

บทความแนวปฏิบัติที่ดี ประจำปีการศึกษา 2567

ชื่อเรื่องแนวปฏิบัติที่ดี รูปแบบแผนการพัฒนานวัตกรรมการตลาดดิจิทัล

การสร้างนักขายบนแพลตฟอร์มไลฟ์สด

แผนการจัดการความรู้ที่ 1. ด้านการเรียนการสอน

สังกัด สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์วาสูกรี

ชื่อ-นามสกุล ดร.นิพนธ์ คงศรี

หมายเลขโทรศัพท์ 083-1083598

บทสรุป

รูปแบบแผนการพัฒนานวัตกรรมการตลาดดิจิทัล การสร้างนักขายบนแพลตฟอร์มไลฟ์สด เป็นกิจกรรมการแข่งขันขายสินค้าผ่าน Live สด ทางแพลตฟอร์ม Facebook ทั้งนี้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยเฉพาะการทำการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงขึ้นสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นการสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติให้มีทักษะความสามารถให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด จึงสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ปี 2566 -2570 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลิตและพัฒนากำลังคนด้านเทคโนโลยี ที่มีสมรรถนะตามความต้องการของภาคประกอบการ และสร้างนวัตกรรมที่สามารถตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ เพื่อเป็นเวทีให้นักศึกษาได้แสดงศักยภาพและมีการพัฒนาทักษะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์การแสดงด้านบุคลิกภาพ สำหรับการนำเสนอขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ มีประสบการณ์ และเกิดทักษะด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษามาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้ใช้ทักษะในการสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์สำหรับการนำเสนอขายสินค้าโดยผ่านสื่อออนไลน์ และ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธอันดีและการมีเครือข่ายร่วมกันทางการศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง

โดยรูปแบบแผนดังกล่าวได้รับการเข้าร่วมจากเครือข่ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง จากคณะที่มีการจัดการเรียนการสอน ด้านบริหารธุรกิจ จำนวนทั้งสิ้น 17 ทีม เข้ารับการฝึกอบรมและฝึกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีและเทคนิคการใช้อุปกรณ์สำหรับการไลฟ์สด ทั้งนี้กำหนดให้นักศึกษา ได้ต้องดำเนินการบริหารจัดการในการนำเสนอขาย ตามกระบวนการผลิตรายการ ตั้งแต่การคิดชื่อร้าน การ จัดตีสเพลย์ในการนำเสนอ อุปกรณ์ประกอบการขาย การทดลองสาธิตสินค้า อุปกรณ์ส่งเสริมการขาย รวมทั้งการตั้งราคาขาย และราคาโปรโมชั่น รวมทั้งการฝึกบุคลิกภาพสำหรับการ นำเสนอขาย และขั้นตอนการนำเสนอขาย ผ่านการไลฟ์สดผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Fanpage

ทั้งนี้การจัดรูปแบบแผนดังกล่าวเป็นแนวทางของการจัดการเรียนการสอนที่เป็นการบูรณาการทั้ง 4 วิชาเข้าด้วยกันโดยการเตรียมความพร้อมสำหรับการนำเสนอขายสินค้านั้นนักศึกษาจะต้องเรียนรู้และปฏิบัติเกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอและการพัฒนาบุคลิกภาพตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา Presentation Techniques เพื่อให้ นักศึกษาปฏิบัติกิจกรรมในรายวิชา Live Streaming over Digital Platforms ได้รับประสบการณ์ในการนำเสนอขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่เป็นประสบการณ์จริง สามารถฝึกฝนต่อจน

เกิดเป็นอาชีพ นักขายออนไลน์ ได้ รวมถึงรายวิชา Essentials of Social Media & Digital Marketing ที่นักศึกษาต้องมีความเข้าใจในการวางแผนการตลาดดิจิทัล รูปแบบเนื้อหา และการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และรายวิชา Influencer Marketing on Digital Media ที่ฝึกให้นักศึกษาได้รับบทบาทของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์และช่องทางดิจิทัล ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจและวัตถุประสงค์ทางการตลาด

คำสำคัญ การตลาดดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์ โลฟีสตรีมมิ่ง อินฟลูเอนเซอร์

บทนำ

เทรนด์การตลาดออนไลน์ที่มาแรงในปัจจุบัน หนึ่งในพันทันเรื่องกลยุทธ์การไลฟ์สด จากยอดขายที่สูงขึ้น โดย Influencer โดย พบว่า 67% ของประชากรไทยรับชมวิดีโอออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง (Datexet. 2024) แนวโน้มการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มสื่อต่างๆ จะเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการเกิดขึ้นของ อินฟลูเอนเซอร์ และคอนเทนต์ครีเอเตอร์ที่สูงขึ้น ชี้ให้เห็นว่าการแข่งขันในตลาดออนไลน์มีมูลค่าการแข่งขันสูงขึ้นตามมา ความต้องการของผู้ประกอบการ จึงต้องการนักการตลาดที่มีทักษะการตลาดดิจิทัลเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะนักขายผ่านการสตรีมมิ่งไลฟ์ที่ต้องอาศัยทั้งพรสวรรค์ ทักษะการสื่อสาร ความชำนาญ และประสบการณ์ ข้อมูลจาก Statista บริษัทวิจัยการตลาดระดับโลกคาดการณ์ว่า มูลค่าตลาดโฆษณาผ่านอินฟลูเอนเซอร์จะมีมูลค่า 2,360 ล้านบาทในปี 2567 และจะเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ 10.24% ในช่วงปี 2567-2572 ส่งผลให้มูลค่าตลาดอาจสูงถึง 3,864 ล้านบาทภายในปี 2572 (Datexet. 2024)

ดังนั้นการเรียนการสอนในสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล จึงมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติที่ตรงกับตลาดแรงงานต้องการ นั่นคือ การฝึกปฏิบัติให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์วางแผนการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์โดยการไลฟ์สตรีมมิ่ง ซึ่งนักศึกษาจะได้เรียนรู้ด้านการวางแผนการเสนอขายสินค้า การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบการผลิตรายการไลฟ์สตรีมมิ่งผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และการใช้เครื่องมือทางเทคนิคในการไลฟ์สตรีมมิ่ง

วิธีดำเนินงาน

ทำการวางแผนการดำเนินงานสอนนักศึกษาห้อง MKT 26641N MKT26642N MKT46641N หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) รายวิชา 304-21-07 เทคนิคการนำเสนอ Presentation Techniques

แผนการดำเนินงานที่ 1

ฝึกเตรียมนักศึกษา ด้านการสื่อสาร การพัฒนาบุคลิกภาพ

รายละเอียด	ระยะเวลา	KM Tools
เรียนรู้ทักษะการแต่งกาย	สัปดาห์ที่ 2	1. ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice-CoP) 2. การทบทวนสรุปบทเรียน (After action review หรือ AAR)
เรียนรู้ทักษะการพูดต่อหน้ากล้อง	สัปดาห์ที่ 2	
เรียนรู้ทักษะการใช้มือ	สัปดาห์ที่ 3	
เรียนรู้ทักษะการยืน	สัปดาห์ที่ 3	

ฝึกปฏิบัติ	สัปดาห์ที่ 4	3. การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning)
ประเมินผลหลังปฏิบัติ	สัปดาห์ที่ 4	
วางแผนการนำเสนอขายสินค้า		
เรียนรู้เทคนิคการนำเสนอขายสินค้า การสาธิต การหยิบสินค้า	สัปดาห์ที่ 5	1. ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice-CoP) 2. การทบทวนสรุปบทเรียน (After action review หรือ AAR) 3. การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning)
คัดเลือก วางแผน เรียนรู้รายละเอียดสินค้า	สัปดาห์ที่ 6	
วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป้าหมาย	สัปดาห์ที่ 6	
วางแผนการเขียนสคริป	สัปดาห์ที่ 6	
วางแผนเทคนิคการจัดแสง เสียง อุปกรณ์ประกอบฉาก การสาธิต	สัปดาห์ที่ 7	
ฝึกปฏิบัติ	สัปดาห์ที่ 8	
ประเมินผลหลังปฏิบัติ	สัปดาห์ที่ 8	

แผนการดำเนินงานที่ 2

วางแผนการดำเนินงานสอนนักศึกษาห้อง MKT 26641N MKT26642N MKT46641N หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2565) รายวิชา 304-21-09 หลักการสำคัญของสื่อออนไลน์และการตลาดดิจิทัล Essentials of Social Media & Digital Marketing

รายละเอียด	ระยะเวลา	KM Tools
เข้าใจหลักการตลาดบน แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์	สัปดาห์ที่ 1	1. ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice-CoP) 2. การทบทวนสรุปบทเรียน (After action review หรือ AAR) 3. การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning)
วางแผนการสร้างแคมเปญทาง การตลาดการสตรีมมิ่งไลฟ์	สัปดาห์ที่ 2	
ฝึกปฏิบัติการสร้างเนื้อหา สำหรับการขายสินค้าบน แพลตฟอร์มออนไลน์	สัปดาห์ที่ 3	
วางแผนและปฏิบัติการสร้าง ตัวตนบนกลุ่มผู้มีอิทธิพลบนสื่อ สังคมออนไลน์	สัปดาห์ที่ 4	
วางแผนและปฏิบัติการสร้าง แคมเปญสำหรับการสตรีมมิ่งไลฟ์ บนแพลตฟอร์มออนไลน์	สัปดาห์ที่ 5	
ประเมินผลหลังปฏิบัติ	สัปดาห์ที่ 5	

แผนการดำเนินงานที่ 3

จัดโครงการแข่งขันกิจกรรมไลฟ์สดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การสัมมนาและการแข่งขันทักษะทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจ 9 มทร. ครั้งที่ 12 ระหว่างวันที่ 22- 24 มกราคม 2568 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รายละเอียด	ระยะเวลา	KM Tools
วางแผนการดำเนินโครงการ	กันยายน - ธันวาคม 2567	การศึกษาดูงาน (Study tour)
จัดโครงการ	มกราคม 2568	
สรุปกิจกรรมหลังจัดโครงการ	กุมภาพันธ์ 2568	

รายละเอียดโครงการแข่งขันไลฟ์สดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

ผลิตภัณฑ์ในการนำเสนอ: Vit C Thailand/ สบู่ มาตามหลุยส์

ระยะเวลาในการนำเสนอ 10 นาที

เกณฑ์การตัดสิน

1.ความคิดสร้างสรรค์	40	คะแนน
2. บุคลิกภาพ	30	คะแนน
3. เทคนิคการนำเสนอ	30	คะแนน
รวม	100	คะแนน

ผลการดำเนินงานตามแผนที่ 1

นักศึกษาจำนวน 59 คน แบ่งออกเป็น 30 กลุ่ม

1. นักศึกษามีความเข้าใจเรื่องเทคนิคการนำเสนอ
2. นักศึกษามีความเข้าใจและมีบุคลิกภาพด้านการสื่อสารดีขึ้น
3. นักศึกษามีประสบการณ์ในการนำเสนอขายสินค้าได้ดีขึ้น
4. นักศึกษาเข้าใจและสามารถดำเนินการวางแผนการไลฟ์สดริมฝั่งได้ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการทำงาน และสามารถประเมินผลการดำเนินงานสตรีมมิ่งไลฟ์ได้

ผลการดำเนินงานตามแผนที่ 2

นักศึกษาจำนวน 59 คน แบ่งออกเป็น 15 กลุ่ม

1. นักศึกษามีความเข้าใจหลักการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์
2. นักศึกษาสามารถสร้างแคมเปญทางการตลาดสำหรับการไลฟ์สตรีมมิ่งได้
3. นักศึกษาสามารถสร้างช่องทางของตัวเองในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์สำหรับการสตรีมมิ่งไลฟ์ได้

ผลการดำเนินงานตามแผนที่ 3

1. นักศึกษาสามารถจัดโครงการแข่งขันไลฟ์สดได้
2. นักศึกษาสามารถเตรียมการ/อุปกรณ์เทคนิค/การจัดฉาก/จัดแสง/เสียง สำหรับการ
แข่งขันไลฟ์ได้
3. นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีมได้
4. นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์การจัดการแข่งขันสริมมิ่งไลฟ์อย่างเป็นขั้นตอน
5. นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์การติดต่อประสานงาน/ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
6. นักศึกษาเข้าใจการสตรัมมิ่งไลฟ์สำหรับการเสนอขายสินค้าทางการตลาดได้เป็นอย่างดี
ผลการแข่งขันจากทีมผู้แข่งขันจำนวน 17 ทีม

รางวัลชนะเลิศ	คณะบริหารธุรกิจ	มทร.พระนคร
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	มทร.ตะวันออก
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2	คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ	มทร.อีสาน

อภิปรายผลการดำเนินงาน

ผลจากการดำเนินงานดังกล่าว สามารถอธิบายได้ตามกรอบแนวคิดรูปแบบธุรกิจนวัตกรรม (Business Model Innovation Framework) (Nick Jain, 2023) ที่เกิดขึ้นได้ดังนี้

1. คุณค่า (Value Proposition) โครงการดังกล่าวทำให้เกิด องค์กรความรู้ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือคุณลักษณะใหม่ๆ ที่จะมอบผลประโยชน์ที่เป็นเอกลักษณ์ให้แก่ลูกค้าและสร้างความแตกต่างให้ ธุรกิจจากคู่แข่ง
2. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ทำให้นักศึกษาเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจใหม่ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ คำติชม พฤติกรรม ความชอบ และปัญหาของลูกค้า เพื่อปรับแต่งข้อเสนอคุณค่าและรูปแบบธุรกิจให้เหมาะสมกับผู้บริโภค
3. กระแสรายได้ (Revenue Streams) ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ วิธีการที่ธุรกิจสร้างรายได้จาก ข้อเสนอที่มีคุณค่า ซึ่งรวมถึงกลยุทธ์ด้านราคา รูปแบบรายได้ เช่น การขายครั้งเดียว การสมัครสมาชิก การให้ สิทธิพิเศษ ส่วนลด โปรโมชัน และแหล่งรายได้ที่เป็นไปได้จากลูกค้า และพันธมิตร
4. ช่องทาง (Channels) ทำให้นักศึกษาเข้าใจช่องทางการขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ใน การสตรัมมิ่งไลฟ์มากขึ้น
5. กลไกนวัตกรรม (Innovation Mechanisms) ทำให้นักศึกษาได้เกิด กระบวนการด้านนวัตกรรม แพลตฟอร์มแนวคิด การทำงานกับทีมงานข้ามสายงาน การทดลอง หรือวงจรการเรียนรู้ในการสตรัมมิ่งไลฟ์
6. กิจกรรมหลัก (Key Activities) ทำให้เกิดการดำเนินงานที่จำเป็นในการส่งมอบข้อเสนอที่มีคุณค่า ต่อผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่างๆ ด้านการตลาด การขาย การสนับสนุนลูกค้า และทำให้เกิดกลยุทธ์การ ขายผ่านสตรัมมิ่งไลฟ์
7. ทรัพยากรสำคัญ (Key Resources) คือ ทรัพยากรด้านเทคโนโลยีที่มีส่วนช่วยในการสตรัมมิ่งไลฟ์ และทรัพยากรด้านทุนมนุษย์ทั้งพรสวรรค์ ทักษะ ความสามารถที่มีต่อการนำเสนอขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ออนไลน์

8. ปัจจัยขับเคลื่อนนวัตกรรม (Innovation Drivers) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีของแพลตฟอร์มออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภค

9. ความร่วมมือและระบบนิเวศ (Partnerships and Ecosystems) ได้แก่ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ชัพพลายเออร์ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค และโอกาสใหม่ๆ ในการทำการสตริมมิ่งไลฟ์ เช่น การปักตะกร้าสินค้า การทำ Affiliate

10. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินรูปแบบธุรกิจ การผลิต การตลาด การจัดจำหน่ายผ่านการไลฟ์ โครงสร้างพื้นฐานบุคลากร และทรัพยากรอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการส่งมอบข้อเสนอที่มีคุณค่าไปยังผู้บริโภค

ปัญหาและอุปสรรค

การดำเนินการสตริมมิ่งไลฟ์ จำมีความจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ทางเทคนิคและเครื่องมือ รวมถึงห้องสตูดิโอ แบบมืออาชีพ เช่น ฉาก ไฟ เครื่องไลฟ์สด อุปกรณ์เสียง อุปกรณ์ภาพ และอุปกรณ์ประกอบฉาก สำหรับการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติงานได้อย่างเป็นมืออาชีพ

แนวทางการแก้ไข

สาขาวิชาการตลาดได้ทำเรื่องของงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อดำเนินการจัดตั้งห้องสตูดิโอและอุปกรณ์สำหรับการฝึกปฏิบัติงานให้นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์กับเครื่องมือแบบมืออาชีพในการปฏิบัติการไลฟ์สด

สรุป

การดำเนินกิจกรรมการจัดการความรู้ของรูปแบบแผนการพัฒนานวัตกรรมการตลาดดิจิทัล การสร้างนักขายบนแพลตฟอร์มไลฟ์สดมีมิ่ง สามารถสรุปได้ตามหลัก PDCA การบริหารงานแบบมีคุณภาพ ดังนี้

1. มีการวางแผนการจัดการเรียนการสอน โดยการบูรณาการรายวิชาที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 วิชาเข้าด้วยกัน เพื่อให้นักศึกษาได้มีความรู้ความสามารถและสามารถประกอบอาชีพ ของการเป็นนักขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยการไลฟ์สด ได้อย่างเป็นมืออาชีพ

2. มีการดำเนินการตามแผนการสอนที่วางไว้ อย่างต่อเนื่อง ในรายวิชาทั้ง 4 วิชา ที่ผู้สอนเป็นผู้สอนคนเดียวกัน เพื่อให้การดำเนินการมีความสอดคล้องกันและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเรียนและการเป็นนักการตลาดแบบมืออาชีพ

3. แผนการจัดกิจกรรมจัดการความรู้ดังกล่าวได้รับการประเมินผลและพัฒนา รูปแบบการศึกษาการจัดการกิจกรรมและการเรียนการสอนมาจากปีการศึกษา 2565 และ 2566 ทำให้การจัดการความรู้ดังกล่าวมีการพัฒนาที่เป็นรูปแบบที่ชัดเจนขึ้นอย่างมีขั้นตอน

4. การปรับปรุงและการพัฒนาแก้ไขในครั้งต่อไป คือการฝึกประสบการณ์การใช้เครื่องมือทางเทคนิคเพิ่มมากขึ้น และฝึกปฏิบัติให้กับนักศึกษาโดยการเพิ่มจำนวนชั่วโมงการฝึกปฏิบัติเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ จากการประเมินดังกล่าว ทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาโครงการไลฟ์สดมีมิ่งสำหรับการฝึกประสบการณ์การขายสินค้าจริง โดยมีรายได้ การปักตะกร้าสินค้า และศึกษาในแพลตฟอร์มที่ใช้ในการสตริมมิ่งไลฟ์ ที่หลากหลาย แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

บรรณานุกรม

<https://www.dataxet.co/media-landscape/2025-th/streaming-service>

<https://ideascale.com/blog/what-is-business-model-innovation/>

เอกสารประกอบผลงาน



รางวัลทีมที่ทำยอดขายสูงสุด กิจกรรมที่ 8 นวัตกรรมตลาดดิจิทัล



รางวัลทีมที่ทำยอดขายสูงสุด กิจกรรมที่ 8 นวัตกรรมตลาดดิจิทัล



รางวัลทีมที่ทำยอดขายสูงสุด กิจกรรมที่ 8 นวัตกรรมตลาดดิจิทัล



รางวัลทีมที่ทำยอดขายสูงสุด กิจกรรมที่ 8 นวัตกรรมตลาดดิจิทัล







