



## แนวโน้มสำคัญในธุรกิจค้าปลีก

แนวโน้มหลายประการที่ส่งผลต่อแนวทางของผู้ขายในการดำเนินธุรกิจและตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภค Richard Shapiro จะมาให้ความกระจ่างเกี่ยวกับพัฒนาการสำคัญๆ ในปี 2018

ขอต้อนรับสู่เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Experience Economy) ด้วยการผสมผสานการวิจัยลูกค้า เทคโนโลยี ตลอดจนการคิดนอกกรอบ ร้านค้าอิสระและแบรนด์ต่างๆ ได้พลิกโฉมการซื้อสินค้าให้กลายเป็นประสบการณ์เฉพาะบุคคลที่เน้นการมีส่วนร่วม ซึ่งผู้บริโภคน้อยคนนักจะพอใจไหว

สำหรับร้านค้าแบบดั้งเดิม ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นภายในร้านช่วยให้ความหวังในการดึงลูกค้ากลับมาจากที่เคยคิดกันว่าลูกค้าจะหันไปซื้อสินค้าทางออนไลน์ ในขณะที่ร้านค้าออนไลน์ก็กำลังหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อชนะใจผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดเช่นกัน



ท่ามกลางสถานการณ์ดังกล่าว แนวโน้มสำคัญของธุรกิจค้าปลีกในปี 2018 มีดังต่อไปนี้

### ศูนย์การค้านำเสนอประสบการณ์ที่แตกต่าง

ลูกค้าจะได้รับประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมก็ต่อเมื่อกิจการใช้บริการเป็นเหมือนการตั้งเวทีและใช้สินค้าเป็นเหมือนของประกอบฉากเพื่อมอบความบันเทิง ร้านค้าแบบชั่วคราว (Pop-Up Stores) ช่วยให้ผู้ขายสามารถสร้างความตื่นตาตื่นใจให้ผู้บริโภคในพื้นที่เล็กๆ และใช้เงินลงทุนไม่มากนัก ส่วนศูนย์การค้าก็พยายามเพิ่มร้านค้าที่แปลกใหม่และสะท้อนวัฒนธรรมอันหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่างและความมีชีวิตชีวาให้พื้นที่ของตน

Platform ศูนย์การค้าในลาสเวกัส กำหนดให้ผู้เช่าร้านนำเสนอประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์เพื่อมอบให้ลูกค้า ในขณะที่ห้างสรรพสินค้าในสหรัฐอย่าง Nordstrom ก็ได้เปิดตัว Nordstrom Local ร้านเสื้อผ้าที่มีบริการสไตล์ส่วนตัว การจัดส่งสินค้าภายในวันที่สั่งซื้อ การปรับแก้ขนาดเสื้อผ้าภายในร้าน และการมอบประสบการณ์ที่เพลิดเพลินอื่นๆ เช่น การทำเล็บและการเสริมเครื่องสำอางหลายประเภท เมื่อคาดหวังว่าจะได้พบสิ่งที่ไม่คาดฝัน ผู้ซื้อจึงตั้งตารอที่จะได้ไปเที่ยวเล่นในศูนย์การค้า



การผสมผสานความบันเทิงเข้ากับการจับจ่ายสินค้ากลายเป็นเป้าหมายของศูนย์การค้าหลายแห่ง และนักวิเคราะห์ก็คาดว่าแนวโน้มนี้จะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นเมื่อ Amazon เข้ามาในตลาดออสเตรเลีย

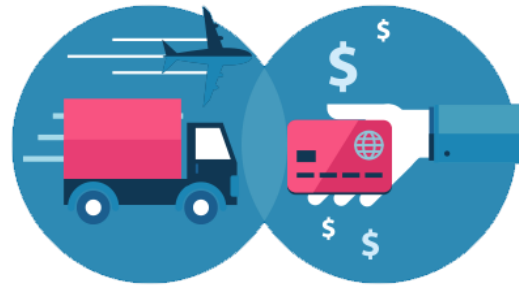
อันที่จริงผู้ดำเนินกิจการศูนย์การค้าบางรายในออสเตรเลียได้เตรียมรับสถานการณ์ไว้ก่อนแล้ว ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงศูนย์การค้า Chadstone ในเมลเบิร์น ให้มีพื้นที่ร้านอาหารแบบรับประทานภายในร้าน โรงภาพยนตร์แบบหรูหรา รวมถึง LegoLand Discovery Centre

Chadstone ยังได้จัดงานปาร์ตี้ช้อปปิ้งสำหรับลูกค้าวีไอพีเมื่อปลายปีที่แล้ว โดยมีการมอบข้อเสนอพิเศษ การแสดงสด การจัดกิจกรรมภายในร้าน การต้อนรับลูกค้าด้วยสปาர்களิงไวน์ ขนมนำสำหรับเทศกาลคริสต์มาส ตลอดจนงานการชิมซีส

### บริการจัดส่งสินค้าตามความต้องการได้ทุกที่

การส่งสินค้าอย่างรวดเร็วอาจไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุด แต่ก็เพื่อความสะดวกสบายที่หลายคนให้ความสำคัญ Fetchr บริการส่งสินค้าในดูไบ ใช้สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในการบอกตำแหน่งสถานที่ แล้วส่งสินค้าตรงไปยังจุดนั้นๆ ขณะที่บริการให้ลูกค้ารับสินค้ากลับตามความต้องการก็เริ่มเป็นที่นิยม โดยลูกค้าสามารถเลือกเวลารับ จากนั้นก็รับสินค้าจากบูธที่มีพนักงานพร้อมให้บริการโดยไม่ต้องลงจากรถด้วยซ้ำ

สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการความพึงพอใจแบบเร่งด่วน ตลอดจนความสะดวกสบายด้วยนั้น การจัดส่งสินค้าภายในวันเดียวเป็นบริการที่พบเห็นได้แพร่หลาย และกำลังแพร่กระจายจากพื้นที่ทดสอบในเขตมหานครออกไปสู่วงกว้างอย่างรวดเร็ว



ภาพประกอบจาก <https://hubpages.com/education/Sale-of-Goods-UK-Delivery-Payment-Acceptance>

### ร้านค้าย่อยเติบโต

เมื่ออาชญากรซื้อกระถอน วิลลี ซัตตัน ได้รับคำถามว่าทำไมเขาถึงต้องปล้นธนาคาร เขาก็ตอบว่า “ก็เพราะมีเงินอยู่ในนั้น” แบรินต์สินค้าฉลาดพอที่จะตามเงินไปเช่นเดียวกัน แทนที่จะรอให้ลูกค้ามาหา แบรินต์สินค้าहरुราต้องพยายามไปปรากฏตามโรงแรมและรีสอร์ทต่างๆ ให้มากขึ้น

ร้านค้าย่อยในล็อบบี้โรงแรมมีประวัติความเป็นมายาวนาน แต่ในยุคปัจจุบันซึ่งผู้คนมีเวลาจำกัดและมีสิ่งอื่นมากมายมาดึงดูดความสนใจ ร้านค้าลักษณะนี้จึงสำคัญมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม เพราะแบรินต์ย่อมต้องการเข้าถึงผู้บริโภคในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคกำลังผ่อนคลาย มีเวลาเหลือเฟือ และพร้อมที่จะเลือกซื้อสินค้า

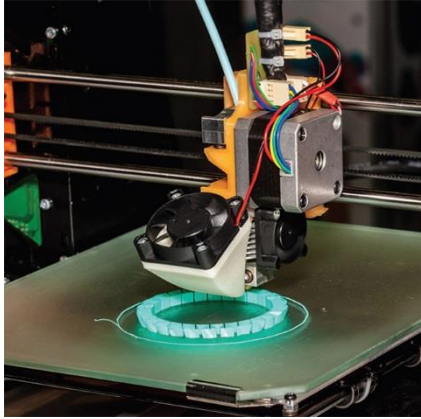
### โปรแกรมสุขภาพมาเยือนธุรกิจค้าปลีก

ในบรรดาประสบการณ์ใหม่อันดึงดูดใจซึ่งร้านค้าแบบดั้งเดิมนำเสนอให้แก่ลูกค้านั้นก็ยังมีโปรแกรมด้านสุขภาพและอาหารซึ่งมอบเป็นอนันต์นาการให้แก่ลูกค้ารวมอยู่ด้วย สิ่งนี้เป็นสัญญาณบ่งบอกว่าผู้ชายกำลังดำเนินรอยตามธุรกิจการโรงแรม Westin Hotels & Resorts กระจายทางมาก่อนด้วยโครงการ RunWestin ซึ่งเป็นโครงการเส้นทางวิ่งชมวิวสำหรับผู้เข้าพักและได้รับการสนับสนุนโดย New Balance ในขณะที่แบรินต์สินค้าชุดกีฬา Lululemon ได้เสนอชั้นเรียนโยคะและคลินิกด้านการวิ่ง ส่วนผู้ชายเครื่องครัวและของแต่งบ้าน Williams-Sonoma ก็มีการสอนทำอาหารภายในร้าน

การเติบโตของบริการดังกล่าวช่วยเสริมประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนช่วยให้พนักงานขายกับลูกค้าได้สื่อสารแลกเปลี่ยนกันมากขึ้นทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ สำหรับหลายคน คำว่า “ช้อปปิ้ง” เป็นสิ่งที่นำมาซึ่งความเครียด ด้วยการนำกิจกรรมด้านสุขภาพและไลฟ์สไตล์มาผสมผสาน ร้านค้าได้เน้นความผ่อนคลายสบายใจของลูกค้ามาเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ที่ตามมา

## การพิมพ์สามมิติช่วยสนับสนุนการปรับแต่งสินค้า

ด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติ ผู้ขายสามารถลดสินค้าคงคลังและนำเสนอสินค้าที่มีเอกลักษณ์และปรับแต่งได้ตามความต้องการ Shapeways ผู้ให้บริการงานพิมพ์สามมิติทางออนไลน์ เป็นผู้บุกเบิกการสร้างตลาดที่ผู้บริโภคสามารถออกแบบและผลิตสินค้าที่ตนต้องการได้ ด้วยวิธีนี้ แบรินด์อย่าง Nike สามารถสร้างรองเท้ากีฬาต้นแบบขึ้นมาใหม่และนำออกสู่ตลาดได้ภายในวันเดียวกัน



*เทคโนโลยีนี้กำลังมาแรงในธุรกิจเครื่องประดับด้วย บริษัท Accent ในแคลิฟอร์เนีย ซึ่งทำธุรกิจเครื่องประดับสั่งทำได้นำเอาคำอธิบาย ภาพวาด และแนวคิดของลูกค้ามาเปลี่ยนให้เป็นงานศิลปะที่สวมใส่ได้ โดยปัจจุบันบริษัทนำเสนอทั้งสร้อยคอ สร้อยข้อมือ และสร้อยข้อเท้า การพิมพ์แบบสามมิตินั้นช่วยยกระดับแนวคิดเรื่องทางเลือกของผู้บริโภค และแนวโน้มนี้จะช่วยจุดประกายจินตนาการต่อไปตามการเติบโตของเทคโนโลยี*

## ผู้ขายใช้ช่องทางการติดต่อแบบรวมศูนย์

การซื้อสินค้ายังคงเกิดขึ้นในร้านค้าแบบดั้งเดิมเป็นส่วนสูงสุด แต่การขายผ่านช่องทางอื่นๆ ก็กำลังมีส่วนเพิ่มสูงขึ้น ผู้ขายอย่าง Saks Fifth Avenue, Bloomingdale's และ Ann Taylor กำลังนำเสนอช่องทางการติดต่อแบบรวมศูนย์ให้แก่ผู้บริโภคผ่านบริการของบริษัทอย่าง Salesfloor.net ระบบแพลตฟอร์มทางโทรศัพท์มือถือนี้ช่วยให้ผู้ซื้อสินค้าทางออนไลน์สามารถติดต่อกับพนักงานขายภายในร้านเพื่อสอบถามถึงสินค้า ขอคำแนะนำหรือดำเนินการซื้อ

บริการดังกล่าวเป็นประโยชน์ทั้งแก่ลูกค้าและพนักงาน ลูกค้าได้พูดคุยกับพนักงานซึ่งสามารถนำเสนอส่วนลดพิเศษและแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย ขณะที่พนักงานก็จะได้รับค่าคอมมิชชั่นไม่ว่าการสั่งซื้อจะเกิดขึ้นทางออนไลน์หรือภายในร้าน

ผู้ขายที่ใช้บริการทางโทรศัพท์มือถือลักษณะนี้ยังสามารถกระตุ้นให้ผู้ซื้อแวะมาที่ร้านได้เมื่อผู้ซื้ออยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการปรับแต่งสินค้าให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละคน การนำเสนอประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นให้แก่ลูกค้า ยอดขายที่สูงขึ้น และอัตราการคืนสินค้าที่ลดลง

## สไตล์ส่วนตัวสำหรับผู้ซื้อทางออนไลน์

ร้านค้าออนไลน์ที่ทันสมัยอย่าง Stitch Fix ช่วยให้ผู้ซื้อสไตล์ส่วนตัวไม่ได้มีอยู่แต่ในร้านแฟชั่นชั้นสูงอีกต่อไป Stitch Fix เป็นบริการสไตล์ส่วนตัวออนไลน์ที่วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจสไตล์ส่วนตัวของลูกค้าแต่ละคน จากนั้นก็จะเลือกสินค้าที่เข้าข่ายส่งไปให้ลูกค้าทุกเดือน ลูกค้าสามารถเก็บสินค้าที่ตัวเองต้องการและคืนสิ่งที่ตัวเองไม่ต้องการ โดยใส่ซองที่แนบติดไปด้วยและจ่ายค่าไปรษณีย์ให้เรียบร้อยแล้ว

แนวทางที่เน้นการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงมีฝ่ายบริการลูกค้าที่คอยดูแลตลอดเจ็ดวันต่อสัปดาห์และบริษัทอ้างว่า “ใช้คนทำแบบ 100 เปอร์เซ็นต์” นั้น ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ในการซื้อที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคลและสร้างความคาดหวังที่ผ่อนคลาย นอกจากนี้ยังไม่คิดค่าส่งสินค้าทั้งในการซื้อและการส่งกลับ ด้วยการจ้างสไตล์ลิสต์กว่า 3,300 คน นักวิเคราะห์ข้อมูลเกือบ 80 คน และสินค้าจากแบรนด์ราว 450 แบรนด์ Stitch Fix จึงเป็นหน้าเป็นตาของธุรกิจค้าปลีกในแง่การนำเสนอบริการเฉพาะบุคคลในตลาดวงกว้าง

## ร้านค้าดั้งเดิมหันไปใช้แนวทาง ‘Long Tail’

การซื้อขายสินค้าทางออนไลน์เปิดโอกาสให้ผู้ขายประสบความสำเร็จในฐานะร้านขายสินค้าเฉพาะทาง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าที่ไม่ธรรมดาซึ่งอาจไม่มีทางหาพบเลยในยุคก่อนอินเทอร์เน็ต

คำว่า ‘Long Tail’ นั้นเดิมใช้อธิบายถึงกลยุทธ์การขายซึ่งกิจการขายสินค้าที่แตกต่างกันหลายแบบในปริมาณค่อนข้างน้อย

แต่เมื่อมาถึงปี 2018 ความหมายของคำคำนี้ก็กลับเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง กลยุทธ์ long tail ของผู้ขายทุกวันนี้ต้องอาศัยการขายสินค้าน้อยประเภทลงแต่ขายในปริมาณมาก

ตัวอย่างของกลยุทธ์นี้คือการที่ Walmart ซื้อกิจการ Moosejaw ซึ่งเป็นผู้ขายอุปกรณ์และเครื่องแต่งกายสำหรับกิจกรรมกลางแจ้งทางออนไลน์ ด้วยการซื้อกิจการครั้งนี้ยักษ์ใหญ่แห่งธุรกิจค้าปลีกสามารถเข้าถึงตลาด Long Tail ที่ประสบความสำเร็จในโลกออนไลน์ ขณะที่ Moosejaw ก็ยังคงดำเนินกิจการหน้าร้านจริงต่อไป และดึงดูดลูกค้าผ่านแคมเปญส่งเสริมการขายที่มีความแปลกอย่าง ‘Moosejaw Madness’

**แนวโน้มที่น่าสนใจสำหรับผู้ขายเครื่องประดับแบบดั้งเดิม เพราะแสดงให้เห็นว่าผู้คนหันมาสนใจซื้อสินค้าเฉพาะทางจากหน้าร้านจริง**

## เทคโนโลยีการจดจำใบหน้าช่วยเพิ่มความปลอดภัย

เทคโนโลยีการจดจำใบหน้าไม่ใช่เรื่องใหม่แต่การพัฒนาอย่างรวดเร็วในปี 2017 ได้ช่วยผลักดันเทคโนโลยีนี้ให้ก้าวเข้าสู่กระแสหลักในปี 2018 เพียงแค่ฆ่าเสียงมอง ผู้ใช้โทรศัพท์ iPhone X ของ Apple ก็สามารถปลดล็อกโทรศัพท์และอนุมัติการซื้อสินค้าผ่าน Apple Pay ได้อย่างง่ายดาย คุณสมบัติจ่ายเงินด้วยใบหน้านี้เป็นวิธีที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการซื้อและจะเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจไปโดยสิ้นเชิง หากคุณเกรงว่า Apple จะยึดครองเทคโนโลยีนี้ ขอให้คุณพิจารณาข้อเท็จจริงที่ว่าผู้ใช้เทคโนโลยีการจดจำใบหน้าแล้วกว่า 120 ล้านคนในจีน โดยใช้แอปพลิเคชันด้านการธนาคารเป็นอันดับแรก ขณะที่บริษัทจีนอย่าง Face++ และ Ant Financial (Alipay) ก็ได้พัฒนาแอปพลิเคชันอันทันสมัยโดยคำนึงถึงผู้ใช้งานในตลาดโลก

## ร้านค้ากลายเป็นชุมชน

แม้กระทั่งก่อนที่ Apple จะประกาศเปิดตัวร้านในรูปแบบ “Town Square” ซึ่งนำการจัดพื้นที่คล้าย ‘ถนนใหญ่’ เข้ามาแทนทางเดินในร้านตามปกติ ร้านค้าแบบดั้งเดิมของบริษัทยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีหลายแห่งก็ได้กลายเป็นสถานที่สำหรับการพบปะสังสรรค์ การสร้างปฏิสัมพันธ์ในหมู่ลูกค้าที่ชื่นชอบแบรนด์เดียวกัน และการเข้าเรียนหลักสูตรฟรีเกี่ยวกับการเขียนโปรแกรม งานดนตรี และการถ่ายภาพ นอกจากนี้ยังมีการขยายแนวคิดออกไปเป็นการสร้างจัตุรัสกลางแจ้งเพื่อให้ผู้คนได้ผ่อนคลาย พบปะเพื่อนฝูง หรือฟังดนตรีจากศิลปินท้องถิ่นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

Apple ไม่เพียงตอบสนองความต้องการตามธรรมชาติของลูกค้าที่อยากหาพื้นที่ของตัวเอง แต่ทางแบรนด์ยังได้ยกระดับความคาดหวังของผู้บริโภคโดยรวมอีกด้วย

## ธุรกิจหันมาสนใจอัตราการคืนสินค้า

มีรายงานว่าอัตราการคืนสินค้าจากการซื้อทางออนไลน์นั้นคงอยู่ที่ราวร้อยละ 30 ขณะที่อัตราการคืนสินค้าของร้านค้าแบบดั้งเดิมนั้นมีน้อยกว่า โดยอยู่ที่ร้อยละ 10 การคืนสินค้าที่ซื้อทางออนไลน์นั้นสร้างค่าใช้จ่ายให้ผู้ขายและไม่สะดวกสำหรับลูกค้า Amazon ต้องรับมือกับปัญหาจากหลายด้านพร้อมกันดังที่คาดกันไว้แล้ว แม้ว่าพร้อมที่จะขายเสื้อผ้าแบบ ‘ตามคำสั่ง’ ซึ่งปรับให้พอดีกับขนาดตัวของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ แต่ยักษ์ใหญ่ในโลก



อินเทอร์เน็ตรายนี้ก็ยอมให้ผู้ซื้อสินค้า (ซึ่งอยู่ในเงื่อนไขให้คืนได้) ที่ร้าน Kohl's กว่า 80 แห่งในพื้นที่ชิคาโกและ  
ลอสแอนเจลิส

ในขณะเดียวกัน ธุรกิจออนไลน์อย่าง SmartGift ได้ช่วยให้ผู้ขายลดอัตราการคืนของขวัญด้วยการ  
เปลี่ยนแปลงตลาดการมอบของขวัญผ่านเทคโนโลยีที่เน้นการสื่อสารสองทางแบบ Peer-to-Peer (P2P) เมื่อผู้ให้  
ของขวัญดำเนินการสั่งซื้อ ผู้รับของขวัญจะได้รับข้อความ อีเมล หรือการแจ้งเตือนทาง Messenger หรือ  
Whatsapp แล้วผู้รับของขวัญจะมีโอกาสปรับแต่งสินค้าก่อนที่ทางร้านจะส่งมาให้ SmartGift อ้างว่าบริการนี้ช่วย  
ให้อัตราการคืนสินค้าลดลงมาก ด้วยวิธีการนี้ทุกฝ่ายต่างได้ประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นผู้มอบของขวัญ ผู้รับของขวัญ หรือ  
ผู้ขาย

สื่อมวลชนมีรายงานว่าร้านค้าดั้งเดิมกำลังถูกคุกคาม แต่ร้านค้าที่  
มั่นคงอย่าง Best Buy อยู่รอดได้แม้นักวิเคราะห์คาดการณ์ว่า Best Buy จะ  
ถูก Amazon แย่งส่วนแบ่งทางการตลาด เคล็ดลับของ Best Buy คืออะไร  
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Hubert Joly ระบุว่า บริษัททำได้เหนือความ  
คาดหมายในภาคธุรกิจด้วยการเสนอราคาเทียบเท่ากับ Amazon เปลี่ยน  
ร้านค้าแบบดั้งเดิมให้กลายเป็นพื้นที่จัดแสดงสินค้า นำเสนอบริการจัดส่ง  
สินค้าแบบใหม่ ค่อยๆ ลดค่าใช้จ่ายลง และอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อ  
มอบประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นให้แก่ลูกค้า



กลยุทธ์ของ Best Buy อาจไม่สามารถใช้ได้กับผู้ขายทุกราย แต่กิจการทุกแห่งยังจำเป็นต้องคำนึงถึงหลัก  
พื้นฐานของการขายเมื่อจะพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่นำเสนอในบทความนี้ เทคโนโลยีและบริการอัน  
ยอดเยี่ยมซึ่งเกิดจากความทุ่มเทยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการประสบความสำเร็จในเศรษฐกิจ  
เชิงประสบการณ์

ผู้ขายที่ศึกษาแนวโน้มในปี 2018 อย่างจริงจังและค้นหาวិธีการที่สร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์จากแนวโน้ม  
สำคัญๆ เหล่านี้จะสามารถนำเสนอประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ลูกค้าและทำให้ปีนี้เป็นปีที่น่าจดจำ

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)  
เมษายน 2561

ที่มา: “Important Retail Trends for 2018.” By Richard Shapiro. JEWELLER. (February 1, 2018).

\*\*\* กรุณาอ้างอิง “ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ  
(องค์การมหาชน)” ทุกครั้ง เมื่อนำบทความนี้ไปเผยแพร่ต่อ

สมัครสมาชิกเพื่อติดตามข้อมูลได้ที่ [infocenter.git.or.th](http://infocenter.git.or.th) ทางไลน์ที่ [git\\_info\\_center](https://line.me/tv/gi_center)



หรือติดตามผ่านเฟซบุ๊ก [facebook.com/GITInfoCenter](https://facebook.com/GITInfoCenter)

