

การพัฒนาแอปพลิเคชัน สำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตร ผ่านไลน์ออฟฟิเชียลแควคาร์ท และไลน์ช้อปปิ้ง ของตลาดปฐมมงคล อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

จาริตรี ปัญญาเกียรติคุณ^{1*}, ณัฐริชา สุวรรณธาน¹ และขวัญยุพา ศรีสว่าง¹

¹สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*633480009@webmail.npru.ac.th

บทคัดย่อ

วิจัยเรื่องนี้ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแอปพลิเคชันช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม 2) ประเมินความพึงพอใจของแอปพลิเคชันช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าเกษตรและผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่แน่ชัด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แอปพลิเคชันช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร และแบบประเมินคุณภาพแอปพลิเคชันสำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรในตลาดปฐมมงคล วิธีดำเนินการวิจัย คณะผู้พัฒนาได้ศึกษาวิธีที่เหมาะสมในการซื้อขายผลผลิตสินค้าเกษตร จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการพัฒนาแอปพลิเคชันตามกรอบแนวคิดวงจรพัฒนาระบบ SDLC และนำไปประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่ใช้เป็นสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย 1) ผลการพัฒนาแอปพลิเคชันพัฒนาแอปพลิเคชันช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐมพบว่า ได้แอปพลิเคชันที่เป็นเทคโนโลยี Mobile Application สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ ใช้งานได้กับโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนแท็บเล็ตทั้งในระบบ iOS และ ระบบ Android สามารถตอบโจทย์การซื้อ-การขายผลผลิตทางการเกษตรในตลาดปฐมมงคล อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และผู้บริโภค เพิ่มศักยภาพทางการตลาดสร้างเครือข่ายสินค้าเกษตรให้มีความเข้มแข็ง 2) ผลการประเมินคุณภาพแอปพลิเคชันช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า คุณภาพแอปพลิเคชันสำหรับการซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.72

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน ช่องทางการจัดจำหน่าย ตลาดปฐมมงคล

Developing channels for selling agricultural products through Line Official Account (LINE OA) and LINE shopping of Pathom Mongkol Market, Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province.

Jarit Panyakiattikun^{1*}, Natticha Suwannathan¹ and Kwanyupa srisawang¹

¹Business Computer major, Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

*633480009@webmail.npru.ac.th

Abstract

This research uses a research and development approach with the following objectives: 1) To develop an application for the agricultural product distribution channel of the Pathom Mongkol Market, Mueang District, Nakhon Pathom Province. 2) To evaluate the quality of the agricultural product distribution channel application of the Pathom Mongkol Market, Mueang District, Nakhon Pathom Province. The target group for this research was 30 consumers and Entrepreneur. The sample was selected using an Accidental sampling method. Because the exact number of customers is unknown. The research tools used in this study were: Agricultural product distribution channel application, Evaluation form for the quality of the agricultural product distribution channel application in Pathom Mongkol Market. The development team conducted a study to identify the most suitable methods for trading agricultural products. The gathered information was then used to develop an application based on the SDLC framework. The application was evaluated for quality by experts. The basic statistics used were mean and standard deviation.

Research outcomes. 1 The development of a mobile application for the Pathom Mongkol Market in Mueang District, Nakhon Pathom Province, has resulted in a successful tool for both farmers and consumers. The application, designed for both iOS and Android smartphones and tablets, facilitates the buying and selling of agricultural products within the market and beyond. It empowers farmers to expand their market reach and consumers to access fresh, local produce conveniently. 2. Expert evaluation of the mobile application for buying and selling organic agricultural products at Pathom Mongkol Market in Mueang District, Nakhon Pathom Province, yielded highly positive results. The overall application quality was rated at 4.19 out of 5, with a standard deviation of 0.72. This indicates that the application consistently meets or exceeds user expectations.

Keywords: Applications, Distribution channels, Pathom Mongkol Market

1. บทนำ

การขายของออนไลน์ คือ การทำธุรกิจซื้อ-ขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยสามารถทำได้หลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทางเว็บไซต์ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และ E-Marketplace เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันธุรกิจขายของออนไลน์นั้นเติบโตอย่างมาก เพราะสามารถซื้อขายได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน และซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง เรียกว่าอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายเลยทีเดียว LINE Official Account หรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า LINE OA คือ แพลตฟอร์มที่ให้ร้านค้าสามารถสร้างบัญชีทางการโดยแยกบัญชี LINE ของแบรนด์ออกจากบัญชีส่วนตัว เรียกได้ว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ใจร้านค้าออนไลน์ที่มีพีเจอร์และปลั๊กอินมากมาย ซึ่งช่วยส่งเสริมการทำการตลาดบน LINE โดยเฉพาะ ธุรกิจค้าปลีกถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ใช้ LINE เป็นสื่อกลางในการสร้างฐานลูกค้าที่มีความผูกพันสูง ในปัจจุบันหลาย

แบรนด์ได้เริ่มหันมาดึงดูดลูกค้าออนไลน์ไปยังหน้าร้านออฟไลน์ รวมถึงการจัดการโปรโมชั่นและของรางวัลบนแพลตฟอร์ม LINE เช่น คุปอง/คูปองแลกของรางวัล เกมส์ เป็นต้น LINE Official Account เป็นแพลตฟอร์มที่ใช้ได้กับอุตสาหกรรมมากมาย ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ E-commerce หรือร้านค้าปลีก แต่ยังรวมถึง ธุรกิจยานยนต์, ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม, ธุรกิจรองเท้า เป็นต้น

ตลาดปฐมมงคล ตลาดกลางผักและผลไม้หรือตลาดผลไม้ปฐมมงคล ตั้งอยู่เลขที่ 129 ถนนทวารวดี ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ตลาดเปิดทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ที่ตลาดจำหน่าย ผักสด ผลไม้ เนื้อสัตว์ ไข่ไก่ ข้าวสาร อาหารปรุงสุก เครื่องแกง เครื่องปรุงรส ของชำต่างๆ ที่ตลาดขายทั้งปลีกและส่ง ร้านที่ขายอยู่ในตลาดก็จะมีจำพวก ร้านขายผักสดมีผักสดให้เลือกซื้อหลากหลายชนิด ร้านขายผักมีทั้งเลือกซื้อแบบขายส่งหรือยกถุง ร้านขายส่งผักสดที่มีผักสดให้เลือกซื้อหลากหลาย ร้านขายผลไม้ที่มีผลไม้สดมีให้เลือกซื้อหลากหลายขนาด หลากหลายราคาทั้งปลีกและส่ง ร้านขายส่งผลไม้สดที่มีให้เลือกซื้อหลากหลายราคา และพืชผลเกษตรชนิดต่างๆ

ตลาดปฐมมงคลเป็นตลาดกลางผักและผลไม้ในจังหวัดนครปฐม โดยที่การขายผักเกษตรนั้นจะผ่านหน้าร้านเท่านั้น แม้จะมีเว็บไซต์แต่ส่วนมากก็จะเป็นเพียงการลงข้อมูลเรื่องราคากลางของผักเกษตรที่ขายอยู่และข้อมูลติดต่อขอเช่าแผงขายของเท่านั้น ไม่มีการทำช่องทางขายผ่านออนไลน์เลย ด้วยเหตุนี้ผู้พัฒนาจึงมีแนวคิดที่อำนวยความสะดวกให้แก่ร้านในตลาดปฐมมงคล ด้วยการใช้แอปพลิเคชัน LINE โดยการใช้เครื่องมือ LINE Official Account (LINE OA) และ LINE Shopping สำหรับไว้เป็นช่องทางการการจัดจำหน่ายผักเกษตร เพื่อพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ประกอบการในการซื้อขาย

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 พัฒนาแอปพลิเคชันช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม
- 2.2 ประเมินความพึงพอใจของแอปพลิเคชันช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 3.1 แอปพลิเคชันจะสามารถอำนวยความสะดวกแก่เจ้าของร้าน และลูกค้าในการซื้อขายสินค้าเกษตรตลาดปฐมมงคล
- 3.2 แอปพลิเคชันเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการตลาดปฐมมงคล
- 3.3 ช่วยในการเพิ่มยอดขายของทางร้านเพิ่มมากขึ้นอีก 1 ช่องทาง

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1. ความสำเร็จของการทำธุรกิจออนไลน์

จากความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต่างไขว่คว้า เพราะหากประสบความสำเร็จจะได้รับการยอมรับเป็นวงกว้าง อีกทั้งจะนำพามาซึ่งเกียรติยศที่ได้รับการกล่าวถึงไปอีกเนิ่นนาน ธุรกิจจะมั่นคงได้ต้อง มาจากรากฐานที่มั่นคงที่ผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างขึ้น Chuleeporn Masnet [1] กล่าวถึงความสำเร็จของกิจการไว้ว่าเป็นการบรรลุเป้าหมายอันเกิดจากการประกอบธุรกิจ โดยอยู่ในลักษณะของผลกำไร กิจการ มีการผลิตสินค้า มีการพัฒนาสินค้าสามารถทำการตลาดจำหน่ายสินค้าได้ ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้า และกิจการได้รับการยอมรับในขณะที่ Genwitt Khunakarn [2] กล่าวถึงแนวคิดของผู้ประกอบการที่ประกอบความสำเร็จไว้ 3 ประการ ซึ่งมี ความสำคัญต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในอนาคตคือ

1. การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของตัวเอง ภายใต้อุปสงค์ที่สอดคล้องกับความสามารถและทรัพยากร ที่มีอยู่แล้วเดินตามเป้าหมายที่วางไว้
2. ค้นหากลยุทธ์ที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย
3. สามารถใช้กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นได้อย่างแท้จริง

นอกจากนี้ Phanuwat Ratnadit [3] ยังได้กล่าวไว้ว่าความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ประกอบด้วยปัจจัยหลายปัจจัยขึ้นอยู่กับสมมติฐานที่กำหนดขอบเขตของความสำเร็จไว้ บางสมมติฐานมีเพียงรายรับมากกว่ารายจ่าย สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ บางสมมติฐานต้องใช้รายได้เข้ามาอ้างอิงว่ามียอดรายได้เพิ่มขึ้นก็เท่าตัวโดยบางสมมติฐานก็ไม่ได้ดูในรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่สูงกว่า หรือ บางสมมติฐานวัดจาก ROI หรือ ROA ซึ่งเป็นหลักการคิดตามหลักการบริหารการเงิน

4.2. Line Official Account

LINE Official Account คือบัญชี LINE รูปแบบใหม่โดยบริษัท LINE ที่ใช้แชทคุยกันอยู่ในปัจจุบันเกือบทุกคน โดยเปลี่ยนแปลงจาก LINE@ ที่ถือว่าเป็นอีกหนึ่งอาวุธของพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ใช้ในการปิดการขายกับลูกค้าผ่านการพูดคุยตอบโต้ โดยในปัจจุบันมีการปรับปรุงครั้งใหญ่มาเป็น LINE Official Account หรือ LINE OA เพื่อรองรับลูกค้า SME (ธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม) และลูกค้าองค์กรให้มาใช้บริการภายใต้แพลตฟอร์มเดียวกัน ที่ผ่านมา LINE@ ได้รับความนิยมอย่างมาก สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในไทยโดยมีบัญชีผู้ใช้งานมากกว่า 2.7 ล้านรายจากทั้งหมดประมาณ 3 ล้านราย Nipa [4] แต่ปัญหาของ LINE@ คือความถี่ในการส่งข้อความจนเกิดการรบกวนลูกค้ามากเกินไป และการบริการที่ไม่ละเอียดรอบคอบด้วยเหตุนี้บริษัท LINE จึงพัฒนาแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับการใช้งานในเชิงธุรกิจมากขึ้นในชื่อ LINE Official Account

ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นแล้วว่า LINE Official Account เหมาะสมที่จะใช้เป็นช่องทางในการ สื่อสารข้อมูลสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล เนื่องจากมีประโยชน์ และยังสามารถอำนวยความสะดวกสำหรับใส่รายการที่เป็นคลิปวิดีโอ ภาพนิ่ง หรือโฆษณาโปรโมชันผลิตภัณฑ์สินค้าได้

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Millet 2011 [5] ได้อธิบายเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจในบริการ โดยได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการหรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจากการให้บริการอย่างเท่าเทียม คือ การบริการที่มีความยุติธรรม เสมอภาค และเสมอหน้า ไม่ว่าผู้จะเป็นใคร การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา คือการให้บริการ ตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน และตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการอย่างเพียงพอ คือ ความเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการ ให้บริการที่มีความก้าวหน้า คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณ และคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ ฉะนั้น การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ จึงก่อให้เกิดประโยชน์ ต่าง ๆ อย่างมากมาย โดยสามารถสรุปได้ว่าเกิด ประโยชน์อย่างยิ่ง 3 ประการ ดังนี้ 1. การวัดทำให้องค์กรธุรกิจและบุคลากรมีสุขภาพของการทำงานและต้องการความสำเร็จ ทั้งยังช่วย เสริมสร้างระบบการให้รางวัล หรือผลตอบแทนที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการวัดที่มีจุดมุ่งหมาย ซึ่งทั้งหมดย่อมส่งผลต่อเนื่องไปสู่ คุณภาพสินค้าและบริการที่ดีกว่าแก่ลูกค้า 2. การวัดทำให้องค์กรธุรกิจและบุคลากรรู้ถึงขีดมาตรฐานทั่วไปของธุรกิจประเภทเดียวกันเพื่อใช้ในการตัดสินใจปรับปรุงการดำเนินงาน ตลอดจนการสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้ดีขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นของลูกค้า 3. การวัดทำให้องค์กรและบุคลากรรับรู้อย่างชัดเจนว่าต้องทำอะไร เพื่อปรับปรุงคุณภาพ และความพึงพอใจของ ลูกค้าให้เพิ่มขึ้นกว่าเดิม ซึ่งข้อมูลเพื่อการปรับปรุงที่ชัดเจนนั้นต้องแสวงหาจากลูกค้าจากรายละเอียดข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือความรู้สึกพอใจต่อสิ่งหนึ่ง เมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจก็จะเกิด ความพอใจ เกิดเป็นทัศนคติด้านบวกที่แสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบที่แสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ ดังนั้น ความพึงพอใจ จึงเป็นเพียงปฏิกริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้าย ของขบวนการประเมิน โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลประเมินว่าจะเป็นไปได้ในลักษณะทิศทางบวก หรือทิศทางลบ หรือไม่มี ปฏิกริยา คือเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ไ้

4.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Sornkamon Kitkhuon, Wariya Yenpeng [6] โครงการงานพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้าน Zeezaa Jeans มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์และเพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากทางร้านมีการขายทางเดียวคือเปิดร้านขายอย่างเดียว ทำให้ไม่สะดวกแก่ลูกค้าที่อยู่ไกล จึงพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน Zeezaa Jeans ระบบได้ออกแบบโดย WordPress , Xampp กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่กลุ่มลูกค้าและบุคคลทั่วไป จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้าน Zeezaa Jeansแบบสอบถามความพึงพอใจในระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้าน Zeezaa Jeansการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Monchanok Sangkaew [7] จากอัตราการเติบโตเฉลี่ยของธุรกิจ E - Commerce ในช่วงสถานการณ์ปกติตั้งแต่ปี 2558 ถึงปี 2562 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ 42% แต่ในปี 2563 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของธุรกิจ E-Commerce สูงขึ้นถึง 81% โดยสาเหตุหนึ่งมาจากการที่ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงไปจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนาที่ส่ง ผลให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคแบบใหม่ (New Normal) และผลกระทบจากมาตรการปิดเมือง (Lockdown) และการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ที่ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าในธุรกิจ E – Commerce ทั้งนี้ผู้ที่ทำวิจัยมีความสนใจและมีความต้องการศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าในธุรกิจ E – Commerce ของผู้บริโภคชาวไทยที่อาศัยในประเทศไทยในช่วงสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดของไวรัสโคโรนา ผลจากการวิจัยที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีช่วงอายุเฉลี่ยระหว่าง 21 – 30 ปี และระดับรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 15,001 - 30,000 บาทต่อเดือน โดยรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เห็นด้วยทั้งในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ปัจจัยด้านการยอมรับในนวัตกรรมและเทคโนโลยีและปัจจัยด้านการบริโภคสินค้าธุรกิจ E – Commerce ของผู้บริโภคในประเทศไทยในช่วงสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดของไวรัสโคโรนา

Panthaphong Tangton [8] บริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด (ทัวร์ ออนฮอติเคย์) เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยว การบริการทางด้านวิชาและจองตั๋วเครื่องบินซึ่งทางบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทชั้นนำและมีความเชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ การดำเนินงานภายในบริษัทมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางอีเมล โทรศัพท์และเว็บไซต์ ผู้จัดทำจึงเห็นแนวทางในเรื่องของการติดต่อสื่อสารผ่านทาง Line Official Account โดยการสร้างริชคอนเทนต์ที่เป็นสื่อข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งเพื่อเพิ่มการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนในการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่นๆ ซึ่งในส่วนของการทำโครงการซึ่งจะเป็นการสร้างเทมเพลตบนแอปพลิเคชัน Adobe Spark Post และนำเทมเพลตที่ได้ขึ้นไปสร้างริชคอนเทนต์ต่าง ๆ แล้วยุ่ไปทำการบรอดแคสต์โดยผ่านทาง Line Official Account เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ลูกค้า โครงการในครั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินงาน 3 สัปดาห์ โดยมีผู้ติดตามทางไลน์ทั้งหมด 40 คน ซึ่งถือว่าผลตอบรับค่อนข้างดีมีลูกค้าติดต่อสอบถามเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นซึ่งเชื่อว่าจะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ในอนาคตและในส่วนการทำงานของพนักงานบริษัทที่ใช้แอปพลิเคชัน Line Official Account มีความสะดวกทางด้านการติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้นและเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายอีกด้วย

5. วิธีการดำเนินงาน

โครงการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE Shopping ของตลาดปฐมมงคล ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมือง จ.นครปฐม ได้จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าของตลาดปฐมมงคล ผ่าน LINE OA และ LINE Shopping เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับร้าน และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

5.1. การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งาน

5.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้พัฒนาได้สร้างขึ้น เพื่อการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping ของตลาดปฐมมงคล ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ

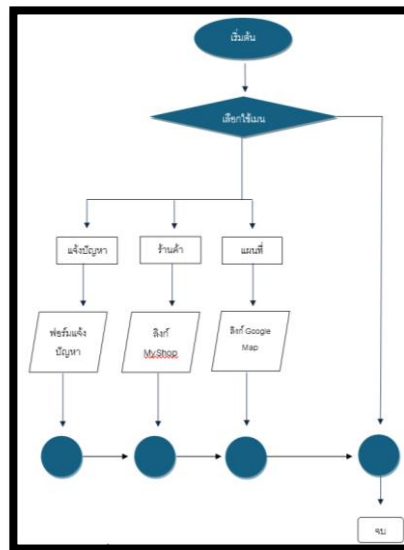
ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ OA

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามถึงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

5.1.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการออกแบบ LINE OA และ LINE Shopping
3. พัฒนาแอปพลิเคชัน LINE OA และ LINE Shopping
4. ประเมินคุณภาพของ LINE OA และ LINE Shopping
5. นำแอปพลิเคชัน LINE OA และ LINE Shopping ไปทดลองใช้
6. ประเมินการใช้งาน LINE OA และ LINE Shopping ของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชัน
7. วิเคราะห์ผล สรุปผล และนำไปใช้จริง

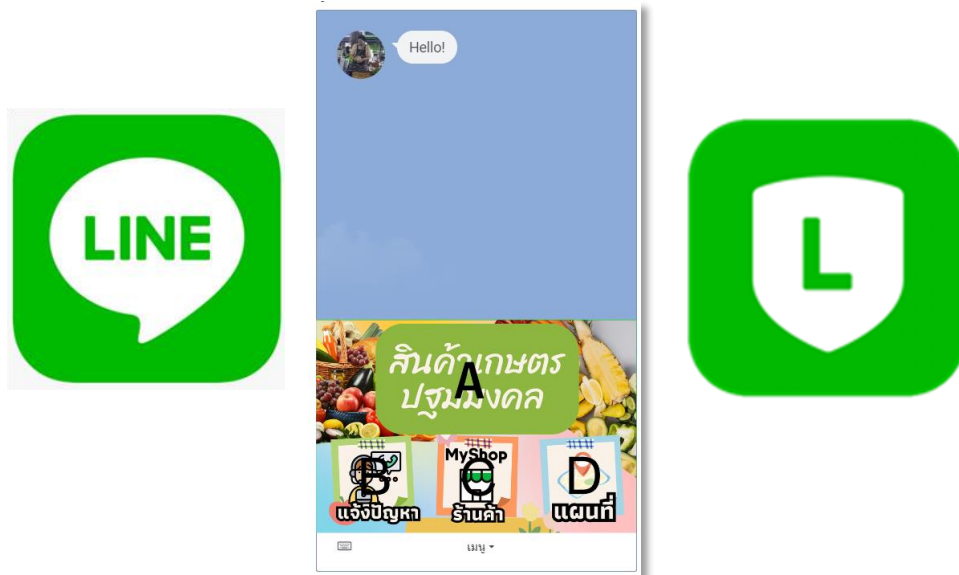
5.2. Flow Chart การทำงานของ LINE OA



ภาพที่ 1 Flow Chart แสดงขั้นตอนการทำงาน LINE OA

5.3. การออกแบบหน้าจอแชนของ LINE OA

1. แอปพลิเคชันที่ใช้ในการติดต่อกับทางร้านค้าจะเป็นแอปพลิเคชัน LINE
2. ส่วนของทางร้านจะใช้ Line Official Account (LINE OA) ในการสื่อสารกับลูกค้า
3. หน้าจอริชเมนูในแชทไลน์จะปรากฏหน้าเมนู 3 รายการ
 - 3.1 แจ้งปัญหาร้านค้า ไว้สำหรับแจ้งปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับสินค้า (B)
 - 3.2 ร้านค้า จะเป็นปุ่มที่เชื่อมกับลิงก์ Line shopping ของร้านค้า (C)
 - 3.3 แผนที่ จะแสดงถึงที่ตั้งของร้าน (D)



ภาพที่ 2 แอปพลิเคชัน LINE และหน้าจอหลักของ Line OA

6. การประเมินระบบ

การประเมินจะใช้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าเกษตรของตลาดปฐมมงคล มีดังนี้

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ซื้อและผู้ประกอบการที่ขายผักอยู่ในตลาดปฐมมงคล จำนวน 30 ชุด โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่แน่ชัด

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประเมิน

ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจในการใช้ Line OA และ Line Shopping สั่งซื้อสินค้า

คำตอบที่ได้จากส่วนที่ 2 มีเกณฑ์การให้คะแนน โดยกำหนดความสำคัญของความพึงพอใจโดยจัดชั้นของคะแนนเฉลี่ย โดยใช้ทฤษฎีของ Taro Yamane ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ซึ่งได้นำมากำหนดเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.79 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

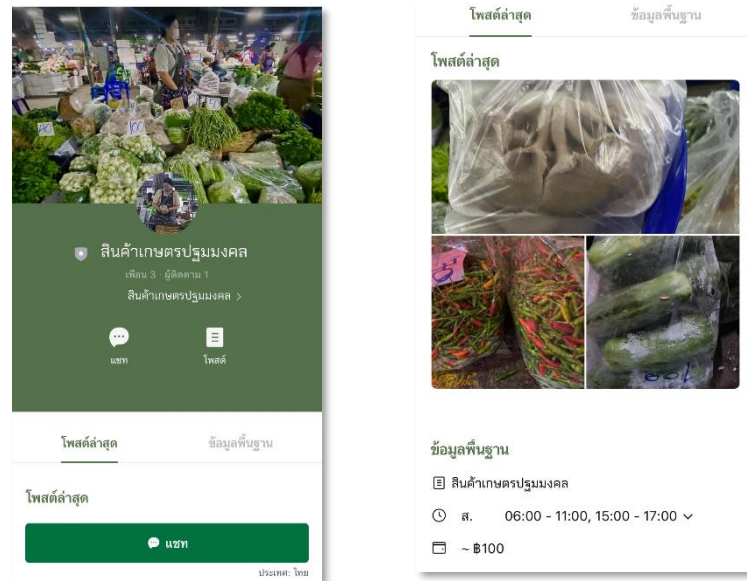
7. ผลการดำเนินงาน

การพัฒนาโครงการ เรื่อง การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping ของตลาดปฐมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อนำฟีเจอร์ของ Line ที่ศึกษานำมาประยุกต์ใช้งาน เพื่อให้เกิดประโยชน์ให้กับตลาดปฐมมงคล ซึ่งมีผลการดำเนินงานโครงการดังนี้

7.1 ภาพหน้าเมนูรายการสินค้าผักสดตลาดปฐมมงคลภายใน Line OA

7.1.1 ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงหน้า Line OA ของร้านผักในตลาดปฐมมงคลได้จาก line id : @340ymzme หรือสามารถสแกน QR Code ได้

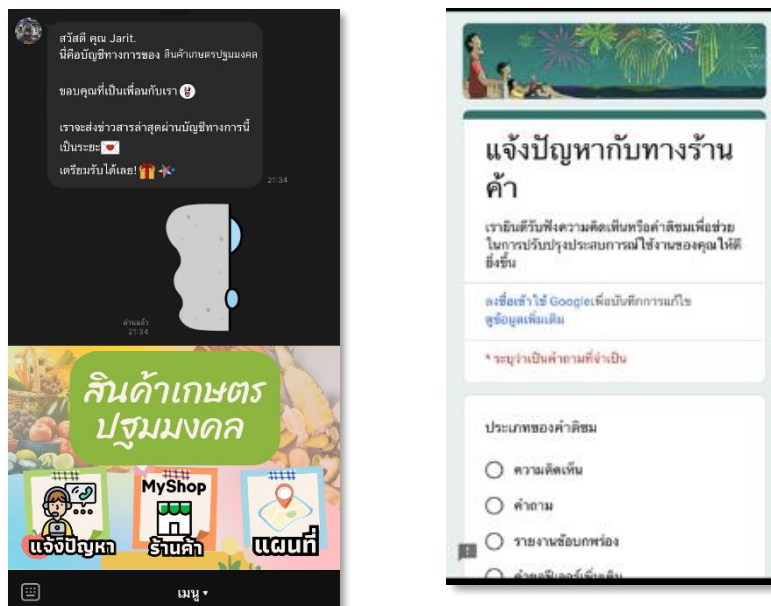
7.1.2 เข้าสู่หน้าแอ็กเคานต์บัญชีทางการของร้านผักสดในตลาดปทุมมงคล



ภาพที่ 3 ภาพหน้าปกของ Line OA ร้านผักในตลาดปทุมมงคล

7.1.3 หน้าริชเมนูภายในแชทของทางร้านผักในตลาดปทุมมงคล

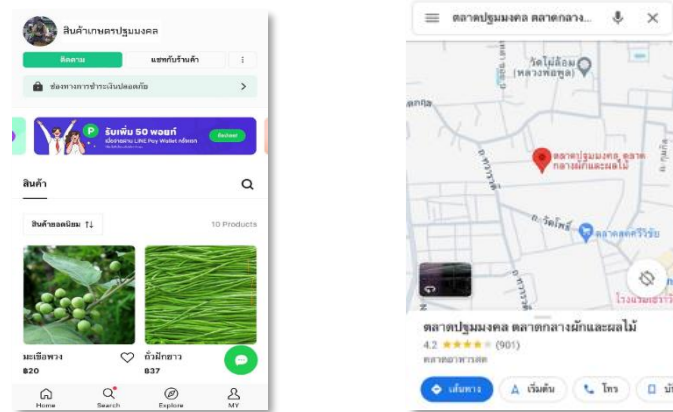
7.1.4 ลิงก์สำหรับการแจ้งปัญหาเกี่ยวกับร้านค้า สำหรับผู้ใช้บริการกับทางร้าน



ภาพที่ 4 ภาพหน้าริชเมนูภายในแชท Line และหน้าลิงก์ Google Form สำหรับการแจ้งปัญหาเกี่ยวกับทางร้าน

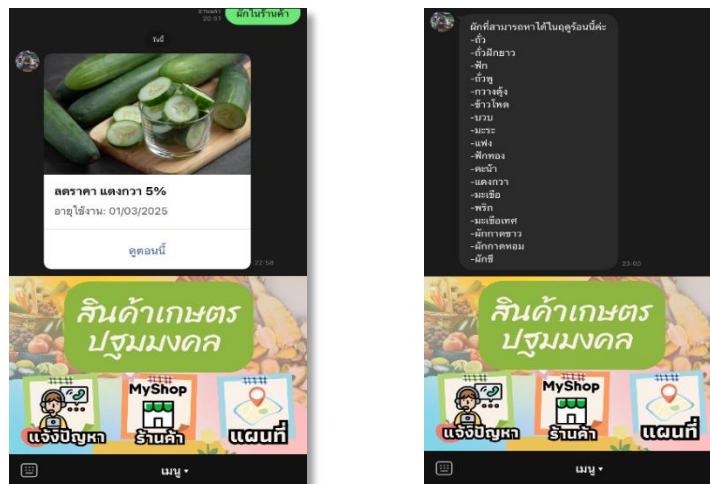
7.1.5 ลิงก์สำหรับการเข้าหน้าร้าน Line Shopping ของร้าน

7.1.6 ลิงก์สำหรับการเปิด Google Map เพื่อนำทางมายังตลาดปฐมมงคล



ภาพที่ 5 หน้าลิงก์เข้าสู่ Line Shopping และลิงก์สำหรับการเปิด Google Map เพื่อนำทางมายังตลาดปฐมมงคล

7.1.7 ฟีเจอร์เพิ่ม คุปองส่วนลด และการแนะนำผักตามเทศกาล ฤดูกาล

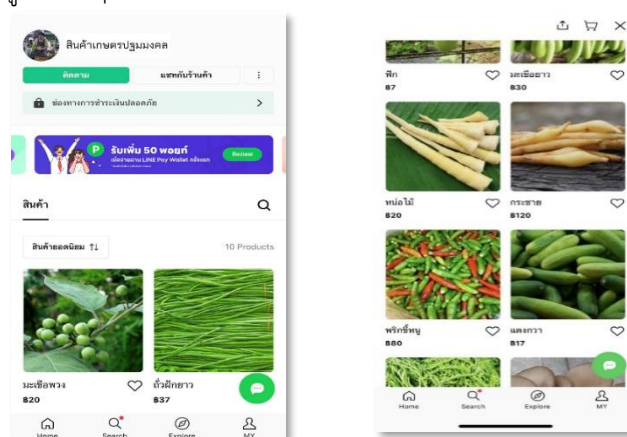


ภาพที่ 6 ร้านค้าทำการส่งคุปองลดราคาให้ลูกค้า และร้านค้าทำการแนะนำผักให้กับลูกค้า

7.2 ภาพหน้าเมนูสินค้าของร้านยาสาวผักสดตลาดปฐมมงคลภายใน Line Shopping

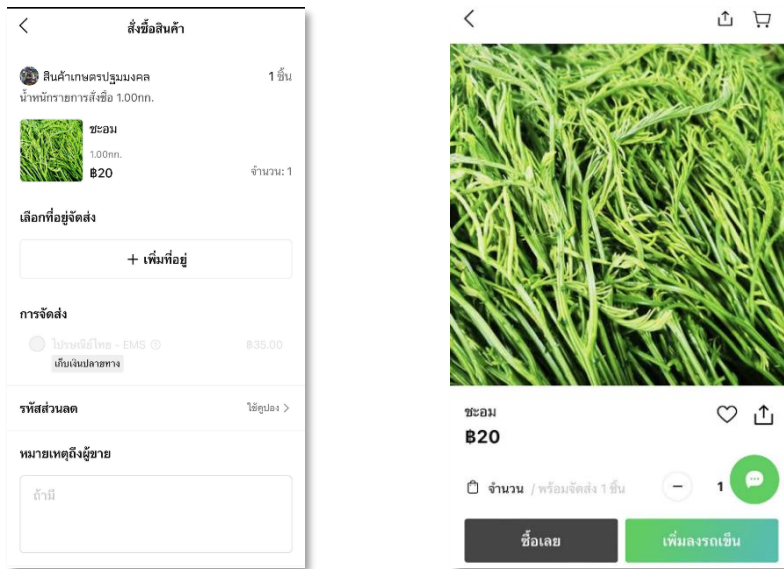
7.2.1 หน้าร้านค้าในตลาดปฐมมงคล

7.2.2 หน้าเมนูผักต่าง ๆ



ภาพที่ 7 ภาพหน้าร้านค้า Line Shopping ของร้านในตลาดปฐมมงคล

7.2.3 หน้าเมนูการสั่งซื้อสินค้าเกษตรตลาดปฐมมงคล



ภาพที่ 8 ภาพหน้าจอแสดงเมนูการสั่งซื้อ

8. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping

ประเด็นการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์			
มีผักชนิดต่างๆ ให้เลือกซื้อหลากหลาย	4.46	0.77	มากที่สุด
มีสินค้าพร้อมจัดส่ง	4.26	0.69	มากที่สุด
มีสินค้าคุณภาพและสดใหม่	4.40	0.62	มากที่สุด
มีการอัปเดตสินค้าอยู่เสมอ	4.03	0.85	มาก
สินค้ามีบรรจุภัณฑ์สะอาด	4.00	0.78	มาก
รวม	4.23	0.74	มากที่สุด
ด้านราคา			
ราคาสินค้าสามารถนำไปเปรียบเทียบ ประกอบการตัดสินใจกับช่องทางอื่นได้	4.50	0.73	มากที่สุด
มีรายการสินค้าแสดงราคาอย่างชัดเจน	3.96	0.80	มาก
สินค้ามีราคาที่เหมาะสม	4.20	0.71	มากที่สุด
ราคาสินค้าเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้บริโภค	4.10	0.66	มาก
ราคาผักอัปเดตตามฤดูกาล	4.16	0.79	มาก
รวม	4.18	0.73	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
เข้าถึง Line OA และ Line shopping ของร้านได้ง่าย	4.46	0.77	มากที่สุด
สินค้าอยู่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ	4.20	0.61	มากที่สุด
การจำหน่ายผ่านออนไลน์เพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้า	4.16	0.74	มาก
รวม	4.19	0.70	มาก

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานช่องทาง การจองสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping (ต่อ)

ประเด็นการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านส่งเสริมการขาย			
มีส่วนลดราคาตามเทศกาล	4.23	0.85	มากที่สุด
มีการให้ส่วนลดจากร้านค้าเมื่อซื้อตามยอด	4.20	0.71	มากที่สุด
มีบริการจัดส่งฟรีถ้าอยู่ใกล้	4.26	0.69	มากที่สุด
มีของแถมเมื่อซื้อตามยอดซื้อ	4.06	0.73	มาก
รวม	4.17	0.74	มาก
ด้านการใช้งาน			
หน้าเมนูพีเจอร์ใช้งานง่าย	4.36	0.76	มากที่สุด
มีการจัดหมวดหมู่ประเภทสินค้า	4.03	0.71	มาก
มีข่าวสารอัปเดตผ่าน Line OA	4.16	0.74	มาก
มีความถูกต้องในการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า	4.13	0.73	มาก
ผลการประเมินความพึงพอใจรวมทุกด้าน	4.20	0.70	มากที่สุด
รวม	4.17	0.72	มาก
ความพึงพอใจรวมทุกด้าน	4.19	0.72	มาก

พบว่าระดับความพึงพอใจต่อการใช้งานช่องทาง การจองสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีผักชนิดต่างๆ ให้เลือกซื้อหลากหลาย ($\bar{X}=4.46$) มีสินค้าคุณภาพและสดใหม่ ($\bar{X}=4.40$) มีสินค้าพร้อมจัดส่ง ($\bar{X}=4.26$)

ด้านราคา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ราคาสินค้าสามารถนำไปเปรียบเทียบ ประกอบการตัดสินใจกับช่องทางอื่นได้ ($\bar{X}=4.50$) สินค้ามีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X}=4.20$) ราคาผักอัปเดตตามฤดูกาล ($\bar{X}=4.16$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เข้าถึง Line OA และ Line shopping ของร้านได้ง่าย ($\bar{X}=4.46$) สินค้าอยู่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ ($\bar{X}=4.20$) การจำหน่ายผ่านออนไลน์เพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้า ($\bar{X}=4.16$)

ด้านส่งเสริมการขาย พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีบริการจัดส่งฟรีถ้าอยู่ใกล้ ($\bar{X}=4.26$) มีส่วนลดราคาตามเทศกาล ($\bar{X}=4.23$) มีการให้ส่วนลดจากร้านค้าเมื่อซื้อตามยอด ($\bar{X}=4.20$)

ด้านการใช้งาน พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ หน้าเมนูพีเจอร์ใช้งานง่าย ($\bar{X}=4.36$) มีข่าวสารอัปเดตผ่าน Line OA ($\bar{X}=4.16$) มีความถูกต้องในการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า ($\bar{X}=4.13$)

9. สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การพัฒนาช่องทาง การจองสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping ของร้านผักในตลาดปทุมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม การวิเคราะห์ผลดังนี้

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานช่องทาง การจองสินค้าเกษตรผ่าน Line Official Account (LINE OA) และ LINE shopping ของร้านผักในตลาดปทุมมงคล อ.เมือง จ.นครปฐม ด้านภาพรวม พบว่า อยู่ใน ระดับมากที่สุด

10. อภิปรายผล

เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่าน LINE Official Account (LINE OA) เป็นการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างทันสมัยและรวดเร็วซึ่งสอดคล้องกับ เรื่องของการติดต่อสื่อสารผ่านทาง Line Official Account โดยการสร้างริชคอนเทนต์ที่เป็นสื่อข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับ บริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งเพื่อเพิ่มการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนในการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่นๆ ซึ่งในส่วนของการทำโครงการซึ่งจะเป็นการสร้างเทมเพลตบนแอปพลิเคชัน Adobe Spark Post และนำเทมเพลตที่ได้นั้นไปสร้างริชคอนเทนต์ต่างๆแล้วนำไปทำการบรอดแคสต์โดยผ่านทาง Line Official Account เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าผลตอบรับค่อนข้างดีมีลูกค้าติดต่อสอบถามเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นซึ่งเชื่อว่าจะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ในอนาคตและในส่วนการทำงานของพนักงานบริษัทที่ใช้แอปพลิเคชัน Line Official Account มีความสะดวกทางด้านการติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้นและเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายอีกด้วย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของแอปพลิเคชันช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่าน LINE Official Account (LINE OA) ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่แสดงความพึงพอใจ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของแอปพลิเคชันที่ใช้ได้ใช้งาน การให้ความสำคัญในการเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ที่ได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้คาดหวังหรือดีต่อการใช้งานจริง สอดคล้องกับ สามารถอธิบายถึงข้อดีและข้อเสียของการใช้งาน LINE Application ได้ โดยมีข้อดีของการใช้งานคือ ความสะดวกรวดเร็ว แต่มีข้อเสียคือ การรบกวนความเป็นส่วนตัว เนื่องจากการส่งงานนอกเวลาปฏิบัติงาน ทำให้ผู้รับงานหรือผู้บังคับบัญชาที่มีความรู้สึกอึดอัดได้ ทั้งนี้ข้อเสียยังรวมถึงระยะเวลาที่มีจำกัดในการดาวน์โหลดและบันทึกไฟล์ด้วย ตลอดจนการติดต่อสื่อสารกันในเรื่องที่เป็นความลับและการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการอาจไม่สามารถติดต่อสื่อสารในช่องทางนี้ได้

11. ข้อเสนอแนะ

11.1 ในด้านการประเมินความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด แนะนำในการดูแลหน้าเมนูผู้กร้านอย่างสม่ำเสมอและให้เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง เพราะมักจะเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลและเทศกาล จึงต้องปรับตามให้มีความเหมาะสม

11.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

งานพัฒนาแอปพลิเคชันในครั้งนี้เป็นการใช้พีเจอาร์ของแอปพลิเคชัน Line ที่มีอยู่แล้ว จึงควรอัปเดตพีเจอาร์ของร้านให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เข้ากับการใช้งาน ความต้องการของลูกค้า และเนื่องจากเป็นพีเจอาร์ที่ร้านค้าอื่นๆ ก็ใช้กันด้วย จึงควรศึกษาการใช้งานและรูปแบบของร้านอื่นๆ ในการนำมาพัฒนาหรือปรับให้เข้ากับแอปพลิเคชัน

12. เอกสารอ้างอิง (References)

- [1] Chuliporn Masnet. (2012). Factors of success in seafood processing businesses based on local wisdom in Mueang District, Narathiwat Province (Master's thesis, Master of Business Administration, Business Management). Narathiwat: Thaksin University.
- [2] Genwitt Khunakarn. (2003). Successful Entrepreneurship. Bangkok: C-Ed Books.
- [3] Phanuwat Ratnadit. (2012). Factors influencing the success of online businesses (Independent study, Master of Business Administration, General Management, Faculty of Business Administration). Pathum Thani: Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- [4] Nipa. (2020). Line@ vs. LINE Official Account (LINE OA): How are they similar or different? Retrieved from <https://line.nipa.co.th/compare-lineads-and-lineoa/>
- [5] Millet. In Office of the Civil Service Commission (2011), [Title of the document]. Bangkok: [Publisher].
- [6] Sornkamon Kitkuan, Wariya Yenpeng (2021). The development of an online store management system. Case study of Zeezaa Jeans Shop. Muban Chombueng Rajabhat University. <http://rms.mcr.u.ac.th/uploads/894467.pdf>
- [7] Monchanok Sangkaew. (2021). Study of the impact of product consumption in the E-Commerce business of Thai consumers living in Thailand. During the coronavirus epidemic crisis situation. Thesis for the Master of Management degree. (In Thai)



- [8] Panthaphong Tangton. (2018). Creating rich content to promote tour programs of Escort Inter Group Co., Ltd. (Tours on Holiday). (In Thai).