



การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account The creation of an online channel for selling Naem Moo Bai Yam with the media Line Official Account

ไมตรี รีมทอง^{1*} ศรีณัญญา สินอ้วน² ศิริกุล จันทร์แรม³ และ จิดาภา พงษ์เสื่อ⁴
Maitree Rimthong^{1*} Saranya Sinuan² Sirikul Chanram³ and Jidapha Pongsuea⁴
^{*1-4} สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริการธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
จังหวัดอุบลราชธานี รหัสไปรษณีย์ 34100

Received: 6 March 2022 Revised: 6 March 2022 Accepted: 7 March 2022

E-mail : maitree.r@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และออกแบบระบบการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยม ด้วยสื่อ Line Official Account 2) เพื่อพัฒนาช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account เรื่องการสร้างช่องทางการขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างช่องทางออนไลน์ประกอบด้วย Line Official Account เป็นช่องทางการขายและโปรแกรม Photoshop ใช้ในการตกแต่งภาพ Page Facebook ใช้ในการโปรโมทสินค้าผลที่ได้จากการวิจัยมีดังนี้ 1) ได้การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลของแหนมหมูใบมะยมของคุณแม่ สำราญ ธรรมคำ อายุ 67 ปี อยู่บ้านเลขที่ 118 ถ.สุขาสงเคราะห์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account ความสะดวกต่อการสั่งซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$ S.D. = 0.38)

คำสำคัญ : กระบวนการ, ออกแบบ, เครื่องอบแห้งต้นกก

Abstract

research on The creation of an online channel for selling Naem Moo Bai Yam with the media Line Official Account aims 1) to collect data, analyze and design a system for creating an online channel for selling Naem Moo Bai Yam with the media Line Official Account 2) to develop the channel. Online sales of fermented pork with gooseberry with media Line Official Account About creating a sales channel for fermented pork with gooseberry with media Line Official Account Tools used to create online channels, consisting of Line Official Account as a sales channel and Photoshop program used in Facebook Page image decoration is used to promote the product.

The results of the research are as follows: 1) An online channel for selling fermented pork leaves was created using Line Official Account media which



consisted of Information of Naem Moo Bai Mayom from Mother Samran Thammakham, 67 years old, residing at 118 Sukhasongkhro Road, Nai Mueang Subdistrict, Mueang District Ubon Ratchathani Province 2) The results of the evaluation of the efficiency of creating an online channel for selling fermented pork leaves with the media Line Official Account Convenience of ordering At the highest level ($\bar{x} = 4.83$ S.D. = 0.38)

Keywords : creating an online channel, pork fermented with gooseberry leaves

1. บทนำ

ในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว และเข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตและช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น ทำให้ธุรกิจการค้าต้องการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารธุรกิจ เพื่อให้เป็นที่รู้จักได้มากยิ่งขึ้น จึงได้นำแอปพลิเคชัน Line Official Account เข้ามาช่วยในธุรกิจ ซึ่งสามารถสื่อสารและส่งข้อมูลกิจกรรมทางการขายและการตลาดหรือโปรโมชั่นพิเศษไปยังลูกค้าผ่านทาง Line รวมทั้งช่วยให้ร้านค้าสามารถบริหารจัดการการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการสร้างข้อความการทักทาย ข้อความการตอบกลับอัตโนมัติ ไม่ว่าจะด้วยรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และ My shop คือร้านค้าเป็นพีเจอรใน Line Official Account ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้การซื้อขายสินค้าของลูกค้าสะดวกสบายเป็นอีกช่องทางในการขายสินค้าเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า Facebook Fan Page เข้ามาช่วยในการส่งเสริมการขายสินค้าอีกช่องทางหนึ่ง เนื่องจากการสร้างเพจใน Facebook สามารถอัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าและช่องทางการติดต่อสื่อสาร ที่ง่ายและรวดเร็ว เช่น โปสเตอร์ภาพ วิดีโอ และอื่น ๆ ลงบนโปรไฟล์ Facebook เพื่อแชร์ให้แฟนเพจและ

คนอื่นได้เข้าชมและร่วมแสดงความคิดเห็น ซึ่งทำให้เราสามารถนำข้อมูลจากลูกค้าไปพัฒนาในร้านค้า Line Official Account ให้ดียิ่งขึ้น

คุณแม่ สำราญ ธรรมคำ อายุ 67 ปี อยู่บ้านเลขที่ 118 ถ.สุขาสงเคราะห์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี เพื่อจำหน่ายมานานกว่า 20 ปี เพราะมีรสชาติอร่อยสำหรับแทนมโม่มะยมของแม่สำราญจะมีข้อดีคือจะไม่ใส่ดินประสิว ไม่ใส่สารกันบูด ขั้นตอนการทำก็สะอาด ถูกหลักอนามัย โม่มะยมก็คัดเลือกอย่างดี แทนมแต่ละท่อนก็อัดแน่นไปด้วยคุณภาพและปริมาณแทนม เป็นชื่ออาหารพื้นเมืองอย่างหนึ่ง เป็นการถนอมอาหารที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มีทั้งที่ทำจากเนื้อสัตว์ และแทนมที่ทำจากเห็ด ซึ่งรับประทานได้ทั้งดิบและสุก แทนมจะสามารถเก็บไว้ได้นานโดยทั่วไปถ้าเก็บไว้ในตู้เย็น ปกติจะเก็บได้นานประมาณ 1 สัปดาห์ แต่ถ้าเก็บไว้ในตู้เย็น จะเก็บได้นานราว 1 เดือน ดังนั้นจึงก่อให้เกิดการผลิตแทนมขึ้นมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ แต่สิ่งที่ยังขาดคือการโปรโมทสินค้าและช่องทางการส่งเสริมการขาย

1.1 จากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้จัดทำจึงมีความสนใจและเห็นว่าจะใช้ แอปพลิเคชัน Line Official Account เข้ามาพัฒนาช่องทางและส่งเสริมการขายสินค้า เพื่อให้คนที่สนใจแทนมหมูได้ทราบรายละเอียดของสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทำให้มีการเพิ่มช่องทางการขายมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และออกแบบระบบการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแทนมหมูโม่มะยม ด้วยสื่อ Line Official Account

2.2 เพื่อพัฒนาช่องทางออนไลน์การขายแทนมหมูโม่มะยม ด้วยสื่อ Line Official Account

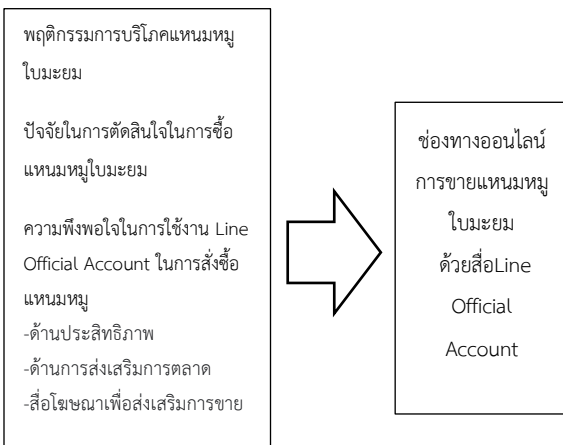


3. สมมติฐานของการวิจัย

ได้ช่องทางออนไลน์ในการขายแหนมหมูใบมะยม ผ่าน Line Official Account

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับข้อมูลแหนมหมูใบมะยม วิธีการการผลิตแหนมหมูใบมะยม ความเป็นมาของแหนมหมูใบมะยม ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา โดยมีกรอบแนวคิดงานวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



5. วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

5.2 วิเคราะห์ความต้องการของระบบ

5.3 การออกแบบเนื้อหาและโครงสร้างของการทำสื่อ Line Official Account

5.4 การประยุกต์ใช้งาน Line Official Account

5.5 การทดสอบและติดตามความคืบหน้าของช่องทางสื่อ Line Official Account

5.6 ประเมินผลการดำเนินงาน

6. ผลการวิจัย

หลังจากคณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวแหนมหมูใบมะยม ได้ทำการออกแบบและพัฒนาการสร้างช่องทางออนไลน์การ ขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account ผลมี ดังต่อไปนี้

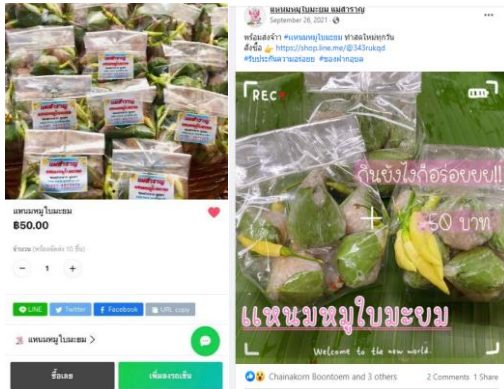
ผลการพัฒนาการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแหนมหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account ประกอบด้วยข้อมูลจากการจัดทำโครงสร้างของ การขายแหนมหมูใบมะยม ด้วยสื่อ Line Official Account โดยที่ผู้จัดทำได้สร้าง Line Official Account เข้า มาช่วยเป็นช่องทางการซื้อขายสินค้า ทำให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ สินค้าได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และได้สร้าง Fan page Facebook เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้าผ่านทาง Fan page Facebook เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าของเราได้ง่าย รวดเร็ว และได้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตแหนมหมูใบ มะยมการนำไปประกอบอาหาร การเก็บรักษา และได้ทำการ รีวิวกการปรับปรุงสินค้าแหนมหมูใบมะยม ทำให้สินค้าเป็นที่สนใจ มากยิ่งขึ้น และลูกค้าได้ทราบข้อมูลของสินค้า จึงทำให้สนใจที่ จะสั่งซื้อสินค้าหากลูกค้าต้องการสั่งสินค้า ลูกค้าจะเห็น Link และต้องกดลิงค์ที่ทางเพจ Facebook ที่เราได้อัปโหลดลง ผ่าน สมาร์ทโฟนหรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จะแสดงหน้า Line Official Account ดังนี้



ภาพที่ 1 ภาพหน้า Page Facebook



หลังจากคลิกที่ Link จะแสดงหน้าหลักของ Line My Shop ลูกค้าจะเห็นสินค้า ราคา การเพิ่มจำนวนสินค้าหลังจากนั้นจะแสดงหน้าคำสั่งซื้อสินค้าเมื่อลูกค้าสนใจสั่งซื้อสินค้า เพิ่มตามจำนวนลูกค้าที่ต้องการ ลูกค้าต้องเพิ่มที่อยู่การจัดส่งสินค้า และเลือกการจัดส่งสินค้าที่ลูกค้าต้องการ



ภาพที่ 2 เริ่มต้นการใช้งาน My Shop

ผลประเมินประสิทธิภาพของการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแพนหนุมไ้มะยม ด้วยสื่อ Line Official Account ผลการประเมินประสิทธิภาพของการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแพนหนุมไ้มะยมด้วยสื่อ Line Official Account กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ที่สนใจแพนหนุมไ้มะยม เครื่องมือทางการวิจัยคือแบบสอบถามจำนวน 30 โดยเลือกใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบธารินทร์ ศิลป์จารุ (2553) เจาะจงเป็นการสุ่มที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้วิจัยว่าต้องการสุ่มใครบ้างแล้วกำหนดลงไป การสุ่มแบบเจาะจงผู้วิจัยมีความสนใจที่ต้องการเก็บข้อมูลจากคนกลุ่มนี้เท่านั้น ผลการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแพนหนุมไ้มะยมด้วยสื่อ Line Official Account แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	9	30
2. หญิง	21	70
รวม	30	100

ตารางที่ 2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 20 ปี	1	3.3
2. 20 – 25 ปี	10	33.3
3. 26 – 30 ปี	11	36.7
4. 30 – 35 ปี	6	20.0
5. 36 ปี ขึ้นไป	2	6.7
รวม	30	100

ตารางที่ 3 สรุปความพึงพอใจผลการศึกษาระดับด้านประสิทธิภาพ

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
6. ความง่ายต่อการสั่งซื้อ	4.50	0.63	มาก
7. ความสะดวกสบายต่อการสั่งซื้อ	4.83	0.38	มากที่สุด
8. ในร้านค้ามีราคาครบถ้วนชัดเจน	4.57	0.68	มากที่สุด
9. มีราคาการจัดส่งที่เหมาะสม	4.57	0.57	มากที่สุด
10. มีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก	4.60	0.56	มากที่สุด
11. แอปพลิเคชันเป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการ	4.63	0.72	มากที่สุด
12. มีบริการจัดส่งที่ครอบคลุม	4.40	0.72	มาก
13. มีช่องทางการติดต่อกลับอัตโนมัติ	4.63	0.62	มากที่สุด
14. มีรายละเอียดสินค้าที่ชัดเจน	4.60	0.56	มากที่สุด
รวม	4.59	0.39	มากที่สุด

จากการศึกษาระดับปัจจัยในด้านประสิทธิภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$ S.D = .39) เมื่อพิจารณาด้านที่ค่าเฉลี่ยความต้องการที่สูงที่สุดคือความสะดวกสบายต่อการสั่งซื้อมีความต้องการระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$ S.D = .38) รองลงมาคือแอปพลิเคชันเป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.63$ S.D = .72) มีช่องทางการติดต่อกลับอัตโนมัติ ($\bar{X} = 4.63$ S.D = .62) มีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก ($\bar{X} = 4.60$ S.D = .56)



มีรายละเอียดสินค้าที่ชัดเจน (\bar{X} = 4.60 S.D = .56) ในร้านค้ามีราคากระป๋องอย่างชัดเจน (\bar{X} = 4.57 S.D = .68) มีราคาการจัดส่งที่เหมาะสม (\bar{X} = 4.57 S.D = .57) ความง่ายต่อการสั่งซื้อ (\bar{X} = 4.50 S.D = .63) และมีบริการจัดส่งที่ครอบคลุม (\bar{X} = 4.40 S.D = .72)

7. สรุปผลการวิจัย

จากการจัดทำกรสร้างช่องทางการขายแชนแนลหมูโบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account คณะผู้จัดทำได้ทำตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยที่ผู้จัดทำได้สร้าง Line Official Account เข้ามาช่วยเป็นช่องทางการซื้อขายสินค้า ทำให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และได้สร้าง Fan page Facebook เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้าผ่านทาง Page Facebook เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าของเราได้ง่าย รวดเร็ว

8. อภิปรายผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแชนแนลหมูโบมะยมและได้พัฒนาการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแชนแนลหมูโบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account เข้ามาช่วยเป็นช่องทางการซื้อขายสินค้า ทำให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับเจ้าของกิจการ โดยได้สร้างร้านค้าออนไลน์ผ่านทาง Line Official Account และได้สร้าง Fan page Facebook เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้าผ่านทาง page Facebook เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าของเราได้ง่าย รวดเร็ว และได้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตแชนแนลหมูโบมะยมการนำไปประกอบอาหาร การเก็บรักษา และได้ทำการรื้อวิธีการแปรรูปสินค้าแชนแนลหมูโบมะยม ทำให้สินค้าเป็นที่สนใจมากยิ่งขึ้น และลูกค้าได้ทราบข้อมูลของสินค้าสอดคล้องกับงานวิจัย (เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล, ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของ

ผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร (พลอยขวัญ สามัคคีมิตร , ฌัฐพันธ์ บั้ววารภรณ์, 2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดของผู้ใช้บริการ LINE Official Account ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร (วิศปัติย์ ชัยช่วย, 2560) การศึกษาเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อบรรยายและอธิบายประสบการณ์การใช้โปรแกรมประยุกต์ “LINE” ของผู้สูงอายุ (เกศกนก ยิ้มแย้ม, 2563) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคล (กฤษณี เสือใหญ่ , พชณี เขยจรรยา, 2559) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ ของคนในกรุงเทพมหานคร

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 การนำเสนอภาพและวิดีโอให้เป็นการโปรโมทสินค้าเป็นรูปภาพแบบ 3 มิติ หรือ 3D เป็นรูปภาพ 3 มิติเพราะปกติเราจะเห็นเพียง 2 มิติ ได้แก่ ความกว้าง และความยาว เพียงเท่านั้น ส่วนภาพ 3 มิติ จะเห็นทั้งความกว้าง ความยาว และความลึก

9.2 การอัปเดตสินค้าผ่านทาง Facebook จะต้องเป็นรูปแบบการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและขั้นตอนการผลิตสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสนใจในสินค้า การรีวิวสินค้าเป็นวิดีโอสินค้า

10. เอกสารอ้างอิง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553) . (การวิจัยและวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ:ปิสซิเนสอาร์แอนด์ : ดีปัญญาทัศน์.

เกศกนก ยิ้มแย้ม .(2563) .การเลือกใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ. ค้นเมื่อ มกราคม 24, 2563, จาก



<http://www.jisb.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/2Keskanok.pdf/>.

เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล.(ม.ป.ป) . ศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภค .ค้นหาเมื่อ มกราคม 24, 2563, จาก

http://mba.swu.ac.th/article/fileattachs/25122015095445_f_.0pdf.

กฤษฎิณี เสือใหญ่ , พัชนี เขยจรรยา.(2559) . พฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจและการนำไปใช้ ประโยชน์ของคนใน กรุงเทพมหานคร. ค้นหาเมื่อ มกราคม 02, 2564 , จาก

<http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/.2559/1pdf/>.

บ้านเมือง,เข้มขัน,ครบเครื่อง เรื่องข่าว .(2561) .“แม่สำราญ” กับภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตแทนมหมูใบมะยม. ค้นหาเมื่อ ธันวาคม 25, 2563, จาก <https://www.banmuang.co.th/news/region/.117011>

พลอยขวัญ สามีคศิริมิตร , ณิชฎพันธ์ บั้ววราภรณ์.(2562) . การสื่อสารทางการตลาดของผู้ให้บริการ LINE Official Accountของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร .ค้นหาเมื่อ มกราคม 24, 2564, จาก <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/view/1542>