

คู่มือการใช้งานระบบ

Bplus Ordering

แบ่งตามบทบาทผู้ใช้งาน (Role-Based User Manual)

System Admin / OWNER · Shop Owner · Marketing · ปฏิบัติการ (Support)



คำนำ

บริษัท บีซิเนส แอนด์ เทคโนโลยี จำกัด เป็นผู้พัฒนาและให้บริการซอฟต์แวร์สำหรับบริหารจัดการธุรกิจแบบครบวงจร โดยมุ่งหวังที่จะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ ลดขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูลให้ถูกต้อง รวดเร็ว และตรวจสอบได้

ในปัจจุบัน ระบบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องการให้ลูกค้าหรือสาขาสามารถเลือกสินค้า ตรวจสอบข้อมูล และจัดส่งคำสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างสะดวก บริษัทฯ จึงได้พัฒนาโปรแกรม BPlus Ordering เพื่อรองรับการตั้งค่าและบริหารจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าออนไลน์ เช่น ข้อมูลแบรนด์ หมวดหมู่สินค้า รายการสินค้า ค่าขนส่ง แบนเนอร์ประชาสัมพันธ์ และข่าวสารต่าง ๆ ให้สามารถแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์ได้อย่างถูกต้องและเป็นระบบ

คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่ออธิบายขั้นตอนการใช้งาน BPlus Ordering สำหรับผู้ดูแลระบบร้านค้าออนไลน์ ตั้งแต่การเข้าสู่ระบบ การตั้งค่าข้อมูลพื้นฐานของร้านค้า การจัดการหมวดหมู่และสินค้า การกำหนดค่าขนส่ง การเพิ่มแบนเนอร์โปรโมชั่น ไปจนถึงการเพิ่มข่าวสาร โดยเรียบเรียงเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถศึกษาและปฏิบัติตามได้ง่าย

รูปแบบของคู่มือฉบับนี้จัดทำให้เหมาะสำหรับการใช้งานจริง โดยอธิบายขั้นตอนอย่างกระชับ ชัดเจน และมีภาพหน้าจอประกอบในแต่ละขั้นตอน เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถดำเนินการตามได้ทีละข้อ ลดความคลาดเคลื่อนในการตั้งค่า และสามารถตรวจสอบผลลัพธ์หลังดำเนินการได้อย่างถูกต้อง

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ปรากฏในภาพประกอบเป็นข้อมูลตัวอย่างจากระบบสาธิต ผู้ใช้งานควรตรวจสอบข้อมูลของร้านค้า เช่น ชื่อสินค้า ราคา รูปภาพ วันที่เผยแพร่ เงื่อนไขการจัดส่ง และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ถูกต้องก่อนบันทึกและเผยแพร่บนหน้าเว็บไซต์จริง

หากพบปัญหาในการใช้งานหรือมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สามารถติดต่อฝ่ายสนับสนุนของบริษัทฯ เพื่อขอคำแนะนำหรือแจ้งปัญหาได้ ทางบริษัทฯ ยินดีรับฟังข้อเสนอแนะ และพร้อมปรับปรุงโปรแกรมให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานให้ดียิ่งขึ้น

บริษัท บีซิเนส แอนด์ เทคโนโลยี จำกัด
ฝ่ายบริการหลังการขาย

สารบัญ

บทที่		หน้าที่
1.	ภาพรวมระบบและการเข้าสู่ระบบ Admin	
1.1	ภาพรวม Bplus Ordering	1-1
1.2	บทบาท (Role) ในระบบ	1-3
1.3	การเข้าสู่ระบบ Admin	1-4
1.4	ประโยชน์ของโปรแกรม Bplus Ordering	1-6
2.	System Admin / OWNER	
2.1	การจัดการ Admin และสิทธิ์	2-1
2.2	การกำหนดสิทธิ์การใช้งาน	2-3
2.3	ความสามารถร้านค้า (Commerce Capability)	2-4
2.4	ตั้งค่าผู้ช่วย AI (AI Assistant)	2-5
2.5	แดชบอร์ดผู้บริหารและศูนย์วิเคราะห์	2-6
3.	Shop Owner / ผู้จัดการร้าน	
3.1	ภาพรวม Dashboard	3-1
3.2	จัดการหมวดหมู่สินค้า	3-2
3.3	จัดการสินค้า	3-7
3.4	การนำเข้าข้อมูล Import CSV	3-14
3.5	จัดการกลุ่มลูกค้า	3-16
3.6	ตั้งค่าค่าขนส่งและโซนจัดส่ง	3-17
3.7	จัดการข้อมูลลูกค้า Commerce	3-23
3.8	ภาพรวมคำสั่งซื้อและใบกำกับภาษี	3-24
3.9	ดูแดชบอร์ดร้านและรายงานยอดขาย	3-25
4.	Marketing	
4.1	จัดการโปรโมชั่น	4-1
4.2	จัดการคูปอง	4-6
4.3	จัดการแบนเนอร์	4-10
4.4	การจัดการข่าวสาร	4-15
5.	ปฏิบัติการ	
5.1	ภาพรวมคิวงาน ①-⑧	5-1
5.2	① ตรวจรับเงิน CASH	5-2
5.3	① ยืนยันออเดอร์	5-4

5.4	② หีบสินค้า (Picking) + Scan Barcode	5-5
5.5	③ ตรวจสอบคุณภาพ (QC)	5-8
5.6	④ แพ็คสินค้า	5-9
5.7	⑤ เอกสารจัดส่ง	5-11
5.8	⑥ มอบขนส่ง + กรอก Tracking	5-13
5.9	⑦ ขึ้นขนส่งถึงลูกค้า	5-15
5.10	⑧ ขึ้นขนส่งเก็บเงิน COD	5-16
5.11	ศูนย์ปฏิบัติการและ SLA/OTIF Dashboard	5-17
6.	คำถามที่พบบ่อย	
	คำถามที่พบบ่อย	6-1

บทที่ 1 ภาพรวมระบบและการเข้าสู่ระบบ Admin

ในปัจจุบันการทำธุรกิจในรูปแบบออนไลน์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วการบริหารจัดการร้านค้าที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างมั่นคง โดยเฉพาะการจัดการข้อมูลสินค้าการรับคำสั่งซื้อและการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าซึ่งหากยังใช้ระบบการทำงานแบบเดิมที่ต้องบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง อาจทำให้เกิดความล่าช้าและข้อผิดพลาดในการดำเนินงานได้

ระบบ Bplus Ordering ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับผู้ดูแลระบบในการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์อย่างครบวงจร ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดการข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วผ่านระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสินค้า การตั้งค่าการขนส่งหรือการปรับแต่งภาพลักษณ์ของร้านค้าซึ่งเทคโนโลยีนี้จะช่วยลดภาระงานด้านเอกสารเพิ่มความแม่นยำในการเก็บข้อมูล และช่วยให้สามารถตรวจสอบการดำเนินงานได้ตลอดเวลา

ดังนั้นการเลือกใช้งานระบบ Bplus Ordering จึงเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินได้อย่างราบรื่นมีความเป็นมืออาชีพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลได้อย่างดียิ่ง

1.1 ภาพรวม Bplus Ordering

Bplus Ordering AdminPortal คือ แพลตฟอร์มสำหรับผู้ดูแลระบบ(Admin) ที่ใช้ในการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ และโครงสร้างสินค้าคงคลัง

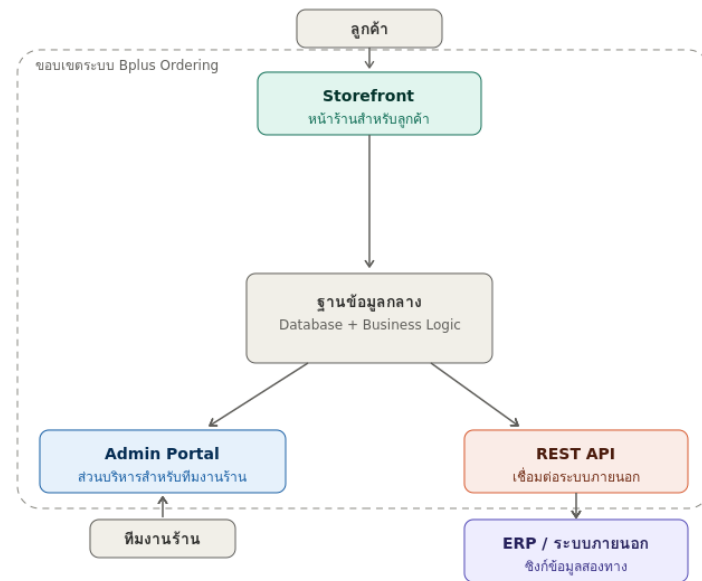
โดยมีหน้าที่หลักในการควบคุมดูแลส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ ดังนี้:

- การจัดการสินค้าและหมวดหมู่:สามารถเพิ่มสินค้าใหม่กำหนดรหัสสินค้าและจัดระเบียบหมวดหมู่สินค้าเพื่อให้ลูกค้าค้นหาได้ง่าย
- การจัดการโปรโมชั่นและข่าวสาร:ใช้สำหรับเพิ่มป้ายแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์และประกาศข่าวสารความเคลื่อนไหวของบริษัท
- การตั้งค่าระบบและขนส่ง:กำหนดวิธีการคำนวณค่าจัดส่งในรูปแบบต่างๆรวมถึงการปรับแต่งโทนีและโลโก้แบรนด์ร้านค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจว่า Bplus Ordering คือระบบสั่งซื้อแบบ B2B/B2C สำหรับร้านค้าส่ง มีพื้นที่ใช้งานหลักอะไรบ้าง และใครเป็นผู้ใช้งานในแต่ละส่วน ก่อนเริ่มเรียนรู้การใช้งานเชิงลึกในบทถัดไป

1. ทำความเข้าใจว่าระบบแบ่งเป็น 3 พื้นที่หลัก ได้แก่ หน้าร้าน (Storefront) สำหรับลูกค้า, ส่วนบริหารจัดการ (Admin Portal) สำหรับทีมงานร้าน และ REST API สำหรับเชื่อมต่อ ERP/ระบบภายนอก
2. เป้าหมายของระบบ : ลดภาระงานขาย (ลูกค้าสั่งซื้อเองได้ตลอด 24 ชั่วโมง), ลดข้อผิดพลาด (ราคาตามกลุ่มลูกค้า คำนวณโปร/คูปองอัตโนมัติ), บริหารปฏิบัติการด้วยทีมงาน และรองรับการเชื่อมต่อ ERP
3. จดจำ URL หลักที่จะพบบ่อย: หน้าร้านลูกค้าที่ไม่มี prefix พิเศษ และหน้า Admin ทั้งหมดอยู่ภายใต้เส้นทาง /admin/...



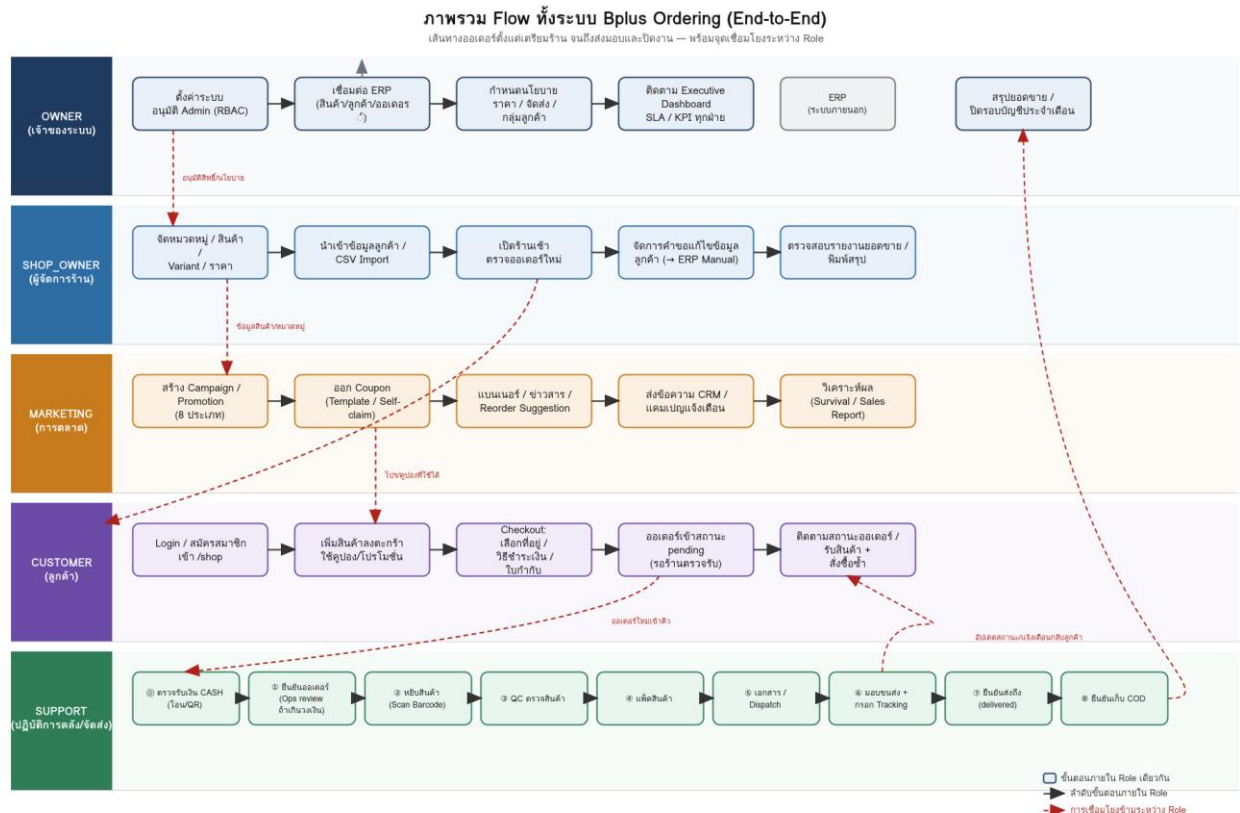
ข้อควรระวัง

อย่าสับสนระหว่างบัญชี “สมาชิก (Member)” ฝั่งลูกค้า กับบัญชี “Admin” ฝั่งบริหารจัดการ ทั้งสองระบบแยกโทเคนกันโดยสิ้นเชิง เข้าสู่ระบบคนละหน้ากัน (/login กับ /admin/login) และรหัสผ่านไม่เชื่อมโยงกัน

1.2 บทบาท (Role) ในระบบ

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่ามียบทบาท Admin ที่ประเภท แต่ละบทบาทรับผิดชอบอะไร และจะไปอ่านคู่มือของตนเองต่อไปในบทใด

แผนภาพด้านล่างแสดงกระบวนการทำงานทั้งหมดในรูปแบบ Swimlane โดยเรียง Role จากบนลงล่างตามลำดับการมีส่วนร่วมในระบบ ได้แก่ OWNER, SHOP_OWNER, MARKETING, CUSTOMER และ SUPPORT เส้นประสีแดงแสดงจุดที่งานส่งต่อข้าม Role ซึ่งเป็นหัวใจของการทำงานร่วมกันทั้งระบบ



สรุปเส้นทางหลัก (Critical Path) ของคำสั่งซื้อหนึ่งรายการ:

- OWNER/SHOP_OWNER เตรียมข้อมูลหลัก (หมวดหมู่ สินค้า ราคา ค่าจัดส่ง) และ MARKETING เตรียมโปรโมชัน/คูปอง ก่อนลูกค้าจะเห็นหน้าร้าน
- CUSTOMER เข้าเว็บ เลือกสินค้า ใช้คูปอง และ ยืนยัน → ออเดอร์เข้าสถานะ รอดำเนินการ
- SUPPORT รับช่วงต่อ ดำเนินการตามคิวงาน ①-⑧ จนกระทั่งสินค้าถึงมือลูกค้า และเก็บเงิน COD สำเร็จ (ถ้ามี)
- สถานะออเดอร์อัปเดตกลับไปหา CUSTOMER แบบ Real-time ผ่านหน้าติดตามออเดอร์และการแจ้งเตือน
- ข้อมูลยอดขาย/SLA/KPI จากทุกฝ่ายไหลกลับไปยัง OWNER เพื่อสรุปผลและตัดสินใจเชิงบริหาร

1.3 การเข้าสู่ระบบ Admin

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้ใช้งานใหม่ทุกท่านสามารถสมัครบัญชี ยืนยันตัวตน และเข้าสู่ระบบ Admin ได้ด้วยตนเองในครั้งแรก

ขั้นตอน

1. เปิดเบราว์เซอร์ไปที่หน้า Admin Portal : เข้าสู่ระบบสำหรับผู้ดูแลระบบ

2. หากยังไม่มีบัญชี ให้กด “สมัครเป็น Admin” ที่หน้า “สมัคร Admin” กรอกเบอร์โทร รหัสผ่าน ชื่อ และอีเมล (ถ้ามี)

3. ระบบจะพาไปหน้า “รออนุมัติ”— บัญชีใหม่ทุกบัญชีต้องรอ OWNER อนุมัติก่อนจึงจะใช้งานได้
4. เมื่อได้รับอนุมัติแล้ว กลับมา Login ด้วยเบอร์ โทรและรหัสผ่าน จากนั้นกรอกรหัส OTP ขึ้นขันตัวตนสองชั้น (2FA) ที่ส่งมาทาง SMS
5. หากลืมรหัสผ่าน ใช้ลิงก์ “ลืมรหัสผ่าน” ที่หน้า ลืมรหัสผ่าน เพื่อขอ OTP ตั้งรหัสผ่านใหม่

ประโยชน์

ผู้ใช้งานใหม่เข้าสู่ระบบได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องรอให้ทีมสนับสนุนช่วยเหลือขั้นตอน ลดเวลาการ Onboarding

ข้อควรระวัง

บัญชีที่สมัครใหม่จะยัง “เข้าใช้งานไม่ได้” จนกว่า OWNER จะอนุมัติ — อย่าคิดว่าสมัครเสร็จแล้วเข้าใช้ได้ทันที และควรเก็บรหัส OTP เป็นความลับ ไม่แชร์ให้ผู้อื่นแม้เป็นเพื่อนร่วมงาน

1.4 ประโยชน์ของโปรแกรม Bplus Ordering

การนำระบบ Bplus Ordering มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ มีประโยชน์ที่สำคัญดังนี้:

- เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสินค้า:ระบบช่วยให้การเพิ่มข้อมูลสินค้าและการจัดหมวดหมู่ทำได้อย่างเป็นระบบลดความซับซ้อนในการจัดการสินค้าจำนวนมาก
- ประหยัดเวลาและเพิ่มความสะดวกในการทำงาน:ผู้ดูแลระบบสามารถเข้าสู่ระบบเพื่อจัดการข้อมูลได้ทุกที่ผ่าน Admin Portal ทำให้การปรับปรุงข้อมูลร้านค้าทำได้ทันที
- ระบบคำนวณค่าขนส่งที่แม่นยำ: โปรแกรมรองรับการคิดค่าขนส่งหลายรูปแบบ ทั้งแบบเหมาจ่าย ตามยอดซื้อ หรือตามพื้นที่จัดส่ง ช่วยลดข้อผิดพลาดในการคำนวณ
- เสริมสร้างภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ: สามารถปรับแต่งธีมสี โลโก้และข้อความต้อนรับเพื่อให้หน้าร้านออนไลน์ดูเป็นมืออาชีพและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแบรนด์
- กระตุ้นยอดขายด้วยเครื่องมือการตลาด:มีระบบจัดการแบนเนอร์โปรโมชันที่สามารถกำหนดช่วงเวลาแสดงผลได้อัตโนมัติ ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว:ช่องทางการเพิ่มข่าวสารช่วยให้ธุรกิจสามารถแจ้งสิทธิพิเศษหรือข้อมูลสำคัญแก่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึง
- ความปลอดภัยในการใช้งาน: มีระบบการเข้าสู่ระบบที่ต้องระบุเบอร์โทรศัพท์และรหัสผ่านที่กำหนดไว้ เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลจากบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต

บทที่ 2 System Admin / OWNER

วัตถุประสงค์

เมนูการจัดการผู้ใช้งานและสิทธิ์ ถูกออกแบบมาเพื่อให้เจ้าของระบบ (Owner) สามารถควบคุมการเข้าถึงระบบ กำหนดสิทธิ์การใช้งาน และบริหารจัดการผู้ใช้งานภายในองค์กร ได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ระบบรองรับการสมัครผู้ใช้งานใหม่ การตรวจสอบและอนุมัติผู้ใช้งาน รวมถึงการกำหนดสิทธิ์การใช้งานตามบทบาทหน้าที่ เพื่อให้ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถเข้าถึงเฉพาะข้อมูลและเมนูที่เกี่ยวข้องกับงานของตน

เมื่อศึกษาบทนี้แล้ว ผู้ใช้งานจะสามารถ

- สมัครผู้ใช้งานใหม่เข้าสู่ระบบ
- ตรวจสอบและอนุมัติผู้ใช้งาน
- กำหนดสิทธิ์การใช้งานตามตำแหน่งงาน
- ควบคุมการเข้าถึงข้อมูลภายในระบบ
- บริหารจัดการผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1 การจัดการ Admin และสิทธิ์

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ OWNER สามารถอนุมัติ Admin ใหม่ กำหนดบทบาท และควบคุมสิทธิ์การเข้าถึงเมนูต่าง ๆ ของทีมงาน ได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย

ขั้นตอน

1. ไปที่เมนู ตั้งค่าระบบ / ผู้ดูแลระบบ / Admin Users
2. ตรวจสอบรายการ Admin ที่ “รอการอนุมัติ” กดอนุมัติหรือปฏิเสธพร้อมกำหนดบทบาท (OWNER / SHOP_OWNER / MARKETING / SUPPORT)
3. สำหรับ Admin ที่อนุมัติแล้ว สามารถปรับสิทธิ์ย่อยเพิ่มเติม เปลี่ยนบทบาท ระบุการใช้งานชั่วคราว หรือเพิกถอนการได้

Admin ทั้งหมด (0) Admin ทั้งหมด				
ชื่อ	เบอร์ติดต่อ	สถานะ	Role	การจัดการ
พี่ตูน	088-982-8729	ถูกเพิกถอน	SUPPORT	Edit Role ❸
พี่ตูน ติ๋นาก	088-982-8720	ถูกเพิกถอน	MARKETING	Edit Role ❸
SP Saranya	088-982-8713	ถูกเพิกถอน	Full Role	Edit Role ❸
ธวัชธรณ	089-123-4567	ถูกเพิกถอน	SHOP_OWNER SUPPORT MARKETING	Edit Role ➤ เพิกถอน ❸
กธันยา	088-982-8712	ไม่พบข้อมูล	SHOP_OWNER OWNER SUPPORT MARKETING	Edit Role ๑ ระบุ ❸

รูปที่ 2.1: หน้าจอ Admin Users แสดงสถานะ Admin: ใช้งานอยู่ / ระบุ / เพิกถอน

ประโยชน์

ควบคุมได้ว่าใครเข้าถึงข้อมูลส่วนใดของร้าน ลดความเสี่ยงจากบัญชีที่ไม่ได้รับอนุญาต

ข้อควรระวัง

การเพิกถอน เป็นการกระทำถาวร ต่างจากระงับ ที่ยังกลับมาใช้งานได้ ควรพิจารณาให้รอบคอบก่อนเพิกถอนบัญชี และไม่ควรมีบัญชี OWNER เพียงบัญชีเดียวในระบบเพื่อป้องกันการล็อกตัวเองออก

2.2 การกำหนดสิทธิ์การใช้งาน

วัตถุประสงค์ : ใช้สำหรับกำหนดขอบเขตการใช้งานของผู้ใช้งานแต่ละคน ตามหน้าที่และความรับผิดชอบภายในองค์กร การกำหนดสิทธิ์อย่างเหมาะสมช่วยลดความเสี่ยงจากการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระบบ

ตารางกำหนดสิทธิ์ Admin ทั้งหมดและหน้าที่ ของแต่ละ Role — Bplus Ordering

กลุ่มงาน	OWNER	SHOP_OWNER	MARKETING	SUPPORT
ตั้งค่าระบบ & RBAC	✓			
Payment / Webhook	✓			
เชื่อมต่อ ERP	✓			
AI Assistant	✓		✓	
สวิตช์ความสามารถร้านค้า	✓			
แดชบอร์ดผู้บริหาร / Insights	✓	✓		
สินค้า / หมวดหมู่ / ราคา		✓		
ค่าขนส่ง		✓		
ลูกค้า Commerce & Import CSV		✓		
คำสั่งซื้อ (ภาพรวม/ใบกำกับภาษี)		✓		✓
โปรโมชัน / คูปอง / แบนเนอร์			✓	
แคมเปญข้อความ (SMS/Email/LINE)			✓	
CRM In-App Chat & KPI Dashboard			✓	
Chatbot (เนื้อหา/ฐานความรู้)			✓	
กิจกรรมปฏิบัติการ ①-⑧				✓
ศูนย์ปฏิบัติการ / SLA Dashboard	✓	✓		✓

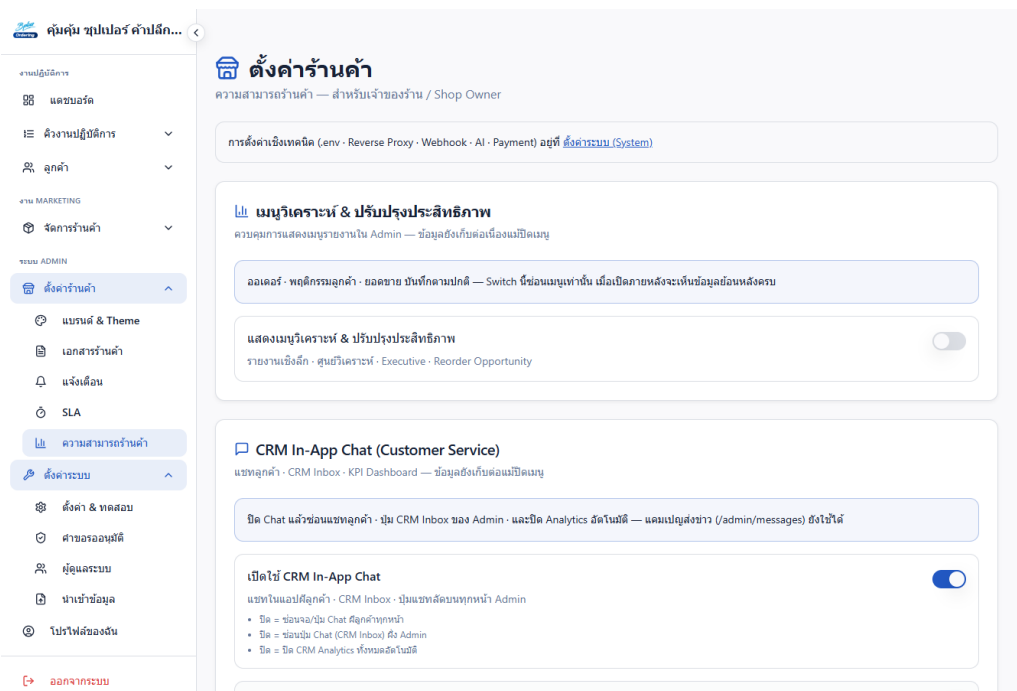
หมายเหตุ: OWNER สามารถปรับสิทธิ์ราย Admin เพิ่มเติมได้ที่หน้า Admin ทั้งหมด จึงอาจมองเห็นเมนูอื่นนอกตารางนี้ตามที่กำหนดเองในแต่ละองค์กร

2.3 ความสามารถร้านค้า (Commerce Capability)

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ OWNER ควบคุมเปิด/ปิดฟีเจอร์ระดับร้านค้า เช่น CRM, ระบบคุปอง, ระบบแคมเปญ ให้ตรงกับแผนธุรกิจของร้าน

ขั้นตอน

1. ไปที่ ตั้งค่าร้านค้า แท็บ “ความสามารถร้านค้า”
2. เปิด/ปิดสวิตช์ตามฟีเจอร์ที่ต้องการ เช่น CRM In-App Chat (master/sub), ระบบคุปอง, ระบบแคมเปญ, เมนูวิเคราะห์
3. ตรวจสอบผลกระทบของแต่ละสวิตช์ก่อนปิด เช่น ปิด CRM master จะซ่อน CRM Inbox/Dashboard และปิดแชทฝั่งลูกค้าโดยอัตโนมัติ
4. บันทึกการตั้งค่า แล้วตรวจสอบเมนู Admin และหน้าร้านลูกค้าว่าเปลี่ยนแปลงตามที่ตั้งใจ



รูปที่ 2.3: หน้าจอสวิตช์ความสามารถร้านค้า พร้อมรายการฟีเจอร์ที่เปิด/ปิดได้

ประโยชน์

ร้านเปิดเฉพาะฟีเจอร์ที่จำเป็นต่อรูปแบบธุรกิจของตน ลดความซับซ้อนของเมนูสำหรับทีมงานและปรับเปลี่ยนได้ทันที

ข้อควรระวัง

สวิตช์บางตัวมีความสัมพันธ์แบบ master/sub เช่น ปิด CRM In-App Chat (master) จะบังคับปิด CRM In-App Analytics (sub) ไปด้วยโดยอัตโนมัติ ควรอ่านผลกระทบให้ครบก่อนปิดสวิตช์ระดับ master

2.4 ตั้งค่าผู้ช่วย AI (AI Assistant)

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ OWNER เปิดใช้งานและตั้งค่าผู้ช่วย AI (Chatbot) ให้ตอบคำถามลูกค้าหรือช่วยงานภายในได้ตามนโยบายร้าน

ขั้นตอน

1. ไปที่ ตั้งค่าร้านค้า / ตั้งค่าระบบ / ตั้งค่า & ทดสอบ / แท็บ AI Assistant
2. เลือกผู้ให้บริการ AI ที่ต้องการเชื่อมต่อ เช่น OpenAI หรือ Gemini และกรอก API Key
3. ตั้งค่าฐานความรู้ (Knowledge) ที่ต้องการให้ AI ใช้ตอบคำถาม เช่น ข้อมูลสินค้า นโยบายร้าน คำถามที่พบบ่อย
4. ทดสอบสนทนากับ AI ในสภาพแวดล้อมทดสอบก่อนเปิดให้ลูกค้าใช้งานจริง

รูปภาพประกอบ

The screenshot shows the 'ตั้งค่าระบบ (System)' page for the 'System (Owner)' user. The 'AI Assistant' tab is selected in the top navigation bar. Below the navigation bar, there is a section for 'ผู้ช่วย AI (แชทบอทลูกค้า)' (AI Assistant (Customer Chatbot)). This section includes a toggle switch to 'เปิดใช้ AI' (Enable AI), which is currently turned on. Below the toggle, there is a dropdown menu for 'ช่องทาง AI ที่ใช้งาน' (AI Channel Used), set to '1.1 OpenAI'. Underneath, there is a section for '1.1 OpenAI API Key' with a text input field for the 'OpenAI API Key' (containing 'sk-...') and a 'Base URL' field (containing 'https://api.openai.com/v1'). There is also a 'Model' dropdown set to 'gpt-4o-mini'. A note indicates that the API key is not in the database and should be taken from the '.env' file.

รูปที่ 2.4: หน้าตั้งค่า AI Assistant และฐานความรู้

ประโยชน์

ลดภาระทีม CRM ในการตอบคำถามซ้ำ ๆ ลูกค้าได้รับคำตอบเบื้องต้นรวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง

ข้อควรระวัง

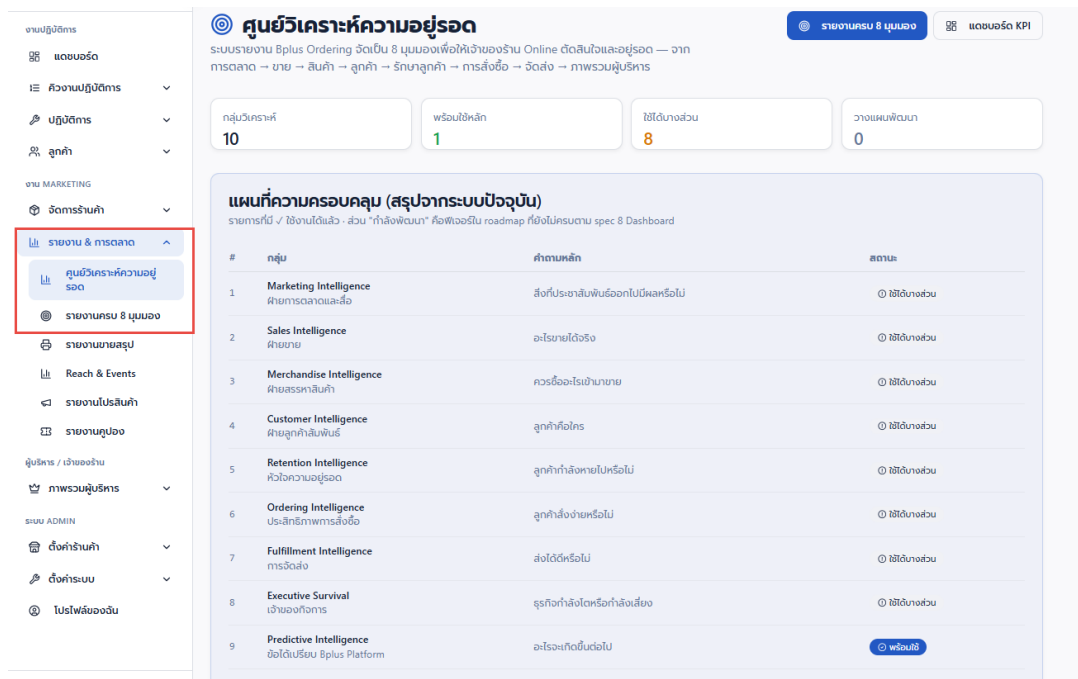
ควรตรวจสอบคำตอบของ AI เป็นระยะ โดยเฉพาะเรื่องราคา โปรโมชัน และนโยบายที่เปลี่ยนแปลงบ่อย เพื่อป้องกันการให้ข้อมูลผิดพลาดแก่ลูกค้า

2.5 แดชบอร์ดผู้บริหารและศูนย์วิเคราะห์

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ OWNER และ SHOP_OWNER ใช้แดชบอร์ดระดับผู้บริหารติดตามภาพรวมธุรกิจ และเข้าถึงศูนย์วิเคราะห์เชิงลึกได้

ขั้นตอน

1. ไปที่ “ภาพรวมผู้บริหาร” เพื่อดู KPI ผู้บริหาร ยอดขาย และ Pipeline กิจกรรมปฏิบัติการแบบสรุป
2. ไปที่ “ศูนย์วิเคราะห์ความอยู่รอด” เพื่อเข้าสู่ศูนย์วิเคราะห์ความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งมีการ์ดลิงก์ไปยังรายงาน 8 มุมมอง พร้อมป้ายสถานะ “พร้อมใช้ / ใช้ได้บางส่วน / วางแผนพัฒนา”
3. คลิกที่การ์ดรายงานที่สนใจเพื่อดูรายละเอียดเชิงลึก เช่น รายงานหมวดหมู่ สินค้า โปรโมชัน หรือลูกค้า
4. ใช้ผลจากแดชบอร์ดประกอบการประชุมทบทวนธุรกิจประจำวัน/สัปดาห์/เดือน



รูปที่ 2.8: แดชบอร์ดผู้บริหาร (Executive) และศูนย์วิเคราะห์ความอยู่รอด (Insights)

ประโยชน์

ผู้บริหารเห็นภาพรวมธุรกิจและจุดที่ต้องปรับปรุงได้รวดเร็วโดยไม่ต้องรวบรวมข้อมูลด้วยมือ ช่วยตัดสินใจได้ทันเวลา

ข้อควรระวัง

รายงานบางส่วนมีป้าย “ใช้ได้บางส่วน” หรือ “วางแผนพัฒนา” หมายถึงข้อมูลยังไม่ครบตามสเปกเต็มรูปแบบ
ควรอ่านหมายเหตุบนการ์ดก่อนใช้ตัวเลขไปตัดสินใจเชิงธุรกิจที่สำคัญ

บทที่ 3 Shop Owner / ผู้จัดการร้าน

วัตถุประสงค์

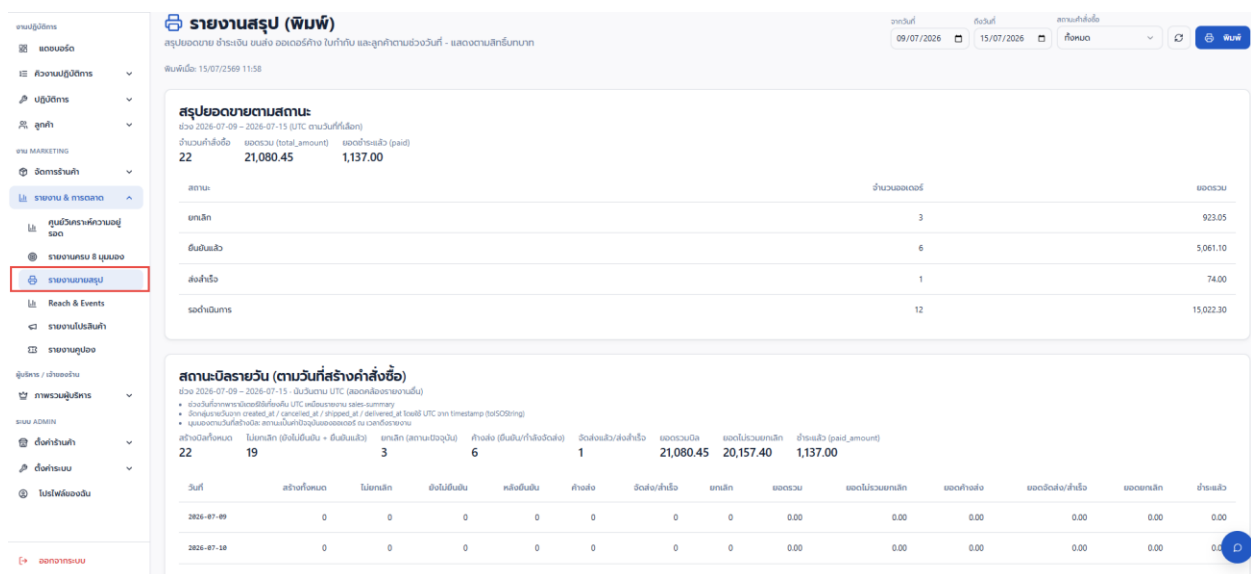
บทนี้สำหรับผู้จัดการร้าน (SHOP_OWNER) ครอบคลุมงานเตรียมข้อมูลร้านค้า จัดการสินค้า ราคา ค่าขนส่ง และการติดตามคำสั่งซื้อและรายงานประจำวัน ซึ่งเป็นงานหลักที่ต้องทำก่อนและระหว่างเปิดร้านจริง

3.1 ภาพรวม Dashboard

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้จัดการร้านเข้าใจข้อมูลสรุปที่แสดงบนหน้าแดชบอร์ดหลัก และใช้เป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานในแต่ละวัน

ขั้นตอน

1. เข้าสู่ระบบแล้วเข้าสู่หน้าแดชบอร์ดหลักที่ /รายงาน & การตลาด / รายงานขายสรุป
2. อ่านค่าสรุปยอดขาย ออเดอร์ค้าง สมาชิกใหม่ และกราฟยอดขายรายสัปดาห์
3. สังเกต Pipeline คิวงาน ①-⑧ แบบเรียลไทม์ พร้อมสีแดงเตือนเมื่อ SLA ใกล้เกินกำหนด
4. ใช้แดชบอร์ดนี้เป็นจุดเริ่มต้นก่อนไปตรวจออเดอร์หรือรายงานเชิงลึกต่อ



รูปที่ 3.1: หน้าแดชบอร์ดหลัก /admin แสดงสรุปยอดขายและ Pipeline คิวงาน

ประโยชน์

เห็นภาพรวมสถานะร้านได้ในหน้าเดียวทันทีที่ล็อกอิน ช่วยจัดลำดับความสำคัญของงานในแต่ละวัน

ข้อควรระวัง

ตัวเลขบนแดชบอร์ดเป็นข้อมูลสรุปแบบเรียลไทม์ อาจมีความหน่วงเล็กน้อยหลังทำการ ควรรีเฟรชหน้าหากตัวเลขไม่อัปเดต

3.2 จัดการหมวดหมู่สินค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้จัดกลุ่มสินค้าเป็นหมวดหมู่ก่อนเริ่มลงสินค้า ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกที่ต้องทำก่อนงานอื่นในส่วนแคตตาล็อก

ขั้นตอน

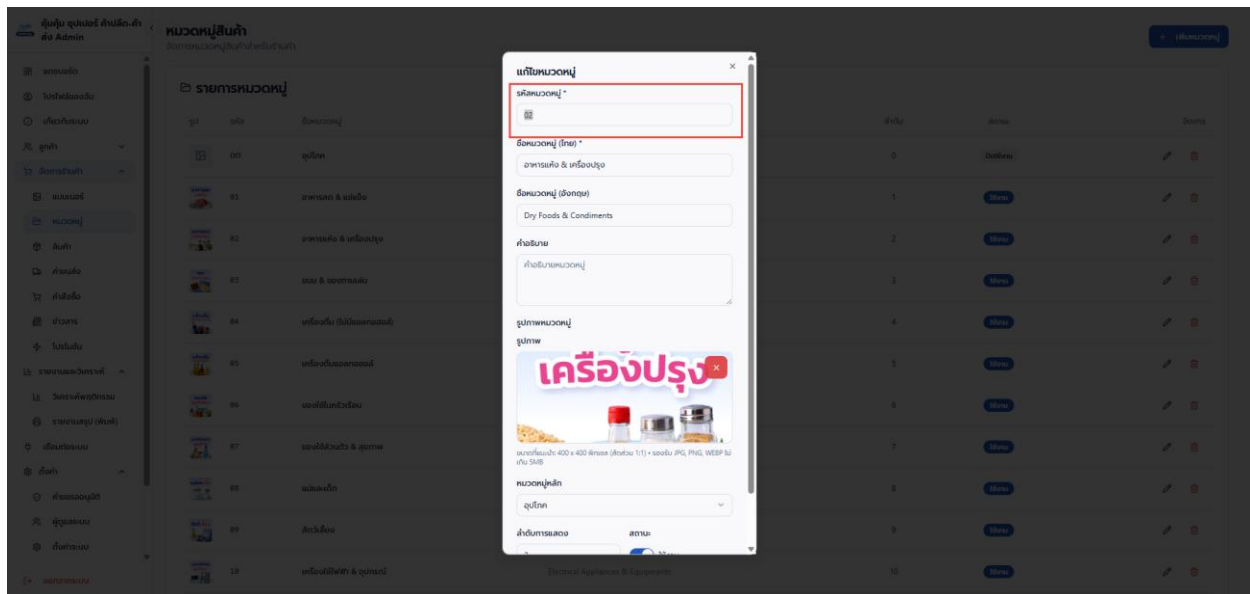
1. คลิกเมนู “หมวดหมู่” จากแถบเมนูด้านซ้าย
2. กดปุ่ม “เพิ่มหมวดหมู่” เพื่อเปิดหน้าสร้างหมวดใหม่

หมวดหมู่สินค้า
จัดการหมวดหมู่สินค้าสำหรับร้านค้า

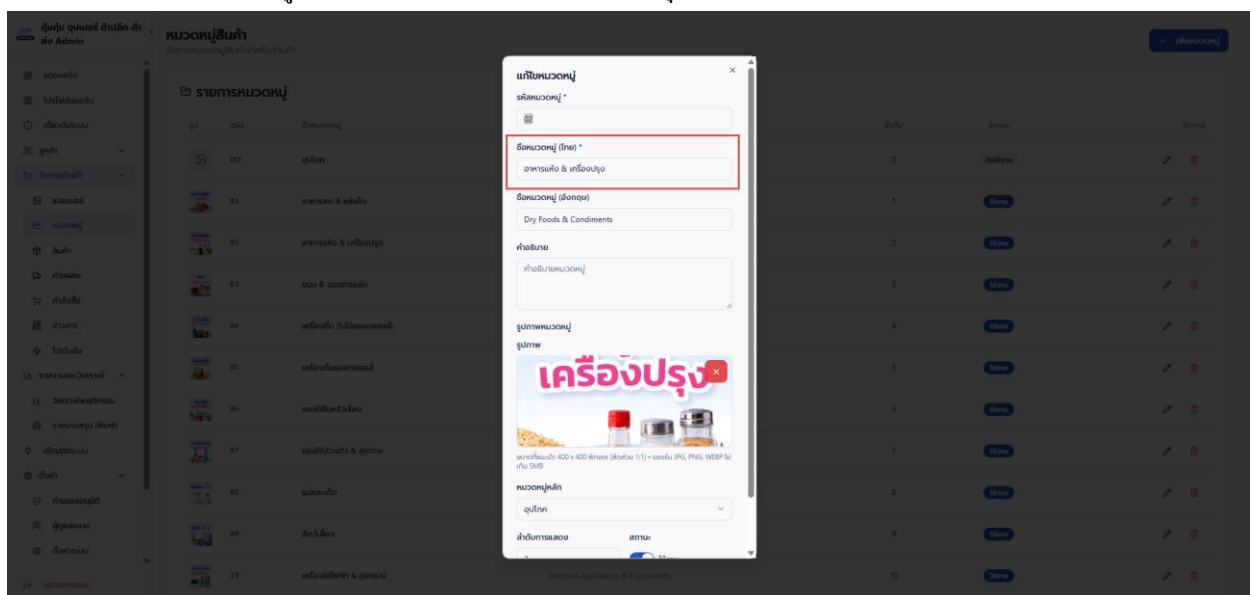
[+ เพิ่มหมวดหมู่](#)

รูป	รหัส	ชื่อหมวดหมู่	ชื่ออังกฤษ	ลำดับ	สถานะ	จัดการ
	๐๐	อุปโภค	-	0	ปิดใช้งาน	
	01	อาหารสด & แช่แข็ง	Fresh & Frozen Foods	1	ใช้งาน	
	02	อาหารแห้ง & เครื่องปรุง	Dry Foods & Condiments	2	ใช้งาน	
	03	ขนม & ของทานเล่น	Snacks & Confectionery	3	ใช้งาน	
	04	เครื่องดื่ม (ไม่มีแอลกอฮอล์)	Beverages (Non-Alcoholic)	4	ใช้งาน	

3. ระบุรหัสหมวดหมู่ ระบบจะแสดงผลเรียงตามรหัสจากน้อยไปมาก



4. กรอกชื่อหมวดหมู่ภาษาไทยให้สั้น ชัดเจน และตรงกับกลุ่มสินค้า



5. กรอกชื่อหมวดหมู่ภาษาอังกฤษ หากต้องการรองรับการแสดงผลสองภาษา

แก้ไขหมวดหมู่

รหัสหมวดหมู่ *

ชื่อหมวดหมู่ (ไทย) *

อาหารแห้ง & เครื่องปรุง

ชื่อหมวดหมู่ (อังกฤษ)

Dry Foods & Condiments

คำอธิบาย

คำอธิบายหมวดหมู่

รูปภาพหมวดหมู่

รูปภาพ

เครื่องปรุง

รายละเอียด: 400 x 400 piksel (สัดส่วน 1:1) • รองรับ JPG, PNG, WEBP ไม่เกิน 3MB

หมวดหมู่หลัก

ดูอีก

ดำเนินการแสดง

สถานะ

Electronic Appliances & Equipments

6. กรอกคำอธิบายว่าสินค้าในหมวดนี้คือกลุ่มใด

แก้ไขหมวดหมู่

รหัสหมวดหมู่ *

ชื่อหมวดหมู่ (ไทย) *

อาหารแห้ง & เครื่องปรุง

ชื่อหมวดหมู่ (อังกฤษ)

Dry Foods & Condiments

คำอธิบาย

คำอธิบายหมวดหมู่

รูปภาพหมวดหมู่

รูปภาพ

เครื่องปรุง

รายละเอียด: 400 x 400 piksel (สัดส่วน 1:1) • รองรับ JPG, PNG, WEBP ไม่เกิน 3MB

หมวดหมู่หลัก

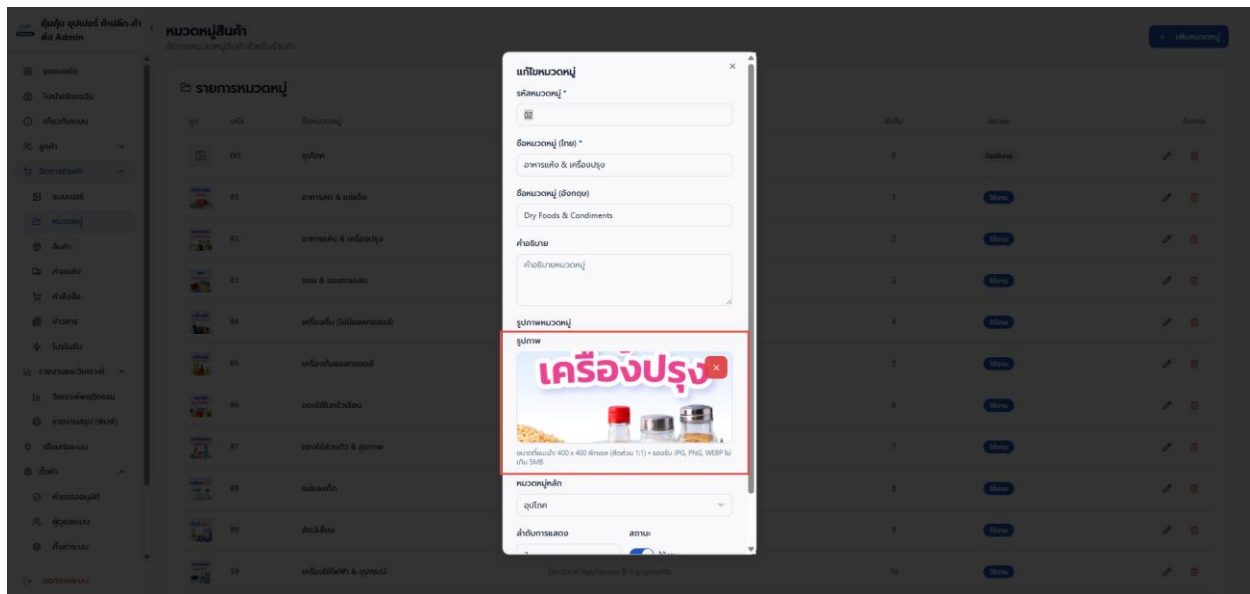
ดูอีก

ดำเนินการแสดง

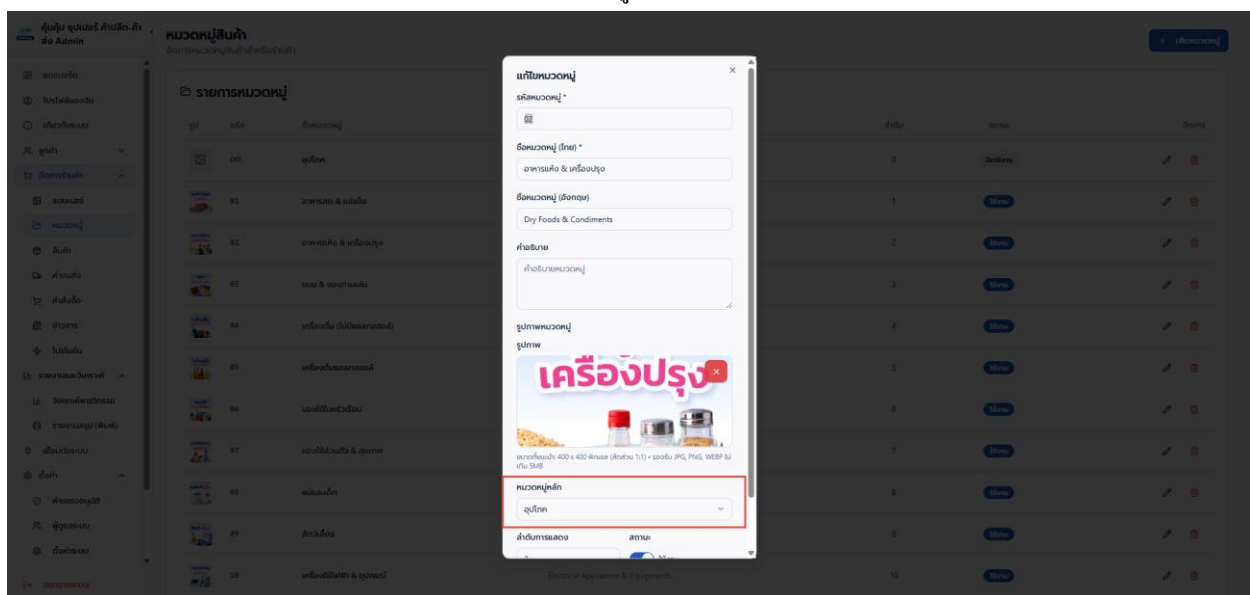
สถานะ

Electronic Appliances & Equipments

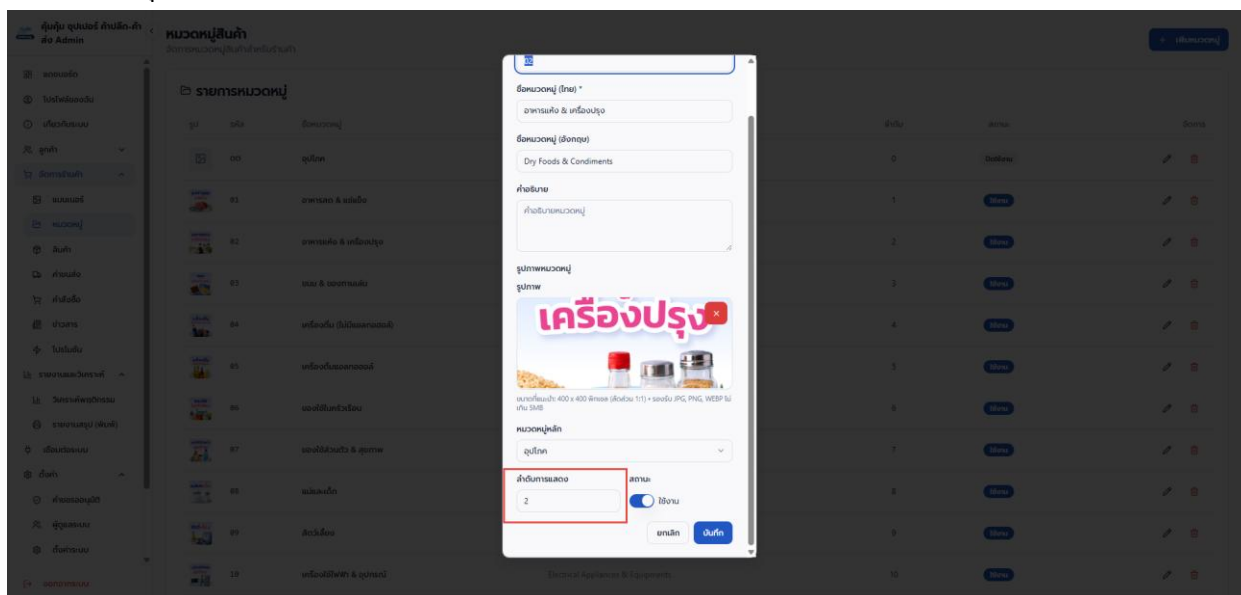
7. กด “อัปโหลด” แล้วเลือกภาพหมวดสินค้า แนะนำขนาด 400 x 400 พิกเซล หรือสัดส่วน 1:1



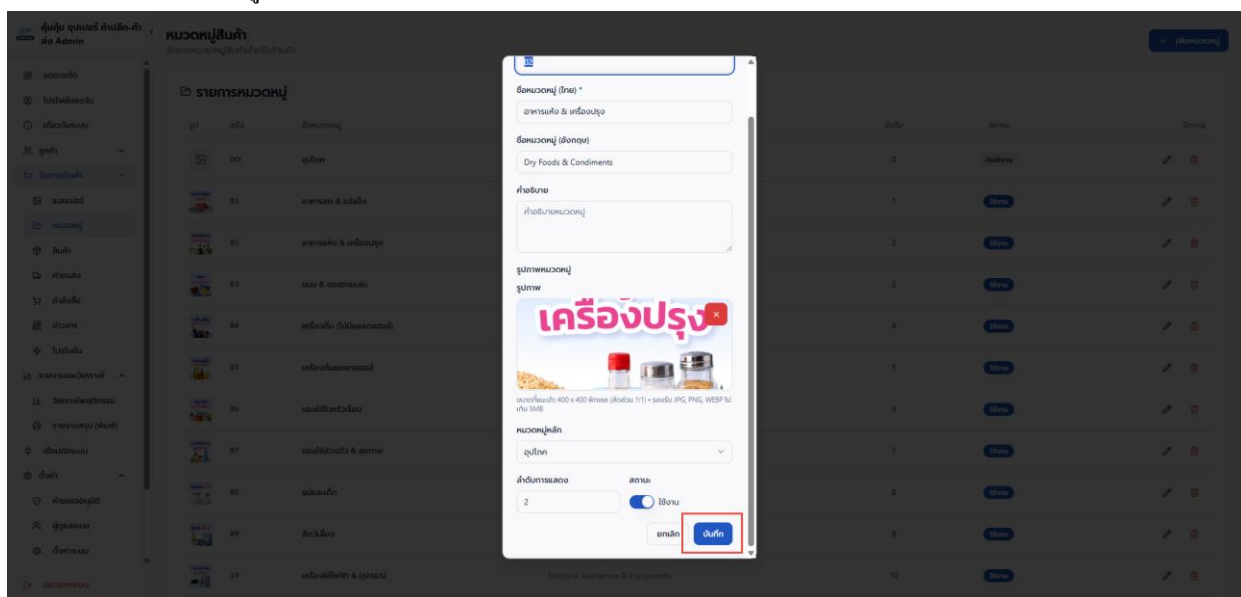
8. กรณีสร้างหมวดย่อย ให้เลือกหมวดหลักที่หมวดนี้อยู่ภายใต้



9. ระบุลำดับการแสดงผลก่อนหลังบนหน้าเว็บไซต์



10. ตรวจสอบข้อมูลครบถ้วน แล้วกด “บันทึก”



ประโยชน์

ช่วยให้ลูกค้าค้นหาสินค้าง่ายขึ้น และรายงานแยกตามหมวดได้แม่นยำ

ข้อควรระวัง

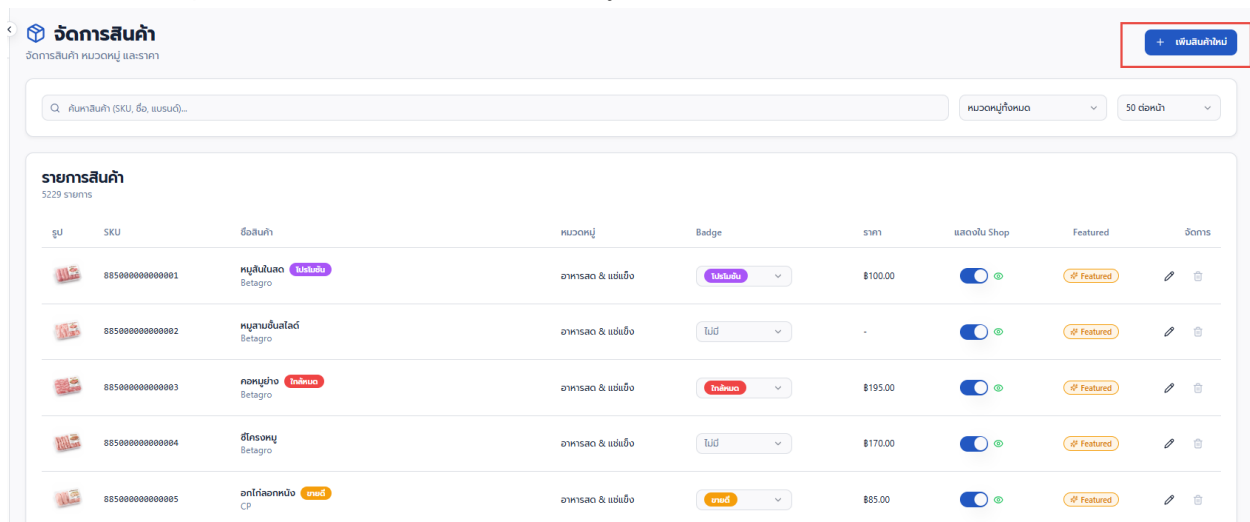
รหัสหมวด (code) ต้องไม่ซ้ำกันเพราะระบบใช้อ้างอิงกับสินค้าและไฟล์นำเข้า CSV หากตั้งซ้ำหรือเปลี่ยนภายหลังอาจกระทบข้อมูลที่ผูกอยู่

3.3 จัดการสินค้า

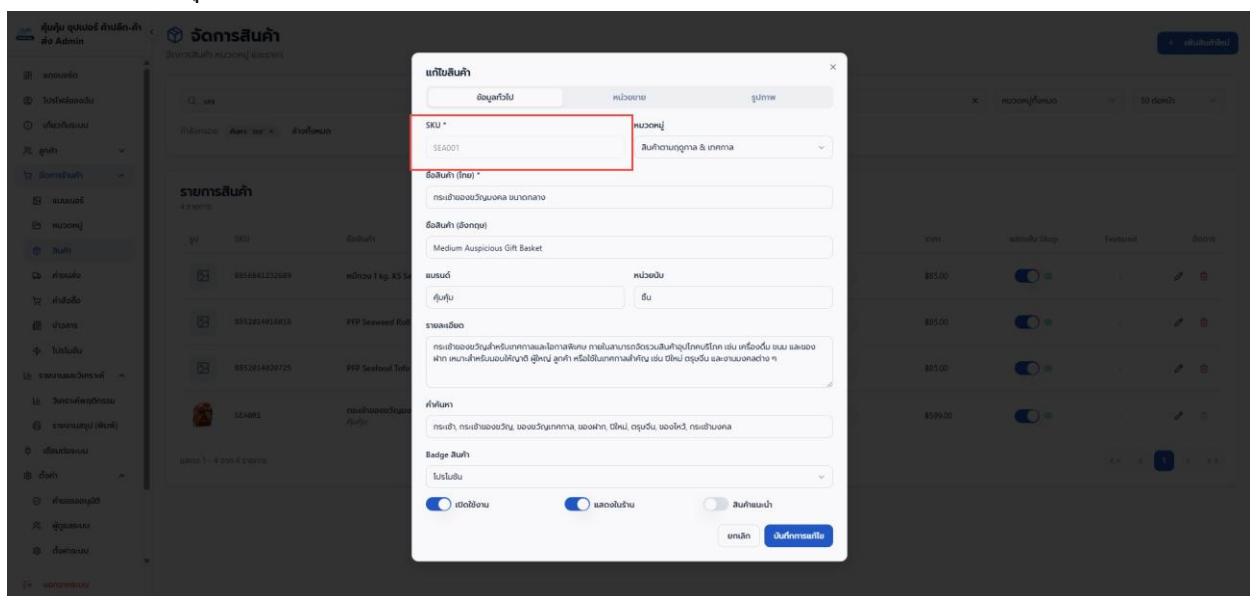
วัตถุประสงค์ : เพื่อให้เพิ่ม แก้ไข และจัดการสินค้าพร้อมตัวเลือกย่อย ราคา และรูปภาพให้พร้อมขายหน้าร้าน

ขั้นตอน

1. คลิกเมนู “สินค้า” จากแถบเมนูด้านซ้าย
2. กดปุ่ม “เพิ่มสินค้าใหม่” เพื่อเปิดหน้ากรอกข้อมูลสินค้า



3. ระบุรหัสสินค้า โดยสินค้าบนหน้าเว็บไซต์จะเรียงตามรหัสจากน้อยไปมาก



4. เลือกหมวดหมู่ที่ต้องการให้สินค้านี้แสดงอยู่

The screenshot shows the 'Edit Product' modal in the 'Manage Products' section. The 'Category' dropdown is highlighted with a red box, showing 'สินค้าตามฤดูกาล & เทศกาล' selected. The modal includes fields for SKU, Product Name, Description, Price, and various toggle switches for visibility and status.

5. กรอกชื่อสินค้าให้ครบถ้วนและใช้คำที่ลูกค้าค้นหาเข้าใจง่าย

The screenshot shows the 'Edit Product' modal in the 'Manage Products' section. The 'Product Name' field is highlighted with a red box, showing 'กระเช้าของขวัญมงคล ขนาดกลาง' entered. The modal includes fields for SKU, Product Name, Description, Price, and various toggle switches for visibility and status.

6. กรอกชื่อภาษาอังกฤษหรือข้อมูลเพิ่มเติมตามช่องที่ระบบกำหนด

แก้ไขสินค้า

SKU * SEAD01 หน่วย: ชิ้น

ชื่อสินค้า (ไทย) * กรอกรหัสบาร์โค้ด ขนาดกลาง

ชื่อสินค้า (อังกฤษ) Medium Auspicious Gift Basket

หมวดหมู่ สินค้าตามฤดูกาล & เทศกาล

สถานะ: ☒ ใช้งาน ☒ แสดงในร้าน ☐ สินค้าแนะนำ

รายละเอียด: กรอกรหัสบาร์โค้ดและรายละเอียดสินค้าตามระบบสินค้าบาร์โค้ด เช่น เครื่องรับ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก อุปกรณ์ ฯลฯ หรือใช้รหัสตามลักษณะ เช่น เสื้อผ้า อุปกรณ์ และขนาดต่างๆ

คำอธิบาย: กรอกรหัสบาร์โค้ด, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า

Badge สินค้า: โบนัส

ปุ่ม: ยกเลิก, บันทึก

7. กรอกชื่อยี่ห้อหรือแบรนด์สินค้าให้ถูกต้อง

แก้ไขสินค้า

SKU * SEAD01 หน่วย: ชิ้น

ชื่อสินค้า (ไทย) * กรอกรหัสบาร์โค้ด ขนาดกลาง

ชื่อสินค้า (อังกฤษ) Medium Auspicious Gift Basket

แบรนด์: สินค้า

หมวดหมู่: สินค้าตามฤดูกาล & เทศกาล

สถานะ: ☒ ใช้งาน ☒ แสดงในร้าน ☐ สินค้าแนะนำ

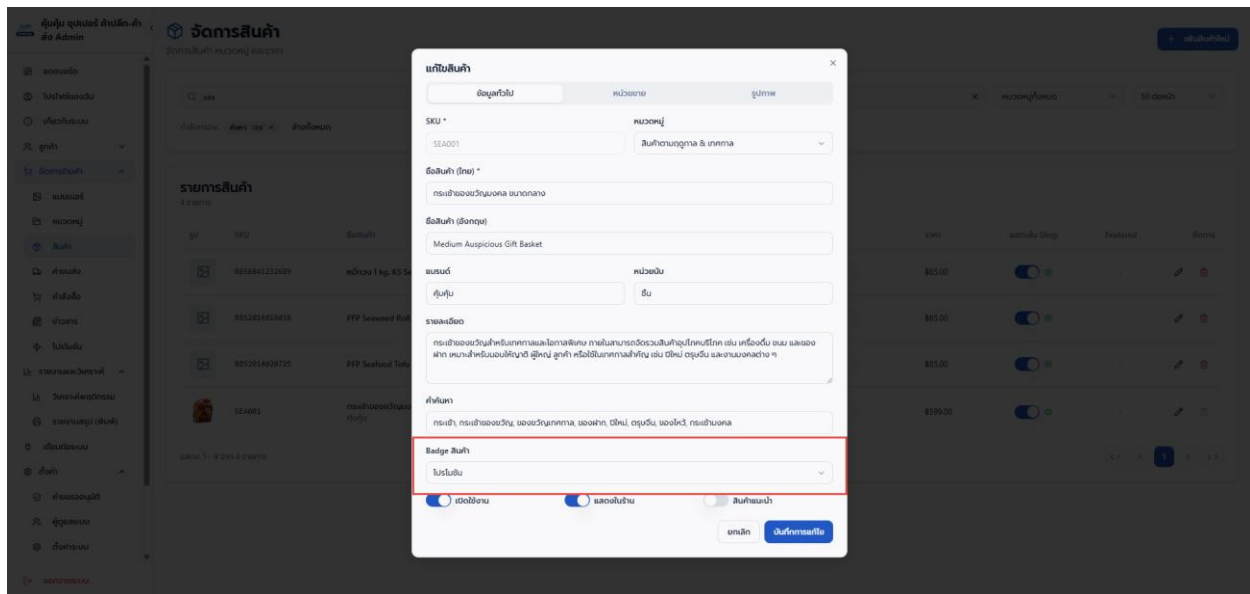
รายละเอียด: กรอกรหัสบาร์โค้ดและรายละเอียดสินค้าตามระบบสินค้าบาร์โค้ด เช่น เครื่องรับ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก อุปกรณ์ ฯลฯ หรือใช้รหัสตามลักษณะ เช่น เสื้อผ้า อุปกรณ์ และขนาดต่างๆ

คำอธิบาย: กรอกรหัสบาร์โค้ด, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า, รหัสสินค้า

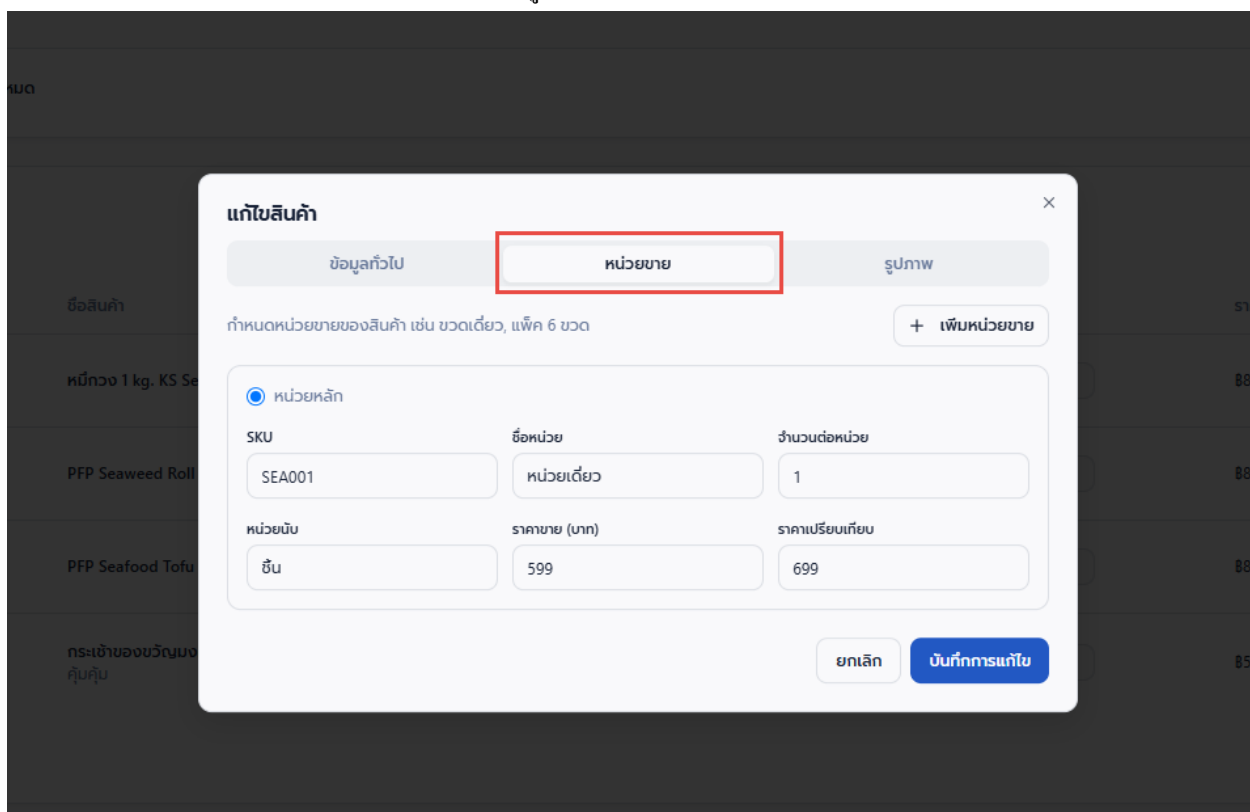
Badge สินค้า: โบนัส

ปุ่ม: ยกเลิก, บันทึก

10. เลือก Badge เพื่อแสดงสถานะสินค้า เช่น สินค้าใหม่ ขายดี หรือ โปรโมชัน



11. คลิกแถบ “หน่วยขาย” เพื่อกำหนดข้อมูลราคา



12. ระบุราคาขายสินค้า และกรอกราคาก่อนลดหากต้องการแสดงราคาปกติเพื่อเปรียบเทียบส่วนลด

แก้ไขสินค้า

ข้อมูลทั่วไป **หน่วยขาย** รูปภาพ

กำหนดหน่วยขายของสินค้า เช่น ขวดเดียว, แพ็ค 6 ขวด + เพิ่มหน่วยขาย

☒ หน่วยหลัก

SKU	ชื่อหน่วย	จำนวนต่อหน่วย
SEA001	หน่วยเดียว	1

หน่วยนับ	ราคาขาย (บาท)	ราคาเปรียบเทียบ
ชิ้น	599	699

ยกเลิก **บันทึกการแก้ไข**

13. คลิกแถบ “รูปภาพ” แล้วกด “อัปโหลด” แนะนำภาพขนาด 800 x 800 พิกเซล หรือสัดส่วน 1:1 ขนาดไม่เกิน 5MB

แก้ไขสินค้า

ข้อมูลทั่วไป หน่วยขาย **รูปภาพ**

อัปโหลดรูปสินค้า

อัปโหลดรูปภาพหรือใส่ URL

อัปโหลด ใส่ URL

ขนาดที่แนะนำ: 800 x 800 พิกเซล (สัดส่วน 1:1) • รองรับ JPG, PNG, WEBP ไม่เกิน 5MB • ใช้ปุ่ม “เปลี่ยนรูป” ต่อรูปเพื่ออัปเดตรูปภาพใหม่โดยคงรูปเดิมในระบบ (ไม่ต้องลบแถมก่อน) — คำสั่งชื่อในอیدیตัว SKU/variant ไม่ผูกกับแถมรูปโดยตรง

หลัก

ยกเลิก **บันทึกการแก้ไข**

14. ตรวจสอบข้อมูลครบถ้วน แล้วกด “เพิ่มสินค้า” เพื่อบันทึกสินค้าใหม่

ประโยชน์

มีแคตตาล็อกสินค้าที่ครบถ้วน ถูกต้อง พร้อมขาย ลดข้อผิดพลาดเรื่องราคาและสต็อกที่มักเกิดจากการจดบันทึกด้วยมือ

ข้อควรระวัง

สินค้าที่ไม่ได้เปิดสวิตช์ “แสดงในร้าน” จะไม่ปรากฏหน้าร้านแม้จะบันทึกสำเร็จแล้ว เป็นสาเหตุที่พบบ่อยเวลาสินค้าใหม่ “หายไป”

3.4 การนำเข้าข้อมูล Import CSV

วัตถุประสงค์: ถูกออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถนำข้อมูลจำนวนมากเข้าสู่ระบบได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องสร้างข้อมูลทีละรายการ ระบบรองรับการนำเข้าข้อมูลหลักของร้านค้า เช่น หมวดสินค้า สินค้า ลูกค้า และราคาสินค้า ช่วยลดระยะเวลาในการเริ่มต้นใช้งานระบบ และลดความผิดพลาดจากการบันทึกข้อมูลด้วยมือ

เมื่อศึกษาบทนี้แล้ว ผู้ใช้งานจะสามารถ

- เตรียมข้อมูลในรูปแบบ CSV ได้อย่างถูกต้อง
- นำเข้าข้อมูลเข้าสู่ระบบได้
- ตรวจสอบผลการนำเข้าข้อมูล
- แก้ไขข้อมูลที่นำเข้าไม่สำเร็จ
- อัปเดตข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว

Template download : <https://shorturl.asia/fNc3Y>

ตัวอย่างรูปแบบ

sku,name,name_en,description,brand,category_code,unit_name,unit_price,compare_price,price_list_code,image_url,image_alt,image_is_primary,is_featured

คอลัมน์ที่จำเป็น: (สามารถเตรียมข้อมูลได้จากโปรแกรม Excel)

- sku: รหัสสินค้า (unique)
- name: ชื่อสินค้าภาษาไทย

คอลัมน์เสริม:

- name_en: ชื่อภาษาอังกฤษ
- description: รายละเอียด
- brand: แบรินด์
- category_code: รหัสหมวดหมู่
- unit_name: หน่วยนับ (default: ชิ้น)
- unit_price: ราคาขายต่อหน่วย (อัปเดต price list ตาม price_list_code)
- compare_price: ราคาเปรียบเทียบ / ราคาก่อนลด (Hot price / strike price)
- price_list_code: รหัส Price List (default: DEFAULT)
- image_url: URL รูปสินค้า (https://...) จะเพิ่มใน commerce_product_images
- image_alt หรือ alt_text: คำอธิบายรูป
- image_is_primary: true/false — เป็นรูปหลัก (default: true ถ้ามี image_url)
- is_featured: true/false

*****หมายเหตุ :** กรณีเตรียมข้อมูลจาก Template Excel ต้อง Save As เป็นนามสกุล . csv (Comma delimited)

ประโยชน์

เมื่อนำเข้าข้อมูลด้วยไฟล์ CSV เป็นเครื่องมือสำหรับเพิ่มและอัปเดตข้อมูลจำนวนมากเข้าสู่ระบบ Bplus Ordering อย่างรวดเร็ว รองรับข้อมูลหลักที่จำเป็นต่อการขายออนไลน์ ได้แก่ หมวดหมู่สินค้า สินค้า ลูกค้า ราคา และรูปภาพสินค้า ช่วยลดระยะเวลาในการเตรียมข้อมูลและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการร้านค้า

ข้อควรระวัง

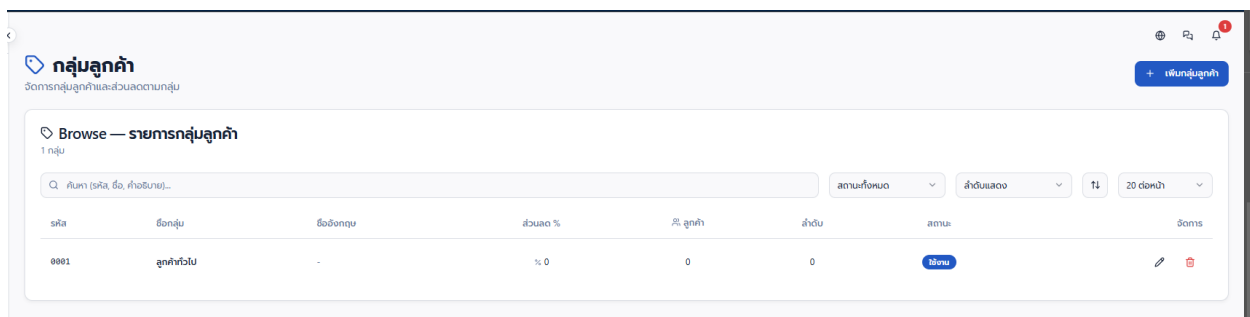
เมื่อนำเข้ารายการสินค้าที่มีรหัสในระบบแล้วระบบจะทำการอัปเดต ข้อมูลเป็นข้อมูลล่าสุด

3.5 จัดการกลุ่มลูกค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้กำหนดกลุ่มลูกค้าและราคาต่างกันตามนโยบายร้าน เช่น ราคาสำหรับร้านสาขา หรือลูกค้า VIP

ขั้นตอน

1. ไปที่เมนู ลูกค้า / กลุ่มลูกค้า
2. สร้างกลุ่มลูกค้าตามนโยบายร้าน (เช่น ลูกค้าทั่วไป, ตัวแทนจำหน่าย, VIP)
3. ผูกลูกค้าแต่ละรายเข้ากับกลุ่มที่ลูกค้าต้องการที่หน้าจัดการลูกค้า



รูปที่ 3.5: หน้าจัดการกลุ่มลูกค้า

ประโยชน์

รองรับโมเดลราคาแบบ B2B ที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มสามารถจัดโปรโมชันแยกตามกลุ่มลูกค้า โดยไม่ต้องคำนวณหรือแจ้งราคาด้วยมือ

ข้อควรระวัง

ลูกค้า 1 รายอยู่ได้เพียงกลุ่มเดียวในเวลาหนึ่ง หากจัดกลุ่มผิดจะกระทบราคาของลูกค้าเห็นทันที ควรตรวจสอบก่อนเปิดขายจริงเสมอ

3.6 ตั้งค่าค่าขนส่งและโซนจัดส่ง

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ตั้งค่านโยบายการจัดส่งให้ตรงกับรูปแบบธุรกิจของร้าน ก่อนลูกค้าเริ่มใช้งานจริง การกำหนดค่าขนส่ง

กำหนดรูปแบบและอัตราค่าจัดส่งของร้านค้า ทั้งแบบฟรีค่าจัดส่ง ฟรีเมื่อซื้อครบ และคิดค่าจัดส่งตามเงื่อนไขรูปแบบที่รองรับ เช่น

- ไม่คิดค่าขนส่ง
- ค่าขนส่งคงที่ (Flat Rate)
- ค่าขนส่งตามยอดสั่งซื้อ
- ค่าขนส่งตามพื้นที่จัดส่ง

ขั้นตอน

1. คลิกเมนู จัดการร้านค้า / “ค่าขนส่ง” จากแถบเมนูด้านซ้าย
2. เลือกฟรีค่าจัดส่งทุกกรณี ใช้เมื่อต้องการให้ทุกคำสั่งซื้อ ไม่มีค่าจัดส่ง

ตั้งค่าการขนส่ง
จัดการการจัดส่งและโซนการจัดส่ง

การตั้งค่าการจัดส่ง
กำหนดวิธีการคำนวณค่าจัดส่งสำหรับคำสั่งซื้อ

ขั้นตอนที่ 1: เลือกวิธีการจัดส่ง

☒ ฟรีค่าจัดส่งทุกกรณี
ไม่คิดค่าจัดส่งไม่ว่ายอดสั่งซื้อจะเท่าไร

☐ ฟรีค่าจัดส่งเมื่อซื้อครบตามเกณฑ์
ฟรีค่าจัดส่งเมื่อยอดสั่งซื้อถึงเกณฑ์ที่กำหนด ถ้าไม่ถึงจะคิดค่าจัดส่ง

☐ คิดค่าจัดส่งทุกกรณี
คิดค่าจัดส่งไม่ว่ายอดสั่งซื้อจะเท่าไร

ตัวคูณค่าจัดส่งด้วย
1.5 (ถ้า (สินค้า 1.5 = ค่าส่งด้วย 1.5 เท่าของค่าส่งปกติ))

บันทึกการตั้งค่า

4. เลือกคิดค่าจัดส่งทุกกรณี ใช้เมื่อต้องการให้ระบบคิดค่าจัดส่งไม่ว่าขอส่งซื้อเท่าใด

๘ ตั้งค่าการขนส่ง

จัดการคำสั่งส่งและเงื่อนไขการจัดส่ง

🏠 การตั้งค่าคำสั่งส่ง

กำหนดวิธีการคำนวณค่าจัดส่งสำหรับร้านค้า

ขั้นตอนที่ 1: เลือกในการคิดค่าจัดส่ง

☐

ฟรีค่าจัดส่งทุกราย
ไม่คิดค่าบริการส่งไม่ว่าของสิ่งใดจะเท่าไร

☒

ฟรีค่าจัดส่งเมื่อครบตามเกณฑ์
ฟรีค่าจัดส่งเมื่อยอดสั่งซื้อถึงเกณฑ์ที่กำหนด ถ้าไม่ถึงจะคิดค่าจัดส่ง

☒

คิดค่าจัดส่งทุกราย
คิดค่าจัดส่งไม่ว่าของสิ่งใดจะเท่าไร

ขั้นตอนที่ 2: วิธีคิดค่าจัดส่ง

☒ เหน้จำนวนที่ซื้อ
คิดค่าจัดส่งเท่ากับทุกสิ่งสิ่งใด

ค่าจัดส่ง

100 บาท

5.1 ตามพื้นที่จัดส่ง ใช้ในกรณีแยกค่าจัดส่งตามพื้นที่ๆกำหนด
โดยโปรแกรมสามารถกำหนดเป็นจังหวัด หรือแต่ละอำเภอได้

บทที่ 3 Shop Owner / ผู้จัดการร้าน 3-19

5.2 เพิ่มโซนจัดส่ง กดปุ่ม “เพิ่มโซน” เพื่อกำหนดพื้นที่จัดส่งใหม่

ตามพื้นที่จัดส่ง
คิดค่าจัดส่งตามจังหวัด/อำเภอของผู้รับ

ค่าจัดส่งเริ่มต้น (กรณีไม่พบพื้นที่ตามเงื่อนไขกำหนด)

ค่าส่งปกติ 50 บาท ค่าส่งด่วน 100 บาท

ตัวคูณค่าจัดส่งด่วน
1.5 เท่า (เช่น 1.5 = ค่าส่งด่วน 1.5 เท่าของค่าส่งปกติ)

[บันทึกการตั้งค่า](#)

โซนค่าจัดส่ง
กำหนดค่าจัดส่งตามพื้นที่

[+ เพิ่มโซน](#)

จังหวัด	อำเภอ	ค่าส่งปกติ	ค่าส่งด่วน	
กรุงเทพมหานคร	ทั้งจังหวัด	\$50	\$80	แก้ไข ลบ
กาญจนบุรี	เมืองกาญจนบุรี	\$150	\$200	แก้ไข ลบ
กาฬสินธุ์	ภูมโนราญ	\$50	\$100	แก้ไข ลบ
กำแพงเพชร	คลองลาน	\$60	\$100	แก้ไข ลบ

5.3 เลือกจังหวัด เลือกจังหวัดที่ต้องการกำหนดอัตราค่าจัดส่ง

แก้ไขโซนค่าจัดส่ง

จังหวัด *

กรุงเทพมหานคร

อำเภอ (ว่างไว้ = ทั้งจังหวัด)

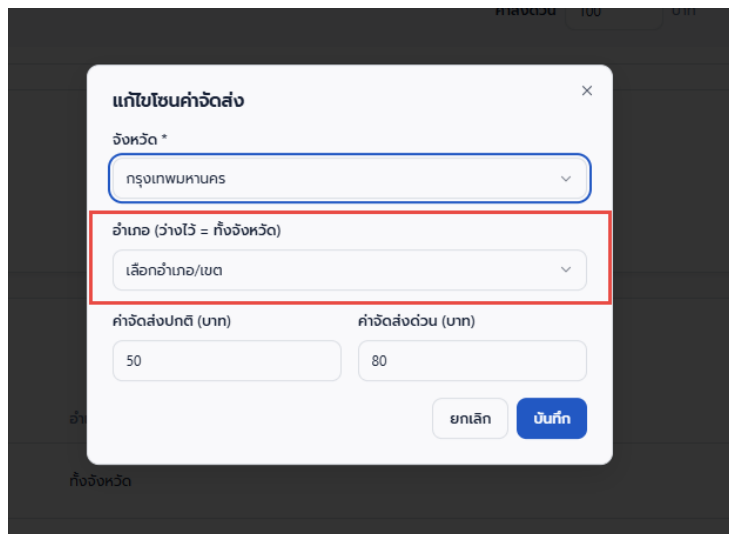
เลือกอำเภอ/เขต

ค่าจัดส่งปกติ (บาท) ค่าจัดส่งด่วน (บาท)

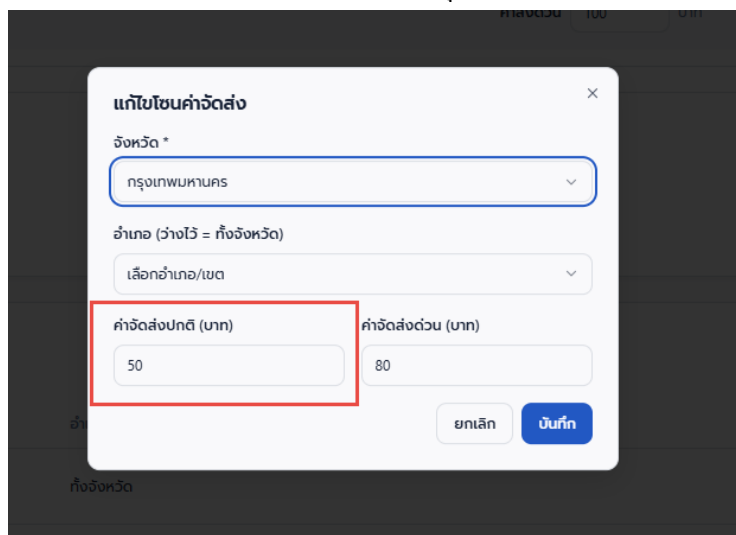
50 80

[ยกเลิก](#) [บันทึก](#)

5.4 เลือกอำเภอหรือป่อย่าง เลือกอำเภอหากต้องการกำหนดค่าจัดส่งเฉพาะเขต
หรือป่อย่างเพื่อใช้ระดับจังหวัด



5.5 กำหนดค่าส่งปกติและค่าส่งด่วน ระบุอัตราค่าส่งปกติและอัตราค่าส่งด่วนตามที่ร้านค้ากำหนด



5.6 ตรวจสอบเงื่อนไขและตัวเลขให้ถูกต้อง แล้วกด “บันทึก”

แก้ไขโซนจัดส่ง

จังหวัด *

กรุงเทพมหานคร

อำเภอ (วางไว้ = กิ่งจังหวัด)

เลือกอำเภอ/เขต

จัดส่งปกติ (บาท)

50

จัดส่งด่วน (บาท)

80

ยกเลิก บันทึก

ประโยชน์

ลูกค้าเห็นค่าจัดส่งที่ถูกต้องตั้งแต่หน้าตะกร้า ลดข้อพิพาทเรื่องค่าส่งหลังสั่งซื้อ และรองรับนโยบายราคาที่ซับซ้อนได้โดยไม่ต้องคำนวณเอง

ข้อควรระวัง

หากตั้งค่าโซนไม่ครบทุกพื้นที่ที่ร้านให้บริการ ลูกค้าในโซนที่ไม่ได้ตั้งค่าอาจเห็นค่าส่งผิดพลาดหรือไม่สามารถสั่งซื้อได้ ควรตรวจสอบให้ครอบคลุมก่อนเปิดขายจริง

3.7 จัดการข้อมูลลูกค้า Commerce

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ดูแลข้อมูลลูกค้า ที่อยู่จัดส่ง และโปรไฟล์ใบกำกับภาษีให้ถูกต้อง พร้อมรองรับคำขอแก้ไขจากลูกค้า

ขั้นตอน

1. ไปที่เมนู ลูกค้า / “รายการลูกค้า” เพื่อดูรายชื่อลูกค้า Commerce ทั้งหมด
2. คลิกลูกค้ารายที่ต้องการเพื่อตรวจสอบหรือแก้ไขข้อมูล เช่น กลุ่มลูกค้า ที่อยู่ ข้อมูลใบกำกับภาษี

3. หากเปิดใช้ฟีเจอร์คำขอแก้ไขข้อมูล (Customer Requests) ให้ตรวจสอบและอนุมัติคำขอจากลูกค้าที่หน้า / คำขอแก้ไขข้อมูล

ประโยชน์

ข้อมูลลูกค้าถูกต้องและเป็นปัจจุบัน ลดปัญหาที่อยู่จัดส่งผิดหรือข้อมูลใบกำกับภาษีไม่ครบเมื่อถึงเวลาจัดส่งจริง

ข้อควรระวัง

การแก้ไขกลุ่มลูกค้าหรือข้อมูลราคามีผลต่อสิทธิการเห็นราคาของลูกค้าโดยตรง ควรตรวจสอบให้แน่ใจก่อนบันทึกการเปลี่ยนแปลง

3.8 ภาพรวมคำสั่งซื้อและใบกำกับภาษี

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้จัดการร้านตรวจสอบคำสั่งซื้อที่เข้ามา และเข้าใจว่าข้อมูลใบกำกับภาษีในระบบใช้งานอย่างไร

ขั้นตอน

1. ไปที่เมนู คิวงานปฏิบัติงาน / “คำสั่งซื้อทุกสถานะ” ใช้ตัวกรองค้นหาตามสถานะ วันที่ หรือประเภทจัดส่ง

เลขที่	ลูกค้า	จากที่ไหน	เข้าเงินเมื่อ	สถานะ	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1782443244340-7DCDC8E	ศิริก	ลูกค้าส่ง (CASH)	26/06/2569 10:07	รอรับ	99.00	รอรับเงิน	เปิด Log
#ORD-178402020193-ASADACEF	สมพรวิมลสิ่งขาย	ลูกค้าส่ง (CASH)	14/07/2569 16:10	เงินสด	3,702.00	รอรับเงิน	เปิด Log
#ORD-1784020216388-38FD70F8	ศิริกศิริก สิ่งขาย	ลูกค้าส่ง (CASH)	14/07/2569 16:10	เงินสด	453.00	รอรับเงิน	เปิด Log
#ORD-1784020396652-90737228	ประวิทย์ เจริญ	ลูกค้าส่ง (CASH)	14/07/2569 16:13	เงินสด	233.00	รอรับเงิน	เปิด Log
#ORD-1784100544172-0F8D37C3	ประวิทย์ เจริญ	ลูกค้าส่ง (CASH)	15/07/2569 14:29	เงินสด	795.00	รอรับเงิน	เปิด Log

2. คลิกออเดอร์เพื่อดูรายละเอียดที่ ปุ่มเปิด ตรวจสอบรายการสินค้า ยอดเงิน ข้อมูลจัดส่ง และหลักฐานชำระเงิน

3. หากลูกค้าขอใบกำกับภาษี ตรวจสอบความถูกต้องของชื่อบริษัท เลขผู้เสียภาษี และที่อยู่บนหน้าออเดอร์ ก่อนนำไปออกใบกำกับจริง
4. เปลี่ยนสถานะออเดอร์ตามลำดับ (pending → confirmed → processing → shipped → delivered) ตามความคืบหน้าจริง

ประโยชน์

เห็นภาพรวมออเดอร์ทั้งหมดในทีเดียว และมีข้อมูลใบกำกับภาษีอ้างอิงพร้อมสำหรับส่งต่อฝ่ายบัญชี ลดความผิดพลาดจากการพิมพ์ข้อมูลใหม่

ข้อควรระวัง

ระบบ Ordering เก็บข้อมูลใบกำกับภาษีไว้ “อ้างอิง” เท่านั้น ไม่ได้ออกเลขที่ใบกำกับอัตโนมัติแทนโปรแกรมบัญชี ยกเว้นองค์กรมีการต่อยอดพิเศษ อย่าเข้าใจผิดว่าระบบนี้คือโปรแกรมออกใบกำกับภาษี

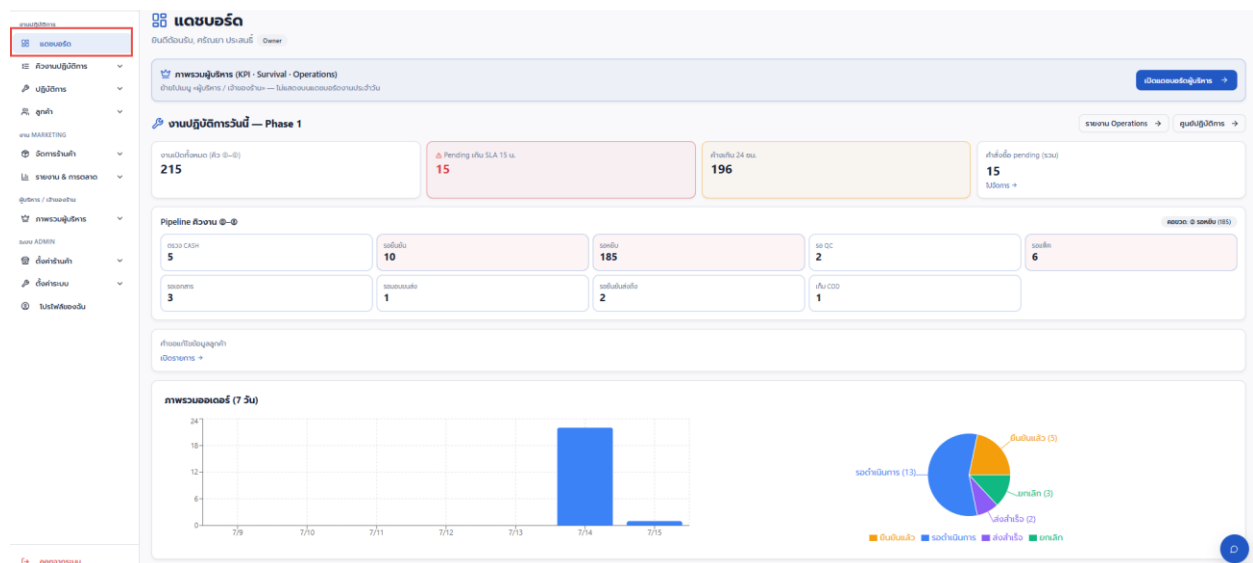
3.9 ดูแดชบอร์ดร้านและรายงานยอดขาย

1. วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้จัดการร้านสรุปรายงานประจำวันและติดตามผลยอดขายผ่านรายงานที่ระบบจัดเตรียมไว้

2. ขั้นตอน

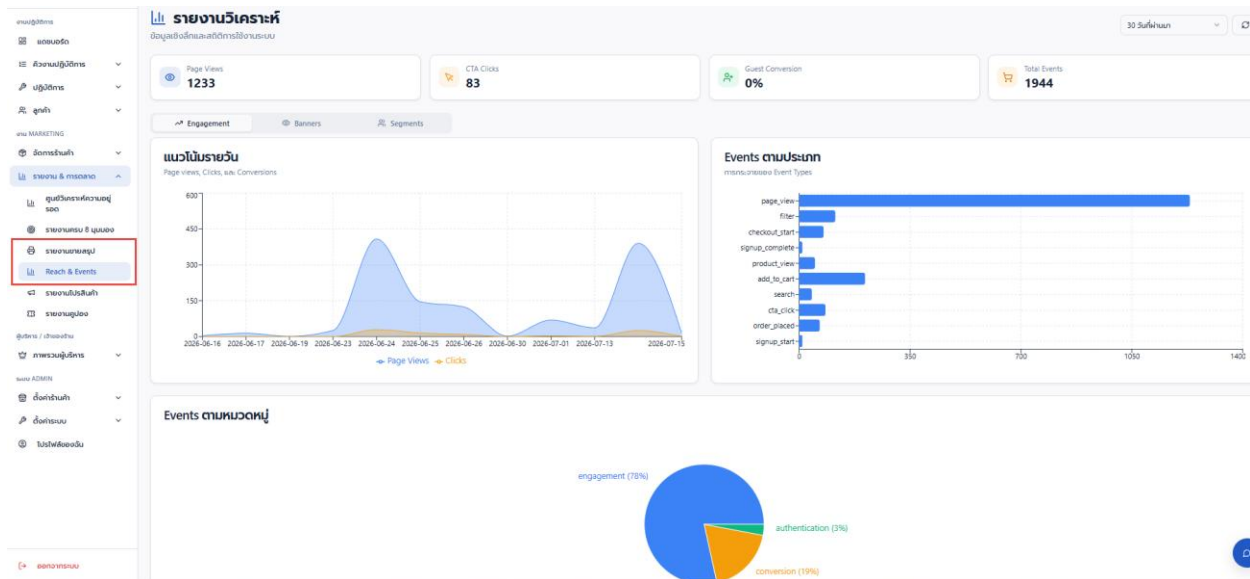
1. ทุกสัปดาห์ เข้าแดชบอร์ดหลัก เพื่อดูภาพรวมออเดอร์และสมาชิกวันนี้



2. ไปที่คิวนานปฏิบัติงาน / คำสั่งซื้อทุกสถานะ / กรองสถานะ เพื่อได้ใช้ค็อคเคอร์ที่ยังค้าง

เลขที่สั่งซื้อ	วันที่	ลูกค้า	สถานะ	ยอดรวม	การชำระเงิน
ORD-1771661641318-OF89H	21/02/2569 15:14	พิชัย 0806236345	ชำระเงินแล้ว	420.00	ชำระแล้ว
ORD-1771662658983-8Q03CO	21/02/2569 15:20	พิชัย 0806236345	ชำระเงินแล้ว	420.00	ชำระแล้ว

3. ไปที่ รายงาน & การตลาด / Reach & Event และ รายงานขายสรุปเพื่อดูพฤติกรรมกรเข้าเว็บและยอดขายสรุปแบบพิมพ์ได้ (ยอดขาย/SKU/สมาชิก)



4. ทำ Checklist ก่อนปิดร้าน/ปิดกะ: ออเดอร์ที่ต้องส่งวันนี้อัปเดตเป็น ส่งจัดส่งแล้ว, ออเดอร์รอชำระได้รับการอัปเดตสถานะ, ปัญหาที่อยู่/ใบกำกับถูกจัดการหรือส่งต่อฝ่ายบัญชี

สถานะปิดรายวัน (ตามวันที่สร้างคำสั่งซื้อ)

ช่วง 2026-07-09 ~ 2026-07-15 (ในวันงาน B/L (ยอดเหลือจากงานเย็น))

• ช่วงนี้ยังถือว่าขายได้คือมีสินค้าในมือ(B/L) หรือเงินอยู่ทาง bank-online

• วันที่ลูกค้ารับของตาม cancel_date / cancel_time / shipped_at / delivered_at โดยไม่ B/L จาก datestamp (หรือOrderId)

• เมื่อจบกระบวนการแล้วจะ สถานะเป็นปิดด้วยเหตุผลคือ no workdayทำงาน

23	20	3	5	2	ยอดรวมเงิน 21,875.45	ยอดไม่รวมภาษี 20,952.40	ชำระแล้ว (paid_amount) 1,462.00						
บาทไทยคงเหลือ	บาทไทย (ยังไม่ปันคืน + ยังปันแล้ว)	บาทไทย (สถานะปิดด้วย)	คำสั่งซื้อ (ยังไม่ปันคำสั่งซื้อด้วย)	คำสั่งซื้อ (ยังไม่ปันคำสั่งซื้อด้วย)									
วันที	สร้างที่มอบ	ไม่มาเลิก	ยังไม่ปันคืน	หลังปันคืน	ค้างส่ง	จัดส่ง/สำเร็จ	ยกเลิก	ยอดรวม	ยอดไม่รวมภาษี	ยอดที่ค้างส่ง	ยอดจัดส่ง/สำเร็จ	ยอดยกเลิก	ชำระแล้ว
2026-07-09	0	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2026-07-10	0	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2026-07-11	0	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2026-07-12	0	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2026-07-13	0	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2026-07-14	22	19	12	7	5	2	3	21,080.45	20,157.40	4,156.10	979.00	923.05	1,462.00
2026-07-15	1	1	1	0	0	0	0	795.00	795.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ประโยชน์

มีกระบวนการปิดงานประจำวันที่เป็นระบบ ตลอดจนเครื่องคั่นข้ามคืน และมีข้อมูลยอดขายพร้อมใช้ตัดสินใจวันถัดไป

ข้อควรระวัง

ควรทำ Checklist ปิดร้านทวันอย่างสม่ำเสมอ

การข้ามขั้นตอนนี้เป็นสาเหตุที่พบบ่อยของออเดอร์ตกค้างข้ามวันโดยไม่มีใครสังเกตเห็น

บทนี้สำหรับทีมการตลาด (MARKETING) ครอบคลุมงานสร้างโปรโมชัน คู่มือ แบนเนอร์ แคมเปญข้อความ การดูแลลูกค้าผ่าน CRM In-App Chat และ Chatbot รวมถึงการวิเคราะห์ผลลัพธ์ทางการตลาดเมื่อศึกษาบทนี้แล้ว

- จัดการแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์
- เพิ่มและแก้ไขข่าวสารประชาสัมพันธ์
- สื่อสารข้อมูลสำคัญไปยังลูกค้า
- โปรโมทสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการขาย
- เพิ่มการเข้าถึงสินค้าและบริการ
- สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดขององค์กร

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทีมการตลาดสร้างและจัดการโปรโมชั่นสินค้า เช่น Flash Sale หรือส่วนลดตามจำนวน

1. ไปที่เมนู จัดการร้านค้า / “โปรโมชั่นสินค้า”


โปรโมชั่นสินค้า (Line Promotion)

ดูโปร (ใหม่)

+ สร้างโปรใหม่

ภาพพัฒนา SKU — Flash Sale, ลดราคา, ลดตามจำนวน · ค่าตัวรายการ server ขณะเสร็จ/checkout

ค้นหา / กรอง

กรองตามรหัส QR โปรโมท ช่วงเวลา สถานะ:

รหัสตามโปร

ค้นหาชื่อ...

ประเภท

สถานะ

ช่วงเวลา — ถึง

ช่วงเวลา — ถึง

ดูตาม:

vv/dd/yyyy

vv/dd/yyyy

รายการแคมเปญ

4 รายการ

ค้นหา 20

รหัส / ชื่อ	ประเภท	ช่วงเวลา	สถานะ	SKU	จัดการ
ลดตามจำนวน P5282600-00001	ลดตามจำนวน	01/07/2569 00:00 → 02/07/2569 00:00	Active	2	 
หมู่สินค้าลดราคา P5282607-00001	ลดราคา	01/07/2569 00:00 → 30/07/2569 00:00	Active	1	 
ส่วนลดแบบลดเปอร์เซ็นต์ P5282608-00001	Flash Sale	01/07/2569 00:00 → 31/07/2569 00:00	Paused	1	 
ลดตาม P5282606-00001	Flash Sale	01/07/2569 00:00 → 31/07/2569 00:00	Active	1	 

2. กด “สร้างโปรโมชั่น” เลือกประเภท เช่น Flash Sale, ลดราคา, ลดตามจำนวนซื้อ

โปรโมชั่นสินค้า (Line Promotion)
ราคาพิเศษต่อ SKU — Flash Sale, ลดราคา, ลดตามจำนวนซื้อ · จำนวนราคาที่ server ตอนตะกร้า/checkout

ดูบอกร (ท้ายบิล) **+ สร้างโปรโมชั่น**

ค้นหา / กรอง
กรองตามรหัส ชื่อ ประเภท ช่วงเวลา และสถานะ

รหัสแคมเปญ: ชื่อแคมเปญ: ประเภท:

สถานะ: ช่วงเวลา - ตั้งแต่: ช่วงเวลา - ถึง:

2.1 เลือกประเภท เช่น Flash Sale, ลดราคา, ลดตามจำนวนซื้อ

สร้างโปรโมชั่นใหม่
แสดงเฉพาะข้อมูลที่เป็นไปตามประเภทแคมเปญ

ประเภทแคมเปญ
เลือกประเภทก่อนกรอกรายละเอียด — หลังบันทึกครั้งแรกจะแก้ไขประเภทไม่ได้

Flash Sale
กำหนดราคาพิเศษต่อ SKU ในช่วงเวลา

ลดตามจำนวน
ซื้อครบจำนวน → ได้ส่วนลด % หรือราคา/ชิ้น

Mix & Match
เลือกซื้อสินค้าในโปรให้ครบจำนวนหรือมูลค่า — ลด %/บาท ดังที่แคมเปญ

Reorder
ราคาพิเศษเมื่อลูกค้าได้ซื้อถึงรอบสั่งซื้อ

ลดราคา
ลด % หรือลดบาทต่อ SKU

ซื้อ X แถม Y
ซื้อ X ชิ้น แถม Y ชิ้น (ของแถม)

ชุดสินค้า (Bundle)
ซื้อครบชุดตาม SKU/จำนวน — ราคาชุดเดียว ป็นราคา ERP ตามมูลค่า

Rebate - Coupon
สะสมยอดซื้อ — ครบเป้าออกคูปอง (ไม่ลดราคาบรรทัด)

กำหนดรหัส ชื่อ ช่วงเวลา และรูป — ราคาโปรระบุต่อ SKU ในแท็บถัดไป

3. กำหนดรายละเอียดสินค้าที่เข้าร่วม ช่วงเวลาเริ่ม-สิ้นสุด และเงื่อนไขส่วนลด

ข้อมูลทั่วไป
สินค้าในโปร (1)

ข้อมูลพื้นฐาน

รหัสแคมเปญ *

FS202606-00001

เลือก

ชื่อแคมเปญ *

ลดพิเศษ

Running: ตัวอย่างประเภท + ปี(เดือน + สัปดาห์ 5 หลัก (เช่น FS202606-00001))

รายละเอียด (แสดงหน้าลูกค้า)

ลดขั้นต่ำ ราคาพิเศษ

สถานะ:

Active

ต้นทุนการลดแคมเปญ (บาท)

300000

ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดที่เกี่ยวกับแคมเปญนี้ (เช่น ค่าโฆษณา ค่าตัวเชื่อมต์ ค่าออกแบบ) — ไม่ใช้ ราคาสินค้าและไม่ใช่ส่วนลดที่ลูกค้าใช้จำนวน ROI ในรายงาน Insights หากไม่มีให้ใส่ 0

เริ่ม *

01/07/2569

00:00

31/07/2569

00:00

01/07/2569 00:00 : เก็บเป็นเวลาไทย (UTC+7)

31/07/2569 00:00 : เก็บเป็นเวลาไทย (UTC+7)

บันทึกข้อมูลแคมเปญ

บันทึกหัวแคมเปญก่อน แล้วไปเพิ่มสินค้าในแถบถัดไป — สถานะ Draft บันทึกได้โดยยังไม่มีสินค้า

รูปภาพ

รูปภาพ

← แก้ไขโปรโมชัน
แสดงเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเภทแคมเปญ

ประเภทแคมเปญ

ประเภทถูกเลือกแล้วแล้ว — คือการประกาศสินค้าที่ลดราคาแบบทันที

Flash Sale

เลือกแล้ว

กำหนดรหัส ชื่อ ช่วงเวลา และรูป — ราคาโปรจะอยู่ 50% ในพื้นที่ถัดไป

ข้อมูลทั่วไป

สินค้าในโปร (1)

สินค้าในโปร

ชื่อ SKU: หรือ **ราคาขาย (บาท)** และ **ราคาเปรียบเทียบ (บาท)** — ใช้คำนวณส่วนลด % / จำนวนบาทที่ลด

กด **ค้นหาและเพิ่มสินค้า** เพื่อเพิ่มสินค้ามาลง — เมื่อเพิ่มแล้วสินค้าที่รายการนี้จะยังไม่มีที่

กด **ลบ** เพื่อลบสินค้าออกจากโปร

บันทึกโปร

ค้นหาและเพิ่มสินค้า

8850154000027 — น้ำดื่มรสผลไม้ 250ml

ราคาขาย (บาท)

ราคาเปรียบเทียบ (บาท)

Max qty/order

9

17

6

ส่วนลด 88.00 (47%)

บันทึกรายการ

บันทึกสินค้าที่ลดลงในโปร

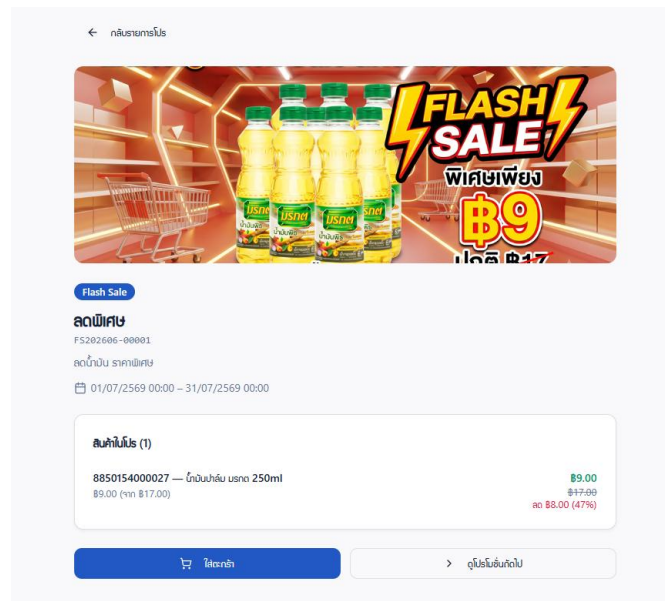
MNSP14-99

แก้ไขครั้งที่ 0 : 01/08/69

บทที่ 4 Marketing

4-3

4. เผยแพร่โปรโมชัน แล้วตรวจสอบที่หน้าร้านจริงว่าแสดงผลและคำนวณราคาถูกต้อง



คำอธิบายฟิลด์ฟอร์มสร้างโปรโมชันสินค้า

1. ข้อมูลพื้นฐาน

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
ชื่อโปรโมชัน	ชื่อเรียกภายในสำหรับทีมงาน ใช้ค้นหาและอ้างอิงในรายงาน	ตั้งชื่อให้สื่อถึงแคมเปญและช่วงเวลา (เช่น “Flash Sale กรกฎาคม 2569”) เพื่อให้ค้นหาย้อนหลังง่าย
ประเภทโปรโมชัน	เลือก 1 ใน 3: Flash Sale / ลดราคา / ลดตามจำนวน	ประเภทมีผลต่อ “ลำดับความสำคัญ” เมื่อสินค้าขึ้นเคียวเข้าเงื่อนไขหลายโปรพร้อมกัน ระบบจัดลำดับ Flash → ลดตามจำนวน → ลดราคา โดยให้โปรที่มีลำดับสูงกว่าเล่นก่อน
สถานะเปิดใช้งาน	สวิตช์เปิด/ปิดโปรโมชัน	โปรที่ปิดสถานะจะไม่ทำงานแม้อยู่ในช่วงเวลาที่ตั้งไว้ — เป็นสาเหตุที่พบบ่อยเวลาโปรโมชัน “ไม่ขึ้นราคาลด” ทั้งที่ตั้งค่าถูกต้อง

2. ช่วงเวลาโปรโมชัน

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
วันที่เริ่มต้น / สิ้นสุด	ช่วงเวลาโปรโมชันมีผล	กรอกเป็นเวลาประเทศไทย (UTC+7) ระบบแปลงเก็บเป็น UTC ภายในให้อัดโนมตี ตรวจสอบให้ตรงกับแผนแคมเปญจริงก่อนบันทึก โดยเฉพาะเวลาเที่ยงคืนที่มักคลาดเคลื่อน 7 ชั่วโมงหากเข้าใจผิด

3. ขอบเขตสินค้าที่ร่วมรายการ (Scope)

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
ระดับขอบเขต	เลือกว่าโปรครอบคลุมนสินค้าทั้งหมด เฉพาะหมวดหมู่ หรือเฉพาะสินค้าที่จะจาง	ยิ่งจะจางขอบเขตแคบเท่าไร ยิ่งควบคุมงบประมาณส่วนลดได้ดีขึ้น แนะนำหลีกเลี่ยงการเลือก “ทั้งหมด” สำหรับโปรที่ลดสูง เพราะกระทบกำไรรวมทั้งร้าน
รายการสินค้า/หมวดหมู่	รายการที่เลือกไว้จริงในขอบเขตนั้น	สินค้าที่ไม่ได้เลือกไว้จะไม่ได้รับส่วนลด แม้ลูกค้าจะซื้อพร้อมกันในบิลเดียวกับสินค้าที่ร่วมรายการ

4. เงื่อนไขและมูลค่าส่วนลด (ตามประเภทที่เลือก)

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
Flash Sale — ราคา/ส่วนลดพิเศษ	กำหนดราคาพิเศษต่อชิ้น หรือเปอร์เซ็นต์ส่วนลด ในช่วงเวลาสั้น	ลำดับความสำคัญสูงสุด ชนะโปรประเภทอื่นเสมอเมื่อเข้าเงื่อนไขพร้อมกัน เหมาะกับกระตุ้นซื้อเร่งด่วน ไม่ควรตั้งช่วงเวลานานเกินไปจนเสียความหมาย “Flash”
ลดตามจำนวน — เกณฑ์ขั้นต่ำ	จำนวนซื้อขั้นต่ำที่ได้รับส่วนลด อาจตั้งได้หลายชั้น (Tier)	เป็นประเภทที่ทีมธุรกิจ B2B ให้ความสำคัญรองจาก Flash Sale เหมาะกับกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อจำนวนมากขึ้นต่อบิล ควรตั้งเกณฑ์ให้สอดคล้องกับหน่วยบรรจุจริงของสินค้า (เช่น ชกลัง)
ลดราคา — เปอร์เซ็นต์/จำนวนเงิน	ลดราคาสินค้าโดยตรง ไม่ผูกกับจำนวนซื้อ	ลำดับความสำคัญต่ำสุดในบรรดา 3 ประเภท หากสินค้าเข้าเงื่อนไข Flash Sale หรือลดตามจำนวนพร้อมกัน โปรลดราคาจะไม่ถูกใช้

5. กติกาสำคัญที่มีผลต่อทุกโปรโมชัน

1 รหัสสินค้า ได้รับส่วนลดจากโปรโมชันเดียวกันเท่านั้น — ระบบเลือก “ลำดับที่มาก่อน”
 ต่อบรรทัดสินค้าอัตโนมัติตามลำดับความสำคัญของประเภท ไม่มีการซ้อนราคาหลายโปรในบรรทัดเดียวกัน

หากออเดอร์มีโปรโมชันระดับสินค้า (ไม่ว่าประเภทใด) อยู่แค่เพียง 1 บรรทัด ลูกค้าจะใช้คูปองท้ายบิลไม่ได้ในออเดอร์นั้น (กติกา
 Coupon) — ควรแจ้งทีม CRM และหน้าร้านให้สื่อสารกับลูกค้าให้ชัดเจนก่อนเปิดแคมเปญ

ประโยชน์

กระตุ้นยอดขายด้วยแคมเปญที่ตั้งเวลาและเงื่อนไขได้เอง
 ระบบคำนวณราคาส่วนลดให้อัตโนมัติโดยไม่ต้องพึ่งพนักงานคีย์ราคาด้วยมือ

ข้อควรระวัง

โปรโมชันระดับสินค้า (line-level) ปัจจุบันเป็นกฎแบบไม่ซ้อนทับกับคูปอง (strict no-stack)
 ตรวจสอบเงื่อนไขก่อนตั้งแคมเปญที่คาดหวังให้ใช้ร่วมกับคูปองได้

4.2 จัดการคูปอง

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้สร้าง Template คูปอง ออกคูปองให้ลูกค้า และเปิดให้ลูกค้ารับคูปองด้วยตนเอง

ขั้นตอน

1. ไปที่เมนูจัดการร้านค้า / คูปอง

คูปอง
Template - ออกเข้า wallet ลูกค้า - 1 code clo order (ท้าย0a)

Coupon Executive Dashboard
Show 6 rows — Distribution · Activation · Usage · Revenue · Profit · Customer Impact

Issued 4	Redeemed 0	Redemption % 0.0%	Open / Views 11	Activation % 275.0%	Revenue ฿0.00
Margin Impact ฿0.00	ROI -100.0%	Repeat (90d) 0	Repeat Rate 0.0%		

ออกคูปองให้ลูกค้า
เลือก Template ที่สถานะ active แล้วเลือกการออกคูปอง — คูปองเข้าเป็นลูกค้าทันที
ยังไม่ Template สถานะ active — สร้าง Template แล้วจึงสถานะเป็น active ก่อนออกคูปอง

Template คูปอง
สถานะ Active: Success ออกคูปองได้ - Rebate Phase 3 18 template เดียวกัน

Code	เข้า หมายเลข	วิธี แจก	ชื่อ	ประเภท	Scope	สถานะ	Issued / Redeemed	Redemption %	Views	Revenue	ROI	
SUPPLIER001	Reorder	ลูกค้า ได้ 100 (Self claim)	ส่วนลด	ลดบาท	ตาม MUCDO	active	4 / 0	0.0%	11	฿0.00	-100.0%	รายการ แสดง หรือ ซ่อน

2. กด “สร้าง Template” กรอกรายละเอียด 4 แท็บ ได้แก่

คูปอง
Template - ออกเข้า wallet ลูกค้า - 1 code clo order (ท้าย0a)

Coupon Executive Dashboard
Show 6 rows — Distribution · Activation · Usage · Revenue · Profit · Customer Impact

Issued 4	Redeemed 0	Redemption % 0.0%	Open / Views 11	Activation % 275.0%	Revenue ฿0.00
Margin Impact ฿0.00	ROI -100.0%	Repeat (90d) 0	Repeat Rate 0.0%		

ออกคูปองให้ลูกค้า
เลือก Template ที่สถานะ active แล้วเลือกการออกคูปอง — คูปองเข้าเป็นลูกค้าทันที
ยังไม่ Template สถานะ active — สร้าง Template แล้วจึงสถานะเป็น active ก่อนออกคูปอง

Template คูปอง
สถานะ Active: Success ออกคูปองได้ - Rebate Phase 3 18 template เดียวกัน

Code	เข้า หมายเลข	วิธี แจก	ชื่อ	ประเภท	Scope	สถานะ	Issued / Redeemed	Redemption %	Views	Revenue	ROI	
SUPPLIER001	Reorder	ลูกค้า ได้ 100 (Self claim)	ส่วนลด	ลดบาท	ตาม MUCDO	active	4 / 0	0.0%	11	฿0.00	-100.0%	รายการ แสดง หรือ ซ่อน

2.1 เงื่อนไขคุ้มครอง มูลค่าส่วนลด ช่วงเวลา และการเผยแพร่

← กลับ สร้าง Template คุ้มครอง Sum001 ยกเลิก บันทึก

ทั่วไป ผลประโยชน์ เงื่อนไขการแจก รูปภาพ

ข้อมูลทั่วไป
รหัส ชื่อ และเป้าหมายแคมเปญ

รหัส Template * Sum001 Prefix รหัสคุ้มครอง 88500124

ชื่อ * คุ้มครองลูกค้าใหม่

รายละเอียด คุ้มครองลูกค้าใหม่

สถานะ draft

เป้าหมายแคมเปญ
เลือกเป้าหมายเพื่อจัดหมวดหมู่ — กด "ยืนยันแคมเปญ" ถ้าต้องการค่าเริ่มต้นในแท็บเงื่อนไข

Campaign Goal Welcome — สมัครใหม่ (B2C/B2B) 5200000 ↑ ↓

สมาชิกใหม่ — ให้ admin issue หรือ self-claim

👤 เป็นค่าแบ่งจากเป้าหมาย

3. เลือกวิธีแจกคุ้มครอง: ออกให้ลูกค้าโดยตรง หรือเปิดให้ลูกค้ากดรับเอง (self-claim) ที่หน้า เงื่อนไขการแจก

ทั่วไป ผลประโยชน์ **เงื่อนไขการแจก** รูปภาพ

วิธีแจกและโควตา

วิธีแจก Admin ออกให้ จำกัดรวม (quota) 1 ↑ ↓

สูงสุดต่อลูกค้า 1

อายุคุ้มครอง (Admin ออกให้)

อายุคุ้มครอง (วัน) 90

ใช้ได้ตั้งแต่ 01/07/2026 📅 ใช้ได้ถึง (absolute) 30/09/2026 📅

เงื่อนไข eligibility ด้านล่างใช้กับ Self-claim — Admin ออกให้ไม่มีเงื่อนไขข้อนี้

ช่วงรับและใช้ (Self-claim)
เวลาไทย UTC+7 — บังคับเมื่อเลือก Self-claim

เริ่มรับได้ 01/07/2026 15:59 📅 สิ้นสุดรับได้ 31/07/2026 15:59 📅 ใช้คุ้มครองได้ถึง 30/09/2026 15:59 📅

คำอธิบายฟิลด์ฟอร์มสร้างคูปอง (Coupon Template)

เน้นเฉพาะฟิลด์และจุดที่ต้องระวังจริง ไม่ใช่คู่มือฉบับเต็ม คูปองเป็นส่วนลด/สิทธิ “ท้ายบิล” ระดับออเดอร์ (ต่างจากโปรโมชั่นสินค้าที่ลดราคาต่อบรรทัด) ใช้ได้ 1 Code ต่อ 1 ออเดอร์เท่านั้น

แท็บ 1: ทั่วไป (General)

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
ชื่อ Template / รหัสคูปอง (Code)	ชื่อเรียกภายในและโค้ดที่ลูกค้ากรอกตอน Checkout	โค้ดต้องไม่ซ้ำกันในระบบ ตั้งให้จำง่ายแต่ไม่เดาง่ายเกินไปหากเป็นแคมเปญปิด (admin_issue เฉพาะราย)
เป้าหมายแคมเปญ (Campaign Goal)	ป้ายกำกับเชิงการตลาด เช่น Reorder, Growth, VIP, Recovery	 ไม่ใช่ประเภทส่วนลด — เป็นเพียงป้ายสำหรับดึงค่า Eligibility ที่แนะนำมาเติมให้และใช้แยกผลในรายงาน ต้องตั้ง “ผลประโยชน์” ในแท็บ 2 แยกต่างหากเสมอ
สถานะ (Draft / Active / Paused)	สถานะการใช้งานของ Template	คูปองที่ยังเป็น Draft หรือ Paused จะไม่แสดงในหน้า self-claim และ admin_issue ให้ไม่ได้ แม้ตั้งช่วงเวลาไว้ถูกต้อง
ช่วงเวลาแคมเปญ (Valid From / Valid Until)	ช่วงเวลา Template เปิดให้แจก/ใช้งานได้	กรอกเป็นเวลาไทย (UTC+7) ระบบแปลงเก็บเป็น UTC โดยอัตโนมัติ ตรวจสอบให้ตรงแผนแคมเปญก่อนบันทึก
วันหมดอายุการใช้สิทธิ์ (Redeem Until)	วันสุดท้ายที่คูปองใบที่รับไปแล้วยังใช้ได้	หากตั้งค่านี้ไว้ จะ Override วันหมดอายุเดิมของคูปองที่ถูกปล่อยอยู่ทั้งหมด ไม่ใช่คำนวณจาก “วันที่รับ + N วัน” อีกต่อไป

แท็บ 2: ผลประโยชน์ (Benefit)

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
ประเภทคูปอง (Coupon Type)	เลือก 1 ใน 5: ลด % (percent_off) / ลดจำนวนเงิน (amount_off) / ส่งฟรี (free_shipping) / แคมสินค้า (free_item) / สิทธิพิเศษอื่น (benefit)	ฟิลด์นี้คือตัวกำหนดผลลัพธ์ท้ายบิลจริง — ต้องตั้งคู่กับ Campaign Goal เสมอ ตัวอย่าง: “ส่งฟรีเมื่อซื้อครบยอด” ต้องตั้ง type = free_shipping และกรอกยอดขั้นต่ำ ไม่ใช่ตั้งแค่ Campaign Goal เฉพาะ
มูลค่าส่วนลด (Value)	จำนวนเปอร์เซ็นต์หรือจำนวนเงินที่ลดตามประเภทที่เลือก	ผูกกับประเภทคูปองโดยตรง (% สำหรับ percent_off, บาทสำหรับ amount_off)
เพดานส่วนลดสูงสุด (Max Discount Amount)	เพดานบาทสูงสุดที่ลดได้ต่อออเดอร์	 บังคับกรอกเมื่อเลือกประเภท percent_off — หากไม่ตั้งเพดาน ส่วนลด % อาจสูงเกินความคุ้มค่าสำหรับปริมาณค่าสูง กระทบกำไรโดยไม่ตั้งใจ
ยอดขั้นต่ำของออเดอร์ (Min Order Amount)	ยอดสั่งซื้อขั้นต่ำก่อนใช้สิทธิ์ได้	จำเป็นสำหรับ free_shipping แทบทุกกรณี คำนวณจาก Eligible Subtotal ตามขอบเขต (Scope) ที่ตั้งไว้ ไม่ใช่ยอดรวมทั้งบิลเสมอไป
ขอบเขตสินค้า (Scope)	เลือกว่าคูปองใช้ได้กับสินค้าทั้งหมด เฉพาะหมวดหมู่ เฉพาะ Variant หรือเฉพาะแบรนด์	ยอดขั้นต่ำและมูลค่าส่วนลดคำนวณจาก “ยอดที่เข้าเงื่อนไข” ในขอบเขตนี้เท่านั้น ไม่ใช่ยอดรวมทั้งบิลหากตั้ง Scope แคบกว่า all

แท็บ 3: เงินไขแจก (Distribution)

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
วิธีแจกคูปอง	เลือก admin_issue (แอดมินออกให้เฉพาะราย) หรือ self_claim (ลูกค้ากดรับเอง)	admin_issue ไม่ตรวจสอบเงื่อนไข Eligibility ใดๆ — ออกให้ใครก็ได้ทันที ส่วน self_claim ตรวจสอบเงื่อนไขและโควตาที่ฝั่ง Server ทุกครั้ง ป้องกันลูกค้ากดรับเกินสิทธิ์
โควตา (Quota)	จำนวนสิทธิ์สูงสุดที่แจกได้ทั้งแคมเปญ และ/หรือต่อคน	เมื่อโควตาเต็ม ปุ่มรับคูปองที่หน้า /home#self-claim จะหายไปโดยอัตโนมัติ ควรติดตามยอดคงเหลือถ้าเป็นแคมเปญยอดนิยม
เงื่อนไขคุณสมบัติ (Eligibility)	เงื่อนไขที่ลูกค้าต้องเข้าตามเงื่อนไขจึงจะเห็น/รับคูปองได้ ระบบเดิมคำแนะนำอัตโนมัติตาม Campaign Goal ที่เลือกในแท็บ 1 แต่แก้ไขเองได้	ถ้าที่ระบบเดิมให้เป็นเพียงคำแนะนำ ควรตรวจทานให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจริงก่อนเผยแพร่ ไม่ใช่ใช้ค่าเริ่มต้นเสมอไป
การเป็นเจ้าของโค้ด	คูปองที่แจกแล้วผูกกับสมาชิกที่ได้รับเท่านั้น	ห้ามโอนสิทธิ์ระหว่างสมาชิก และใช้ได้ 1 ครั้งตลอดอายุของโค้ดนั้น (ไม่ใช่ใช้ซ้ำได้หลายครั้ง)

แท็บ 4: รูปภาพ (Image)

ฟิลด์	คำอธิบาย	จุดสำคัญ / ข้อควรระวัง
รูปภาพคูปอง	ภาพประกอบที่แสดงในหน้า self-claim (/home#self-claim) และกระเป๋าคูปองของลูกค้า	ใช้เฉพาะกับคูปองแบบ self_claim เป็นหลัก เพราะเป็นภาพที่ดึงดูดให้ลูกค้ากดรับ ควรออกแบบให้อ่านส่วนลด/เงื่อนไขหลักได้ในภาพเดียว
คำอธิบายภาพ (Alt Text)	ข้อความอธิบายภาพสำหรับ Accessibility และกรณีภาพโหลดไม่ขึ้น	ควรใส่ทุกครั้งเพื่ออัปเดตภาพ เพื่อไม่ให้ประสบการณ์ลูกค้าขาดข้อมูลเมื่อภาพมีปัญหา

กติกาสำคัญที่มีผลต่อทุกคูปอง

- มีโปรโมชันสินค้า (Line Promotion) อยู่ในออเดอร์แม้เพียง 1 บรรทัด → ลูกค้าใช้คูปองท้ายบิลไม่ได้ในออเดอร์นั้น (กติกา Strict No-Stack) — ต่างจาก Price List/ราคากลุ่มลูกค้าที่ถือเป็นราคารฐาน ไม่บล็อkcูปอง
- ลูกค้ายกเลิกออเดอร์ หรือแอดมินยกเลิกออเดอร์ให้ลูกค้า — คูปองที่ใช้ไปแล้ว “ไม่คืน” ให้ลูกค้าโดยอัตโนมัติทั้งสองกรณี ควรแจ้งลูกค้าให้ทราบล่วงหน้าในเงื่อนไขการใช้คูปอง
- แอดมินออกคูปองแบบ admin_issue จะไม่เห็น Template ที่ตั้งเป็น self_claim ในตัวเลือก — self_claim เปิดให้ลูกค้ารับได้เองจากหน้า /home#self-claim เท่านั้น

ประโยชน์

สร้างแคมเปญคูปองที่วัดผลได้ครบวงจร ตั้งแต่แจก ใช้งานจริง จนถึงยอดขายที่เกิดขึ้น
ช่วยวางแผนงบการตลาดได้แม่นยำขึ้น

ข้อควรระวัง

คูปองใช้กติกา strict no-stack เช่นกัน (ไม่ซ้อนกับโปร โมชันอื่น) และเมื่อลูกค้ายกเลิกออเดอร์
คูปองที่ใช้ไปแล้วจะไม่คืนให้ลูกค้าโดยอัตโนมัติตามนโยบายปัจจุบัน — ควรแจ้งลูกค้าให้ทราบล่วงหน้า

4.3 จัดการแบนเนอร์

วัตถุประสงค์ : สร้างแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ พร้อมกำหนดช่วงเวลาและลำดับการแสดงผล
ขั้นตอน

1. คลิกเมนู “แบนเนอร์” จากแถบเมนูด้านซ้าย.

จัดการแบนเนอร์

จัดการแบนเนอร์สำหรับแสดงในเว็บไซต์

ลำดับ	รูปภาพ	ชื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่วงเวลา	สถานะ	จัดการ
1		โปรโมชั่นลด 15% ถึงวัน สิ้นปี (วันจันทร์ - วันศุกร์ 2569 เป็นต้นไป)	ทุกคน	เริ่ม 23 ธ.ค. 2569 สิ้นสุด 1 ม.ค. 2569	☒	
2		โปรโมชั่นลด 10% สำหรับลูกค้า ใหม่ (วันจันทร์ - วันศุกร์ 2569 เป็นต้นไป)	ทุกคน	เริ่ม 23 ธ.ค. 2569 สิ้นสุด 30 ธ.ค. 2569	☒	
3		เพิ่มยอดขาย 5 ล้าน บาท สำหรับลูกค้าเก่า (วันจันทร์ - วันศุกร์ 2569 เป็นต้นไป)	customer	เริ่ม 1 ธ.ค. 2569 สิ้นสุด 30 ธ.ค. 2569	☒	
4		1. ฟรีของแถม 1 ชิ้นเมื่อซื้อของ 199 2. แลกซื้อของลดราคา 499 เมื่อซื้อของ 499	ทุกคน	เริ่ม 1 ธ.ค. 2569 สิ้นสุด 16 ธ.ค. 2569	☒	
5		กลุ่มลูกค้าพิเศษ สำหรับลูกค้า ใหม่ (วันจันทร์ - วันศุกร์ 2569 เป็นต้นไป)	ทุกคน	เริ่ม 1 ธ.ค. 2569 สิ้นสุด 31 ธ.ค. 2569	☒	
6		โปรโมชั่นลด 50 %	ทุกคน	เริ่ม 1 ธ.ค. 2569 สิ้นสุด 31 ธ.ค. 2569	☒	

2. กดปุ่ม “เพิ่มแบนเนอร์” เพื่อสร้างรายการแบนเนอร์ใหม่

จัดการแบนเนอร์
จัดการแบนเนอร์หน้าแรกสำหรับแสดงโปรโมชั่นและข่าวสาร

[+ เพิ่มแบนเนอร์](#)

รายการแบนเนอร์
ทั้งหมด 6 รายการ

ลำดับ	รูปภาพ	ชื่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ช่วงเวลา	สถานะ	จัดการ
1		โปรแรงจัน ลด 15% ทั้งร้าน มอบให้ รับวันแรงงาน วันที่ 1 พฤษภาคม 2569 เป็นต้น	ทุกคน	เริ่ม 23 เม.ย. 2569 สิ้นสุด 1 พ.ค. 2569	☒	
2		โปรจั่วขึ้นฮอต ส่งฟรีทุกออเดอร์/ ส่งฟรี ส่งฟรี ส่งฟรี ส่งฟรี ส่งฟรี ส่งฟรี	ทุกคน	เริ่ม 25 เม.ย. 2569 สิ้นสุด 30 เม.ย. 2569	☒	
3		เพิ่มกว่า 5 ล้านคนฟรี ถึงสิ้นปีสูงสุด	customer	เริ่ม 1 เม.ย. 2569 สิ้นสุด 30 เม.ย. 2569	☒	
4		1. ฟรีของกินน้ำ เมื่อซื้อเครื่องดื่ม 199 2. แลกซื้อแก้วลายสก๊อต 199 เมื่อซื้อเครื่องดื่ม 499	ทุกคน	เริ่ม 1 เม.ย. 2569 สิ้นสุด 16 เม.ย. 2569	☒	
5		กลุ่มลูกค้าพิเศษ ค้าปลีก-ค้าส่ง กลุ่มลูกค้าพิเศษ ค้าปลีก-ค้าส่ง	ทุกคน	เริ่ม 1 เม.ย. 2569 สิ้นสุด 31 เม.ย. 2569	☒	
6		ได้รับสูงสุด 50 %	ทุกคน	เริ่ม 1 เม.ย. 2569 สิ้นสุด 31 พ.ค. 2569	☒	

3. กดปุ่ม Upload แล้วเลือกไฟล์รูปภาพแบนเนอร์ที่เตรียมไว้

แก้ไขแบนเนอร์
กรอกข้อมูลแบนเนอร์ที่ต้องการแสดงบนหน้าแรก

รูปภาพ *

แนบขนาด 1200x400 px, ไฟล์ไม่เกิน 5MB

ชื่อแบนเนอร์ *

โปรแรงจัน ลด 15% ทั้งร้าน

ชื่อรอง

ซื้อบัตร รับวันแรงงาน วันที่ 1 พฤษภาคม 2569

ลิงก์ (เมื่อคลิก)

/promotions หรือ https://...

ประเภทลิงก์

ภายในเว็บไซต์

กลุ่มเป้าหมาย

ทุกคน

วันเริ่มต้น *

23 เม.ย. 2569

วันสิ้นสุด *

1 พ.ค. 2569

☒ เปิดใช้งาน

ลำดับการแสดงผลบนหน้าเว็บเรียงตามค่า Priority จากบนลงล่างตามลำดับ/วันที่สร้าง — พัดลัดลำดับก่อนเพื่อแสดงการตั้งค่าที่ไม่สอดคล้องกับหน้าเว็บ

[ยกเลิก](#) [บันทึก](#)

4. กรอก “ชื่อแบนเนอร์” เพื่อใช้ระบุรายการในระบบ

แก้ไขแบนเนอร์
กรอกข้อมูลแบนเนอร์ที่ต้องการแสดงบนหน้าแรก

รูปภาพ *

<https://demoapp-ordering.bplus.co.th/uploads/17769168668>
แนะนำขนาด 1200x400 px, ไฟล์ไม่เกิน 5MB

ชื่อแบนเนอร์ *

ชื่อรอง

ลิงก์ (เมื่อคลิก)

ประเภทลิงก์

กลุ่มเป้าหมาย

วันเริ่มต้น *

วันสิ้นสุด *

☒ เปิดใช้งาน

ลำดับการแสดงผลบนหน้าเว็บเรียงตามค่า Priority จากระบบ แล้วตามลำดับ/วันที่สร้าง — พิลัดลำดับถูกซ่อนเพื่อป้องกันการตั้งค่าที่ไม่สอดคล้องกับหน้าเว็บ

5. กรอก “ชื่อรอง” หากต้องการให้แสดงข้อความใต้แบนเนอร์

แก้ไขแบนเนอร์
กรอกข้อมูลแบนเนอร์ที่ต้องการแสดงบนหน้าแรก

รูปภาพ *

<https://demoapp-ordering.bplus.co.th/uploads/17769168668>
แนะนำขนาด 1200x400 px, ไฟล์ไม่เกิน 5MB

ชื่อแบนเนอร์ *

ชื่อรอง

ลิงก์ (เมื่อคลิก)

ประเภทลิงก์

กลุ่มเป้าหมาย

วันเริ่มต้น *

วันสิ้นสุด *

☒ เปิดใช้งาน

ลำดับการแสดงผลบนหน้าเว็บเรียงตามค่า Priority จากระบบ แล้วตามลำดับ/วันที่สร้าง — พิลัดลำดับถูกซ่อนเพื่อป้องกันการตั้งค่าที่ไม่สอดคล้องกับหน้าเว็บ

6. คลิกช่องวันเริ่มต้น แล้วเลือกวันที่ต้องการให้แบนเนอร์เริ่มแสดง

แก้ไขแบนเนอร์
กรอกข้อมูลแบนเนอร์ที่ต้องการแสดงบนหน้าแรก

รูปภาพ *


 และขนาด 1200x400 px, Twitไม่เกิน 5MB

ชื่อแบนเนอร์ *

ชื่อเรื่อง

ลิงก์ (เมื่อคลิก)

ประเภทลิงก์

กลุ่มเป้าหมาย

วันเริ่มต้น *

วันสิ้นสุด *

☒ เปิดใช้งาน

สำหรับการแสดงบนหน้าเว็บเรียงตามค่า Priority จากระบบ แล้วตามลำดับ/วันที่สร้าง — พลาดลำดับถูกซ่อนเพื่อแสดงการตั้งค่าที่ไม่สอดคล้องกับหน้าเว็บ

7. ตรวจสอบวันเริ่มต้นให้ถูกต้องก่อนกำหนดวันสิ้นสุด

แก้ไขแบนเนอร์
กรอกข้อมูลแบนเนอร์ที่ต้องการแสดงบนหน้าแรก

รูปภาพ *


 และขนาด 1200x400 px, Twitไม่เกิน 5MB

ชื่อแบนเนอร์ *

ชื่อเรื่อง

ลิงก์ (เมื่อคลิก)

ประเภทลิงก์

กลุ่มเป้าหมาย

วันเริ่มต้น *

วันสิ้นสุด *

☒ เปิดใช้งาน

สำหรับการแสดงบนหน้าเว็บเรียงตามค่า Priority จากระบบ แล้วตามลำดับ/วันที่สร้าง — พลาดลำดับถูกซ่อนเพื่อแสดงการตั้งค่าที่ไม่สอดคล้องกับหน้าเว็บ

8. เปิดสถานะใช้งาน เพื่อให้แบนเนอร์สามารถแสดงบนหน้าเว็บไซต์

แก้ไขแบนเนอร์
กรอกข้อมูลแบนเนอร์ที่ต้องการแสดงบนหน้าแรก

รูปภาพ *


แนะนำขนาด 1200x400 px, ไฟล์ไม่เกิน 5MB

ชื่อแบนเนอร์ *
โปรแรงงาน ลด 15% ถึงร้าน

ชื่อรอง
ช้อปคุ้ม รับวันแรงงาน วันที่ 1 พฤษภาคม 2569

ลิงก์ (เมื่อคลิก)

ประเภทลิงก์
ภายในเว็บไซต์

กลุ่มเป้าหมาย
ทุกคน

วันเริ่มต้น *
23 เม.ย. 2569

วันสิ้นสุด *
1 พ.ค. 2569

☒ **เปิดใช้งาน**

ลำดับการแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์เรียงตามค่า Priority จากระบบ แล้วตามลำดับ/วันที่สร้าง — พิกัดลำดับถูกซ่อนเพื่อป้องกันการตั้งค่าที่ไม่สอดคล้องกับหน้าเว็บ

9. ตรวจสอบรูปภาพ ชื่อ วันที่ สถานะ และลำดับ แล้วกด “สร้าง”

แก้ไขแบนเนอร์
กรอกข้อมูลแบนเนอร์ที่ต้องการแสดงบนหน้าแรก

รูปภาพ *


แนะนำขนาด 1200x400 px, ไฟล์ไม่เกิน 5MB

ชื่อแบนเนอร์ *
โปรแรงงาน ลด 15% ถึงร้าน

ชื่อรอง
ช้อปคุ้ม รับวันแรงงาน วันที่ 1 พฤษภาคม 2569

ลิงก์ (เมื่อคลิก)

ประเภทลิงก์
ภายในเว็บไซต์

กลุ่มเป้าหมาย
ทุกคน

วันเริ่มต้น *
23 เม.ย. 2569

วันสิ้นสุด *
1 พ.ค. 2569

☒ **เปิดใช้งาน**

ลำดับการแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์เรียงตามค่า Priority จากระบบ แล้วตามลำดับ/วันที่สร้าง — พิกัดลำดับถูกซ่อนเพื่อป้องกันการตั้งค่าที่ไม่สอดคล้องกับหน้าเว็บ

4.4 การจัดการข่าวสาร

วัตถุประสงค์ : เพิ่มข่าวสารหรือประกาศของร้านค้า เพื่อสื่อสารกิจกรรม โปรโมชัน หรือข้อมูลสำคัญให้ลูกค้าทราบ

ขั้นตอน

1. คลิกเมนู “ข่าวสาร” จากแถบเมนูด้านซ้าย

The screenshot shows the Admin Dashboard with the 'ข่าวสาร' (News) menu highlighted in the left sidebar. The main content area displays a table of news items, a summary of news counts, and a bar chart showing news performance over time.

SKU	สินค้า	จำนวน	มูลค่า
22000000000003-2	โคมไฟตั้งโต๊ะ 1.25L	9	2,790.00
220000000000042	ผ้าเช็ดหน้าสีเหลือง 1.1	3	1,650.00
220000000000047	ขวดน้ำพลาสติก 1.0L	6	1,500.00
220000000000048	หมวกผ้าใบสีฟ้า 1.0L	2	1,380.00
220000000000046	ไม้กวาดขนสัตว์	11	1,320.00

Summary of News Counts:

- ข่าวทั้งหมด: 29 (+2 ใหม่)
- ข่าวที่ลบ: 0
- ข่าวที่ลบ: 0
- ข่าวที่ลบ: 4

กราฟแสดงข่าว (7 วันที่ผ่านมา)

แสดงข่าวที่ลบ

แสดงข่าวที่ลบ (3)

2. กดปุ่ม “สร้างข่าวใหม่” เพื่อเปิดหน้ากรอกข่าวสาร

The screenshot shows the 'จัดการข่าวสาร' (Manage News) page. The 'สร้างข่าวใหม่' (Create New News) button is highlighted in the top right corner. The page shows a list of news items with details like title, content, and status.

จัดการข่าวสาร

สร้าง แก้ไข และจัดการข่าวสารของระบบ (ผ่าน REST API)

5 ข่าวทั้งหมด

5 ข่าวที่ลบ

0 ข่าวที่ลบ

กดปุ่ม ขุนเปอร์ กับสิริก-กาสัง จัดโปรวันแรงงาน ลด 15% วันที่ 1 พฤษภาคม 2569

เตรียมเรื่องขุนเปอร์กับสิริก-กาสังลด 15% เฉพาะวันที่ 1 พฤษภาคม 2569 วันเดียวเท่านั้น ที่ขุนเปอร์ ขุนเปอร์ กับสิริก-กาสัง

ข่าวสาร, โปรโมชัน 23 เม.ย. 69

เตรียมตัวให้พร้อม! สงกรานต์นี้ "จ๊อบส์แอนด์" กับโปรโมชั่นจับจ่ายลดแลกแจกแถมมากมาย

สงกรานต์นี้... จะสนุกกับงานที่ไหน? เพราะเราเตรียมของดีพิเศษกับกิจกรรมพิเศษให้คุณจับจ่ายลดแลกแจกแถมมากมาย

15 เม.ย. 69

สงกรานต์นี้เราไม่พัก! พร้อมส่งความสุขถึงหน้าบ้านทุกวัน

สงกรานต์นี้... สิ่งของเราไม่เพียงพอกับความต้องการของคุณ? ไม่ต้องรอวันสงกรานต์ เพราะเรา "จัดส่งบริการทุกวัน"

ข่าวสาร 1 เม.ย. 69

สร้างข่าวใหม่

3. กรอกชื่อหรือหัวข้อความที่ต้องการเผยแพร่

ระบบ (ผ่าน REST API)

0
ฉบับร่าง

แก้ไขข่าวสาร

หัวข้อข่าว *

คูปอง ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง จัดโปรวันแรงงาน ลด 15% วันที่ 1 พฤษภาคม 2569

วันที่เผยแพร่

23/04/2026

สรุปย่อ

เตรียมช้อปคูปรับวันแรงงานกับโปรโมชันลด 15% เฉพาะวันที่ 1 พฤษภาคม 2569 วันเดียวเท่านั้น ที่คูปอง ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง

เนื้อหา *

คูปอง ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง ขอเชิญลูกค้าทุกท่านร่วมช้อปโปรโมชันพิเศษต้อนรับวันแรงงาน รับส่วนลด 15% สำหรับสินค้าที่ร่วมรายการ เฉพาะวันที่ 1 พฤษภาคม 2569 เท่านั้น

โปรโมชันนี้จัดขึ้นเพื่อมอบความคุ้มค่าให้กับลูกค้าทุกท่านได้เลือกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ของใช้ประจำวัน หรือสินค้าหลากหลายภายในร้าน ก็สามารถช้อปได้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้นในวันพิเศษนี้

หมวดหมู่

ข่าวสาร, โปรโมชั่น

รูปภาพ

รูปภาพข่าวสาร

ชูปเปอร์ ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง

โปรวันแรงงาน

ลด 15%

ช้อปคูป รับวันแรงงาน

คูปอง ชูปเปอร์

ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง

ชูปเปอร์ ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง

โปรวันแรงงาน

ชูปเปอร์ ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง

โปรวันแรงงาน

ชูปเปอร์ ชูปเปอร์ ค้าปลีก-ค้าส่ง

โปรวันแรงงาน

ขนาดที่แนะนำ: 1200 x 630 พิกเซล (สัดส่วน 1.91:1) • เหมาะสำหรับแสดงบน Social Media • รองรับ JPG, PNG, WEBP ไม่เกิน 5MB

กดที่นี่เพื่อดูและสินค้าแบบจัดเต็ม!

การเปลี่ยนแปลงและคืนสินค้า (Return & Refund Policy)

5. กรอกสรุปย่อสำหรับแสดงบนหน้ารวมข่าวก่อนลูกค้าเข้าดูรายละเอียด

[illegible]

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

8. กด “อัปโหลด” เพื่อนำเข้าภาพประกอบข่าวสำหรับแสดงบนหน้าเว็บไซต์

แก้ไขข่าวสาร

หัวข้อข่าว *

คุ้มคุ้ม ชุปเปอร์ ค้าปลัก-ค้าส่ง จัดโปรวันแรงงาน ลด 15% วันที่ 1 พฤษภาคม 2569

วันที่เผยแพร่

23/04/2026

สรุปย่อ

เตรียมช้อปคุ้มรับวันแรงงานกับโปรโมชันลด 15% เฉพาะวันที่ 1 พฤษภาคม 2569 วันเดียวเท่านั้น ที่คุ้มคุ้ม ชุปเปอร์ ค้าปลัก-ค้าส่ง

เนื้อหา *

คุ้มคุ้ม ชุปเปอร์ ค้าปลัก-ค้าส่ง ขอเชิญลูกค้าทุกท่านร่วมช้อปในโปรโมชันพิเศษต้อนรับวันแรงงาน รับส่วนลด 15% สำหรับสินค้าที่ร่วมรายการ เฉพาะวันที่ 1 พฤษภาคม 2569 เท่านั้น

โปรโมชันนี้จัดขึ้นเพื่อมอบความคุ้มค่าให้กับลูกค้าทุกท่านได้เลือกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ของใช้ประจำวัน หรือสินค้าหลากหลายภายในร้าน ก็สามารถช้อปได้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้นในวันพิเศษนี้

หมวดหมู่

ข่าวสาร, โปรโมชัน

รูปภาพ

รูปภาพข่าวสาร

อัปโหลดรูปภาพหรือใส่ URL

อัปโหลด ใส่ URL

ขนาดที่แนะนำ: 1200 x 630 พิกเซล (สัดส่วน 1.91:1) • เหมาะสำหรับแสดงบน Social Media • รองรับ JPG, PNG, WEBP ไม่

นโยบายและคืนสินค้า (Return & Refund Policy)

9. ตรวจสอบหัวข้อ วันที่ สรุปย่อ เนื้อหา หมวดหมู่ และภาพประกอบ แล้วกด “บันทึก”

วันที่เผยแพร่

23/04/2026

สรุปย่อ

เตรียมซื้อบัตรรับวันแรงงานกับโปรโมชั่นลด 15% เฉพาะวันที่ 1 พฤษภาคม 2569 วันเดียวเท่านั้น ที่ศูนย์ ซูเปอร์ คาปสีก-ค้าส่ง

เนื้อหา *

ขอเชิญทุกท่านมาร่วมซื้อ รับความคุ้มค่า และเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้อย่างจุใจ ภายในวันเดียวเท่านั้น หากกำลังมองหาโอกาสดี ๆ ในการซื้อสินค้าเข้าบ้านหรือซื้อในราคาประหยัด โปรโมชั่นนี้ไม่ควรพลาด

เงื่อนไขโปรโมชั่นเป็นไปตามที่ร้านค้ากำหนด

หมวดหมู่

ข่าวสาร, โปรโมชั่น

รูปภาพ

รูปภาพข่าวสาร

โปรวันแรงงาน ลด 15%

ซื้อบัตร รับวันแรงงาน

ขนาดที่แนะนำ: 1200 x 630 พิกเซล (สัดส่วน 1.91:1) • เหมาะสำหรับแสดงบน Social Media • รองรับ JPG, PNG, WEBP ไม่เกิน 5MB

☒ เผยแพร่ทันที

ยกเลิก **บันทึก**

ประโยชน์

สื่อสารโปรโมชั่นและข่าวสารตรงกลุ่มเป้าหมายได้ (เช่น เฉพาะ Guest หรือเฉพาะสมาชิก) และวัดผลการมีส่วนร่วมผ่าน Analytics ได้ทันที

ข้อควรระวัง

แบนเนอร์ที่กำหนดกลุ่มเป้าหมายผิด (เช่น ตั้งใจให้ลูกค้าเห็นแต่ตั้งเป็น guest) จะไม่แสดงผลตามที่ตั้งใจ ควรทดสอบด้วยบัญชีแต่ละประเภทก่อนเผยแพร่จริง

ตัวอย่างการใช้งาน

การเพิ่มแบนเนอร์

- โปรโมทสินค้าใหม่
- โปรโมทสินค้าขายดี
- แข่งโปรโมชันพิเศษ
- แข่งส่วนลดประจำเดือน
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของบริษัท
- โปรโมทเทศกาลหรือแคมเปญพิเศษ

การเพิ่มข่าวสาร

- ข่าวประชาสัมพันธ์
- แจ้งวันหยุดทำการ
- แจ้งเปลี่ยนแปลงเวลาให้บริการ
- ข่าวกิจกรรมบริษัท
- ข่าวเปิดตัวสินค้าใหม่
- ข่าวโปรโมชันประจำเดือน
- บทความให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า

บทที่ 5 ปฏิบัติการ

วัตถุประสงค์

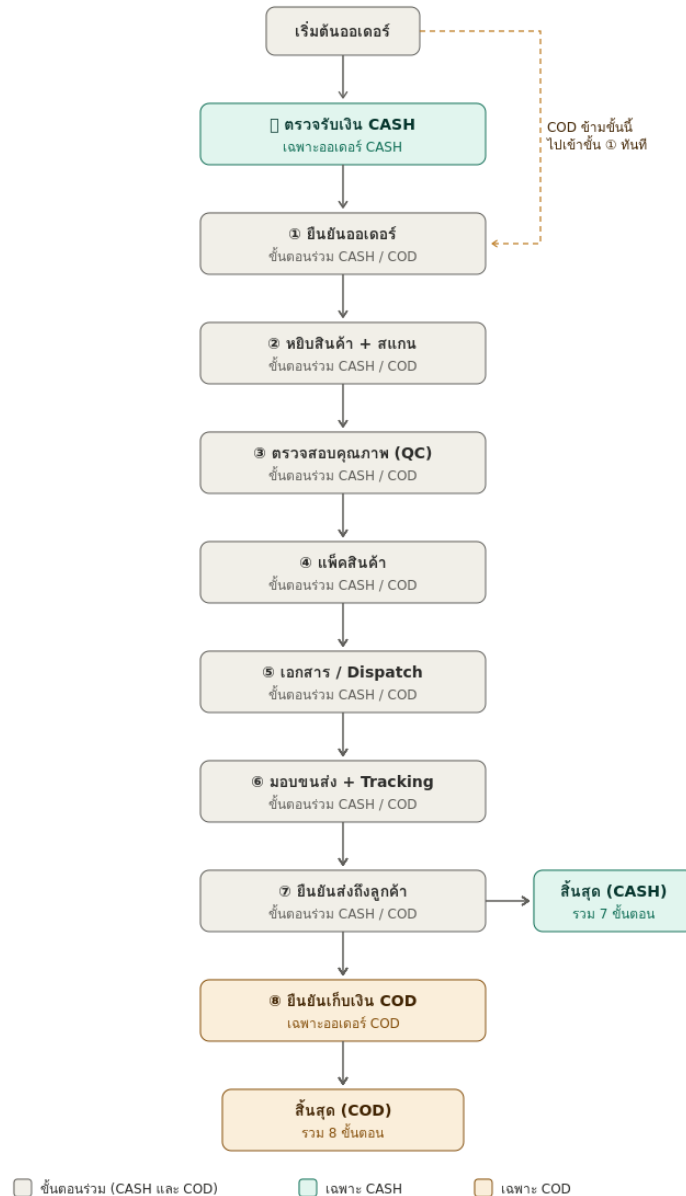
บทนี้สำหรับทีมปฏิบัติการ (SUPPORT) ครอบคลุมกิจวัตรตั้งแต่รับเงินจนถึงส่งสินค้าถึงลูกค้าและเก็บเงินปลายทาง แบ่งเป็น 2 รูปแบบ: CASH (โอน/QR — จบที่ 7 ขั้น) และ COD (เก็บเงินปลายทาง — 8 ขั้น) เรียงตามลำดับการทำงานจริงหน้างาน

5.1 ภาพรวมกิจวัตร ①–⑧

วัตถุประสงค์: เพื่อให้ทีมปฏิบัติการเห็นภาพรวมทั้งกระบวนการก่อนลงมือทำงานในแต่ละขั้น และเข้าใจความแตกต่างระหว่าง Flow แบบ CASH และ COD

ขั้นตอน

1. ทำความเข้าใจว่ากิจวัตรแบ่งเป็นขั้น ① ถึง ⑧ โดย CASH จบที่ขั้น ⑦ (ยื่นส่งถึง) ส่วน COD มีขั้น ⑧ เพิ่มเติมสำหรับยื่นยื่นเก็บเงินปลายทาง
2. เปิดเมนู กิจวัตรปฏิบัติงาน / “คำสั่งซื้อทั้งหมด” เพื่อดูทุกสถานะพร้อมตัวกรองและปุ่ม Export CSV
3. สังเกตว่าแต่ละขั้นมี URL กิจวัตรของตนเอง (เช่น /admin/orders/picking) ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไปที่ละเอียดขึ้น
4. จดจำว่า Phase ปัจจุบันรองรับเฉพาะ COD และ CASH (ชำระเต็มจำนวน) เท่านั้น ยังไม่มี Credit หรือ Partial Payment ในสาย Flow ปฏิบัติการ



รูปที่ 5.1: แผนภาพคิวงาน ①-⑧เปรียบเทียบ Flow แบบ CASH (7 ขั้นตอน) และ COD (8 ขั้นตอน)

ประโยชน์

ทีมปฏิบัติการเห็นภาพรวมทั้งกระบวนการก่อนเริ่มงาน ลดความสับสนว่าออเดอร์แต่ละใบอยู่ขั้นไหนและต้องทำอะไรต่อ

ข้อควรระวัง

อย่าข้ามขั้นตอนหรือเปลี่ยนสถานะข้ามขั้น เพราะแต่ละขั้นมีการตรวจสอบเฉพาะ (เช่น ตรวจสอบเงินก่อน Confirm) การข้ามขั้นอาจทำให้ส่งของโดยยังไม่ได้ตรวจเงินหรือ QC

5.2 ① ตรวจรับเงิน CASH

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทีมปฏิบัติการตรวจสอบและยืนยันว่าได้รับเงินจากลูกค้าแล้วก่อนดำเนินการขั้นตอนต่อไป (เฉพาะออเดอร์ประเภท CASH)

ขั้นตอน

1. ไปที่คิวงานปฏิบัติงาน / ① ตรวจรับเงิน CASH

← **① ตรวจรับเงิน CASH**
CASH (โอน/QR) — ตรวจสอบรายการก่อนยืนยันลูกค้า
เรียงตามวันที่โอน — ทำลูกค้า (เรียง)

รอยืนยัน — →

งานค้างในขั้นนี้
5

รายการงาน
คอลัมน์ «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «ค้าง» = ส่งมาทาง Step ก่อนหน้าเมื่อไหร่ / ค้างที่วัน

ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท | ขนส่งทั้งหมด | ชำระเงินทั้งหมด | วันที่รับออเดอร์ | ทำก่อน | 20 / หน้า

เลขอ้างอิงการโอน (ใช้ร่วมกับทุกรายการที่กดยืนยัน) | หมายเลข
Ref / Slip | ตรวจสอบรายการ/QR แล้ว

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1782379248188-2D2D9409	ศรียศ	ลูกค้าสั่ง (CASH)	25/06/2569 16:20	19 รับ	3,000.00	transfer	ยืนยันรับเงิน เปิด Log
#ORD-1782443244340-7DCDC81E	ศรียศ	ลูกค้าสั่ง (CASH)	26/06/2569 10:07	19 รับ	99.00	qr_payment	ยืนยันรับเงิน เปิด Log
#ORD-1784020201193-A3A0ACEF	สมทงศ์ ค้ายาย	ลูกค้าสั่ง (CASH)	14/07/2569 16:10	เงิน	3,702.00	qr_payment	ยืนยันรับเงิน เปิด Log

- ตรวจสอบหลักฐานการโอนเงิน/QR ของแต่ละออเดอร์ เทียบกับยอดที่ต้องชำระ
- หากมีการเชื่อมต่อ แจ้งสถานะ “paid” อัตโนมัติจากธนาคาร ให้ตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งก่อนยืนยัน
- กดยืนยันรับเงิน ระบบจะเปลี่ยนสถานะเป็น paid ซึ่งเป็นเงื่อนไขบังคับก่อนไปขั้น ① ยืนยันออเดอร์

← **คำสั่งซื้อ #ORD-1782379248188-2D2D9409**
25/06/2569 16:20

① ตรวจรับเงิน CASH | ② รอการยืนยัน — รอยืนยัน

① ตรวจรับเงิน CASH
ตรวจสอบยอดรายการ/QR แล้วกดยืนยัน — ยอดจะเปลี่ยน «รอยืนยันออเดอร์»

เลขอ้างอิงการโอน (ถ้ามี) | หมายเลข
#00012345 | บันทึกเพิ่มเติม (ถ้ามี)

ยืนยันรับเงิน CASH | กลับไปตรวจ CASH

ประโยชน์

ป้องกันการส่งสินค้าให้ลูกค้าที่ยังไม่ได้ชำระเงินจริง ลดความเสี่ยงด้านการเงินของร้าน

ข้อควรระวัง

ออเดอร์ CASH ต้องมีสถานะ paid ก่อนจึงจะ Confirm ได้ ห้ามข้ามขั้นนี้แม้จะมั่นใจว่าลูกค้าโอนเงินแล้วแต่ยังไม่เห็นหลักฐานยืนยันในระบบ

5.3 ① ยืนยันออเดอร์

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทีมปฏิบัติการตรวจทานความถูกต้องของออเดอร์และยืนยันเข้าสู่กระบวนการจัดเตรียมสินค้า

ขั้นตอน

1. ไปที่ทีมงานปฏิบัติงาน / ① รอยืนยันออเดอร์
2. ตรวจสอบรายการสินค้า ที่อยู่จัดส่ง และยอดเงินให้ถูกต้องครบถ้วน
3. หากออเดอร์มีวงเงินเกินเกณฑ์ที่กำหนด ระบบอาจต้องผ่านการตรวจทานเพิ่มเติม (Ops review) ก่อนยืนยัน
4. กด “ยืนยันออเดอร์” เพื่อส่งต่อไปยังขั้น ② หยิบสินค้า

← ① รอยืนยันออเดอร์

COD หรือ CASH ที่รับเงินแล้ว — กดยืนยัน

เรียงตามวันที่รับออเดอร์ — แท็บก่อน (เรียงส่ง)

— ตรวจสอบ CASH รอหยิบ — →

งานค้างในขั้นนี้

20

รายการงาน

คอลัมน์ «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «ค้าง» = ส่งมาจาก Step ก่อนหน้าเมื่อใด - ค้างที่รับ

ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท

ขนส่งทั้งหมด

ชำระเงินทั้งหมด

วันที่รับออเดอร์

แท็บก่อน

20 / หน้า

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1782379179271-73COEDE6	ศรียศ	ลูกค้าสั่ง	25/06/2569 16:19	19.30	9,930.00	ยกเวนงวดเงิน	ยืนยัน เปิด Log
#ORD-1782381695367-5756EF29	ศรียศ	ลูกค้าสั่ง	25/06/2569 17:01	19.30	134.00		ยืนยัน เปิด Log

ประโยชน์

จับข้อผิดพลาดของออเดอร์ได้ตั้งแต่ต้นทาง ก่อนเสียเวลาไปหยิบและแพ็คสินค้าที่อาจต้องแก้ไขภายหลัง

ข้อควรระวัง

ออเดอร์ที่วงเงินสูงเกินเกณฑ์ที่องค์กรกำหนดอาจต้องผ่านการตรวจทานเพิ่มเติมก่อนยืนยัน ควรตรวจสอบนโยบายวงเงินของร้านให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้ยืนยันออเดอร์ที่มีความเสี่ยงโดยไม่ได้ตรวจสอบ

5.4 ② หยิบสินค้า (Picking) + Scan Barcode

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้พนักงานคลังหยิบสินค้าตามรายการออเดอร์ได้ถูกต้องครบถ้วน โดยใช้การสแกนบาร์โค้ดช่วยยืนยัน

ขั้นตอน

1. ไปที่คิวงานปฏิบัติงาน / ② รอหยิบ (Pick)

The screenshot shows the Sahaib (Pick) interface. At the top, it says "หยิบยื่นแล้ว · หยิบ/Scan SKU" and "เรื่องงานรับออเดอร์ - เก็บลูกต่อ (เร่งด่วน)". Below this, there's a section for "งานค้างในขั้นนี้" (Work pending in this step) showing "ค้างในขั้นนี้ 186 รายการ (กรองแล้ว · การ์ดด้านบน = ถึงระบบ 186)".

The main section is titled "รายการงาน" (Work list) and shows a table of orders. The table has columns: เลขที่ (No.), ลูกค้า (Customer), จากขั้นก่อน (From previous step), เข้าขั้นนี้เมื่อ (Entered this step at), ค้าง (Pending), ยอด (Total), รายละเอียด (Details), and การทำงาน (Work). The table lists three orders with their respective details and a "เริ่ม Picking" button for each.

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สมเพ็งคลังค้าขาย	หยิบยื่นออเดอร์	14/07/2569 17:10	305.00	4 รายการ · 5 ชิ้น	เริ่ม Picking เปิด Log	
#ORD-1784020712797-ED9443D3	สมเพ็งคลังค้าขาย	หยิบยื่นออเดอร์	14/07/2569 17:11	3,103.00	9 รายการ · 9 ชิ้น	เริ่ม Picking เปิด Log	
#ORD-1784020227690-86D69091	ธนาสิทธิ์	หยิบยื่นออเดอร์	14/07/2569 17:11	95.00	1 รายการ · 1 ชิ้น	เริ่ม Picking เปิด Log	

2. เปิดรายการสินค้าของออเดอร์ที่ต้องหยิบ / คลิกปุ่ม เริ่ม Picking / กดปุ่ม Scan

←  **รอหยิบ (Pick)**
ยืนยันแล้ว · หยิบ/Scan SKU
เรื่องตามวันรับออเดอร์ — แก่สุดก่อน (เรียง)

— รอหยิบ —> รอ QC —>

งานกำลังในขั้นนี้
ค้างในขั้นนี้ 186 รายการ (กรองแล้ว · การ์ดด้านบน = ถึงระบบ 186)

รายการงาน
คอลัมน์ «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «ค้าง» = ส่งมาจาก Step ก่อนหน้าเมื่อไหร่ · ค้างที่วัน

ค้นหา: ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท | ขนส่งทั้งหมด | ชำระเงินทั้งหมด | วันที่รับออเดอร์ | ใหม่มาก่อน | 20 / หน้า

▼ ตัวกรอง: เรียง: วันที่รับออเดอร์ (ใหม่ก่อน) | ค้างตัวกรอง

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สมเพ็งคลังค้าขาย	ยืนยันออเดอร์	14/07/2569 17:10		905.00	4 รายการ · 5 ชิ้น	▶ เริ่ม Picking เปิด Log
#ORD-1784020712797-ED9443D3	สมเพ็งคลังค้าขาย	ยืนยันออเดอร์	14/07/2569 17:11		3,103.00	9 รายการ · 9 ชิ้น	▶ เริ่ม Picking เปิด Log
#ORD-1784020227690-86D69091	รณสิทธิ์	ยืนยันออเดอร์	14/07/2569 17:11		95.00	1 รายการ · 1 ชิ้น	▶ เริ่ม Picking เปิด Log

3. สแกนบาร์โค้ดสินค้าแต่ละชิ้นเพื่อยืนยันว่าหยิบถูกต้องตรงตาม SKU และจำนวน

←  **Scan หยิบของ**
ออเดอร์ #ORD-1784020908483-A2812CD4 · 4 รายการ

Scan Barcode / SKU
ยังบาร์โค้ดหรือพิมพ์ SKU — ระบบจับผิดกันถ้าไม่อยู่ในออเดอร์

Scan หรือพิมพ์ SKU / Barcode แล้ว Enter Scan

ออเดอร์เล็ก — ใช้ Bypass ได้ (4 รายการ · 5 ชิ้น (สูงสุด 5 รายการ / 10 ชิ้น))

ความคืบหน้ารายบรรทัด แสดงรายการที่ Scan แล้ว
แสดง 4 รายการที่ยังไม่ครบ · ข้อรายการที่ Scan แล้ว 0 รายการ

สินค้า	SKU	หยิบแล้ว	สถานะ
ปลั๊กไฟ SPORTEC ECO 1 สวิตช์ 3 ช่อง สีขาว 3 เมตร	8858702099318	0/2	SD
ปลั๊กบ้าน OKAWA HC-04	8858653390106	0/1	SD
ปลั๊กบ้าน OKAWA CC-01	8858653389681	0/1	SD
OKAWA ปลั๊กบ้าน HC-02/M CO	8858653389957	0/1	SD

ยืนยันครบ (Bypass Scan) รายละเอียดออเดอร์

4. เมื่อหยิบครบทุกรายการ กดยืนยันเสร็จสิ้นขั้นตอน Picking เพื่อส่งต่อไปขั้น ③ ตรวจสอบคุณภาพ (QC)

Scan หยิบของ

ออเดอร์ #ORD-1784020908483-A2812CD4 · 4 รายการ

Scan Barcode / SKU

ยิงบาร์โค้ดหรือพิมพ์ SKU — ระบบจับผิดกันที่ถ้าไม่อยู่ในออเดอร์

ความถี่หน้ารายการบรรทัด
☒ แสดงรายการที่ Scan แล้ว

ทั้งหมด 4 รายการ · คสม 4 · สอ 0

สินค้า	SKU	หยิบแล้ว	สถานะ
ปลั๊กไฟ SPORTEC ECO 1 สวิตช์ 3 ช่อง สีขาว 3 เมตร	8858702099318	2/2	คสม
ปลั๊กบ้าน OKAWA HC-04	8858653390106	1/1	คสม
ปลั๊กบ้าน OKAWA CC-01	8858653389681	1/1	คสม
OKAWA ปลั๊กบ้าน HC-02/M CO	8858653389957	1/1	คสม

ประโยชน์

ลดข้อผิดพลาดหยิบสินค้าผิดชนิดหรือผิดจำนวน ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการคืนสินค้าและความไม่พอใจของลูกค้า

ข้อควรระวัง

เกณฑ์ที่ว่า “ออเดอร์ตั้งแต่ 5 รายการขึ้นไปต้องสแกนบาร์โค้ดบังคับ” เป็นแนวปฏิบัติที่ทีมงานใช้อยู่ในปัจจุบัน หรือเป็นเพียง SOP ของหน่วยงาน

5.5 ③ ตรวจสอบคุณภาพ (QC)

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ตรวจสอบความถูกต้องและสภาพสินค้าอีกครั้งก่อนแพ็ค ลดโอกาสส่งสินค้าผิดหรือชำรุดถึงมือลูกค้า

ขั้นตอน

1. ไปที่คีย์งานปฏิบัติงาน / ③ รอ QC

งานค้างในขั้นนี้
ค้างในขั้นนี้ 3 รายการ (กรองแล้ว · การ์ดด้านบน = ทั้งหมด 3)

รายการงาน
คำสั่ง: «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «ค้าง» = ส่งมาจาก Step ก่อนหน้าเมื่อไร · ค้างที่รับ

ค้นหา: ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท | ขนส่งทั้งหมด | ชำระเงินทั้งหมด | วันที่รับออเดอร์ | ไม่พบ | 20 / หน้า

▼ ตัวกรอง: เรียง: วันที่รับออเดอร์ (ใหม่ก่อน) | ล้างตัวกรอง

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สหกิจคลังค้าขาย	หยิบของ	15/07/2569 13:53	รับดี	905.00	4 รายการ · 5 ชิ้น	Scan QC เปิด Log
#ORD-1772168177174-E98FGL	ทดสอบ	หยิบของ	15/07/2569 13:48	รับดี	640.00	1 รายการ · 2 ชิ้น	Scan QC เปิด Log

2. ตรวจสอบจำนวนและชนิดสินค้าเทียบกับรายการออเดอร์อีกครั้ง
3. ตรวจสอบสภาพสินค้า (ไม่ชำรุด/หมดอายุ ตามประเภทสินค้า)
4. ยืนยันครบ กดปุ่ม “ยืนยันครบ (Bypass Scan)” / QC ผ่าน- ไปแพ็ค

Scan Barcode / SKU
คนละคนกับ Picker — ตรวจสอบ SKU/Qty ซ้ำอีกครั้ง

Scan หรือพิมพ์ SKU / Barcode แล้ว Enter

ความคืบหน้ารายบรรทัด
ทั้งหมด 4 รายการ · คน 4 · รอ 0

สินค้า	SKU	ตรวจแล้ว	สถานะ
ปลั๊กไฟ SPORTEC ECO 1 สวิตช์ 3 ช่อง สีขาว 3 เมตร	8858702099318	2/2	ครบ
ปลั๊กบ้าน OKAWA HC-04	8858653390106	1/1	ครบ
ปลั๊กบ้าน OKAWA CC-01	8858653389681	1/1	ครบ
OKAWA ปลั๊กบ้าน HC-02/M CO	8858653389957	1/1	ครบ

QC ผ่าน -> ไปแพ็ค | QC ไม่ผ่าน -> ส่งกลับ Picking | รายละเอียดออเดอร์

5. หาก QC ผ่าน ให้ยืนยันเพื่อส่งต่อไปขั้น ④ แพ็คสินค้า หาก QC ไม่ผ่าน จะส่งกลับไป ② รอหยิบ (Pick)

ประโยชน์

เป็นด่านสุดท้ายก่อนแพ็ค ช่วยจับข้อผิดพลาดที่หลุดจากขั้นหยิบสินค้า ลดอัตราการคืนสินค้าและข้อร้องเรียนจากลูกค้า

ข้อควรระวัง

⚠️ ปุ่ม สำหรับ “ส่งกลับคิวหยิบสินค้าใหม่” เมื่อ QC ไม่ผ่าน ระบบจะส่งกลับไปตรวจสอบ ในขั้นตอนก่อนหน้า (② รอหยิบ (Pick))

5.6 ④ แพ็คสินค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้แพ็คสินค้าให้เรียบร้อย ปลอดภัย และติดข้อมูลผู้รับให้ถูกต้องก่อนส่งมอบขนส่ง

ขั้นตอน

1. ไปที่คิวงานปฏิบัติงาน / ④ รอแพ็ค
2. แพ็คสินค้าตามรายการที่ผ่าน QC แล้ว ใช้วัสดุกันกระแทกตามความเหมาะสมกับประเภทสินค้า
3. พิมพ์ Packing List จากหน้ารายละเอียดคอเดอร์ ติดป้าย ชื่อ-ที่อยู่-โทรศัพท์ ของผู้รับ ตามข้อมูลจัดส่งในหน้าจอคอเดอร์ให้ตรงกัน เพื่อแนบหรือใช้ตรวจทาน

← ④ รอแพ็ค

QC ผ่าน - แพ็คและส่งต่อเอกสาร
เรียงตามวันรับออเดอร์ - เก่าก่อน (ส่งส่ง)

← se QC seเอกสาร →

งานค้างในขั้นนี้
ค้างในขั้นนี้ 7 รายการ (กรองแล้ว · การ์ดด้านบน = ทั้งระบบ 7)

รายการงาน
คอลัมน์ <จากขั้นก่อน> / <เข้าขั้นนี้เมื่อ> / <ค้าง> = ส่งมาว่า Step ก่อนหน้าเมื่อไหร่ · ค้างที่วัน

ค้นหาเอกสาร / ชื่อลูกค้า / บริษัท | บนส่งทั้งหมด | ส่งส่งทั้งหมด | วันรับออเดอร์ | ใหม่อีก | 20 / หน้า

▼ ตัวกรอง: เรียง: วันรับออเดอร์ (ใหม่ก่อน) | ค้างตัวกรอง

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สหกิจสังคม	ตรวจ QC	15/07/2569 13:57	3 นาที	905.00	4 รายการ · 5 ชิ้น	Packing List เปิด Log

4. ยืนยันเสร็จสิ้นขั้นแพ็ค เพื่อส่งต่อไปขั้น ⑤ เอกสารและ Dispatch

←

คำสั่งซื้อ #ORD-1784020908483-A2812CD4

14/07/2569 16:21

④ รอแพ็ค

⑤ ทำส่งหีบ/ตรวจ/แพ็ค - แพ็ค (Packing)

ขั้นถัดไป — แพ็คสินค้า (Packing)

1. แพ็คสินค้าหีบตามรายการด้านล่าง

2. พิมพ์ Packing List (แบบเอกสาร & Logistics)

3. กด → เอกสารครบ ในเมนู «ขั้นตอนคลัง»

4. จากนั้นไปเมนู เอกสาร & Dispatch เพื่ออัปเดต PDF

ดูคิวแพ็คทั้งหมด

🔄 Flow ปฏิบัติการ

Pick - Check - Pack - เอกสาร

ออเดอร์ใหม่

ยืนยันแล้ว

ทำส่งหีบ/ตรวจ/แพ็ค

ส่งมอบขนส่งแล้ว

ส่งถึงลูกค้าแล้ว

⑤ ขั้นตอนคลัง (Fulfillment)

แพ็คครบ - สภาพดี

หยิบของ

→ ตรวจ QC

→ แพ็ค

เอกสารครบ

→ พร้อมส่ง

→ เอกสารครบ

หมายเหตุขึ้นตอน (เช่น QC ไม่ผ่าน — ขาด SKU)

🕒 ประวัติขั้นตอนคลัง

15/07/2569 13:57 — ตรวจ QC (Checking) → แพ็ค (Packing)

15/07/2569 13:53 — หยิบของ (Picking) → ตรวจ QC (Checking)

สถานะงานปัจจุบัน

Flow 8 ขึ้น (COD)

📦 รอแพ็ค

QC ผ่าน - แพ็คและส่งออกเอกสาร

ไปคิว รอแพ็ค

สถานะสต็อก (Order status)

⑤ ทำส่งหีบ/ตรวจ/แพ็ค - แพ็ค (Packing)

ยังไม่ถึง «พร้อมส่ง» — ดำเนินขั้นตอนในแผนกจ่ายก่อน แล้วค่อย «ส่งมอบขนส่ง»

เปลี่ยนสถานะระบบ (ขั้นสูง)

ทำส่งหีบ/ตรวจ/แพ็ค - แพ็ค (Packing)

▼

ขั้นตอน: แพ็ค (Packing) : ใช้สินค้าของ «ขั้นตอนคลัง» จ่ายมือ

สถานะการชำระเงิน

รอชำระ

▼

ประโยชน์

สินค้าถูกแพ็คอย่างเป็นระบบ มีเอกสารกำกับชัดเจน ลดโอกาสส่งผิดกล่องหรือผิดที่อยู่

ข้อควรระวัง

⚠️ การ “บังคับพิมพ์เอกสารก่อนแพ็คเสร็จ” ปัจจุบันเป็นแนวปฏิบัติระดับ SOP เท่านั้น ระบบยังไม่ได้บังคับ
ที่ว่าการพิมพ์เอกสารก่อนเปลี่ยนสถานะ

5.7 ⑤ เอกสารจัดส่ง

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้เตรียมเอกสารประกอบการจัดส่งให้ครบและส่งมอบพัสดุเข้าสู่กระบวนการจัดส่ง

ขั้นตอน

1. ไปที่คิงานปฏิบัติงาน / ⑤ รอจัดส่ง (เอกสาร)

2. อัปโหลดเอกสารที่เกี่ยวข้อง (เช่น ไฟล์ PDF ใบจัดส่ง) หากองค์กรกำหนดให้แนบเอกสารในระบบ สามารถโหลดเอกสาร & Logistic

3. ตรวจสอบความครบถ้วนของพัสดุอีกครั้งก่อนส่งเข้าสู่ขั้น Dispatch

4. ขึ้นชั้น Dispatch / กดปุ่ม พร้อมส่ง เพื่อส่งต่อไปชั้น ⑥ มอบขนส่ง

← คำสั่งซื้อ #ORD-1784020908483-A2812CD4

14/07/2569 16:21

📄 รวบรวม (เอกสาร)

📄 ทำสำเนา/ตรวจ/เช็ค - เอกสาร (Invoice)

ขึ้นชั้น — เอกสาร & Dispatch

📄 เอกสารที่แนบมา «พร้อมส่ง» (ขนาด 1 นิ้ว)

📄 อัปเดต PDF ย่อยย่อย + อัปเดต (ใบเสร็จรับเงิน / ใบกำกับ)

📄 ขึ้นชั้น Dispatch (ตามส่ง - ตามเงื่อนไข)

📄 กด «พร้อมส่ง» ในแผงขึ้นตอนส่ง *

ช่องที่มี * ออกนอก/กรุณา — Packing List ที่แนบมาอย่างละเอียด

ไปคิวรอจัดส่ง

📄 Flow ปฏิบัติการ

Pick - Check - Pack - เอกสาร

ออกเอกสาร

ขึ้นชั้นแล้ว

ทำสำเนา/ตรวจ/เช็ค

ส่งมอบขนส่งแล้ว

ส่งถึงลูกค้าแล้ว

📄 ขึ้นตอนส่ง (Fulfillment)

พิมพ์เอกสาร

หยิบของ

ตรวจ QC

เช็ค

เอกสาร

พร้อมส่ง

→ พร้อมส่ง

หมายเหตุขึ้นตอน (เช่น QC ไม่ผ่าน — ยก SKU)

📄 ประวัติขึ้นตอน

15/07/2569 13:59 — เช็ค (Packing) → เอกสาร (Invoice)

15/07/2569 13:57 — ตรวจ QC (Checking) → เช็ค (Packing)

15/07/2569 13:53 — หยิบของ (Picking) → ตรวจ QC (Checking)

สถานะงานปัจจุบัน

Flow 8 ขึ้น (COD)

📄 รวบรวม (เอกสาร)

อัปเดต: อัปเดต PDF - Dispatch

ไปคิวรอเอกสาร

สถานะระบบ (Order status)

📄 ทำสำเนา/ตรวจ/เช็ค - เอกสาร (Invoice)

อัปเดต: อัปเดต PDF - Dispatch

อัปเดต: อัปเดต PDF - Dispatch

อัปเดต: อัปเดต PDF - Dispatch

เปลี่ยนสถานะระบบ (ขั้นสูง)

ทำสำเนา/ตรวจ/เช็ค - เอกสาร (Invoice)

ขึ้นชั้น: เอกสาร (Invoice) - อัปเดตในแผง «ขึ้นตอนส่ง» อัปเดต

สถานะการชำระเงิน

รอชำระ

ประโยชน์

มีเอกสารครบถ้วนพร้อมตรวจสอบย้อนหลัง ลดปัญหาพัสดุไม่มีเอกสารกำกับเมื่อถึงมือขนส่ง

ข้อควรระวัง

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าไฟล์เอกสารที่อัปโหลดตรงกับเอกสารที่ถูกต้อง การอัปโหลดผิดเอกสารอาจทำให้เกิดความสับสนกับขนส่งภายนอก

MNSP14-99

แก้ไขครั้งที่ 0 : 01/08/69

บทที่ 5 ปฏิบัติการ

5-12

5.8 ⑥ มอบขนส่ง + กรอก Tracking

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ส่งมอบพัสดุให้บริษัทขนส่งและบันทึกเลขพัสดุ (Tracking) เข้าระบบให้ลูกค้าติดตามได้

ขั้นตอน

1. ไปที่คิงานปฏิบัติงาน / ⑥ รอมอบขนส่ง

← ⑥ รวมมอบขนส่ง

พร้อมส่ง · กรอก Tracking · ส่งมอบขนส่ง
เรียงตามวันที่รับของเสร็จ — ถ้าสุ่มก่อน (เรียงส่ง)

← รอเอกสาร รอรับยืนยันส่งถึง →

จากคำสั่งขึ้นนี้
คำสั่งในขั้นนี้ 2 รายการ (กรองแล้ว · การ์ดด้านบน = ทั้งระบบ 2)

รายการงาน
คำสั่งนี้ «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «คำสั่ง» = ส่งมาจาก Step ก่อนหน้าเมื่อไหร่ · คำสั่งที่รับ

ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท | บนส่งทั้งหมด | ชำระเงินทั้งหมด | วันที่รับของเสร็จ | ไลน์ก่อน | 20 / หน้า

▼ ตัวกรอง: (เรียง: วันที่รับของเสร็จ (ใหม่ก่อน)) | ล้างตัวกรอง

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	คำสั่ง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สมเจริญคลังค้าขาย	เอกสารครบ	15/07/2569 14:03	รับได้	905.00	ยังไม่ Tracking	เปิด Log
#ORD-1771662050383-RQO3CO	พิชัย	เอกสารครบ	14/07/2569 17:48	รับได้	420.00	ยังไม่ Tracking	เปิด Log

แสดง 1-2 จาก 2 รายการ

2. นำพัสดุส่งขนส่งภายนอกหรือรถส่งของบริษัท ตามช่องทางที่ร้านใช้งาน
3. รับเลขพัสดุ (Tracking Number) จากขนส่ง แล้วกลับมากกรอกในช่อง Tracking บนหน้าออเดอร์ และบันทึก

ข้อมูลจัดส่ง

Tracking บังคับก่อน «ส่งมอบขนส่ง» เมื่อขึ้นคลังเป็น «พร้อมส่ง»

หมายเลขติดตามพัสดุ (Tracking) *

A0001234

หมายเหตุของ Admin (ไม่บังคับ)

หมายเหตุภายใน (ลูกค้าไม่เห็น)

บันทึกการเปลี่ยนแปลง

4. เปลี่ยนสถานะเป็น ส่งมอบขนส่งแล้ว เมื่อสินค้าออกจากร้าน/คลัง

ประโยชน์

ลูกค้าติดตามสถานะพัสดุได้เองผ่านหน้าอแดอร์ฝั่งสมาชิก ลดคำถาม “ของถึงไหนแล้ว” เข้ามาที่ CRM

ข้อควรระวัง

ต้องกรอก Tracking Number ให้ถูกต้องตรงกับพัสดุจริงเสมอ เลข Tracking ผิดจะทำให้ลูกค้าติดตามสถานะไม่ได้และอาจก่อข้อร้องเรียน

5.9 ⑦ ยืนยันส่งถึงลูกค้า

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ยืนยันว่าลูกค้าได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว ปิดจบ Flow สำหรับออเดอร์ประเภท CASH

ขั้นตอน

1. ไปที่คิงานปฏิบัติงาน / ⑦ รอยืนยันส่งถึง

← ⑦ รอยืนยันส่งถึง

ส่งมอบขนส่งแล้ว · ปิดงาน delivered
เรียงตามวันรับออเดอร์ — เก่าสุดก่อน (เรียงส่ง)

— รอมอบขนส่ง เก็บ COD — →

งานค้างในขั้นนี้
ค้างในขั้นนี้ 3 รายการ (กรองแล้ว · การ์ดด้านบน = ทั้งหมด 3)

รายการงาน

คอลัมน์ «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «ค้าง» = ส่งมาจาก Step ก่อนหน้าเมื่อไหร่ · ค้างที่วัน

ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท | บนส่งทั้งหมด | ชำระเงินทั้งหมด | วันรับออเดอร์ | ใหม่ก่อน | 20 / หน้า

▼ ตัวกรอง: เรียง: วันรับออเดอร์ (ใหม่ก่อน) | ล้างตัวกรอง

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สมหญิงคลังค้าขาย	ส่งมอบขนส่ง	15/07/2569 14:06	วันนี้	905.00	A0001234 รอชำระ	ยืนยันส่งถึง เปิด Log

2. ตรวจสอบสถานะจากขนส่ง หรือ ได้รับการยืนยันจากลูกค้าว่าได้รับสินค้าแล้ว
3. เปลี่ยนสถานะเป็น ยืนยันส่งถึง ที่องค์กรกำหนดว่าใครเป็นผู้กดยืนยัน

← ⑦ รอยืนยันส่งถึง

ส่งมอบขนส่งแล้ว · ปิดงาน delivered
เรียงตามวันรับออเดอร์ — เก่าสุดก่อน (เรียงส่ง)

— รอมอบขนส่ง เก็บ COD — →

งานค้างในขั้นนี้
ค้างในขั้นนี้ 3 รายการ (กรองแล้ว · การ์ดด้านบน = ทั้งหมด 3)

รายการงาน

คอลัมน์ «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «ค้าง» = ส่งมาจาก Step ก่อนหน้าเมื่อไหร่ · ค้างที่วัน

ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท | บนส่งทั้งหมด | ชำระเงินทั้งหมด | วันรับออเดอร์ | ใหม่ก่อน | 20 / หน้า

▼ ตัวกรอง: เรียง: วันรับออเดอร์ (ใหม่ก่อน) | ล้างตัวกรอง

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สมหญิงคลังค้าขาย	ส่งมอบขนส่ง	15/07/2569 14:06	วันนี้	905.00	A0001234 รอชำระ	ยืนยันส่งถึง เปิด Log

4. สำหรับออเดอร์ CASH ขั้นนี้คือขั้นสุดท้ายของ Flow (จบที่ 7 ขั้น) ส่วนออเดอร์ COD จะไปที่ขั้น ⑧

ประโยชน์

มีจุดปิดจบ Flow ที่ชัดเจน ช่วยให้รายงานสถานะออเดอร์และ SLA แม่นยำ สะท้อนเวลาส่งมอบจริง

ข้อควรระวัง

อย่ากด delivered ล่วงหน้าก่อนสินค้าจะถึงมือลูกค้าจริง เพราะกระทบความแม่นยำของรายงาน SLA และอาจสร้างความเข้าใจผิดหากลูกค้ายังไม่ได้รับของจริง

5.10 ⑧ ยืนยันเก็บเงิน COD

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ยืนยันว่าได้เก็บเงินปลายทางจากลูกค้าแล้ว ปิดจบ Flow สำหรับออเดอร์ประเภท COD

ขั้นตอน

1. ไปที่คิวงานปฏิบัติงาน / ⑧ รอยืนยันเก็บ COD (เฉพาะออเดอร์ COD ที่มีสถานะ ยืนยันส่งถึงแล้ว)
2. ตรวจสอบยอดเงินที่เก็บได้จากพนักงานขนส่งหรือพนักงานส่งของ เทียบกับยอดที่ต้องชำระ
3. กดยืนยันเก็บเงิน COD สำเร็จ ปิดจบ Flow ของออเดอร์นั้น

← **รอยืนยันเก็บ COD** รีเฟรช

COD ส่งถึงแล้ว • ยืนยันเก็บเงิน (CASH จบขั้น ๐)
เรียงตามวันรับออเดอร์ — แท็บก่อน (เรียง)

— รอยืนยันส่งถึง

งานค้างในขั้นนี้
1

รายการงาน
คอลัมน์ «จากขั้นก่อน» / «เข้าขั้นนี้เมื่อ» / «ค้าง» = สืบมาจาก Step ก่อนหน้าเมื่อไหร่ • ค้างที่วัน

ค้นหาเลขที่ / ชื่อลูกค้า / บริษัท | บนส่งทั้งหมด | ชำระเงินทั้งหมด | วันที่ส่งถึง | เก่าก่อน | 20 / หน้า

เลขที่	ลูกค้า	จากขั้นก่อน	เข้าขั้นนี้เมื่อ	ค้าง	ยอด	รายละเอียด	การทำงาน
#ORD-1784020908483-A2812CD4	สมหญิง คลังค้าขาย	ส่งถึงลูกค้า	15/07/2569 14:08	วันที่	905.00	COD \$905.00 ส่งถึง 15/07/2569 14:08	ยืนยันเก็บ COD แล้ว เปิด Log

แสดง 1-1 จาก 1 รายการ

4. หากเก็บเงินไม่ครบหรือลูกค้าปฏิเสธรับสินค้า ให้บันทึกและแจ้งตาม SOP การจัดการ COD ค้างของร้าน

ประโยชน์

ปิดออเดอร์ COD ให้ครบถ้วนตรงกับเงินที่เก็บได้จริง ช่วยกระทบยอดบัญชีปลายทางได้แม่นยำ ลดปัญหา COD ค้างสะสม

ข้อควรระวัง

งาน Notification Scheduler ของระบบจะตรวจ COD overdue (ค้างนานผิดปกติ) ทุก 30 นาที ทีมงานควรติดตามแจ้งเตือนนี้ อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เงิน COD ค้างสะสมนานเกินควร

5.11 ศูนย์ปฏิบัติการและ SLA/OTIF Dashboard

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้หัวหน้าทีมปฏิบัติการติดตามภาพรวมคิงานทั้งหมด ตัวชี้วัด SLA และ OTIF เพื่อบริหารจัดการคอขวดของงาน

ขั้นตอน

1. ไปที่หัวข้อ ปฏิบัติการ / ศูนย์ปฏิบัติการ เพื่อดูภาพรวม SLA คิวค้าง และ OTIF (On Time In Full)

The screenshot displays the 'ศูนย์ปฏิบัติการ (Operations)' dashboard. On the left is a sidebar menu with options like 'แดชบอร์ด', 'คิวงานปฏิบัติการ', 'ปฏิบัติการ', 'ศูนย์ปฏิบัติการ (Operations)', 'รายงาน Operations', 'ลูกค้า', 'งาน MARKETING', 'จัดการร้านค้า', 'รายงาน & การตลาด', 'ผู้บริหาร / เจ้าของงาน', 'ภาพรวมผู้บริหาร', 'ระบบ ADMIN', and 'ตั้งค่าร้านค้า'. The main content area is titled 'ศูนย์ปฏิบัติการ (Operations)' and includes a sub-header '11 Dashboard หลัก (Order → Scorecard) · Executive · รับชำระรายวัน · รายงานประจำวัน · คิว live @-'. Below this is a section '11 Dashboard หลัก + แก็บเสริม' with a list of sub-headers: 'Order Control · หยิบ/แพ็ค · เองสาร · จัดส่ง · COD · ปิดวัน · พนักงาน · Exception · Workflow · Scorecard · Executive · รับชำระรายวัน · รายงานประจำวัน'. The dashboard is divided into two main panels. The left panel, '1. Order Control', shows 'ควบคุม Order' and 'วันนี้ Order ๑๕,๖๖๖'. It contains a 'Order Control Dashboard' with metrics: 'Order ใหม่, สถานะ, Aging, SLA Confirm 15 นาที', '✓ Order ไม่เกินวัน', '✓ ค้างจากเมื่อวาน', '✓ Status breakdown', '✓ Aging', and '✓ SLA Confirm'. The right panel, 'จัดการคำสั่งซื้อ', shows 'ดำเนินการออเดอร์, อัปเดตสถานะ', '✓ รายการออเดอร์', '✓ Workflow สถานะ', and a link 'เปิดรายงาน →'. A top right button says 'รายงาน Operations คิว 11 Dashboard'.

2. คลิกการ์ดที่สนใจเพื่อไปยังรายงาน Operations ซึ่งถึง 13 แท็บ
ครอบคลุมข้อมูลการสแกน/ข้อผิดพลาด QC และ SLA แต่ละขั้น

3. ตรวจสอบ Pipeline คิว ①-⑧ แบบเรียลไทม์บนแดชบอร์ดหลัก สังเกตจุดที่มีสีแดงเตือน SLA ใกล้เกิน

4. ใช้ข้อมูลนี้ประมทบทวนปฏิบัติการประจำวัน เพื่อจัดสรรกำลังคนไปยังคิวที่ค้ำงมากที่สุด

ประโยชน์

หัวหน้างานเห็นคอบขวดของกระบวนการได้ทันที (เช่น คิว Picking ค้างมากผิดปกติ)
และสามารถจัดสรรกำลังคนแก้ไขได้ทันเวลาก่อน SLA จะเสียหาย

5. ข้อควรระวัง

หน้านี้ต้องมีสิทธิ์ หรือ เปิดสวิตช์ “เมนูวิเคราะห์” ไว้ (บทที่ 2.7) มิฉะนั้นเมนูจะไม่ปรากฏ

บทที่ 6 คำถามที่พบบ่อย

Q1: เข้าสู่ระบบไม่ได้ ต้องตรวจสอบอะไรเป็นอย่างแรก?

A: ให้ตรวจสอบเบอร์มือถือ รหัสผ่าน ภาษาเป็นพิมพ์ และสิทธิ์ของบัญชีที่ใช้เข้าสู่ระบบก่อน โดยบัญชีที่ใช้งานต้องเป็นบัญชีผู้ดูแลระบบของร้านค้า หากตรวจสอบแล้วแต่ยังเข้าสู่ระบบไม่ได้ ให้แจ้งผู้ดูแลระบบหลักหรือฝ่ายสนับสนุนเพื่อตรวจสอบบัญชีอีกครั้ง

Q2: โลโก้ร้านค้าควรใช้ขนาดหรือสัดส่วนเท่าไร?

A: แนะนำให้ใช้ภาพสัดส่วน 1:1 เช่น 400 x 400 พิกเซล หรือ 800 x 800 พิกเซล เพื่อให้โลโก้แสดงผลได้สมดุล ไม่ถูกบีบหรือยืดผิดสัดส่วน และควรใช้ไฟล์ภาพที่คมชัด เช่น PNG หรือ JPG

Q3: ภาพพื้นหลังหน้าแรกควรเตรียมอย่างไร?

A: แนะนำให้ใช้ภาพขนาด 1920 x 600 พิกเซล หรืออัตราส่วน 16:5 เพื่อให้แสดงผลได้เหมาะสมกับพื้นที่แบนเนอร์หน้าแรก รองรับไฟล์ PNG/JPG และควรมีขนาดไฟล์ไม่เกิน 5MB

Q4: ภาพหมวดหมู่ควรใช้ขนาดใด?

A: แนะนำให้ใช้ภาพขนาด 400 x 400 พิกเซล หรือสัดส่วน 1:1 เพื่อให้ภาพหมวดหมู่แต่ละรายการแสดงผลเท่ากันและจัดเรียงสวยงามบนหน้าเว็บไซต์

Q5: ภาพสินค้าควรใช้ขนาดใด?

A: แนะนำให้ใช้ภาพขนาด 800 x 800 พิกเซล หรือสัดส่วน 1:1 เพื่อให้ภาพสินค้าแสดงผลชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ขนาดไฟล์ควรไม่เกิน 5MB และควรใช้ภาพสินค้าที่ตรงกับสินค้าจริงก่อนเผยแพร่

Q6: ทำไมสินค้าไม่แสดงอยู่ในหมวดหมู่ที่ต้องการ?

A: สาเหตุที่พบบ่อยมักเกิดจากเลือกหมวดหมู่ผิดในขั้นตอนเพิ่มหรือแก้ไขสินค้า ให้กลับไปตรวจสอบข้อมูลสินค้า แล้วดูว่าช่องหมวดหมู่สินค้าถูกเลือกตรงกับหมวดที่ต้องการหรือไม่ จากนั้นบันทึกข้อมูลและตรวจสอบผลลัพธ์บนหน้าเว็บไซต์อีกครั้ง

Q7: ทำไมหมวดหมู่หรือสินค้าเรียงลำดับไม่ตรงตามที่ต้องการ?

A: ให้ตรวจสอบรหัสหมวดหมู่ รหัสสินค้า และช่องลำดับการแสดงผล เนื่องจากระบบอาจใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นเงื่อนไขในการเรียงลำดับ หากต้องการให้รายการใดแสดงก่อน ควรกำหนดลำดับให้ถูกต้องและตรวจสอบผลหลังบันทึกทุกครั้ง

Q8: Badge สินค้าใช้ทำอะไร?

A: Badge ใช้สำหรับแสดงป้ายกำกับสถานะของสินค้า เช่น สินค้าใหม่ ขายดี หรือสินค้าโปรโมชัน เพื่อช่วยให้สินค้าบางรายการโดดเด่นขึ้นบนหน้าเว็บไซต์ และช่วยให้ลูกค้าสังเกตเห็นสินค้าเป้าหมายได้ง่ายขึ้น

Q9: ควรเลือกตั้งค่าจัดส่งแบบไหนดี?

A: ควรเลือกตามนโยบายการขายของร้านค้า หากต้องการกระตุ้นยอดขายให้ใช้ค่าจัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบยอด หากมีค่าขนส่งเท่ากันทุกคำสั่งซื้อให้ใช้แบบเหมาจ่ายทั้งบิล แต่หากต้นทุนจัดส่งแตกต่างกันตามพื้นที่ ควรตั้งค่าจัดส่งตามโซนเพื่อให้คำนวณค่าใช้จ่ายได้เหมาะสมกว่า

Q10: แบนเนอร์ไม่แสดงบนหน้าเว็บไซต์ ต้องตรวจสอบอะไร?

A: ให้ตรวจสอบสถานะการเปิดใช้งาน วันที่เริ่มต้นและวันที่สิ้นสุดการแสดงผล ลำดับการแสดงผล และตรวจสอบว่ารูปภาพแบนเนอร์อัปโหลดสำเร็จแล้วหรือไม่ หากตั้งค่าวันที่ยังไม่ถึงช่วงแสดงผล หรือปิดสถานะการใช้งานไว้ แบนเนอร์จะไม่แสดงบนหน้าเว็บไซต์

Q11: ข่าวสารไม่แสดงบนหน้าเว็บไซต์ ต้องตรวจสอบอะไร?

A: ให้ตรวจสอบวันที่เผยแพร่ สถานะการใช้งาน หัวข้อข่าว รายละเอียดข่าว หมวดหมู่ และภาพประกอบ หากกำหนดวันที่เผยแพร่ในอนาคต หรือยังไม่ได้บันทึกข้อมูลให้ครบถ้วน ข่าวสารอาจยังไม่แสดงบนหน้าเว็บไซต์

Q12: ก่อนเริ่มระบบ ควรทดสอบอะไรบ้าง?

A: ควรทดสอบหน้าเว็บไซต์จริงในมุมมองของลูกค้า โดยตรวจสอบโลโก้ ข้อมูลร้านค้า หมวดหมู่สินค้า รายการสินค้า ราคา รูปภาพ ค่าจัดส่ง แบนเนอร์ ข่าวสาร และการแสดงผลบนอุปกรณ์ที่ใช้งานจริง เช่น คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลถูกต้องก่อนเปิดใช้งานจริง

Q13: แก้ไขข้อมูลแล้ว แต่หน้าเว็บไซต์ยังไม่เปลี่ยน ต้องทำอะไร?

A: ให้คลิกเฟรชหน้าเว็บไซต์ก่อน หากยังไม่เปลี่ยนให้ตรวจสอบว่าคั่นที่ข้อมูลเรียบร้อยแล้วหรือไม่ และลองเปิดหน้าเว็บไซต์ใหม่อีกครั้ง หากยังไม่แสดงผล ให้แจ้งผู้ดูแลระบบเพื่อตรวจสอบการเชื่อมต่อหรือการแสดงผลของระบบ

Q14: สามารถใช้รูปภาพจากระบบสำเร็จต่อได้หรือไม่?

A: ไม่แนะนำให้ใช้ข้อมูลหรือรูปภาพจากระบบสำเร็จบนหน้าเว็บไซต์จริง ผู้ดูแลระบบควรเปลี่ยนเป็นข้อมูลจริงของร้านค้า เช่น โลโก้สินค้า รูปสินค้า ราคา รายละเอียด และเงื่อนไขการขาย ก่อนเผยแพร่ให้ลูกค้าใช้งาน

Q15: ควรตรวจสอบอะไรทุกครั้งก่อนกดบันทึกข้อมูล?

A: ควรตรวจสอบชื่อรายการ รูปภาพ ราคา วันที่แสดงผล สถานะเปิดใช้งาน ลำดับการแสดงผล และข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วนก่อนบันทึก เพื่อป้องกันข้อมูลผิดพลาดแสดงบนหน้าเว็บไซต์จริง

ภาคผนวก

ก. คำศัพท์เฉพาะระบบ (Glossary)

คำศัพท์	ความหมาย
OWNER	บทบาท Admin สิทธิ์สูงสุด จัดการ Admin คนอื่นและตั้งค่าระบบเต็มรูปแบบ
SHOP_OWNER	บทบาทผู้จัดการร้าน ดูแลสินค้า ออเดอร์ ลูกค้า ค่าขนส่ง และรายงาน
MARKETING	บทบาทการตลาด ดูแลโปรโมชัน คุปอง แบนเนอร์ แคมเปญ และ CRM
SUPPORT	บทบาทปฏิบัติการ ดูแลทีมงานออเดอร์ ①-⑧ ตั้งแต่หยิบสินค้าจนถึงจัดส่ง
RBAC	Role-Based Access Control ระบบควบคุมสิทธิ์การเข้าถึงตามบทบาท
2FA / OTP	การยืนยันตัวตนสองชั้นด้วยรหัสผ่านครั้งเดียวที่ส่งทาง SMS
SLA	Service Level Agreement ตัวชี้วัดเวลามาตรฐานที่ต้องทำงานให้เสร็จในแต่ละชั้น
OTIF	On Time In Full ตัวชี้วัดการจัดส่งตรงเวลาและครบถ้วน
QC	Quality Control ขั้นตอนตรวจสอบคุณภาพ/ความถูกต้องของสินค้าก่อนแพ็ค
COD	Cash on Delivery การเก็บเงินปลายทางเมื่อส่งสินค้าถึงลูกค้า
ERP	Enterprise Resource Planning ระบบบริหารทรัพยากรองค์กร ที่เชื่อมต่อข้อมูลกับ Bplus Ordering
Webhook	กลไกที่ระบบแจ้งเหตุการณ์ไปยังปลายทางอัตโนมัติเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล
CRM In-App Chat	ระบบแชทระหว่างลูกค้ากับทีมงานภายในแอป พร้อมเก็บประวัติการติดต่อ
FCR	First Contact Resolution สัดส่วนเคสที่แก้ปัญหาจบได้ตั้งแต่ติดต่อครั้งแรก

โปรแกรมบริหารงานบุคคลสำเร็จรูป BPlus HRM

- PR ระบบเงินเดือน
- PS ระบบบริหารงานบุคคล
- RT ระบบสิทธิวันลาและเบี้ยขยันขั้นสูง
- TM ระบบประมวลผลเวลาทำงาน
- AS ระบบกำหนดสิทธิการใช้งานขั้นสูง
- DK ระบบโอนข้อมูลผ่านดิสก์/อินเทอร์เน็ต
- AS ระบบกำหนดสิทธิการใช้งานขั้นสูง
- JC ระบบต้นทุนค่าแรงพนักงาน
- PF ระบบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพพิเศษ
- LN ระบบเงินกู้ชนิดพิเศษ
- WF ระบบสวัสดิการพนักงาน
- ID ระบบ Smart Card Reader อ่านบัตรประชาชน
- PC ระบบเบิกเงินสดย่อย
- MC ระบบอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงิน
- Bplus Auto TM ระบบโอน TM อัตโนมัติ
- Bplus HRM Connect ระบบแอปพลิเคชัน HRM บนมือถือ
- e-Payslip ระบบใบจ่ายเงินเดือนและเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์/เว็บ
- e-Payslip On web ระบบแสดงใบจ่ายเงินเดือนและเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์/เว็บ
- e-Leave/OT/SHIFT ระบบขอลา,ขอโอที,ขอเปลี่ยนกะผ่านเว็บ
- e-Training ระบบการฝึกอบรมพนักงานผ่านเว็บ
- e-Welfare ระบบขอสวัสดิการพนักงานผ่านเว็บ
- Bplus Dash Board ระบบแสดงประสิทธิภาพงานบุคคลสำหรับผู้บริหาร
- e-Recruit ระบบสมัครงาน
- e-Dashboard ระบบแสดงข้อมูลการทำงานของพนักงานผ่านเว็บ
- e-HR INFO ระบบประชาสัมพันธ์ข่าวสารระหว่างบริษัทกับพนักงาน
- e-HRM ระบบเงินเดือน Online

โปรแกรมบัญชีบริหารสำเร็จรูป BPlus ERP

- DF ระบบควบคุมเอกสาร
- IC ระบบสินค้าคงคลัง
- PO ระบบจัดซื้อสินค้า
- OE ระบบจำหน่ายและจองสินค้า
- AR-AP ระบบลูกหนี้-เจ้าหนี้
- CQ ระบบเช็ค-เงินฝากธนาคาร
- GL/EP ระบบบัญชี/รายได้-ค่าใช้จ่าย
- FI ระบบวิเคราะห์การเงิน
- CF ระบบงบกระแสเงินสด
- SL ระบบพนักงานขาย
- FA ระบบทรัพย์สินถาวร
- BI ระบบวิเคราะห์การตลาดขั้นสูง
- PDA ระบบเชื่อมโยงข้อมูลเครื่องนับสินค้า
- TR ระบบรับย้ายข้อมูลข้ามแหล่งเก็บ
- Bbarcode ระบบพิมพ์ใบราคาสินค้า
- DK ระบบอื่นแบบ กงค.3 และ 53 ผ่านอินเทอร์เน็ต
- MRPII ระบบวางแผนการผลิต
- Replenishment ระบบเติมเต็มอัตโนมัติ
- Bplus Dash Board ระบบแสดงประสิทธิภาพการบริหารงานสำหรับผู้บริหาร
- Bplus Executive on Android ระบบงานบริหารบนมือถือ
- Bplus Collector On Android ระบบช่วยการขายและบันทึกเอกสารบนมือถือ
- แคมเปญหลังร้าน / สะสมแต้มหลังร้าน/ Invoice From Scan / Receive From Scan / Packing list / Consolidate / Prepare-PO / หน่วยรถ แบบ Notebook / e-Filing / e-Taxinvoice
- WMS การบริหารคลังสินค้า

โปรแกรมบริหารงานค้าปลีกสำเร็จรูป BPlus POS

- BplusBack ระบบบริหารจัดการหลังร้าน
- BplusPos ระบบขายหน้าร้าน
- Campaign ระบบแคมเปญ
- ShowPrice ระบบแสดงราคาขายและแคมเปญ
- CheckPrice ระบบตรวจสอบราคาขายและแคมเปญ
- Queue Buster ระบบลดเวลารอคิวการชำระของลูกค้า
- ID ระบบ Smart Card Reader อ่านบัตรประชาชน
- Member online ระบบสะสมแต้ม
- Member Reward On Mobile ระบบสะสมแต้ม Online ผ่านมือถือ
- e-Coupon ระบบพิมพ์คูปองอัตโนมัติที่แคชเชียร์(OPOS)
- Binvoice / Bbarcode / Touch Screen

BPlus VAN SALES On Mobile – Android

เป็นโปรแกรมบนมือถือสำหรับพนักงานขายที่ออกไปปฏิบัติงานนอกสถานที่
สะดวกสำหรับงาน Sales / Pre-Sales

- Take Order จองสินค้าและเปิดหน้าบัญชีลูกหนี้
- สอบถามสินค้าคงเหลือ/วงเงินเครดิต
- ระบบบริหารงานขาย/การรับคืนสินค้า
- การกำหนดเป้าหมายพนักงานขาย
- ระบบบริหารจัดการยอดหนี้คงค้าง
- การโอนย้ายคลังสินค้า
- ระบบเยี่ยมลูกค้า / เช็คร้านค้า / ติดตามเส้นทางการเดินทาง
- Market Survey ระบบสำรวจลูกค้า การบันทึกเลขโมล์ /บันทึกพิลัด
- รายงานต่างๆ เพื่อสรุปการขาย