04/1985	F	SINGLE	MP3348	BARCELONA	WESTERN FOOD	CLERK	ARUNEE@HOTMAIL.CO	BA
8	MRS	ATCHAREEPA	WUWATVONGKUN	นาง	อัคริษา	วิวัฒน์วงศ์	38	16/12/1981	F	MARRIED	R10969	BARCELONA	SEAFOOD	DOCTOR	ATCHAREEPA@HOTMAIL	BA
9	MISS	INDRA	THATHANONG	นางสาว	อินทิรา	ทันทนง	47	12/10/1972	F	SINGLE	MT61314	SPAIN	VEGETARIAN FOOD	DOCTOR	INDRA@HOTMAIL.CO	BA
10	MR	CHANDRAMA	WATTERAPAK	นาย	ฉัตรธนา	เวชรปักษิ	50	01/05/1969	F	SINGLE	R88359	SPAIN	SEAFOOD	CHEF	CHANDRAMA@HOTMAIL	NO
11	MR	CHINAKON	THANACHACHU	นาย	ชินกร	ธนาชาญชัย	47	24/04/1972	M	SINGLE	T83223	SPAIN	WESTERN FOOD	NURSE	CHINAKON@HOTMAIL	BA
12	MISS	ALUNARAT	THANATHANEE	นางสาว	อัญรัตน์	ธนาถาวรดี	45	01/01/1974	F	MARRIED	R21263	FINLAND	WESTERN FOOD	NURSE	ALUNARAT@HOTMAIL	NA
13	MR	CHONLATHUN	TOTEUCHONGH	นาย	ชลทณ	โทะอุชองชก	40	22/08/1979	M	MARRIED	NV64275	FINLAND	SEAFOOD	ENGINEER	CHONLATHUN@HOTMAIL	BA
14	MR	DAW	THANACHANAN	นาย	ดาวิท	ธนาชนันท์	53	16/11/1966	M	SINGLE	VP26127	FINLAND	CHINESE FOOD	NURSE	DAW@HOTMAIL.CO	NA
15	MR	DAW	TESHANATTAJ	นาย	दान	เทศณัตถ์	61	04/10/1957	M	MARRIED		BARCELONA	JAPANESE FOOD	CLERK	DAW@HOTMAIL.CO	BA
16	MISS	BOONYARAT	THAMCHAROEN	นางสาว	บุญรัตน์	ธรรมเจริญ	55	24/04/1964	F	SINGLE	PN22877	BARCELONA	CHINESE FOOD	ENGINEER	BOONYARAT@HOTMAIL	BA
17	MRS	ATTANA	TEJUANNA	นาง	อัทธนา	เตจวนนา	64	01/03/1965	F	MARRIED	QD34908	ITALY	SEAFOOD	ENGINEER	ATTANA@HOTMAIL.CO	BA
18	MR	PRAPAT	TANSATT	นาย	พิรพัฒน์	ตันสัท	49	02/04/1970	M	MARRIED	NE39881	ITALY	TAJIAN	CHEF	PRAPAT@HOTMAIL.CO	TH
19	MISS	CHUNARAT	TESHASOUBODI	นางสาว	จุฑิภาณี	เทศสุขุธรณ์	49	18/10/1979	F	SINGLE	QD4447	BARCELONA	CHINESE FOOD	COP	CHUNARAT@HOTMAIL	BA
20	MISS	DUANWONG	TESHAPUNGSOPH	นางสาว	ดวงพร	เทศพนังนที	43	27/07/1976	F	SINGLE	PN41385	SPAIN	VEGETARIAN FOOD	NURSE	DUANWONG@HOTMAIL	BA
21	MR	EGARAT	TANPAUCHITRA	นาย	เอกราช	ตันพานิช	55	16/07/1964	M	MARRIED	NCS7296	BARCELONA	SEAFOOD	ENGINEER	EGARAT@HOTMAIL.CO	BA
22	MRS	DUANGRATAN	TANSATT	นาง	ดวงรัตน์	ตันสัท	43	29/01/1976	F	MARRIED		SPAIN	WESTERN FOOD	OFFICIALDOW	DUANGRATAN@HOTMAIL	BA
23	MRS	WONTHANA	SUKHAMWAPUN	นาง	วนิดาณ	สุขสมานันท์	48	26/04/1971	F	MARRIED	N01859	BARCELONA	THAI FOOD	COP	WONTHANA@HOTMAIL	NA
24	MISS	JITSUNANA	TANONGKAMHUN	นางสาว	จิตรนันท์	ตันจงกานนท์	35	18/09/1984	F	SINGLE	N73228	BARCELONA	CHINESE FOOD	CHEF	JITSUNANA@HOTMAIL.CO	NA
25	MR	HATHAI	TANANDON	นาย	หทัย	ทานานนท์	66	05/11/1953	M	MARRIED	QCM909	ITALY	SEAFOOD	OFFICIALDOW	HATHAI@HOTMAIL.CO	BA
26	MR	CAUTHORN	SAWITWAKUN	นาย	คำธนา	สวัชรณ	50	20/06/1968	M	SINGLE		SPAIN	WESTERN FOOD	NURSE	CAUTHORN@HOTMAIL	NA

แบบฟอร์มเก็บข้อมูล ตารางจัดการข้อมูลลูกค้า

รูปที่ 4.3 การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอนทราเวล มาร์ต จำกัดใน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

แบบฟอร์มเก็บข้อมูล ของลูกค้า บริษัท บรอน

ไฟล์ แก้ไข ดู เทก รูปแบบ ข้อมูล เครื่องมือ ส่วนเสริม ความช่วยเหลือ บันทึกการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดไว้ในคอมพิวเตอร์

75% 8% 123- คำเริ่มต้น (A... 10 B I T A

fx

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	
26	MR	HATHAI	TAIWAN	ชาย	พายุ	ทาจามา	66	05/11/1983	M	MARRIED	QC4809	ITALY	SEAFOOD	OFFICIALDOM	HATHAI@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
27	MR	KAMTHORN	SRIVORAKUN	ชาย	คำทอง	ศิริวัฒน์	60	10/06/1989	M	SINGLE		SPAIN	WESTERN FOOD	NURSE	KAMTHORN@HOTMAIL.COM	NAKHON PATHOM	TH
28	MSSE	UTABAT	TANGUTBOON	นางสาว	อุทัยบัต	ตั้งรุ่งเรือง	36	10/04/1993	F	SINGLE		BARCELONA	JAPANESE FOOD	DESIGNER	UTABAT@HOTMAIL.COM	NAKHON PATHOM	TH
29	MR	ETTI	SRAMATTAM	ชาย	กิติ	ศิริวัฒน์	47	11/06/1972	M	SINGLE	8489184	BARCELONA	WESTERN FOOD	CLERK	ETTI@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
30	MSSE	CANCAMIT	SRIVANAN	นางสาว	กานกรัง	ศิริวัฒน์	46	14/07/1971	F	MARRIED		FINLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	CANCAMIT@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
31	MR	ETTIPAI	SRIPAI	ชาย	กิตติศักดิ์	ศิริวัฒน์	54	03/04/1955	M	MARRIED	7237136	FINLAND	WESTERN FOOD	PHARMACIST	ETTIPAI@HOTMAIL.COM	UTTAHARIT	TH
32	MR	LEPPROT	PHAMOTVORACH	ชาย	เลอปรียู	พรพชรพร	36	11/06/1988	M	SINGLE		SPAIN	JAPANESE FOOD	COOP	LEPPROT@HOTMAIL.COM	KANCHANABURI	TH
33	MSSE	CHIN	SRIVANWON	นางสาว	กาญจนา	ชินพรภาวดี	35	08/02/1984	F	SINGLE		SPAIN	THAI FOOD	DESIGNER	CHIN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
34	MSSE	CATERA	SIKAW	นางสาว	กสิรา	ศิริวัฒน์	35	18/02/1984	F	SINGLE		SPAIN	WESTERN FOOD	OFFICIALDOM	CATERA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
35	MR	NARIN	SATTAPAPHAT	ชาย	นรินทร์	ธีระศักดิ์	48	10/06/1971	M	MARRIED		SPAIN	JAPANESE FOOD	CHEF	NARIN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
36	MR	NARIS	PHUSAKUL	ชาย	นริศ	ธีระวัฒน์	45	14/07/1974	M	MARRIED		SPAIN	SEAFOOD	NURSE	NARIS@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
37	MR	NATHAPHON	PHUMWILASIT	ชาย	นฤพนธ์	ธีระวัฒน์	48	10/08/1970	M	MARRIED		SPAIN	JAPANESE FOOD	NURSE	NATHAPHON@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
38	MR	WIMTE	RASPAWICHOT	ชาย	วิมุต	ธีระวัฒน์	60	14/02/1959	M	SINGLE		SPAIN	VEGETARIAN FOOD	NURSE	WIMTE@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
39	MSSE	ETTIMA	SRINPRADON	นางสาว	กิตติมา	ธีระวัฒน์	45	17/11/1970	F	SINGLE		NETHERLAND	THAI FOOD	PHARMACIST	ETTIMA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
40	MR	WUTHAMAILUT	KUMPRACHIT	ชาย	วุฒินันท์	ธีระวัฒน์	54	18/12/1988	M	SINGLE		NETHERLAND	WESTERN FOOD	OFFICIALDOM	WUTHAMAILUT@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
41	MR	PHOBON	PHOPHONGSA	ชาย	โพธิ์	พชรพร	57	08/02/1962	M	MARRIED		NETHERLAND	SEAFOOD	COOP	PHOBON@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
42	MSSE	WINTRA	PHANPHEW	นางสาว	อินตรา	พรพชรพร	35	07/11/1984	F	SINGLE		NETHERLAND	CHINESE FOOD	VOLTA TEACHER	WINTRA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
43	MSSE	ONGRI	PRASANGKUN	นางสาว	องรี	ประสิทธิ์	41	03/02/1978	F	SINGLE		NETHERLAND	CHINESE FOOD	OFFICIALDOM	ONGRI@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
44	MR	PHATHANA	PRIDEAWHAT	ชาย	ภาณุภา	ธีระวัฒน์	55	11/12/1964	M	SINGLE		NETHERLAND	SEAFOOD	PHARMACIST	PHATHANA@HOTMAIL.COM	NAKHON THAM	TH
45	MR	PEEKHAT	ROMSATHIT	ชาย	พีรภัท	ธีระวัฒน์	34	08/12/1988	F	SINGLE		NETHERLAND	CHINESE FOOD	CLERK	PEEKHAT@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
46	MR	PHUDT	PHUNYAPHAN	ชาย	สุธี	ธีระวัฒน์	46	12/02/1971	M	SINGLE		NETHERLAND	JAPANESE FOOD	NURSE	PHUDT@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
47	MSSE	PHORAPHEN	PHUWICHOTCHOK	นางสาว	พรทิพย์	พชรพร	38	15/03/1980	F	MARRIED		NETHERLAND	SEAFOOD	VOLTA TEACHER	PHORAPHEN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
48	MR	CHARNVEJDEKA	SINGH				39	08/08/1980	M	SINGLE		NETHERLAND	JAPANESE FOOD	VOLTA TEACHER	CHARNVEJDEKA@HOTMAIL.COM	CHENAI	IND
49	MR	PHOT	PHANWALOK	ชาย	พิสิษฐ์	พิชญ์	35	07/04/1983	M	SINGLE		NETHERLAND	THAI FOOD	CHEF	PHOT@HOTMAIL.COM	NAKHON PATHOM	TH
50	MSSE	NALLUBA	RONPUNVERA	นาง	นวลบุ	รพีพร	52	26/8/1967	F	MARRIED	W03761	NETHERLAND	CHINESE FOOD	MERCHANT	NALLUBA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
51	MR	PHITPA	ORATUNWATTANA	ชาย	พิชญ์	อรุณ	56	19/12/1961	M	MARRIED	W60094	NETHERLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHITPA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
52	MR	PHITPAK	NORASATTAMBU	ชาย	พิชญ์	นรเศรษฐ์	38	11/01/1981	M	MARRIED but not	QUALIFIED	NETHERLAND	CHINESE FOOD	DOCTOR	PHITPAK@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH

+ แบบฟอร์มเก็บข้อมูล ตารางวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า

รูปที่ 4.4 การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอนทราเวล มาร์ต จำกัดในโปรแกรมคอมพิวเตอร์
(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

แบบฟอร์มเก็บข้อมูล ของลูกค้า บริษัท บรอน

ไฟล์ แก้ไข ดู เทก รูปแบบ ข้อมูล เครื่องมือ ส่วนเสริม ความช่วยเหลือ บันทึกการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดไว้ในคอมพิวเตอร์

75% 8% 123- คำเริ่มต้น (A... 10 B I T A

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	
53	MR	PHITPA	NORASATTAMBU	ชาย	พิชญ์	นรเศรษฐ์	38	11/01/1981	M	MARRIED but not	QUALIFIED	NETHERLAND	CHINESE FOOD	DOCTOR	PHITPA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
54	MR	PHAKON	NACUN	ชาย	ไพรัช	นพรัตน์	54	28/07/1988	M	SINGLE	8578884	ITALY	VEGETARIAN FOOD	PHARMACIST	PHAKON@HOTMAIL.COM	CHONBURI	TH
55	MSSE	PHOCHACHON	PETCHAKALA	นางสาว	พชรพร	พชรพร	49	16/12/1979	F	SINGLE	0858833	ITALY	WESTERN FOOD	POLICIAN	PHOCHACHON@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
56	MSSE	PHANA	PHOCH	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	41	18/08/1978	F	MARRIED	0985072	ITALY	SEAFOOD	NURSE	PHANA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
57	MR	PHATIN	MOCKMANEE	ชาย	ไพรัช	นพรัตน์	42	08/12/1977	M	SINGLE	9041039	ITALY	ITALIAN	CHEF	PHATIN@HOTMAIL.COM	SRINAGH	TH
58	MR	PHANONG	MANWATTAN	ชาย	ไพรัช	นพรัตน์	45	20/11/1973	M	SINGLE	0945523	ITALY	ITALIAN	NURSE	PHANONG@HOTMAIL.COM	CHONBURI	TH
59	MSSE	PATCHADA	MAITWAT	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	37	21/04/1982	F	SINGLE	W181135	ITALY	SEAFOOD	COOP	PATCHADA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
60	MSSE	BUCHREK	MAITWAT	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	38	21/01/1981	F	SINGLE	8457852	ITALY	ITALIAN	MUSICAL	BUCHREK@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
61	MR	PHITPAK	MAITWAT	ชาย	ไพรัช	นพรัตน์	44	10/10/1975	M	MARRIED	Q958236	ITALY	ITALIAN	MERCHANT	PHITPAK@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
62	MSSE	NOAMUT	RODOOT	นาง	กานกรัง	ธีระวัฒน์	41	15/12/1978	F	MARRIED	8751135	ITALY	ITALIAN	BARTENDER	NOAMUT@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
63	MR	PLUCHA	MAHAM	ชาย	ไพรัช	นพรัตน์	31	05/03/1983	M	SINGLE	W105843	ENGLAND	ITALIAN	NURSE	PLUCHA@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
64	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
65	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
66	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
67	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
68	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
69	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
70	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
71	MSSE	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
72	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
73	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
74	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
75	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
76	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
77	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
78	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
79	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
80	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
81	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
82	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
83	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
84	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
85	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
86	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
87	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
88	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
89	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
90	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
91	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
92	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
93	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
94	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH
95	MR	PHUKAN	WATTHAN	นางสาว	ไพรัช	นพรัตน์	48	28/08/1974	F	SINGLE	8328942	ENGLAND	SEAFOOD	OFFICIALDOM	PHUKAN@HOTMAIL.COM	BANGKOK	TH

+ แบบฟอร์มเก็บข้อมูล ตารางวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า

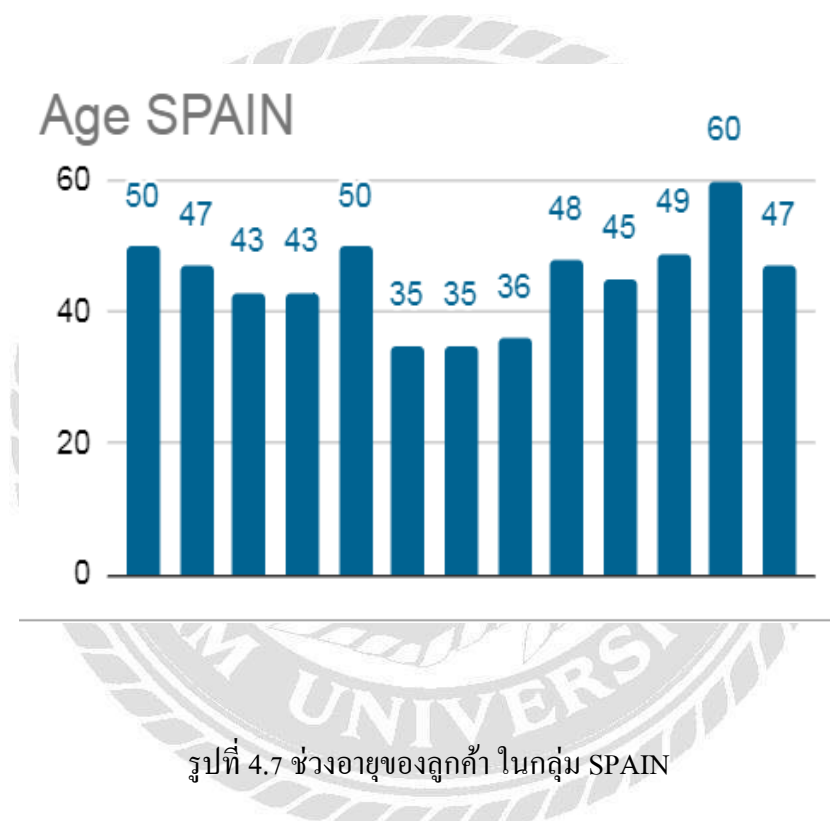
รูปที่ 4.5การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอนทราเวล มาร์ต จำกัดในโปรแกรมคอมพิวเตอร์
(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

4.1.3 ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจัดแบ่งกลุ่มและจัดเรียงความสำคัญของลูกค้า

ในการแบ่งกลุ่มลูกค้า เราได้แบ่งออกได้ทั้งหมด 9 กลุ่มตามประเทศดังนี้

4.1.3.1 กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้า ประเทศ SPAIN ทั้งหมด 13 คน

ช่วงอายุระหว่าง 35 – 60 ปี



รูปที่ 4.7 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม SPAIN

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.7 พบว่าช่วงอายุลูกค้าในกลุ่มประเทศ Spain 3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุ 60 50 49

อาหารที่ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน SPAIN ชอบรับประทาน



รูปที่ 4.8 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม SPAIN

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.8 พบว่าลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน Spain ชอบรับประทาน 3 อันดับแรกคือ Western , Food Vegetarian Food , Japanese Food

อาชีพในกลุ่มลูกค้า SPAIN



รูปที่ 4.9 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม SPAIN

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.9 พบว่าอาชีพในกลุ่มลูกค้า Spain 3 อันดับแรกคือ Nurse, Chef, Officialdom



รูปที่ 4.10 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า SPAIN

(ที่มา: Bookingdd.com)

จากรูปที่ 4.10 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า SPAIN โปรแกรมท่องเที่ยวข้างต้นเป็นที่นิยมและเหมาะสำหรับอาชีพ Nurse Chef Officialdom ที่ต้องการเวลาพักผ่อนและมี Budget ที่เหมาะสม

รายละเอียดสำหรับทัวร์ประเทศสเปน 7 วัน 4 คืนราคาเริ่มต้นที่ 41,900 บาทไม่รวมวีซ่า

วันที่1 สนามบินสุวรรณภูมิ โดฮา

วันที่2 มาดริด กอร์โดบา ชมเมือง

วันที่3 กอร์โดบา เซบิยา มหาวินิจฉัยแห่งเมืองเซบิยา กาเซเรส

วันที่4 กาเซเรส โทเลโด มาดริด

วันที่5 มาดริด อาวิลตา เซโกเบีย มาดริด

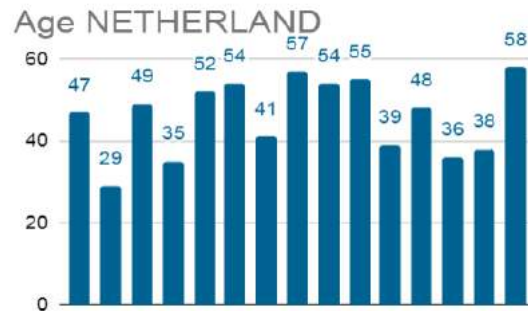
วันที่6 มาดริด พระราชวังหลวง ปูเอร์ตาเดลซอล เดินทางกลับ

วันที่7 สนามบินสุวรรณภูมิ

สำหรับกลุ่มลูกค้า 35 – 60 ปีที่ชื่นชอบอาหาร Western Food ,Vegetarian Food และ Japanese Food ทริปครั้งต่อไปอาจจะมีการเพิ่มอาหารประเภทเหล่านี้เข้าไปในโปรแกรมทัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้

4.1.3.2กลุ่มที่ 2กลุ่มลูกค้า ประเทศ NETHERLAND ทั้งหมด 14 คน

ช่วงอายุระหว่าง 30-60 ปี

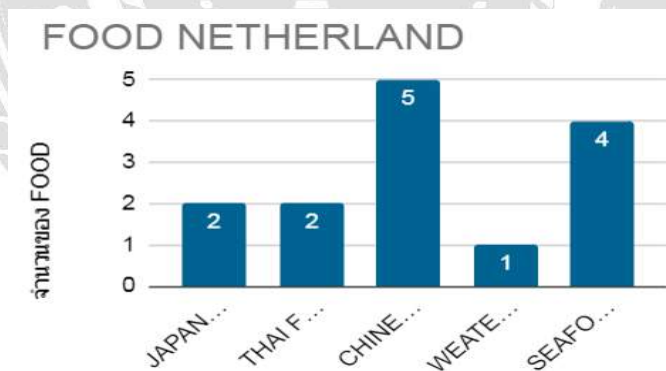


รูปที่ 4.11 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม NETHERLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.11 พบว่าอายุลูกค้าในกลุ่มประเทศ NETHERLAND 3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุ 58 57 55

อาหารที่ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน NETHERLAND ชอบรับประทาน



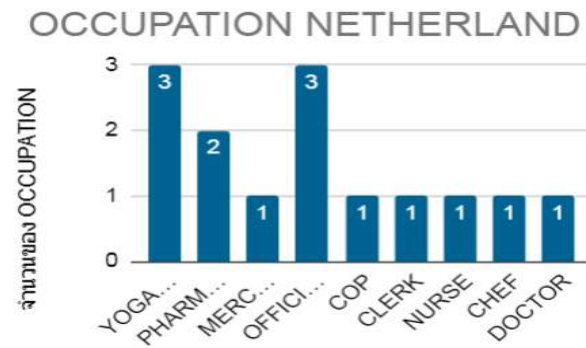
รูปที่ 4.12 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม NETHERLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.12 พบว่าลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน NETHERLAND ชอบรับประทาน 3 อันดับแรกคือ

Chinese Food, Seafood, Japan Food, Thai Food

อาชีพในกลุ่มลูกค้า NETHERLAND



รูปที่ 4.13 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม NETHERLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.13 พบว่าอาชีพในกลุ่มลูกค้า NETHERLAND 3 อันดับแรกคือ Yoga , Teacher , Officialdom Pharmacist

Netherlands Belgium France 7 DAYS

HIGHLIGHT

- ชมกรุง อัมสเตอร์ดัม
- ล่องเรือหลังคากระจก
- ชมหมู่บ้านโรกอน
- หมู่บ้านกังหัน
- ชมหมู่บ้านกังหันลม
- งานส์สกันส์
- ชมประติมากรรม จะโกเมียน
- ชม มหาวิหารอาครเตอร์
- ล่องเรือชมแม่น้ำเฮยเน่
- ชมพิพิธภัณฑ์ลูฟร์

เดินทาง

กับสาย 62 - มีนาคม 63

เริ่มต้น

39,900.-

ไม่รวมวีซ่า

Bookingdd.com Tel : 02-864-9485

รูปที่ 4.14 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า NETHERLAND

(ที่มา: Bookingdd.com)

จากรูปที่ 4.14 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า NETHERLAND โปรแกรมท่องเที่ยวข้างต้นเป็นที่นิยมและเหมาะสำหรับอาชีพ Yoga Teacher Officialdom Pharmacist ที่ต้องการเวลาพักผ่อนและมี Budget ที่เหมาะสม

รายละเอียดสำหรับทัวร์ประเทศเนเธอร์แลนด์ 7 วัน ราคาเริ่มต้นที่ 39,900 บาทไม่รวมค่าวีซ่า

วันที่ 1 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ คูไบ

วันที่ 2 คูไบ อัมสเตอร์ดัม ล่องเรือหลังคากระจก ตามสัสแควร์

วันที่ 3 อัมสเตอร์ดัม หมู่บ้านกีฐร์น โวเลนดัม ซานส์สคันส์

วันที่ 4 อัมสเตอร์ดัม แอนด์เวิร์ป บริสเซล อะโตเมี่ยม จัตุรัสกรองด์ปลาซ แมเนเคนพิส

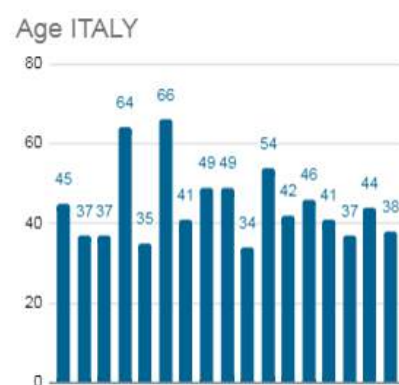
วันที่ 5 บริสเซลส์ ปารีส มองมาร์ต์ ล่องเรือแม่น้ำแซนน์

วันที่ 6 ปารีส City Tour DUTY FREE ห้างลาฟาแยต กรุงเทพฯ

สำหรับกลุ่มลูกค้า 30 – 60 ปีที่ชื่นชอบอาหาร Chinese Food Seafood และ Thai Food ทริปครั้งต่อไปอาจจะมีการเพิ่มอาหารประเภทเหล่านี้เข้าไปในโปรแกรมทัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้

4.1.3.3กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้า ประเทศ ITALY ทั้งหมด 17 คน

ช่วงอายุระหว่าง 35-65 ปี

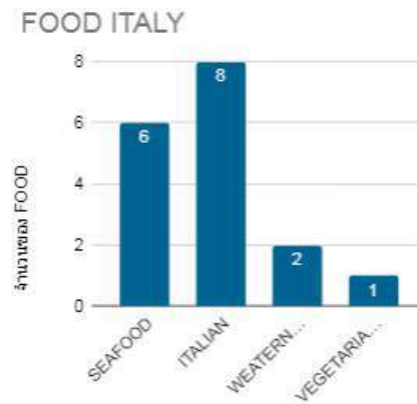


รูปที่ 4.15 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม ITALY

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.15 พบว่าอายุลูกค้าในกลุ่มประเทศ ITALY3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุ 66 64 54

อาหารที่ถูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน ITALY ชอบรับประทาน



รูปที่ 4.16 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม ITALY

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.16 พบว่าลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน ITALY ชอบรับประทาน 3 อันดับแรกคือ Italian, Seafood, Western Food
อาชีพในกลุ่มลูกค้า ITALY



รูปที่ 4.17 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม ITALY

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.17 พบว่าอาชีพในกลุ่มลูกค้า ITALY 2 อันดับแรกคือ Chef , Nurse



รูปที่ 4.18 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า ITALY

(ที่มา: Bookingdd.com)

จากรูปที่ 4.18 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า ITALY โปรแกรมท่องเที่ยวข้างต้นเป็นที่นิยมและเหมาะสำหรับอาชีพ Chef Nurse ที่ต้องการเวลาพักผ่อนและมี Budget ที่เหมาะสม รายละเอียดสำหรับทัวร์ประเทศอิตาลีราคาเริ่มต้นที่ 87,900บาท

วันที่ 1 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีลาน

วันที่ 2 มิลาน เซมิโอเน่ ล่องเรือทะเลสาบเกรดาอุทยานโดโลไมต์ จดชมวิวโบสถ์ซานต้าแมกคัลนา โบลซาโน ชมเมือง

วันที่ 3 โบลซาโน โอริทิเซย์นั่งกระเช้าชมวิว แอลป์เคอซุสซี ทะเลสาบเบรียสเวอร์เซียโก ดิโซปรา คอร์ดินาดีเอมเพสโซ

วันที่ 4 คอร์ดินาทะเลสาบมิซูรินา เกาะเวนิส ชมจัตุรัสซานมาร์โค – สะพานเรียลอัลโต้

วันที่ 5 เวนิส เกรฟอินเซียนติชิมไวน์ เซียนติ CastellodiVerrazzano ฟลอเรนซ์ เดินชมเมืองจัตุรัสไมเกลแองเจโล

วันที่ 6 ฟลอเรนซ์เส้นทางโรมันตึกแห่งทัศนียามอนเทรคจิเนเซียนาซานจิมิญาโน

วันที่ 7 ลาสเปเซีย นั่งรถไฟชมหมู่บ้านทั้งห้า ลงเรือสู่ฟอร์โตฟีโน เจนัว

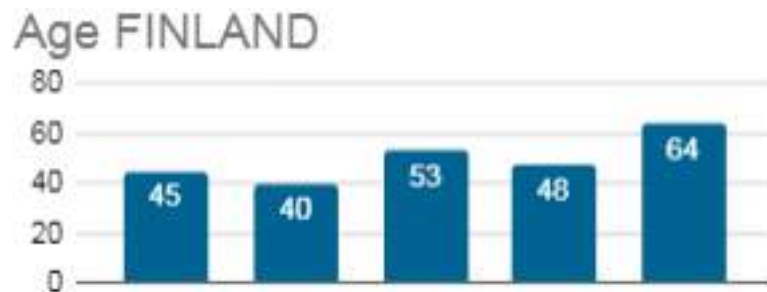
วันที่ 8 เจนัวมิลาน ป้อมซฟอร์ซ่า ซ็อบบิง

วันที่ 9 มิลาน สนามบินเดินทางกลับ

สำหรับกลุ่มลูกค้า 35 – 65ปี ที่ชื่นชอบอาหาร Italian Seafood และ Western Food ทริปครั้งต่อไปอาจจะมีการเพิ่มอาหารประเภทเหล่านี้เข้าไปในโปรแกรมทัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้

4.1.3.4กลุ่มที่4 กลุ่มลูกค้า ประเทศFINLAND ทั้งหมด5 คน

ช่วงอายุระหว่าง 40-65 ปี



รูปที่ 4.19 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม FINLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.19 พบว่าอายุลูกค้าในกลุ่มประเทศ FINLAND 3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุ 64 53 48

อาหารที่ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน FINLAND ชอบรับประทาน



รูปที่ 4.20 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม FINLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.20 พบว่าลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน FINLANDชอบรับประทาน 3 อันดับแรกคือ Western Food , Seafood , Chinese Food

อาชีพในกลุ่มลูกค้า FINLAND



รูปที่ 4.21 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม FINLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.21 พบว่าอาชีพในกลุ่มลูกค้า FINLAND 3 อันดับแรกคือ Nurse , Engineer , Officialdom , Politician

FAROE ISLANDS SCANDINAVIA 10 DAYS

10 ท่านออกเดินทาง

COPENHAGEN KIRKJUBOUR
FAERO ISLAND HELSINGBORG

09-18 AUG / 28-29 SEP / 11-20 OCT
18-27 OCT / 15-24 NOV / 04-13 DEC
27 DEC - 05 JAN 2020

START 133,900.-

@Bookingdd Bookingdd www.BookingDD.com Tel : 02-864-9485

รูปที่ 4.22 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า FINLAND

(ที่มา: Bookingdd.com 2562)

จากรูปที่ 4.22 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า FINLAND โปรแกรมท่องเที่ยวข้างต้น เป็นที่นิยมและเหมาะสมสำหรับอาชีพ Nurse Engineer Officialdom Politician ที่ต้องการเวลาพักผ่อน และมี Budget ที่เหมาะสม

รายละเอียดสำหรับทัวร์ประเทศฟินแลนด์ 10 วัน ราคาเริ่มต้นที่ 133,900 บาท

วันที่ 1 ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ

วันที่ 2 โคเปนเฮเกน ปราสาทเฮลซิงฟอร์ โคเปนเฮเกน

วันที่ 3 โคเปนเฮเกน หมู่เกาะแฟโร น้ำตกมูลาฟอสเซอร์

วันที่ 4 ล่องเรือชมผารังนกแห่งเกาะแฟโร เคร็กจูเบอร์ ทอร์สเฮน

วันที่ 5 หมู่เกาะแฟโร โคเปนเฮเกน โอเดนเซ

วันที่ 6 โอเดนเซ ปราสาทเอเกสโคฟ ออร์ฮุส อัลบอร์ก

วันที่ 7 อัลบอร์ก มหาวิหารบูโดลฟี เฟรดเดอริกชาวเฟน นั่งเรือเฟอร์รี่ STENA LINE

กอทเทนเบิร์ก (สวีเดน)

วันที่ 8 กอทเทนเบิร์ก เฮลซิงบอร์ก

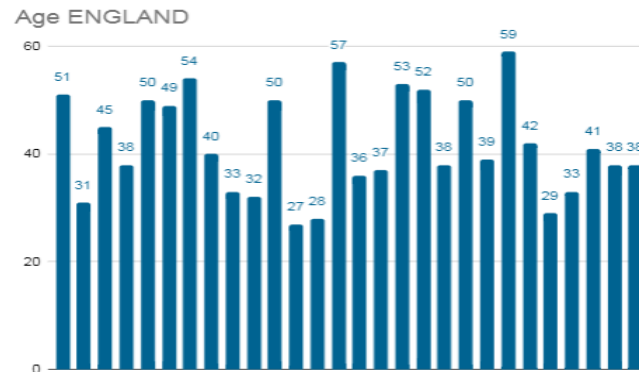
วันที่ 9 เฮลซิงบอร์ก โคเปนเฮเกน เดินทางกลับ

วันที่ 10 สนามบินสุวรรณภูมิ

สำหรับกลุ่มลูกค้า 40 – 65 ปีที่ชื่นชอบอาหาร Western Food Seafood และ Chinese Food
ทริปครั้งต่อไปอาจจะมีการเพิ่มอาหารประเภทเหล่านี้เข้าไปในโปรแกรมทัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้

4.1.3.5กลุ่มที่5 กลุ่มลูกค้า ประเทศ ENGLAND ทั้งหมด 27 คน

ช่วงอายุระหว่าง 40-65 ปี

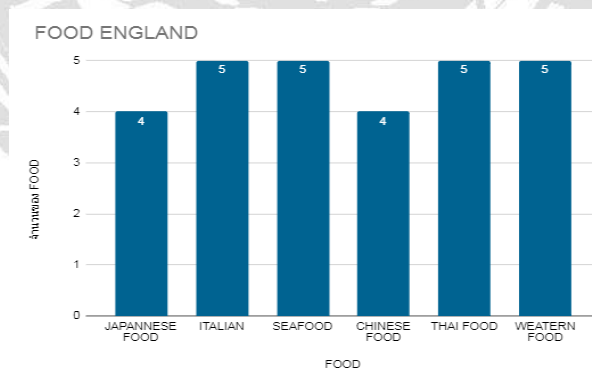


รูปที่ 4.23 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม ENGLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.23 พบว่าอายุลูกค้าในกลุ่มประเทศ ENGLAND 3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุ 59 57 54

อาหารที่ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน ENGLAND ชอบรับประทาน

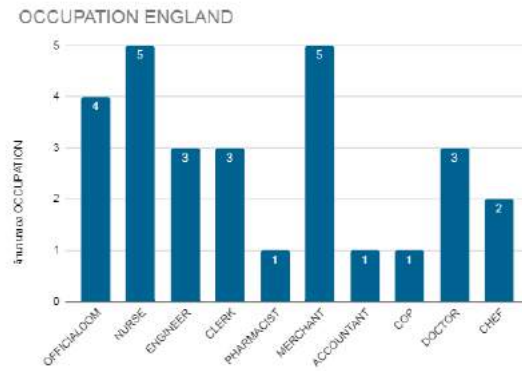


รูปที่ 4.24 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม ENGLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.24 พบว่าลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน ENGLANDชอบรับประทาน 3 อันดับแรกคือ Italian, Seafood, Thai Food, Western Food

อาชีพในกลุ่มลูกค้า ENGLAND



รูปที่ 4.25 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม ENGLAND

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.25 อาชีพในกลุ่มลูกค้า ENGLAND 3 อันดับแรกคือ Nurse, Merchant, Officialdom

England Scotland Wales
9 Days Nights

สัมผัสโลกอันยิ่งใหญ่ทางอังกฤษ
 ชมสถานที่ทางที่สำคัญ
 ช้อปปิ้งอย่างจุใจ
 เข้าชมปราสาทหินโบราณ
 ชมทะเลสาบวินเดอร์เมียร์
 เขาสนามแมนเชสเตอร์
 หอคอยลอนดอน
 ถ้ำสมัยก่อนคริสตศักราช
 ช้อปปิ้งอย่างจุใจ

วันเดินทาง
 กันยายน - ธันวาคม 62

เริ่มต้นราคา
68,900.-
 ไม่รวมค่าวีซ่า

THAI
 21-29 ธ.ค./11-19 ธ.ค./18-26 ธ.ค./21 ธ.ค.-08 ธ.ค./14-24 ธ.ค./30 ธ.ค.-08 ธ.ค.
 03-11 ธ.ค./04-12 ธ.ค. 2563/27 ธ.ค.-04 ธ.ค./28 ธ.ค.-05 ธ.ค./29 ธ.ค.-06 ธ.ค. 2563

รูปที่ 4.26 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า ENGLAND

(ที่มา: Bookingdd.com)

จากรูปที่ 4.26 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า ENGLAND โปรแกรมท่องเที่ยวข้างต้น เป็นที่นิยมและเหมาะสำหรับอาชีพ Nurse Merchant Officialdom ที่ต้องการเวลาพักผ่อนและมี Budget ที่เหมาะสม

รายละเอียดสำหรับทัวร์ประเทศอังกฤษ 9 วัน 7 คืน ราคาเริ่มต้นที่ 68,900 บาท

วันที่ 1 กรุงเทพฯ - ลอนดอน

วันที่ 2 ลอนดอน - บาร์ โคลนเฮนจ์ - คาร์ดิฟ

วันที่ 3 คาร์ดิฟ - เบอร์ตัน - ออน เดอะ วอเตอร์ - ไบบูรี - ฟาร์มปลาเทราท์ - ลิเวอร์พูล

วันที่ 4 ลิเวอร์พูล - เอดินเบิร์ก - ปราสาทเอдинเบิร์ก - ชมเมือง

สถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งช้อปปิ้ง

ลอนดอน - บาร์ โคลนเฮนจ์

คาร์ดิฟ - เบอร์ตัน - ออน เดอะ วอเตอร์ - ไบบูรี

ฟาร์มปลาเทราท์

ปราสาทเอдинเบิร์ก

ชมทะเลสาบวินเดอร์เมียร์

เข้าสนามเมนเชสเตอร์ เซสเตอร์ - ช้อปปิ้งเอาท์เล็ต

หอคอยลอนดอน - ตะลุยมหานครลอนดอน

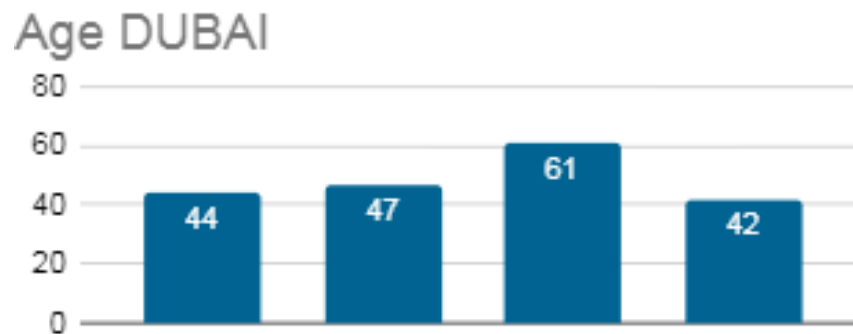
ล่องเรือแม่น้ำเทมส์

พิเศษเปิดย่างไฟริชชี + ฟิชแอนด์ ชิพ

สำหรับกลุ่มลูกค้า 40 – 65 ปี ที่ชื่นชอบอาหาร Italian Seafood Thai Food และ Western Food
ทริปครั้งต่อไปอาจจะมีการเพิ่มอาหารประเภทเหล่านี้เข้าไปในโปรแกรมทัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้

4.1.3.6กลุ่มที่6 กลุ่มลูกค้า ประเทศDUBAIทั้งหมด 4คน

ช่วงอายุระหว่าง 40-60 ปี

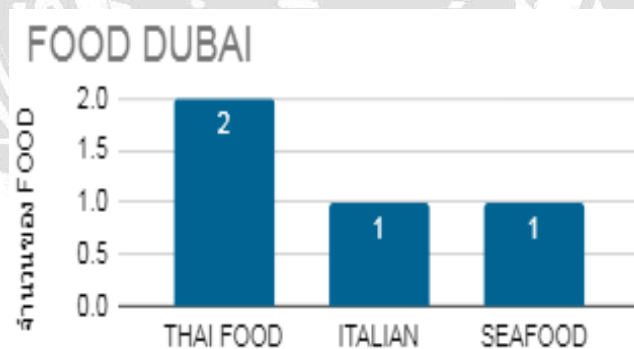


รูปที่ 4.27 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่มDUBAI

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.27 อายุลูกค้าในกลุ่มประเทศ DUBAI 3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุ 61 47 44

อาหารที่ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน DUBAI ชอบรับประทาน

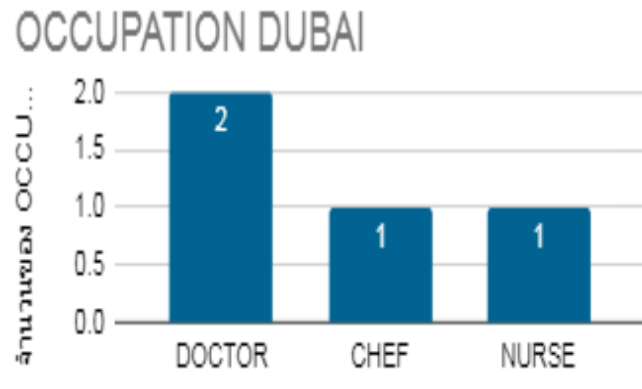


รูปที่ 4.28 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม DUBAI

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.28 ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน DUBAI ชอบรับประทาน 3 อันดับแรกคือ Thai Food, Italian, Seafood

อาชีพในกลุ่มลูกค้า DUBAI



รูปที่ 4.29 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม DUBAI

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.29 อาชีพในกลุ่มลูกค้า DUBAI 3 อันดับแรกคือ Doctor , Chef , Nurse



รูปที่ 4.30 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า DUBAI

(ที่มา: Bookingdd.com)

จากรูปที่ 4.30 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า DUBAI โปรแกรมท่องเที่ยวข้างต้นเป็นที่นิยมและเหมาะสำหรับอาชีพ Doctor Chef Nurse ที่ต้องการเวลาพักผ่อนและมี Budget ที่เหมาะสม

รายละเอียดสำหรับทัวร์ประเทศดูไบ 5 วัน 3 คืน ราคาเริ่มต้นที่ 28,900 บาท

วันที่ 1 กรุงเทพมหานคร สวมหมวกบินานาชาติดูไบ

วันที่ 2 ตึกบรจญ์เคาะลีฟะฮ์ อาบู ดาปี ถ่ายรูปกับรถ Ferrari Grand Mosque Heritage Village ถ่ายรูปพาโนรามาวิวองศา เอทิสต์ทาวเวอร์ ชมน้ำพุ เต็มระบำแห่งดูไบ

วันที่ 3 พระราชวังซึก สุหร่าจูไมร่าห์ ชายหาดจูเมร่าห์ บรจญ์อัลอาหรับ ขึ้นรถไฟ Monorail หมู่เกาะต้นปาล์ม นั่งรถลิμουซินชมเมืองทะเลทรายอาหรับโชว์ระบำหน้าท้อง

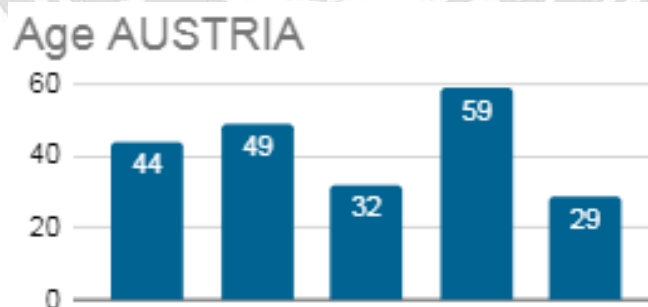
วันที่ 4 พิพิธภัณฑ์ดูไบ นั่งเรือ Abra ข้ามฟาก ตลาดเครื่องเทศ ตลาดทอง ดูไบเฟรม เอมิเรตส์ มอลล์ สวมหมวกบินดูไบ

วันที่ 5 สวมหมวกบินดูไบ

สำหรับกลุ่มลูกค้า 40 – 65 ปี ที่ชื่นชอบอาหาร Thai Food และ Italian ทริปครั้งต่อไปอาจจะมี การเพิ่มอาหารประเภทเหล่านี้เข้าไปในโปรแกรมทัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้

4.1.3.8 กลุ่มที่ 8 กลุ่มลูกค้า ประเทศ AUSTRIA ทั้งหมด 5 คน

ช่วงอายุระหว่าง 30-50 ปี



รูปที่ 4.31 ช่วงอายุของลูกค้า ในกลุ่ม AUSTRIA

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.31 อายุลูกค้าในกลุ่มประเทศ AUSTRIA 3 อันดับแรกคือ ช่วงอายุ 62 58 55

อาหารที่ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน AUSTRIA ชอบรับประทาน

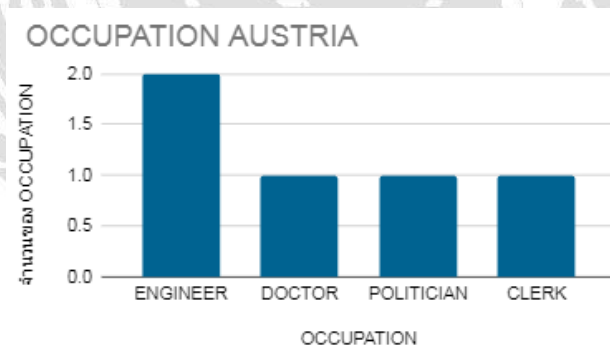


รูปที่ 4.32 อาหาร ของลูกค้า ในกลุ่ม AUSTRIA

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.32 ลูกค้าที่ชอบท่องเที่ยวใน ENGLANDชอบรับประทาน 3 อันดับแรกคือ Thai Food , Italian , Seafood

อาชีพในกลุ่มลูกค้า AUSTRIA



รูปที่ 4.33 อาชีพของลูกค้า ในกลุ่ม AUSTRIA

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

จากรูปที่ 4.33 อาชีพในกลุ่มลูกค้า AUSTRIA 3 อันดับแรกคือ Engineer, Doctor , Politician , Clerk



รูปที่ 4.34 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า AUSTRIA
(ที่มา: Bookingdd.com)

จากรูปที่ 4.34 โปรแกรมทัวร์แนะนำสำหรับกลุ่มลูกค้า AUSTRIA โปรแกรมท่องเที่ยวข้างต้นเป็นที่นิยมและเหมาะสำหรับอาชีพ Engineer Doctor Politician Clerk ที่ต้องการเวลาพักผ่อนและมี Budget ที่เหมาะสม

รายละเอียดสำหรับทัวร์ออสเตรีย 10 วัน 7 คืน ราคาเริ่มต้นที่ 61,900 บาท

- วันที่ 1 กรุงเทพฯ มิวนิค (เยอรมนี)
- วันที่ 2 มิวนิค เอ็ททาล พระราชวังลินเดอร์โฮฟ โอเบอรามาเกา อินน์บรูค (ออสเตรีย)
- วันที่ 3 อินน์บรูค นั่งกระเช้าสู่ยอดเขาสตุไบ ลานหิมะ เมืองอาร์มเซา เบิร์ชเทสกาเดิน
- วันที่ 4 เบิร์ชเทสกาเดิน ล่องเรือทะเลสาบโคนิก โบสถ์บาร์โธโลมิว ซอลล์เบิร์ก
- วันที่ 5 เซนต์วูล์ฟกัง จุดชมวิวทะเลสาบฮัลล์สตัดท์ เข้าชมเหมืองเกลือ หมู่บ้านฮัลล์สตัดท์
- วันที่ 6 ฮัลล์สตัดท์ กราซ ชมเมืองเก่า ซ็อลปิง
- วันที่ 7 กราซ รถไฟสาย เซมเมอร์ริง เวียนนา ซ็อลปิง ดินเนอร์มื้อพิเศษ ณ หมู่บ้านกรีนซิง
- วันที่ 8 เวียนนา เมืองเมลค์ หมู่บ้านวาเคน ล่องเรือ กรุงเวียนนา พระราชวังเชินบรุนน์
- วันที่ 9 กรุงเวียนนา เดินทางกลับ
- วันที่ 10 ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ

สำหรับกลุ่มลูกค้า 30 – 50 ปี ที่ชื่นชอบอาหาร Thai Food Italian และ Seafood ทริปครั้งต่อไป อาจจะมีการเพิ่มอาหารประเภทเหล่านี้เข้าไปในโปรแกรมทัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มนี้

4.2 ขั้นตอนการติดตามผล

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือการบริการ และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทและสินค้าหรือบริการของบริษัทในระยะยาว นำเสนอสินค้าที่เหมาะสม ลดการสูญเสียลูกค้า เพิ่มรายได้จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำ หรือแนะนำให้คนรู้จักซื้อสินค้าขององค์กร การส่ง e-mail ในเทศกาลสำคัญๆ อย่างเช่น การ์ดอวยพรวันเกิด การ์ดวันปีใหม่และวันอื่นๆ มีส่วนลดต่างๆมากมายให้แก่ลูกค้าในวันสำคัญทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีก



รูปที่ 4.35 การ์ดอวยพรวันเกิด

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)



รูปที่ 4.36 การ์ดสุขสันต์วันขึ้นปีใหม่

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)



รูปที่ 4.37 GIFT VOUCHER

(ที่มา: คณะผู้จัดทำ 2562)

4.3 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาระบบ CRMของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดและการได้จัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ขั้นตอนในการดำเนินการจัดเก็บข้อมูลและการติดต่อลูกค้า มีหลายขั้นตอน ซึ่งส่วนใหญ่เกิดปัญหาและอุปสรรคมาจากการไม่ได้จัดเก็บฐานข้อมูลเป็นหลักเป็น และจากการที่คณะผู้จัดทำได้สร้างฐานข้อมูลลูกค้าไว้ใน Google Sheets สามารถเปิดเข้าไปใช้งานได้ตลอดใน Google Drive ทำให้ลดปัญหาการผิดพลาดด้านกรอกข้อมูลลูกค้า ความล่าช้าเวลาสื่อสารกับลูกค้าและข้อมูลส่วนที่คณะผู้จัดทำได้รวบรวมมาเป็นแค่ส่วนหนึ่งที่บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดสามารถให้เปิดเผยได้ ถ้าหากภายภาคหน้าทางบริษัทจะนำไปใช้งานจริงอาจจะต้องมีการกรอกข้อมูลสำคัญของลูกค้าให้ถี่กลงกว่านี้ได้ สามารถบริการลูกค้าที่มาใช้บริการได้รวดเร็วขึ้นเพราะมีฐานข้อมูลที่ถูกต้องครบครันของลูกค้าทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งานของลูกค้าและความน่าเชื่อถือขององค์กรมากขึ้นอีกด้วย

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดง อายุ อาหาร และอาชีพ ที่นิยมของ 3 อันดับแรกในแต่ละประเทศ

ประเทศ	อายุ			อาหาร			อาชีพ		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
SPAIN	60	50	49	Western	Vegetarian	Japanese	Nurse	Chef	Officialdom
NETHERLAND	58	57	55	Chinese	Seafood	Japanese Thai	Yoga Teacher	Officialdom	Pharmacist
ITALY	66	64	54	Italian	Seafood	Western	Chef	Nurse	-
FINLAND	64	53	48	Western	Seafood	Chinese	Nurse	Engineer Officialdom Politician	-
ENGLAND	59	57	54	Italian Seafood Thai Western	-	-	Nurse Merchant	Officialdom	-
DUBAI	61	47	44	Thai	Italian	Seafood	Doctor	Chef	Nurse
AUSTRIA	62	58	55	Seafood	Vegetarian	-	Engineer	Doctor Politician Clerk	-

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลูกค้าที่นิยมใช้บริการในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันทั้งอายุ อาชีพ อาหารที่ชอบไม่เหมือนกัน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารครั้งต่อไปเพื่อให้เกิดความประทับใจมากที่สุด การเก็บฐานข้อมูลไว้เพื่อจัดแนะนำข่าวสารและโปรแกรมทัวร์ใหม่ๆให้กับลูกค้า การส่งการ์ดอวยพรในวันสำคัญต่างๆเพื่อความประทับใจและกลับมาใช้บริการกับองค์กรอีก จากตารางและฐานข้อมูลลูกค้าบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดจะได้ผลสรุปดังนี้

ประเทศสเปน อาหารที่นิยมอันดับหนึ่งคือ อาหารWestern การใช้บริการครั้งต่อไปของลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะมีการเพิ่มอาหาร Western เข้าไปในโปรแกรมทัวร์

ประเทศเนเธอร์แลนด์ อาหารที่นิยมอันดับหนึ่งคือ อาหาร Chinese การใช้บริการครั้งต่อไปของ
ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะมีการเพิ่มอาหาร Chinese เข้าไปในโปรแกรมทัวร์

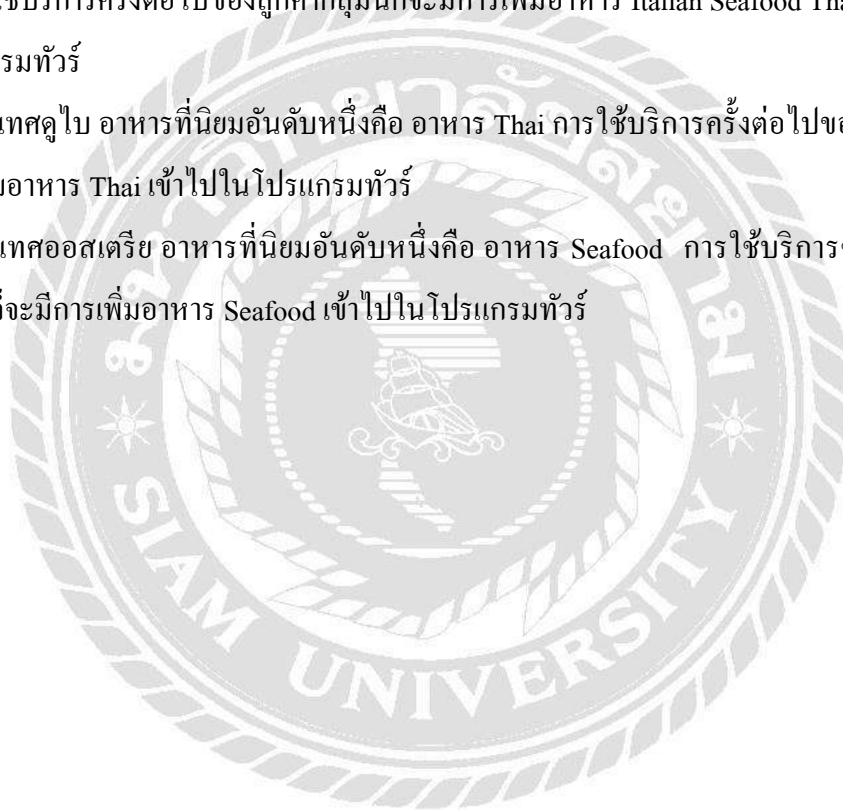
ประเทศอิตาลี อาหารที่นิยมอันดับหนึ่งคือ อาหาร Italian การใช้บริการครั้งต่อไปของลูกค้า
กลุ่มนี้ก็จะมีการเพิ่มอาหาร Italian เข้าไปในโปรแกรมทัวร์

ประเทศฟินแลนด์ อาหารที่นิยมอันดับหนึ่งคือ อาหาร Western การใช้บริการครั้งต่อไปของ
ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะมีการเพิ่มอาหาร Western เข้าไปในโปรแกรมทัวร์

ประเทศอังกฤษ อาหารที่นิยมอันดับหนึ่งคือ อาหาร Italian Seafood Thai Western มีความนิยม
เท่าๆกันการให้บริการครั้งต่อไปของลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะมีการเพิ่มอาหาร Italian Seafood Thai Western เข้า
ไปในโปรแกรมทัวร์

ประเทศญี่ปุ่น อาหารที่นิยมอันดับหนึ่งคือ อาหาร Thai การให้บริการครั้งต่อไปของลูกค้ากลุ่มนี้
ก็จะมีการเพิ่มอาหาร Thai เข้าไปในโปรแกรมทัวร์

ประเทศออสเตรเลีย อาหารที่นิยมอันดับหนึ่งคือ อาหาร Seafood การให้บริการครั้งต่อไปของ
ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะมีการเพิ่มอาหาร Seafood เข้าไปในโปรแกรมทัวร์



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การที่คณะผู้จัดทำได้เข้ารับการฝึกงานมาตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม – 30 สิงหาคม 2562 รวมระยะเวลา 4 เดือนในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในบริษัทบรอน ทราเวลมาร์ต จำกัด ทำให้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานต่างๆของของบริษัท การขึ้นตอนการทำงาน การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การจองที่พัก การจองร้านอาหาร การหาข้อมูลต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การเตรียมของสำหรับของทัวร์แต่ละประเทศ การออกตั๋วเครื่องบิน ขั้นตอนการยื่นวีซ่า การทำแผนการเดินทาง มีการทำงานเป็นระบบ เพื่อเตรียมความพร้อมในการบริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและได้ทราบถึงปัญหาต่างๆที่ต้องเกิดในการทำงาน เรียนรู้ระบบงานอย่างเป็นแบบแผน โดยเรื่องที่สถานประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องความรอบคอบ ทุกคนจะต้องมีความรอบคอบอย่างมากในการทำงานทำให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดโดยจะต้องมีประสิทธิภาพควบคู่ไปด้วย ฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่น ฝึกความอดทนต่ออุปสรรคต่างๆในการทำงานร่วมกัน และคณะผู้จัดทำได้ทำการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าในระบบ CRM เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลลูกค้าและลดความผิดพลาดในการกรอกข้อมูลหรือติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

5.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 การทำระบบ CRM ในโปรแกรมหลักมีการทำหลายขั้นตอนและต้องมีการซื้อโปรแกรมมา คณะผู้จัดทำเลยต้องทำการเก็บข้อมูลลูกค้าผ่าน Google Sheets ใน Google Drive

5.2.2 ทางบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้ทั้งหมดจึงสามารถเก็บข้อมูลลูกค้าตัวอย่างมาให้ดูแค่ 97 คนและข้อมูลสำคัญไม่สามารถนำมาเผยแพร่ได้

5.2.3 โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาระบบ CRM ใน Google Sheets ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดทางเดียวเท่านั้นยังสามารถพัฒนาระบบ CRM ได้ทางอื่นอีกด้วย

5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.1.1 ได้เรียนรู้ระบบปฏิบัติงานและการทำงานต่างๆของบริษัทเช่น ขั้นตอนการเตรียมเอกสารเพื่อขอวีซ่า ขั้นตอนการเตรียมของ แพคเกจสำหรับออกทัวร์

5.3.1.2 ได้เรียนรู้เรื่องการตรงต่อเวลา

5.3.1.3 ได้ลงมือปฏิบัติงานจริงเช่น การติดต่อสื่อสารกับองค์กรใหญ่ สถานทูต สถานอื่นวิซ่า ติดต่อโรงแรม ร้านอาหาร

5.3.1.4 ทำให้รู้จักการทำงานกับผู้อื่น

5.3.1.5 ทำให้รู้จักความอดทนในการทำงานเช่น การติดต่อสอบถามสถานทูตต่างๆที่ต้องรอสายเป็นเวลานาน

5.3.1.6 ได้เรียนรู้เรื่องขั้นตอนการทำวีซ่าของแต่ละประเทศ

5.3.1.7 ได้เรียนรู้ขั้นตอนการจองที่พัก การจองร้านอาหารแบบ

5.3.1.8 ได้เรียนรู้ถึงขั้นตอนการจะไปออกทริปแต่ละครั้งต้องเตรียมอะไรบ้างให้กับลูกค้า

5.3.1.9 เรียนรู้ถึงหน่วยงานต่างๆที่บริษัท บรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัดได้ทำงานร่วมกัน

5.3.2 ปัญหาของการปฏิบัติสหกิจศึกษา

5.3.2.1 ยังขาดประสบการณ์ในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานต่างๆเช่น พุดไม่เข้าใจ ข้อมูลที่สอบถามยังไม่แม่นยำ

5.3.2.2 ขาดความชำนาญในการหาข้อมูลต่างๆทั้งในและต่างประเทศ

5.3.3 ข้อเสนอแนะจากการปฏิบัติสหกิจศึกษา

5.3.3.1 ต้องมีไหวพริบในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานต่างๆ ข้อมูลที่สอบถามต้องมีความแม่นยำและละเอียดที่สุด

5.3.3.2 เมื่อก่อนปัญหาหรือข้อข้องใจสงสัยให้รีบถามพนักงานที่ปรึกษาเพราะพนักงานที่ปรึกษามีประสบการณ์ในการทำงานสามารถให้คำแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาก็ได้

บรรณานุกรม

10 เครื่องมือออนไลน์ที่จะช่วยให้การตลาดของคุณง่ายขึ้น. (2560). เข้าถึงได้จาก

<https://stepstraining.co/strategg/10-too/s-for-online-marketing>

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า CRM. (2546). เข้าถึงได้จาก <http://www.oocities.org/>

wu45201894/crm1.htm

การตลาดออนไลน์ Online Marketing. (2562). เข้าถึงได้จาก <https://www.nipa.co.th/blog-detail/>

การตลาดออนไลน์-online-marketing-คืออะไร-

ระบบ CRM ซีอาร์ เอ็ม คืออะไร. (2559). เข้าถึงได้จาก <https://>

mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/2072-crm-

สินธุ์ฟ้า แสงจันทร์. (2547). ความหมายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์. เข้าถึงได้จาก

<http://www.prosoftcrm.in.th/ArticleInfo.aspx?ArticleTypeID=2148&ArticleID=7847>



ภาคผนวก ก
รูปภาพขณะปฏิบัติงานสหกิจ

ขณะปฏิบัติงานภายในบริษัท



ภาพขณะค้นหาข้อมูลร้านอาหาร



ภาพขณะแพ็คกระเป๋าสำหรับทริปไปต่างประเทศ



ภาพขณะทำ Travel Plan สำหรับออกทัวร์



ภาพขณะทำแพ็คเกจกระเป๋าสำหรับออกทัวร์



ภาพขณะไปออกทัวร์จริงกับบริษัท



ภาพขณะเตรียมของสำหรับออกทัวร์



ภาพขณะเตรียมของสำหรับออกทัวร์



ภาพอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการมาตรวจเยี่ยมที่บริษัท



ภาคผนวก ข
บทความวิชาการ

บทความวิชาการ

ระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอนทราเวลมาร์ต

System CRM Marketing online of company Brown Travel Mart

ชญาณัฐ ไพปัญญา และ ชีรภพ กันน้อย

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

235 ถนนเพชรเกษมเขตภาษีเจริญกทม.10160

บทคัดย่อ

โครงการสหกิจศึกษาเรื่องระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอนทราเวลมาร์ตจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า จัดขึ้นเพื่อขั้นตอนการทำงานระบบ CRM แบบง่าย เพื่อจัดทำระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานยังไม่มีมีการนำเอาระบบ CRM มาใช้จริงในบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด ขาดติดต่อสื่อสารที่ดีกับลูกค้า ต้องสอบถามข้อมูลใหม่ทุกครั้งในข้อมูลเดิมๆ เกิดความไม่ประทับใจ ถ้าซ้ำในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร การผิดพลาดจากเรื่องเดิมๆ

โครงการนี้จึงได้รวบรวมรายละเอียด

ต่างๆในการสร้างระบบ CRM ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขึ้นมาเพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลสำคัญของลูกค้าและสามารถหยิบเอามาใช้อย่างสะดวกมากขึ้นลดความผิดพลาดเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่พนักงาน ทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรอีกด้วย
คำสำคัญ : ระบบ CRM การตลาดออนไลน์ บรอนทราเวล มาร์ต จำกัด

Adstract

This cooperative education project is entitled CRM System and Online Marketing of Brawn Travel Mart Co., Ltd. The objective of this project was to improve customer database, create a simple CRM process, and create CRM system for the online marketing of Brawn Travel Mart Co., Ltd.

From the study, the employees are yet to actually use CRM system in Brawn Travel Mart Co., Ltd., causing lack of good communication with customers and have to ask the same questions repeatedly, leading to bad impression, delay in operations, lack of communication, and repetition of the same mistakes.

Therefore, this project had collected the details in using CRM system in the computer to benefit and be a guideline for storing important documents of the customers which could be searched easily, reducing mistakes, and increase the effectiveness of the performance of the employees as well as increase the trust of the company as well.

Keywords: CRM system, Online marketing,
Brawn Travel Mart

1.2 วัตถุประสงค์โครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนการใช้ระบบ CRM
แบบง่ายของบริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต

1.2.2 เพื่อจัดทำระบบ CRM กับการตลาด
ออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต

1.3 ขอบเขตของโครงการ

ในการศึกษาโครงการสหกิจศึกษาครั้งนี้
มีขอบเขตของการศึกษาโครงการแบ่งออกเป็น 4
ส่วนดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาข้อมูลการใช้และวิธีทำระบบ
CRM โดยการใช้เก็บข้อมูลผ่าน Google Sheet ใน
Google Drive และศึกษาการตลาดออนไลน์ การ
ท่องเที่ยวเพื่อการประชุมจากอินเทอร์เน็ต ตำรา
หนังสือ งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องและจากพี่เลี้ยง
อาจารย์ที่ปรึกษา

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท
บริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดเป็นประจำ
จำนวน 97 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม – 30
สิงหาคม 2562

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

บริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

3.8 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ปรึกษาพี่เลี้ยงและอาจารย์เรื่องหัวข้อสำหรับ
โครงการสหกิจศึกษา

2. ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่
เกี่ยวข้องกับโครงการและศึกษาขั้นตอนการ
ปฏิบัติงาน
3. ศึกษาและเริ่มทำการเขียนโครงการที่จะ
เสนอ โดยมีพี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษาให้
คำแนะนำ
4. สรุปและรายงานผลการดำเนินการ
5. จัดทำเอกสารประกอบโครงการ โดยมี
อาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษาคอย
ให้คำแนะนำในการทำรูปเล่มโครงการ

3.9 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์: 1. เอกสาร

2. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

ซอฟต์แวร์: 1. Microsoft Word

2. Microsoft PowerPoint

3. โปรแกรมคอมพิวเตอร์

สรุปผลโครงการ

การศึกษาโครงการเรื่องระบบ CRM กับ
การตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต
จำกัดเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการเก็บ
ข้อมูลและสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อให้ทราบ
ถึงปัญหาและวิธีการพัฒนาระบบ CRM เพื่อนำมา
ประยุกต์ใช้กับบริษัท บรอนทราเวลมาร์ตได้ใน
อนาคต

บรรณานุกรม

10 เครื่องมือออนไลน์ที่จะช่วยให้
การตลาดของคุณง่ายขึ้น(2560). วันที่สืบค้น 28
พฤษภาคม 2562, จาก

<https://stepstraining.co/strategg/10-too/s-for-online-marketing>

การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า CRM

(2546). วันที่สืบค้น 3 มิถุนายน 62, จาก

<http://www.oocities.org/wu45201894/crm1.htm>

การตลาดออนไลน์ Online Marketing

(2562). วันที่สืบค้น 2 มิถุนายน 2562, จาก

<https://www.nipa.co.th/blog-detail/การตลาดออนไลน์-online-marketing-คืออะไร-ระบบ-CRM-คืออะไร-คืออะไร>

ออนไลน์-online-marketing-คืออะไร-

ระบบ CRM ซืออาร์เอ็ม คืออะไร (2559).

วันที่สืบค้น 28 พฤษภาคม 2562, จาก

<https://mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร-2072-crm->

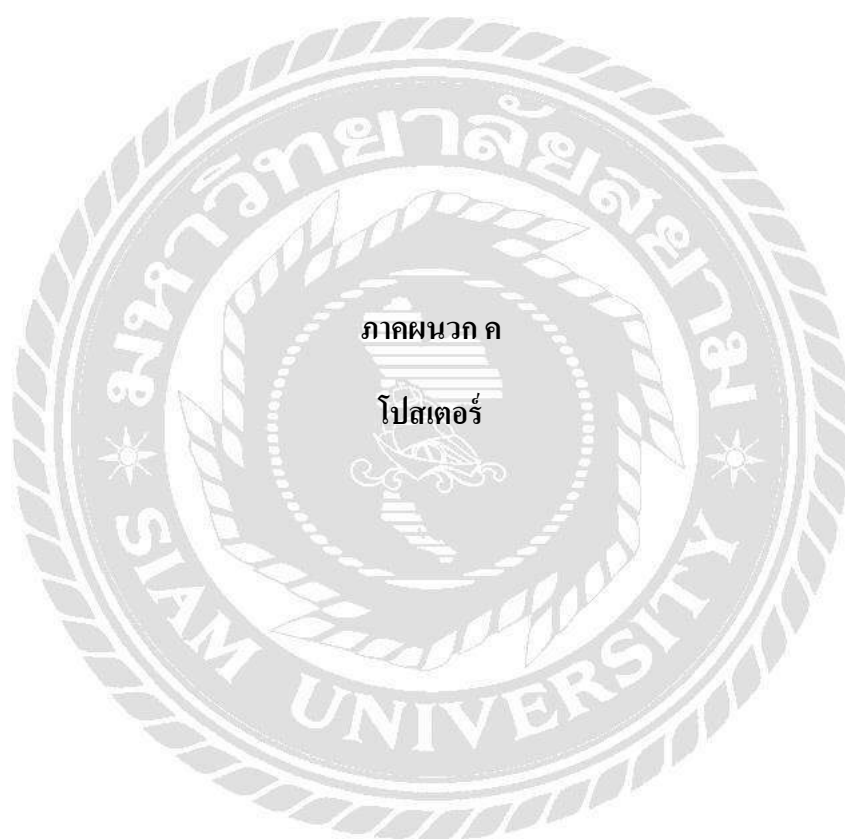
สินธุ์ฟ้า แสงจันทร์. (2547). ความหมาย

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. วันที่สืบค้น 25 มิถุนายน

2562, จาก

<http://www.prosoftcrm.in.th/ArticleInfo.aspx?ArticleTypeID=2148&ArticleID=7847>





ภาคผนวก ค

โปสเตอร์



ระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

System CRM Marketing Online of Brown Travel Mart Company

บทคัดย่อ

โครงการสหกิจศึกษาเรื่องระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า จัดขึ้นเพื่อขั้นตอนการทำการระบบ CRM แบบง่าย เพื่อจัดทำระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานยังไม่มีกรนำเอาระบบ CRM มาใช้จริงในบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัดขาดติดต่อสื่อสารที่ดีกับลูกค้า ต้องสอบถามข้อมูลใหม่ทุกครั้งในข้อมูลเดิมๆ เกิดความไม่ประทับใจ ลำบากในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร การผิดพลาดจากเรื่องเดิมๆ

โครงการนี้จึงได้รวบรวมรายละเอียดต่างๆ ในการสร้างระบบ CRM ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ขึ้นมา เพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลสำคัญของลูกค้าและสามารถหีบเอามาใช้อย่างสะดวกมากขึ้น ลดความผิดพลาดเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่พนักงานทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรอีกด้วย

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการใช้ระบบ CRM แบบง่ายของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด
2. เพื่อจัดทำระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต

สรุปผลโครงการ

การศึกษาโครงการเรื่องระบบ CRM กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด โดยวิธีการเก็บข้อมูลและสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและวิธีการพัฒนาระบบ CRM ของบริษัท บรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. นักศึกษาที่ออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับระบบ CRM และการตลาดออนไลน์
2. บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด ได้มีฐานข้อมูลลูกค้าเก็บไว้และมีกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น
3. บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด และลูกค้าสื่อสารกันง่ายขึ้น ประหยัดเวลาในการติดต่อ

ชื่อสถานประกอบการ

บริษัทบรอน ทราเวล มาร์ต จำกัด

พนักงานที่ปรึกษา

คุณ ศศิวิรัช สังพรพจนารอด

คุณ วิภาวี มีบุญล้ำ

คุณ ณิชกร วงษ์ทวีทรัพย์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ กัทธรกร จิรมหาโกคา

คณะผู้จัดทำ

นางสาว ชยานันท์ โพธิ์บุญญา

นาย ชีรภพ กันน้อย



ภาคผนวก ง

แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

สัปดาห์ที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1	14-17 มค. 62	ติดต่อสถานทูต, สแกนพาสปอร์ต ร้านอาหารในอิตาลี	ชญาณิช	วินด์
2	20-24 มค. 62	ทำแพคเกจตั๋วเครื่องบิน, จองรถเช่า, จองที่พัก เตรียมของสำหรับออกทัวร์	ชญาณิช	วินด์
3	27-31 มค. 62	กรอกข้อมูลวีซ่า, นามบัตร	ชญาณิช	วินด์
4	4-7 มี.ย. 62	ทำบัญชีรายจ่าย, แผนการจองออกทัวร์ เคลียร์ใบค่าใช้จ่าย	ชญาณิช	วินด์
5	10-14 มี.ย. 62	ทำเอกสารสำหรับออกทัวร์	ชญาณิช	วินด์
6	17-21 มี.ย. 62	จองโรงแรม ทำเรทคอนเทนต์	ชญาณิช	วินด์
7	24-28 มี.ย. 62	จองตั๋วเครื่องบิน, ติดต่อโรงแรม	ชญาณิช	วินด์
8	1-5 กค. 62	จองโรงแรม จัดของสำหรับออกทัวร์	ชญาณิช	วินด์
9	8-12 กค. 62	จัดเอกสาร, ทำ Power Point ทางการ สแกนพาสปอร์ต	ชญาณิช	วินด์
10	15-19 กค. 62	ติดต่อศูนย์วีซ่า, ติดต่อ booking dd ทำ Power Point นำเที่ยว, ติดต่อโรงแรม ทำใบรายการ	ชญาณิช	วินด์
11	22-26 กค. 62	ติดต่อร้านอาหาร, ร้านข้าวสำหรับออกทัวร์ ติดต่อโรงแรมทำคอนเทนต์	ชญาณิช	วินด์
12	29-31 กค. 62	แก้ไขหน้าเว็บ booking dd.com ติดต่อสถานทูต, ติดต่อโรงแรม	ชญาณิช	วินด์
13	5-9 สค. 62	แก้ไขหน้าเว็บ booking dd.com	ชญาณิช	วินด์
14	13-16 สค. 62	ติดต่อสถานทูต, ติดต่อโรงแรม ติดต่อ booking.com	ชญาณิช	วินด์
15	19-23 สค. 62	ทำใบรายการค่าใช้จ่าย, ทำนามบัตร ตั๋วเครื่องบิน, ติดต่อ booking.com	ชญาณิช	วินด์
16	26-30 สค. 62	ตรวจสอบรายชื่อ, พิมพ์ name list ตรวจเช็คทำวีซ่า, เขียนชื่อผู้นำส่ง ติดต่อสถานทูต	ชญาณิช	วินด์



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1	14-17 พ.ค. 62	แบบสอบถาม , พิธีเปิดภาคเรียน และมอบหมาย	ชัชฎา	ฉันท
2	20-24 พ.ค. 62	ศึกษาดูงานด้านช่าง , เครื่องมือช่าง	ชัชฎา	ฉันท
3	27-31 พ.ค. 62	ศึกษาดูงานด้านช่าง , เครื่องมือช่าง และมอบหมาย	ชัชฎา	ฉันท
4	4-7 มิ.ย. 62	จัดเตรียมเอกสารประกอบการเรียน	ชัชฎา	ฉันท
5	10-14 มิ.ย. 62	ทำ Travel Plan และ จัดเตรียมเอกสารประกอบการเรียน	ชัชฎา	ฉันท
6	17-21 มิ.ย. 62	จัดเตรียมเอกสาร , เครื่องมือช่าง	ชัชฎา	ฉันท
7	24-28 มิ.ย. 62	จัดเตรียมเอกสาร , เครื่องมือช่าง	ชัชฎา	ฉันท
8	1-5 ก.ค. 62	ศึกษาดูงานด้านช่าง , เครื่องมือช่าง	ชัชฎา	ฉันท
9	8-12 ก.ค. 62	จัดเตรียมเอกสาร , เครื่องมือช่าง	ชัชฎา	ฉันท
10	15-19 ก.ค. 62	ศึกษาดูงานด้านช่าง , เครื่องมือช่าง และมอบหมาย	ชัชฎา	ฉันท
11	22-26 ก.ค. 62	จัดเตรียมเอกสาร Travel Plan และทำ Power Point	ชัชฎา	ฉันท
12	29-31 ก.ค. 62	ทำใบนำใบ booking dd ทำใบจอง	ชัชฎา	ฉันท
13	5-9 ส.ค. 62	แบบสอบถาม , พิธีเปิดภาคเรียน และมอบหมาย	ชัชฎา	ฉันท
14	13-16 ส.ค. 62	จัดเตรียมเอกสาร , เครื่องมือช่าง และมอบหมาย	ชัชฎา	ฉันท
15	19-23 ส.ค. 62	จัดเตรียมเอกสาร , เครื่องมือช่าง และมอบหมาย	ชัชฎา	ฉันท
16	26-30 ส.ค. 62	จัดเตรียมเอกสาร , เครื่องมือช่าง และมอบหมาย	ชัชฎา	ฉันท

ภาคผนวก จ

บทสัมภาษณ์ความพึงพอใจของพนักงานที่ปรึกษา



บทสัมภาษณ์ความพึงพอใจของพนักงานที่ปรึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการเรื่อง ระบบ Crm กับการตลาดออนไลน์ของบริษัทบรอน
ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด โครงการนี้ได้นำเอาระบบ Crm มาพัฒนาการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าที่ทาง
บริษัทยังไม่มีโอกาสได้จัดการกับระบบข้อมูลส่วนนี้ทำให้เกิดความผิดพลาดจากเรื่องเดิมๆบ่อยครั้ง
จากการที่ผู้ปฏิบัติงานได้ทำโครงการนี้ขึ้นมาทำให้ทางบริษัทได้เห็นข้อมูลลูกค้าได้แบ่งเป็นสัดส่วน
เป็นส่วน ความชื่นชอบแต่ละกลุ่มแต่ละด้านของลูกค้ามากขึ้นและใช้ประโยชน์ได้จริงในอนาคต
ทางบริษัทอาจจะนำเอาระบบ Crm มาพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ทางบริษัทขอขอบคุณ ความเสียสละ ทูมเทของนักศึกษาที่ปฏิบัติงานสหกิจในการทำ
โครงการนี้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทางบริษัทเป็นอย่างมาก ตลอดจนอาจารย์และทางมหาวิทยาลัย
สยาม ที่ได้จัดส่งผู้ปฏิบัติงานสหกิจที่มีความสามารถมาฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับทางบริษัท ทาง
บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้มีส่วนช่วยสนับสนุนส่งเสริมประสบการณ์วิชาชีพในการปฏิบัติงาน
สหกิจศึกษาให้แก่นักศึกษาในโอกาสต่อไป

ลงชื่อ.

(คุณวิภาวี มีบุญล้ำ)

15 ตุลาคม 2562

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ นางสาวชยานิษฐ์ ไพปัญญา

รหัสนักศึกษา 5804400030

คณะ ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน 34/88 คอนโดเพชรบางบอน ซอยเอกชัย64/1 ถนนเอกชัย เขตบางบอน
แขวงบางบอน กรุงเทพมหานคร 10150

วัน/เดือน/ปีเกิด 21 มีนาคม 2540

เบอร์ติดต่อ 081-0406574

E-mail Chayanit_phai@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา โรงเรียนชุมชนศิลาแลง จ.น่าน

มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนปัว จ.น่าน

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปัว จ.น่าน

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม คณะศิลปศาสตร์ สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ผลงานที่ทำ สร้างฐานข้อมูลลูกค้าโดยระบบCRM ให้บริษัทบรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ นายธีรภพ กันน้อย

รหัสนักศึกษา 5804400090

คณะ ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน 183 หมู่บ้านเศรษฐกิจ 22-5 เขตบางแคเหนือ แขวงบางแค กรุงเทพมหานคร 10160

วัน/เดือน/ปีเกิด 8 ตุลาคม 2539

เบอร์ติดต่อ 082-5879601

E-mail Fewteeraphop@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา โรงเรียนนักบุญเปโตร จ.นครปฐม

มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนราชวินิตบางแคปานขำ

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชวินิตบางแคปานขำ

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม คณะศิลปศาสตร์ สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ผลงานที่ทำ สร้างฐานข้อมูลลูกค้าโดยระบบCRM ให้บริษัทบรอน ทราเวล มาร์เก็ต จำกัด