

การพัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วย แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์

Developing Sales Channels for Processed Meat Products Via the LINE Application Platform

ณัฐกร สีธา¹, ภาสกร ธนศิริธรรม^{2*} และดุซงญ์ แสนฤทธิ์³

Nattakron seetha¹, Passakorn Tanasirathum^{2*} and Dussadee Senrith³

สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม^{1,3}

และสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม^{2*}

Business Computer Faculty Management of Science Rajabhat MahaSarakhm University^{1,3}

And Information Technology Faculty of Information Technology Rajabhat MahaSarakhm University ^{2*}

E-Mail: Nattkron.se@rmu.ac.th¹, Passakorn.ta@rmu.ac.th^{2*}, Dussadee.Se@rmu.ac.th³

(Received: March 29, 2024; Revised: June 27, 2024; Accepted: June 27, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป 2) พัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์ 3) ประเมินการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการส่งเสริมการขาย กลุ่มเป้าหมายพื้นที่ศึกษาคือ ตำบลโพธิ์ชัย อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปอาหารตำบลโพธิ์ชัย จำนวน 32 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจมีปัญหาด้านการตลาดเพราะ มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยมีช่องทางเดียวปัญหาด้าน การจัดจำหน่ายไม่ตรงตามเป้า และปัญหาด้านเทคโนโลยี ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี ขาดการจัดการสินค้าอย่างเป็นระบบ

โดยผู้วิจัยได้ในการนำเครื่องมือ LINE Official Account หรือบัญชีทางการของแอปพลิเคชันไลน์ เข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว ช่วยให้การสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน การจัดการสต็อกสินค้า และสามารถอัปเดตข้อมูลสินค้าได้ต่อเนื่อง ส่งเสริมการขายผ่านการแชร์โพสต์และแท็กเพื่อนในกลุ่มเป้าหมาย ช่วยกระตุ้นการซื้อและดึงดูดลูกค้าใหม่ และยังมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลการขายและพฤติกรรมของลูกค้า ทำให้ปรับปรุงการขายและบริการได้ ผู้วิจัยประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์ พบว่า การใช้งานบนแอปพลิเคชัน: มีความคิดเห็นในเรื่องของการใช้งานบนแอปพลิเคชันที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และความคิดเห็นต่อตัวแปรต่าง ๆ ในด้านนี้เป็นที่สอดคล้องกัน การส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด และเป็นทางเลือกที่สามารถนำไปสู่การต่อยอด สามารถเพิ่มยอดขายและต่อยอดได้จริงในการส่งเสริมการขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: ระบบส่งเสริมสินค้าชุมชน, ไลน์ออฟฟิเชียลแอคเคาท์, วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป

ABSTRACT

This research aims to 1) study the distribution problems of the community enterprise group producing processed meat products, 2) develop sales channels for processed meat products using the LINE application platform, and 3) evaluate the use of the LINE application in promoting sales. The target area of the study is Phochai Subdistrict, Si Somdet District, Roi Et Province. The population scope for this study includes 32 members The research tools used are an interview form to identify distribution problems of the

community enterprise group, the LINE application platform to develop distribution channels, and a satisfaction survey regarding the application's use. The research findings indicate that the enterprise group faces marketing problems due to having only one distribution channel, a lack of staff, operational issues with not meeting sales targets, and technological challenges including a lack of technological knowledge and systematic distribution channels.

The researcher addressed these problems by implementing the LINE Official Account to facilitate smooth product ordering and payment, simplify stock management and easily create promotions to stimulate purchases and attract new customers. Additionally, the LINE Official Account provides tools for analyzing sales data and customer behavior, helping stores improve their sales and services. The analysis of satisfaction with the development of sales channels for processed meat products using the LINE application platform found that usage on the application had the highest average rating. The survey results indicated a high level of satisfaction, demonstrating that the application can effectively increase sales and be further expanded.

Keywords: Community Product Promotion System, Line Official Account Platform, Processed Meat Enterprises

บทนำ

วิสาหกิจชุมชน [8] คือกิจกรรมทางธุรกิจที่เน้นการพัฒนาและสร้างรายได้ให้กับชุมชนหรือสังคมในพื้นที่หนึ่งๆ โดยมุ่งหวังให้ชุมชนมีโอกาสมืออาชีพและรายได้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างคุณค่าสังคมในระยะยาวและเป็นไปในทางที่ยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนนั้นๆ วิสาหกิจชุมชนโพธิ์ชัย ตำบลโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด ก็เป็นหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนที่มีการทำคู่ค้าเป็นอาชีพหลักของชุมชนและส่งขายไปพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดใกล้เคียงแต่จัดจำหน่ายได้ไม่คุ้มทุนกับต้นทุนจริง จึงได้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนออกจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า อันได้แก่ หมูแดดเดียว ส้มหมู แหนมหมู ส้มวัว ไส้กรอกวัว แต่ติดปัญหาการจัดจำหน่ายไม่ตรงตามเป้าทำให้สินค้าค้างสต็อกและเสียเป็นจำนวนมากทำให้ขาดทุนในการขายสินค้าคนในชุมชน จะเน้นที่การให้พนักงานขายเดินทางไปพบเพื่อเจรจาซื้อขาย หรือการร่วมงานแสดงสินค้าโอท็อป ตามสถานที่จัดกิจกรรมของจังหวัด

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้ จึงได้มีการสัมภาษณ์ถึงปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ทำประเมินช่องทางการเพิ่มกลุ่มลูกค้าด้วยช่องทางโซเชียลมีเดีย และเพิ่มยอดขายเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ทำการพัฒนาระบบส่งเสริมสินค้าชุมชนโดยใช้ไลน์ออฟฟิเชียลแอดเคาท์ นำฟังก์ชันไลน์ช้อปปิ้งเข้ามาใช้งานเช่นเมนูริชเมสเสจ แคมเปญ คุปอง บัตรสะสมแต้ม ข้อความตอบรับอัตโนมัติ เพื่อสร้างความสะดวกในการซื้อสินค้า ให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินได้ภายในแอปพลิเคชัน สามารถอัปเดตข้อมูลสินค้าและสต็อกสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงสถานะสินค้าและข้อเสนอพิเศษ ส่งเสริมการขายสินค้า โดยให้ผู้ใช้แชร์โพสต์และแท็กเพื่อนในกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มช่องทางการเพิ่มกลุ่มลูกค้าด้วยช่องทางโซเชียลมีเดีย และเป็นการเพิ่มยอดขายให้ชุมชนได้มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น

ไมตรี รีมทอง (2565) [2] การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแพนเค้กหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และออกแบบระบบการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแพนเค้กหมูใบมะยมด้วย Line Official Account 2) เพื่อพัฒนาช่องทางออนไลน์การขายแพนเค้กหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างช่องทางออนไลน์ ผลที่ได้จากการวิจัยมีดังนี้ 1) ได้การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแพนเค้กหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของการสร้างช่องทางออนไลน์การขายแพนเค้กหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account ความสะดวกต่อการสั่งซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83 S.D. = 0.38)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัย

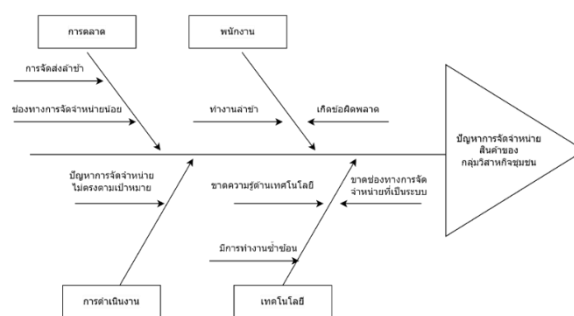
- 1.1 สัมภาษณ์ปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูป
- 1.2 พัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์
- 1.3 แบบสอบถามประเมินการความพึงพอใจใช้แอปพลิเคชัน Line Official Account ในการส่งเสริมการขาย

2. กลุ่มเป้าหมาย

- 2.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย คณะผู้วิจัยเลือกพื้นที่แบบเจาะจงคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปในตำบลโพธิ์สัย อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดร้อยเอ็ด
- 2.2 ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหาร ตำบลโพธิ์สัย อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 32 คน

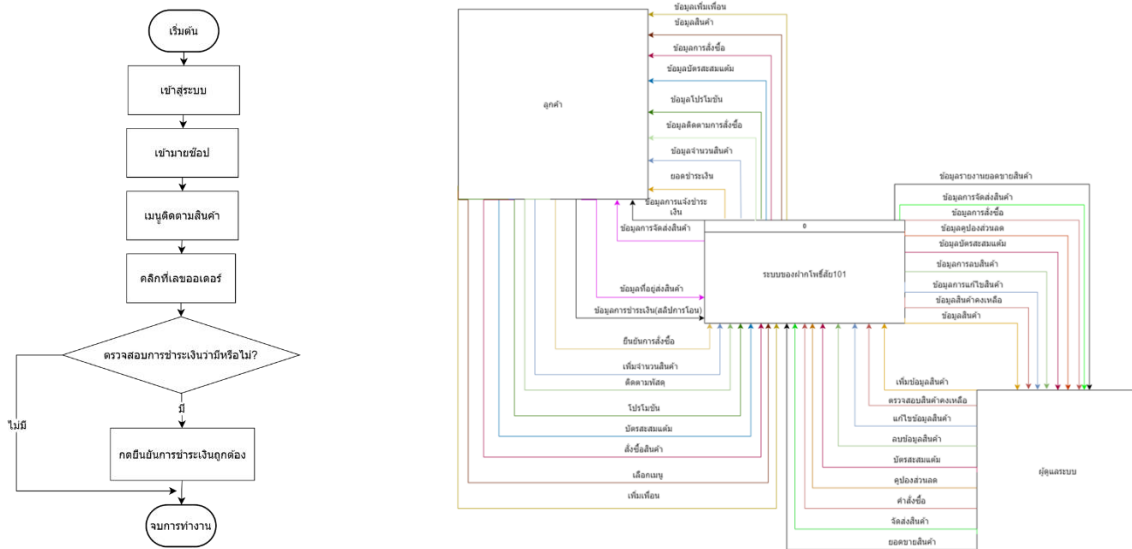
3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

3.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ปัญหาและการพัฒนาระบบงาน



ภาพที่ 1 แผนผังการวิเคราะห์ปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้า

3.1.1 Flowchart ตรวจสอบการสั่งซื้อสินค้า (ของผู้ดูแลระบบ) และ Context Diagram ของระบบงานใหม่[4]



ภาพที่2 Flowchart ตรวจสอบการสั่งซื้อสินค้า (ของผู้ดูแลระบบ) และ Context Diagram ของระบบงานใหม่

จากภาพเป็น Flowchart และ Context Diagram ของระบบของฝากโพธิ์สัศ 101 ซึ่งสัญลักษณ์ Process จะใช้แทนการทำงานทุกขั้นตอนของระบบนี้โดย External Agents ที่เกี่ยวข้องกับระบบได้แก่ ลูกค้า และ ผู้ดูแลระบบซึ่งมีข้อมูลรับเข้าและส่งออกระหว่าง External Agents ดังกล่าวกับระบบทำให้ทราบโดยภาพรวมการทำงานของระบบ

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

4.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศอายุระดับการศึกษา ภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน)

4.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการอธิบายความพึงพอใจต่อด้านแนวทางพัฒนาระบบ ค่าเฉลี่ย (Mean)

4.3 การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ใช้ในการอธิบายความคิดเห็นต่อแนวการพัฒนา
ระบบ

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถามโดยพิจารณาตามเกณฑ์ในการประเมินผลดังนี้ [1]

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

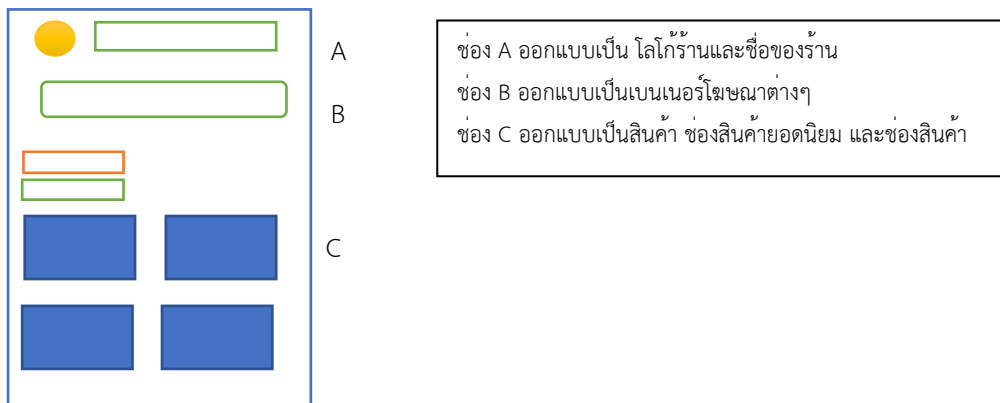
ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการสำรวจปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

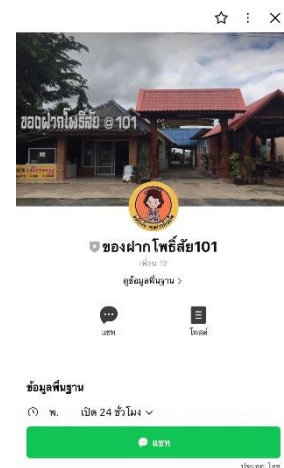
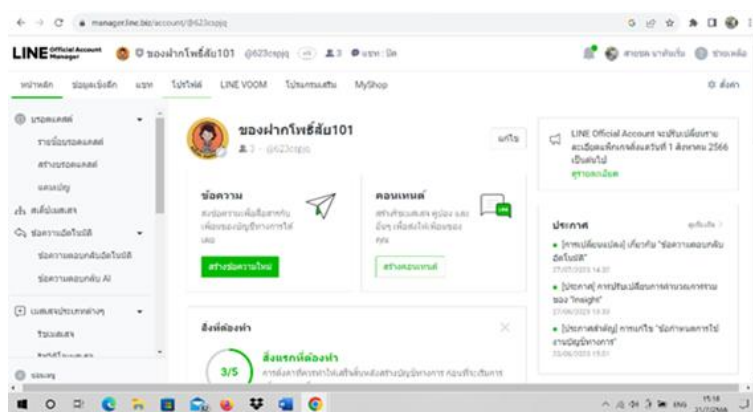
ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจถึงปัญหาการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มวิสาหกิจมี หมูแดดเดียว ส้มหมู แหนมหมู ส้มวัว ไข่กรอกวัว มีจุดเด่นที่ตัวผลิตภัณฑ์ไม่มีสารกับบูต วัตถุดิบเสีย หรือแต่งกลิ่นแต่งสีต่างๆ ได้ใบอนุญาต อย. สะอาด ถูกหลักอนามัย ราคาคุ้มค่ากับตัวผลิตภัณฑ์ ปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจมี ปัญหาด้านการตลาดเพราะมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางเดียว ปัญหาจัดจำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามเป้า และปัญหาด้านเทคโนโลยี ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี มาช่วยในการจัดการและจำหน่ายสินค้า โดยผู้วิจัยการพัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์ ดังนี้

1.1 การออกแบบอินเทอร์เฟซผู้ใช้ (UI)



ภาพที่3 การออกแบบอินเทอร์เฟซผู้ใช้ (UI)

1.2 ขั้นตอนการสร้าง LINE Official Account เพิ่มช่องทางการขายสินค้า

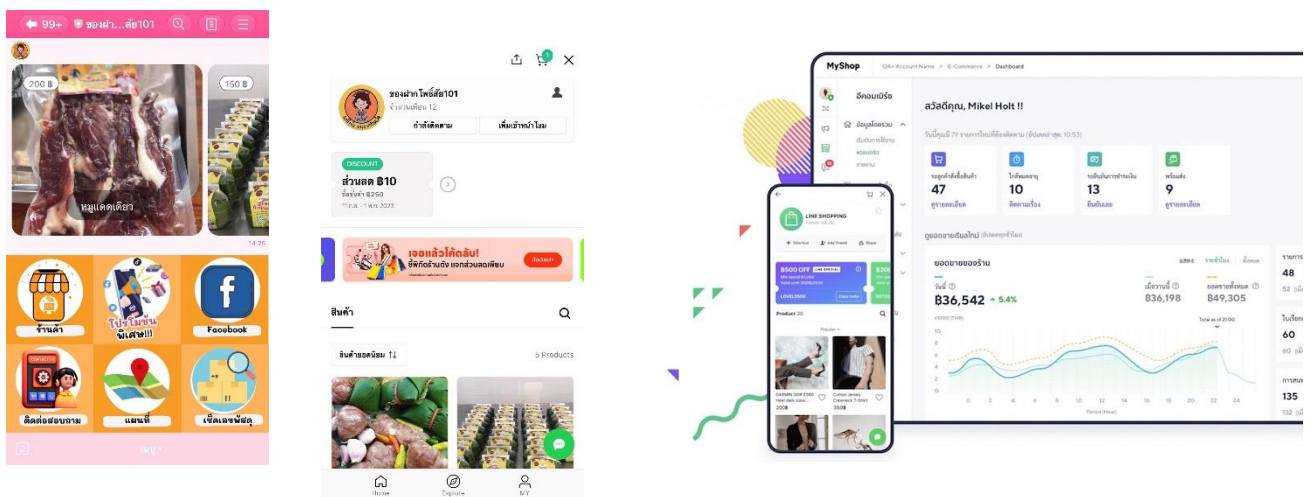


ภาพที่ 4 ร้านค้าในแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์

LINE My Shop เป็นระบบจัดการร้านค้าอย่างสมบูรณ์แบบจาก LINE ที่จะเข้ามาช่วยให้ธุรกิจหรือร้านค้า สามารถบริหารร้านค้าได้ง่ายขึ้น โดยการเชื่อมต่อกับ LINE Official Account ซึ่ง My Shop นี้จะช่วยทำให้การจบการขายทำได้ง่าย ด้วยฟีเจอร์ที่ออกแบบมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ในการขาย เช่น แคตตาล็อกสินค้า: ต้องมีระบบการจัดการแคตตาล็อกที่เข้าถึงได้ง่าย และสามารถอัปเดตสินค้า ราคา สต็อก และข้อมูลอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบตะกร้าสินค้า: ระบบตะกร้าสินค้าต้องสามารถจัดการกับการเพิ่มสินค้า เปลี่ยนแปลงจำนวน หรือลบสินค้าออกจากตะกร้าได้อย่างง่ายดาย การชำระเงิน: รวมถึงตัวเลือกการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต และการชำระเงินผ่านพอร์ทัลการเงินออนไลน์ เช่น LINE Pay การจัดการคำสั่งซื้อ: ระบบควรสามารถติดตามสถานะคำสั่งซื้อ จัดการกับการเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิก และเสนอแนะประวัติคำสั่งซื้อได้ การจัดส่ง: ต้องมีตัวเลือกการจัดส่งที่ชัดเจน รวมถึงการคำนวณค่าจัดส่งและการตั้งค่าเวลาในการจัดส่งที่คาดการณ์ไว้ การบริการลูกค้า: รวมถึงตัวเลือกสำหรับการสนับสนุนลูกค้า เช่น การแชทสด

1.3 ผลการพัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์ตามขั้นตอนการวิจัยโดย จัดทำระบบส่งเสริมสินค้าชุมชนด้วยโซเชียลมีเดียไลน์



ภาพที่ 5 ช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์

จากภาพที่ 5 ช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์ LINE Official Account หรือบัญชีทางการของแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อเป็นส่วนติดต่อกับ ผู้ใช้ ซึ่งการติดต่อแลกเปลี่ยนระหว่างผู้จัดการระบบ (Administrator) และผู้ใช้ (User) จะมี 2 วิธีการ model คือ วิธีการสนทนา (Chat Mode) และ วิธีการอัตโนมัติ (Bot Mode) โดยการสนทนาจะสามารถโต้ตอบด้วย ผู้จัดการระบบหรือสามารถตอบกลับอัตโนมัติ (Auto-Response) ตามคำสำคัญ (Keywords) ที่ได้กำหนดไว้ หากผู้ใช้พิมพ์ข้อความ ที่ตรงกับคำสำคัญระบบจะตอบกลับทันที ซึ่งวิธีการนี้จะจัดการผ่าน LINE Official Account Manager ส่วนวิธีการ จะจัดการผ่าน Dialog flow Console วิธีการนี้ระบบจะมีความยืดหยุ่นในการ เข้าใจข้อความหรือประโยคที่ผู้ใช้ถามมากกว่า นอกจากนี้ในส่วนของ LINE Official Account ยังออกแบบเมนูภาพ (Rich Menu) ซึ่ง

เป็นเมนู ที่สามารถแสดงรายละเอียดเพิ่มเติมตามที่ผู้ใช้งานต้องการผ่านภาพที่สามารถกำหนดได้สูงสุด 6 ภาพในภาพแบบตารางทางด้านล่างของภาพจอโทรศัพท์มือถือ การพัฒนา LINE Official Account และส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface) บัญชีทางการที่ ออกแบบขึ้นมาเพื่อให้บริการข้อมูลของร้านของฝากโพธิ์ชัย 101 ภาพแรกสำหรับการเพิ่มเพื่อน (Add friend) แสดงรายละเอียดเวลาเปิดทำการ หมายเลขโทรศัพท์ เว็บไซต์ร้าน และแผนที่ร้าน เมื่อผู้ใช้เพิ่ม "ร้าน ของฝากโพธิ์ชัย101" เป็นเพื่อน จะมีข้อความต้อนรับ ตั้งค่าปุ่มให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ทันที โดย จะตั้งค่าไว้ 6 เมนู คือ ปุ่มร้าน ปุ่มสำหรับสอบถามข้อมูล ปุ่มโปรโมชั่น ปุ่ม Facebook และ ปุ่มเช็คเลขพัสดุ หรือ กดเลือกสินค้า ผ่านตรง Line Rich Menu

3. ผลการประเมินศึกษาความพึงพอใจช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้ระบบส่งเสริมสินค้าชุมชนด้วยโซเชียลมีเดียไลน์ ที่พัฒนาขึ้น กับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหาร ตำบลโพธิ์ชัย อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แบบสอบถามจากสมาชิกกลุ่ม จำนวน 32

โดยมีการได้มีการประเมินคุณภาพของแบบประเมินด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) [10] ของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้แบบสอบถามมีความแม่นยำถูกต้อง การสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อระบบ จากนั้นนำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความพึงพอใจต่อการใช้ระบบการพัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์

ข้อคำถาม	χ	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการใช้งานบนแอปพลิเคชัน			
1.1 ฟังก์ชัน เมนูต่างๆ บนแอปพลิเคชันใช้งานได้ง่าย	4.46	0.48	มาก
1.2 แอปพลิเคชันช่วยทำการซื้อขายสินค้าได้ง่ายและสะดวกขึ้น	4.59	0.66	มากที่สุด
1.3 ประหยัดเวลา ลดแรงงาน ลดต้นทุนได้มากขึ้น ทำให้ใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น	4.59	0.66	มากที่สุด
1.4 ประสิทธิภาพในการใช้งานแอปพลิเคชัน	4.53	0.66	มากที่สุด
รวม	4.54	0.68	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 ภาพร้านบนแอปพลิเคชัน Line Official Account มีความสวยงาม น่าสนใจ	4.40	0.71	มาก
2.2 ความเร็วในการแสดงผล ภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่าง ๆ	4.28	0.51	มาก
2.3 การออกแบบให้ใช้งานง่าย เมนูไม่ซับซ้อน	4.53	0.51	มากที่สุด
2.4 การจัดภาพแบบในแอปพลิเคชันง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.50	0.71	มากที่สุด
รวม	4.45	0.71	มาก
3. ด้านส่งเสริมการขาย			
3.1 ตอบโจทย์การสื่อสารไปยังลูกค้าได้อย่างหลากหลายและตรงกลุ่มเป้าหมาย	4.28	0.76	มาก
3.2 ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น	4.62	0.55	มากที่สุด
3.3 มีระบบตอบกลับอัตโนมัติและAI ตอบกลับอัตโนมัติ ตอบโจทย์และประหยัดเวลาในการตอบแชทลูกค้า	4.43	0.55	มาก
3.4 การใช้แอปพลิเคชัน Line Official Account ในส่งเสริมการขายช่วยเพิ่มยอดขายได้มากในปัจจุบัน	4.43	0.75	มาก

รวม	4.47	0.69	มาก
4. ด้านการจัดจำหน่าย			
4.1 สามารถจัดโปรโมชั่น บัตรสะสมแต้ม คูปอง ส่วนลด เป็นการ โปรโมทและช่วยเพิ่มยอดขาย	4.46	0.66	มาก
4.2 ประหยัดเวลาในการกรอกข้อมูลสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า	4.59	0.71	มากที่สุด
4.3 สามารถติดตามคำสั่งซื้อและการชำระเงิน	4.56	0.71	มากที่สุด
4.4 ช่องทางการสั่งซื้อสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า (แอปพลิเคชัน)	4.53	0.71	มากที่สุด
4.5 สินค้าสามารถกระจายได้อย่างกว้างขวาง	4.46	0.67	มาก
รวม	4.52	0.66	มากที่สุด
รวมทั้งสิ้น	4.50	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการใช้ระบบระบบช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์ พบว่า โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.50 , S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การใช้งานบนแอปพลิเคชัน ($\bar{X}$ = 4.54 , อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการออกแบบ ($\bar{X}$ = 4.45 , S.D. = 0.71) และ ด้านส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ = 4.45 , S.D. = 0.69)

ผลจากการใช้งานสรุปได้ว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปอาหาร ตำบลโพธิ์ชัย อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการส่งเสริมสินค้าความพึงพอใจในระดับมากและด้านการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดสามารถเพิ่มยอดขายให้วิสาหกิจชุมชนได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการค้นพบจากการวิจัยเรื่องการพัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์พบว่า การใช้ LINE Official Account [5] สามารถเพิ่มโอกาสทางการตลาดและการขายของธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะมีการใช้งานอย่างแพร่หลายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดได้รวดเร็ว คณะผู้วิจัยได้สร้างร้านค้าออนไลน์และโปรไฟล์ใน LINE Official Account ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่าย และได้ออกแบบร้านค้าให้น่าสนใจ โดยใช้โลโก้และสีของแบรนด์ในทุกโพสต์และสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างแบรนด์ให้วิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ ยังมีการโพสต์เนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น รีวิวสินค้าและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พร้อมกับให้ส่วนลดและโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่และสร้างความกระตือรือร้นในการซื้อสินค้า การใช้ฟังก์ชัน LINE Shop ช่วยเพิ่มความสะดวกในการสั่งซื้อและชำระเงินภายในแอปพลิเคชัน อีกทั้งการอัปเดตข้อมูลสินค้าและสต็อกสินค้าอย่างต่อเนื่องทำให้ลูกค้าทราบสถานะสินค้าและข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ การส่งเสริมสินค้าผ่านโซเชียลมีเดียและการปรับปรุงกลยุทธ์การขายตามการวิเคราะห์ผลการขาย ช่วยให้การใช้ LINE Official Account เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเชื่อมโยงกับลูกค้าในชุมชน สร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจชุมชน และเพิ่มโอกาสในการขายและสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น สรุปได้ว่าการใช้ LINE Official Account ในการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปเป็นทางเลือกที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้สามารถเพื่อประโยชน์ในการพัฒนางานดังต่อไปนี้

การนำผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาช่องทางการขายสินค้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปด้วยแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันไลน์ไปใช้จริงสามารถทำได้โดยการตั้งค่าและปรับแต่ง LINE Official Account สำหรับการขายสินค้า ใช้ฟังก์ชันของ LINE ในการโปรโมชั่นและจัดการสต็อกสินค้า รวมถึงการจัดทำโปรโมชั่นและกิจกรรมพิเศษเพื่อกระตุ้นยอดขาย นอกจากนี้ยังสามารถใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อปรับปรุงการบริการและสร้างความพึงพอใจ การสร้างชุมชนลูกค้าผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ และการสร้างเครือข่ายการตลาดร่วมกับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งและยั่งยืนของชุมชน ในการวิจัยครั้งต่อไปควรให้ช่องทางอื่นๆในการขายสินค้า เช่น Facebook ,Shopee,Lasada แล้วทำการเปรียบเทียบกันว่าการขายสินค้าในช่องทางไหนขายดีและให้ประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

- [1] บุญชม ศรีสะอาด. 2560. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- [2] นิติพงษ์ ศรีระพันธ์, สุวิมล มีแสง, และ สมจิตร จันทรเพ็ญ (บ.ก.). (2561). *คู่มือการทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อการพัฒนาด้วย Google Forms*. สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). <https://ref.codi.or.th>

วิทยานิพนธ์

- [1] เรวดี สุขมัน (2566). การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง จังหวัดตราด กรณีศึกษานำพริกเผาสับแปรรูปตราสีทอง.วิทยานิพนธ์ สาขาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- [2] ไมตรี ริมทอง (2565) การสร้างช่องทางออนไลน์การขายแทนหมูใบมะยมด้วยสื่อ Line Official Account สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

เว็บไซต์

- [1] “การเขียนผังงาน (Flowchart).” M.Wannaporn , <https://stwannaporn.wordpress.com> 29 June 2014.
- [2] การรับรู้และการตอบสนองการสื่อสารการตลาดผ่านไลน์ ออฟฟิเชียลแอคเคานต์,<http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598495054.pdf>. Accessed 5 Aug. 2023.
- [3] วิธีดำเนินการวิจัย, cmruir.cmru.ac.th/bitstream/123456789/1313/6/Chapter%203.pdf. Accessed 12 Aug. 2023.
- [4] แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram : DFD), academic.udru.ac.th/~samawan/content/5SA-DFD.pdf. Accessed 12 May. 2023.
- [5] Line Developer ไลน์ ดีเวลลอปเปอร์ คืออะไร, www.lineofficialaccount.com/what_is_line_developer.php. Accessed 24June. 2023.
- [6] “Line Developers Podcast.” Spotify, open.spotify.com/show/5oN6OeJOM5LXiudpHfznQi. Accessed 3 May. 2023.
- [7] “Line Official Account.” LINE for Business, lineforbusiness.com/th/service/line-oa-features. Accessed 12 Aug. 2023.
- [8] “OTOP.” ฐานข้อมูลส่งเสริมและยกระดับคุณภาพสินค้า OTOP, otop.dss.go.th/index.php/qa-glossary/13-otop. Accessed 12 Aug. 2023.
- [9] Ruja. “Line My Shop คืออะไร? รู้จักกับช่องทางการขายทำเงินแห่งใหม่.” ZORT, 11 July 2022, zortout.com/blog/line-my-shop. Accessed 7 June. 2023
- [10] การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ, elearning.psu.ac.th/courses/105/Chapter6.pdf. Accessed 12 Aug. 2023.