

CIM1208

Digital Marketing



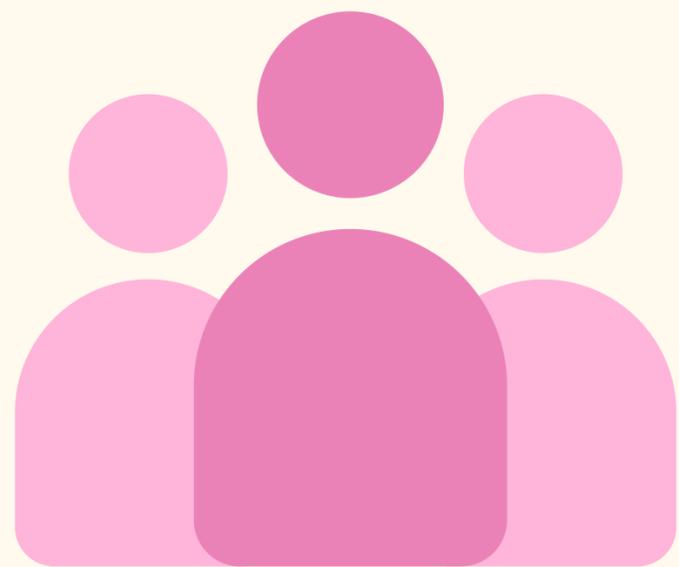
Strategies for Success

Search



CHAPTER 2

Trends and Technologies Influencing Digital Marketing



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน



2.2 เทรนด์ผู้บริโภคดิจิทัล
(Digital Consumer Trends)



2.3 การตลาดผ่านมือถือ
(Mobile Marketing)

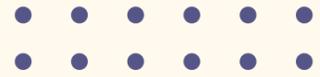


2.4 ปัญญาประดิษฐ์ (AI), บิ๊กดาต้า (Big Data) และ Internet of Things (IoT)



2.5 การใช้ Chatbot และ Automation





Chapter 2

Search

แนวโน้มและเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตลาดยุคดิจิทัล (Trends and Technologies Influencing Digital Marketing)



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน

📌 1. ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นหัวใจของกลยุทธ์การตลาด

AI เข้ามามีบทบาทแทบทุกกระบวนการ ตั้งแต่การสร้างเนื้อหาแบบอัตโนมัติ (Generative AI) ไปจนถึงการใช้ AI ในการคาดการณ์พฤติกรรมลูกค้า ปรับโฆษณาแบบ Real-time และช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น [การตลาดวันละตอน+1](#)

✓ AI ทำให้การตั้งเป้าหมายแม่นยำยิ่งขึ้น

✓ ใช้ predictive analytics ในการตัดสินใจ

✓ Marketing automation ช่วยลดภาระงานซ้ำซ้อน



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน

2. Personalization & One-to-One Marketing

การตลาดแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Marketing) จะกลายเป็น “มาตรฐานใหม่” ที่ช่วยสร้างประสบการณ์เฉพาะตัวให้ลูกค้า โดยวิเคราะห์ Big Data และพฤติกรรมแบบ Real-time เพื่อเสนอโฆษณา/ผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการของแต่ละคน

Personalized Marketing

👉 ตัวอย่างเช่น การแนะนำสินค้าแบบเดียวกับ e-commerce ที่รู้ว่าลูกค้าชอบอะไร



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน

3. Social Commerce / Short-Form Video Continues to Dominate

เนื้อหาวิดีโอสั้น (เช่น Reels, Shorts, TikTok) ยังคงเป็นเครื่องมือหลักในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ Social Commerce ที่ให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ในแพลตฟอร์มเดียวกับที่ดูคอนเทนต์ก็เติบโตอย่างต่อเนื่อง Impact Plus

✓ เพิ่ม engagement

✓ จับกลุ่ม Gen Z และ Millennial ได้ดี



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน

Search

4. การค้นหาและ SEO แบบ AI-Driven

Search Engine Optimization (SEO) ยังคงต้องปรับตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อระบบค้นหา (Search) เองถูกขับเคลื่อนด้วย AI มากขึ้น เช่น AI Search, Contextual Search, Voice Search ที่ให้ผลการค้นหาตามเจตนาและพฤติกรรมของผู้ใช้



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน

5. Conversational & Chatbot Marketing

การตลาดแบบสนทนา (Conversational Marketing) ผ่าน Chatbot หรือ Virtual Assistant เป็นอีกแนวโน้มที่ช่วยให้การบริการลูกค้าและกระบวนการขายมีความรวดเร็ว ใช้ภาษาที่เป็นธรรมชาติ และตอบคำถามลูกค้าแบบทันที

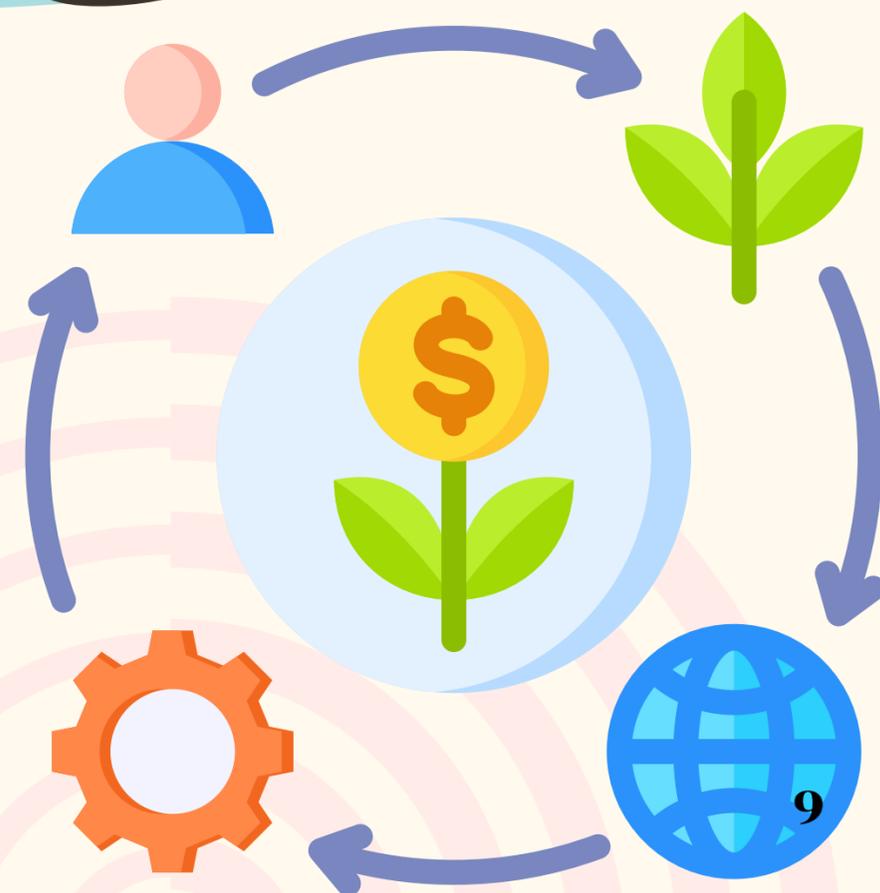


2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน



6. Co-Creation กับผู้บริโภคและครีเอเตอร์

แบรนด์และครีเอเตอร์ (Creator & Influencer) เริ่มทำงานร่วมกันในระบบนิเวศน์ (Ecosystem) มากขึ้น ไม่ใช่แค่การจ้างเพื่อรีวิว แต่คือการร่วมสร้างเนื้อหา เน้น Authenticity และสร้างชุมชนของแฟนคลับที่เข้มแข็ง



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน

7. Omnichannel & Customer Experience

การเชื่อมต่อประสบการณ์ลูกค้าผ่านทุกช่องทางแบบไร้รอยต่อ (Omnichannel Experience) จะเป็นปัจจัยสำคัญ โดยลูกค้าต้องรู้สึกเหมือนเป็น “บุคคลเดียว” ไม่ว่าจะสื่อสารผ่านช่องทางไหน



2.1 แนวโน้มของการตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน



8. ความเป็นส่วนตัว & Data Ethics

เมื่อข้อมูลส่วนบุคคลยังคงเป็นหัวใจของการตลาดดิจิทัล ความโปร่งใสเรื่องการเก็บและใช้ข้อมูลจะมีความสำคัญมากขึ้น นักการตลาดต้องปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูล (เช่น PDPA / GDPR) และเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้อย่างเคร่งครัด



2.1 แนวโน้มของการ ตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน

9. Metric Shifts: จาก “ปริมาณ” → “มูลค่า”

นักการตลาดกำลังปรับมุมมองจากตัวชี้วัดแบบเก่า เช่น จำนวนไลค์หรือแชร์ ไปสู่ “มูลค่าทางธุรกิจ” จริง เช่น การสร้างรายได้ คุณภาพของลูกค้า (Customer Lifetime Value) และการเติบโตของ Brand Equity



ตัวอย่างการใช้งาน AI ในประเทศไทย



ภาคธุรกิจและการตลาด

Chatbot อัจฉริยะ

ธนาคารและธุรกิจบริการใช้ AI Chatbot ตอบคำถามลูกค้า 24 ชม. เช่น ระบบแชตของ SCB และ KBank ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความพึงพอใจลูกค้า

Personalized Marketing

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอย่าง Shopee และ Lazada ใช้ AI วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำเสนอสินค้าเฉพาะบุคคล

AI วิเคราะห์ลูกค้า (Customer Analytics)

ธุรกิจค้าปลีกและอสังหาริมทรัพย์ในไทยใช้ AI คาดการณ์ความต้องการลูกค้าและแนวโน้มตลาด



13 %

2.2 เทรนด์ผู้บริโภคดิจิทัล (Digital Consumer Trends)

ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลมีพฤติกรรมที่
เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต พวกเขาเชื่อมต่อกับ
อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ค้นหาสินค้าเอง เปรียบ
เทียบราคา และคาดหวังประสบการณ์ที่ “เร็ว
ง่าย และเป็นส่วนตัว”



2.2.1 “เทรนด์ผู้บริโภคดิจิทัลในปี 2026”

1. AI และ personalization เป็นหัวใจสำคัญ

- ผู้บริโภคคาดหวังประสบการณ์ที่ ถูกปรับให้เหมาะกับตัวเองแบบเรียลไทม์ ใช้ AI ช่วยค้นหา-แนะนำสินค้า จนถึงช่วยตัดสินใจซื้ออย่างราบรื่น ซึ่งจะ เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกแบรนด์และช่องทางซื้อสินค้าในปีนี้

2. ผู้บริโภคต้องการมีส่วนร่วมมากกว่าแค่ “ผู้รับสาร”

คนรุ่นใหม่โดยเฉพาะ Gen Z ไม่พอใจกับการถูกโฆษณาเพียงอย่างเดียว แต่ ต้องการ ร่วมสร้าง มีส่วนร่วม และ Remix เรื่องราวของแบรนด์ ผ่านคอนเทนต์ สังคมออนไลน์ หรือแพลตฟอร์มสร้างสรรค์ต่าง ๆ

2.2.1 “เทรนด์ผู้บริโภคดิจิทัลในปี 2026”

3. พฤติกรรมบริโภคยุคใหม่เชื่อมต่อดิจิทัลหลายแพลตฟอร์ม

ผู้บริโภคไม่ได้มี “เส้นทางซื้อสินค้า” เดียวเหมือนก่อนหน้านี้อีกต่อไป แต่เป็นการเดินทางที่ซับซ้อนระหว่าง การค้นหา-ดู-ไลฟ์ด-ซื้อ ซึ่งหมายความว่าแบรนด์ต้องดูแลไอโคซิสเต็มทั้งหมด ไม่ใช่แค่ช่องใดช่องหนึ่ง

4. ข้อมูลและ Insight มีบทบาทมากขึ้น

การใช้ ข้อมูลเชิงลึก (Data Insights) เพื่อเข้าใจพฤติกรรมแบบเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะบุคคล จะทำให้แบรนด์สามารถทำ personalization ได้อย่างแม่นยำมากขึ้น ซึ่งเป็น “ความคาดหวังพื้นฐาน” ของผู้บริโภคยุคนี้

2.2.1 “เทรนด์ผู้บริโภคดิจิทัลในปี 2026”

5. ค่านิยมของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจ

พฤติกรรมผู้บริโภคใน 2026 จะสะท้อน ความต้องการความจริงใจ ความเป็นตัวตน ความสะดวก ความสบายใจ และความเป็นส่วนตัว มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งกระทบทั้งพฤติกรรมค้นหา รีวิว การเลือกสินค้า และสื่อสารกับแบรนด์

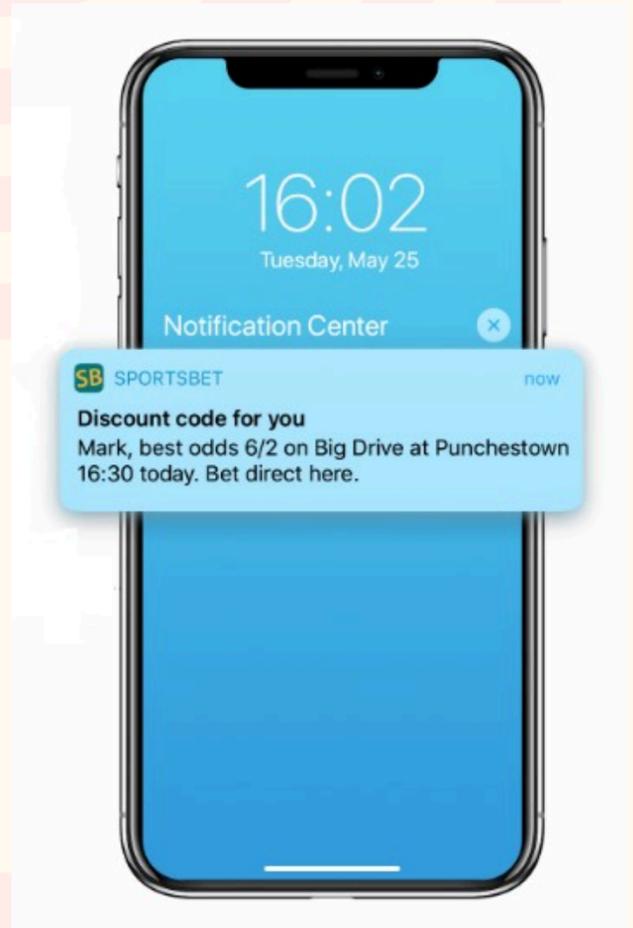
6. การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคชัดเจนยิ่งขึ้น

โลกปี 2026 ผู้บริโภคจะแตกกลุ่มอย่างชัดเจนตามค่านิยม ความสนใจ และความต้องการที่ต่างกัน โดยเฉพาะในกลุ่ม Gen Z และ Millennial ซึ่งสะท้อนว่าการตลาดแบบ “กึ่งตลาด” เริ่มไม่ตอบโจทย์อีกต่อไป

2.3 การตลาดผ่านมือถือ (Mobile Marketing)

การตลาดผ่านมือถือ (Mobile Marketing)

คือ การทำการตลาดและการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านอุปกรณ์มือถือ เช่น สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งสาร โปรโมชั่น หรือประสบการณ์ที่ตรงเวลา ตรงสถานที่ และตรงความสนใจของผู้ใช้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

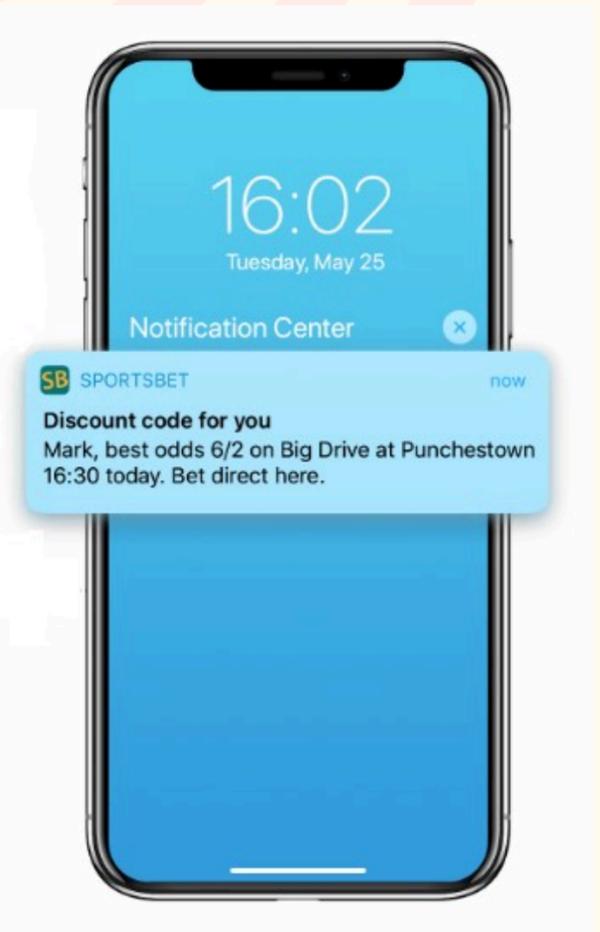


A hand holding a smartphone displaying a Burger King advertisement. The phone screen shows a Whopper burger with the text "FLAME-GRILLED IS ALWAYS BETTER" and "GET YOUR FREE WHOPPER". The background of the phone screen is a fiery, burning effect. To the left of the phone, there is a large graphic that says "BURN THAT AD" in yellow, flame-like letters. Below this, there is text explaining the AR campaign: "HOW WE LET PEOPLE TURN MCDONALD'S ADS INTO BURGER KING ADS". To the right of the phone, there is a QR code and text: "WATCH THE CASE STUDY HERE" and "BURGER KING". Below the phone, there is more text: "POKING MCDONALD'S WAS SHY, UNTIL NOW" and "WHATS NEXT FOR AUGMENTED REALITY". At the bottom right, there are statistics: "400,000 ADS BURNED" and "54.6% IN-APP SALES INCREASE". At the bottom of the image, there is a row of logos for various media and advertising companies.

2.3 การตลาดผ่านมือถือ (Mobile Marketing)

🔍 ลักษณะสำคัญของ Mobile Marketing

- เข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา เพราะมือถืออยู่กับผู้ใช้ตลอดเวลา
- เฉพาะบุคคล (Personalized) ปรับข้อความตามพฤติกรรม ความสนใจ หรือทำเลที่ตั้ง
- โต้ตอบได้ทันที (Interactive) ผู้ใช้คลิก ตอบกลับ หรือซื้อได้ทันที
- วัดผลได้ชัดเจน เช่น อัตราการเปิด คลิก หรือการแปลงเป็นยอดขาย



2.4 ปัญญาประดิษฐ์ (AI), บิ๊กดาต้า (Big Data) & Internet of Things (IoT)

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือ เทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์หรือเครื่องจักรสามารถคิด วิเคราะห์ เรียนรู้ และตัดสินใจได้ คล้ายมนุษย์ โดยอาศัยข้อมูล (Data) อัลกอริทึม และพลังการประมวลผล เพื่อให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างชาญฉลาดโดยไม่ต้องมีมนุษย์ควบคุมทุกขั้นตอน

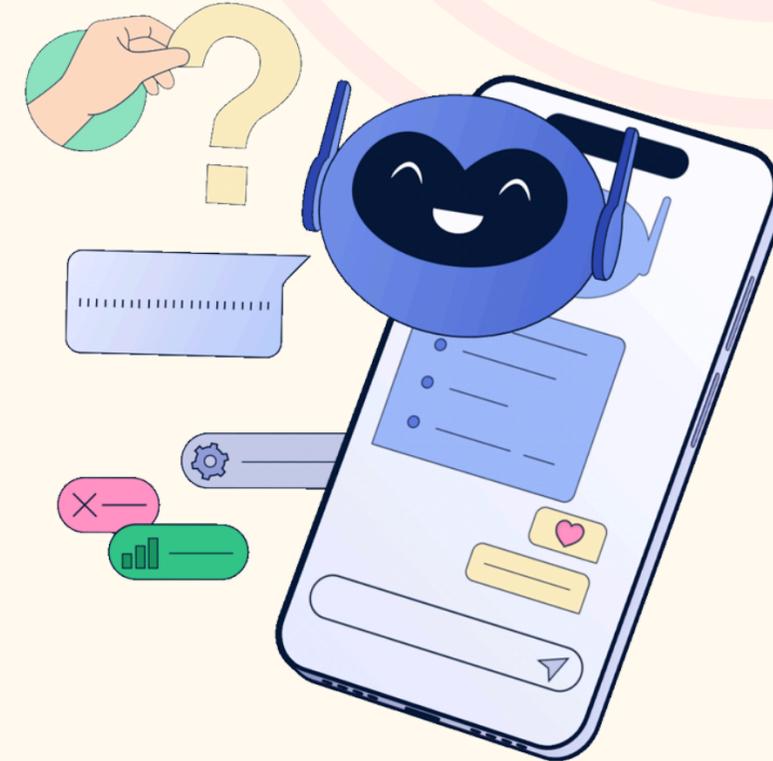
บิ๊กดาต้า (Big Data) คือ ชุดข้อมูลขนาดใหญ่มาก ซับซ้อน และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนไม่สามารถจัดการหรือวิเคราะห์ได้ด้วยเครื่องมือหรือวิธีการแบบดั้งเดิม จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ระบบประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ การวิเคราะห์ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อดึง “คุณค่า” จากข้อมูลเหล่านั้น

Internet of Things (IoT) คือ เครือข่ายของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยอุปกรณ์เหล่านี้สามารถตรวจจับ (Sense) รวบรวม (Collect) ส่งต่อ (Transmit) และแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้โดยอัตโนมัติ ผ่านเซนเซอร์ ซอฟต์แวร์ และระบบเครือข่าย โดยไม่จำเป็นต้องมีมนุษย์ควบคุมทุกขั้นตอน

ตัวอย่างปัญญาประดิษฐ์ (AI), บิ๊กดาต้า (Big Data) และ Internet of Things (IoT)

🔍 ตัวอย่างการใช้งาน AI ในชีวิตประจำวัน

- ผู้ช่วยอัจฉริยะ เช่น แชทบอตตอบลูกค้า
- ระบบแนะนำสินค้าในแอปช้อปปิ้ง
- การจดจำใบหน้าเพื่อปลดล็อกมือถือ
- ระบบนำทางและคาดการณ์การจราจร
- AI วิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจและการตลาด



สินค้าแนะนำ | FEATURED PRODUCTS

กรณีเลือก "ปิด" : พื้นที่นี้จะหายไปทั้งแถบ
กรณีเลือก "เปิด" : พื้นที่นี้จะแสดงดังรูป

| | | | |
|---|--|--|--|
|  750.00 บาท |  ลด 15% 750.00 บาท 880.00 บาท |  ลด 16% 890.00 บาท 1,050.00 บาท |  ลด 43% 490.00 บาท 850.00 บาท |
| Peach Painting Flower | ชุดเดรสผ้า Cotton ... | เดรสตัวยาวคลุมเข่า | กระโปรง Florence Lace |

ตัวอย่างปัญญาประดิษฐ์ (AI), บิ๊กดาต้า (Big Data) และ Internet of Things (IoT)

🎯 ตัวอย่างการใช้งาน Big Data

- แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซแนะนำสินค้าเฉพาะบุคคล
- ธนาคารวิเคราะห์ความเสี่ยงสินเชื่อ
- โรงพยาบาลใช้ข้อมูลผู้ป่วยเพื่อพยากรณ์โรค
- การตลาดดิจิทัลวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคแบบเรียลไทม์

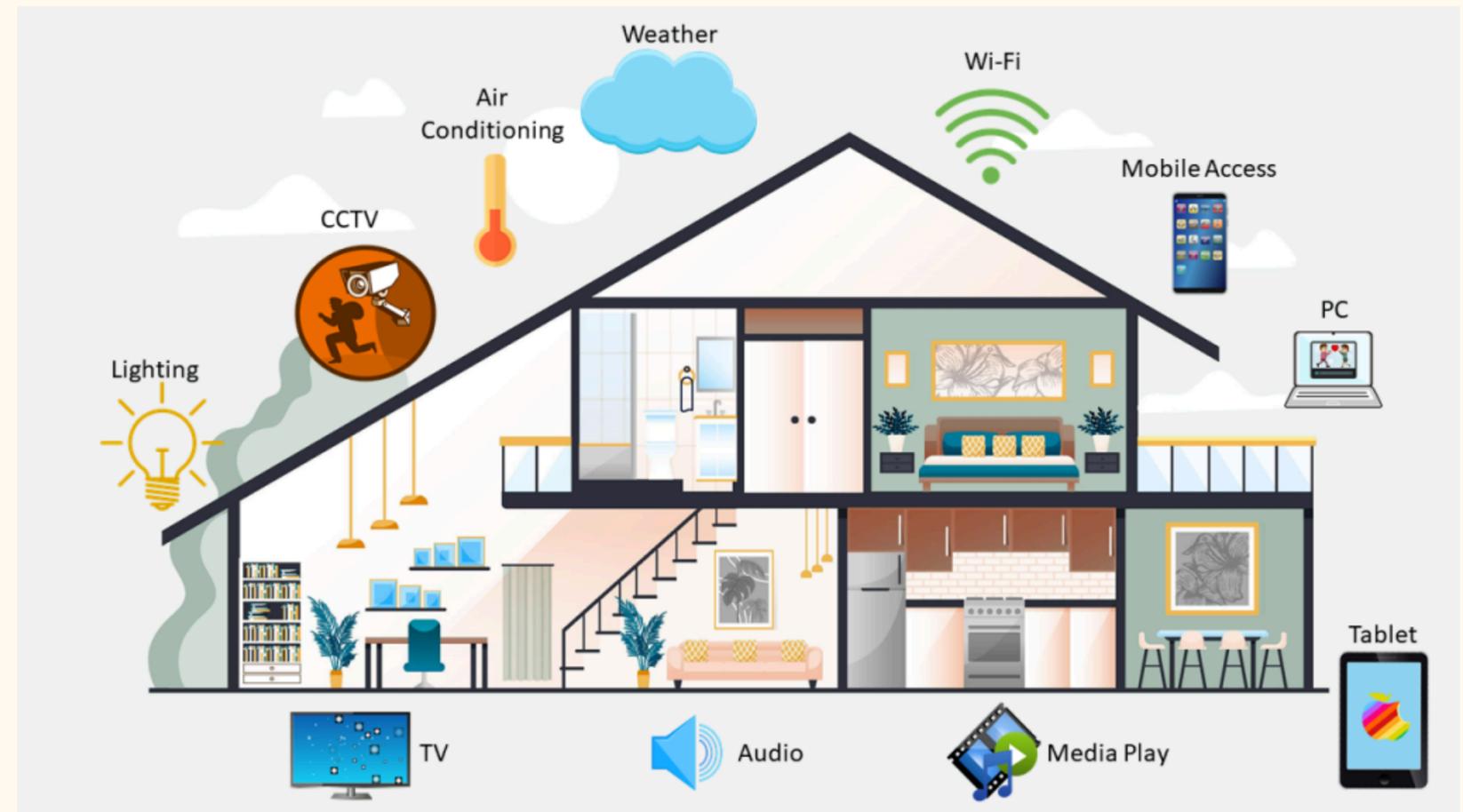


ตัวอย่างปัญญาประดิษฐ์ (AI), บิ๊กดาต้า (Big Data) และ Internet of Things (IoT)

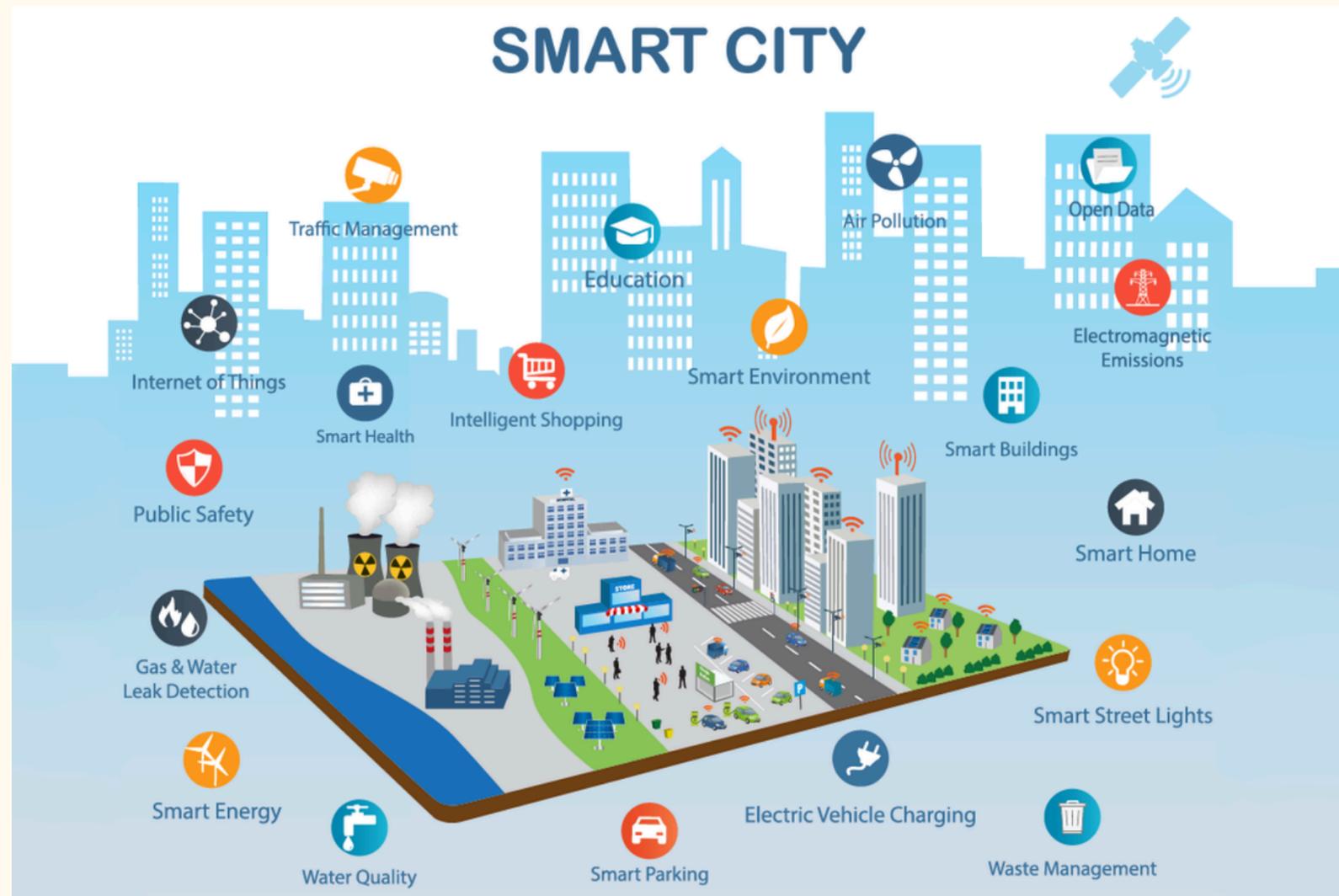
ตัวอย่างการใช้งาน IoT

- บ้านอัจฉริยะ (Smart Home): เปิด-ปิดไฟ เครื่องปรับอากาศผ่านมือถือ
- เมืองอัจฉริยะ (Smart City): จัดการจราจร ไฟถนน ขยะ
- อุตสาหกรรม (Industry 4.0): โรงงานอัจฉริยะ ตรวจสอบเครื่องจักรแบบเรียลไทม์
- สุขภาพ (Healthcare): อุปกรณ์สวมใส่ติดตามชีพจร การนอน
- เกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming): เซนเซอร์ดิน น้ำ ระบบรดน้ำอัตโนมัติ

บ้านอัจฉริยะ (Smart Home): เปิด-ปิดไฟ เครื่องปรับอากาศผ่านมือถือ



เมืองอัจฉริยะ (Smart City): จัดการจราจร ไฟถนน ขยะ



2.5 การใช้ Chatbot และ Automation

Chatbot คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อสื่อสารโต้ตอบกับผู้ใช้งานในรูปแบบการสนทนา (Chat) ผ่านข้อความหรือเสียง โดยสามารถทำงานได้ อัตโนมัติ และมักพัฒนาโดยใช้ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เช่น การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) เพื่อให้เข้าใจคำถามและตอบกลับได้ใกล้เคียงมนุษย์

ประเภทของ Chatbot

1. Rule-Based Chatbot

- ตอบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ล่วงหน้า
- เหมาะกับคำถามพื้นฐาน เช่น FAQ

2. AI Chatbot

- ใช้ Machine Learning / NLP
- เรียนรู้และตอบคำถามที่ซับซ้อนได้

8 แชทบอท AI สัญชาติไทย
ตัวช่วยอัจฉริยะในทุกสายงาน!

| หมายเลข | ชื่อแชทบอท | หน้าที่ |
|---------|------------|--|
| 1 | Alice | แชทบอทผู้ช่วยธุรกิจ คุยง่าย รู้ใจลูกค้า |
| 2 | Alisa AI | เขียนบท คิดไอเดีย สร้างรูปภาพตามสั่ง |
| 3 | AIYA | แชทบอทสาย CRM บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า |
| 4 | Kaojao | ตอบแชต ตอบคอมเมนต์ ปิดการขายอัตโนมัติ |
| 5 | ZWIZ.AI | แชทบอทเพิ่มยอดขาย แบบครบวงจร |
| 6 | เจ้าะเจ้าะ | ผู้ช่วยแอดมิน ควบคุมได้ ในปุ่มเดียว |
| 7 | บอทน้อย | แชทบอทสุดครีเอทีฟ ที่ได้รางวัลระดับโลก |
| 8 | ทนาย | แชทบอทสายกฎหมาย ตอบได้ภายใน 15 วินาที |

@DataholicTH

ตัวอย่าง Chatbot

Top 10 เครื่องมือ AI ยอดฮิต
นำหยิบมาช่วยทำงาน

| | |
|---|--|
|  <p>ChatGPT แชทบอทอัจฉริยะ</p> <ul style="list-style-type: none"> ตอบคำถาม วิเคราะห์ และสร้างคอนเทนต์ <p>เหมาะกับ นักเขียน นักการตลาด นักพัฒนาซอฟต์แวร์ นักศึกษา</p> |  <p>Canva ออกแบบกราฟิก</p> <ul style="list-style-type: none"> สร้างดีไซน์ได้ง่าย ไม่ต้องใช้ทักษะสูง <p>เหมาะกับ นักออกแบบ นักการตลาด ผู้ประกอบการ ครู</p> |
|  <p>DeepSeek แชทบอท</p> <ul style="list-style-type: none"> ความสามารถในการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงลึกและโค้ดที่ซับซ้อน <p>เหมาะกับ นักพัฒนาซอฟต์แวร์ นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล นักวิเคราะห์</p> |  <p>Google Translate แปลภาษา (AI)</p> <ul style="list-style-type: none"> แปลภาษาหลากหลาย และแม่นยำ <p>เหมาะกับ นักแปล นักท่องเที่ยว นักธุรกิจระหว่างประเทศ นักศึกษาภาษา</p> |
|  <p>Perplexity ค้นหาด้วย AI</p> <ul style="list-style-type: none"> ค้นหาข้อมูลพร้อมอ้างอิงแหล่งที่มา <p>เหมาะกับ นักวิจัย นักเรียน นักข่าว</p> |  <p>Gemini แชทบอท</p> <ul style="list-style-type: none"> วิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลสื่อหลายประเภท <p>เหมาะกับ นักพัฒนา นักวิจัย นักการตลาดดิจิทัล</p> |
|  <p>Remove.bg ลบพื้นหลังภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> ลบพื้นหลังของรูปภาพอย่างรวดเร็วและแม่นยำ <p>เหมาะกับ นักออกแบบ ครีเอเตอร์ นักการตลาด</p> |  <p>Claude แชทบอท</p> <ul style="list-style-type: none"> ตอบคำถามที่ซับซ้อน เข้าใจบริบทลึกซึ้ง <p>เหมาะกับ นักวิจัย นักเขียน นักวิเคราะห์</p> |
|  <p>Microsoft Copilot ผู้ช่วย AI</p> <ul style="list-style-type: none"> ผสานรวมกับระบบนิเวศ Microsoft งานเอกสารและโค้ดดิ้ง <p>เหมาะกับ นักพัฒนาโปรแกรม คนทำงานในองค์กร</p> |  <p>Grammarly ตรวจแกรมม่า</p> <ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบและแก้ไขไวยากรณ์ สดุดคำ การเขียน <p>เหมาะกับ นักเรียน นักเขียน คนทำงานที่ใช้ภาษาอังกฤษ</p> |

ที่มา : AI Tools ที่มียอดการใช้งานสูงสุด, Aitools.xyz (Feb 2025)

AI สำหรับมนุษย์ออฟฟิศ
ตัวช่วยประหยัดเวลา โฟกัสงานได้ดีขึ้น

| | |
|---|--|
|  <p>ChatGPT</p> <p>ตอบคำถาม แปลภาษา เขียนบทความ</p> |  <p>Microsoft Copilot</p> <p>สรุปเนื้อหา สร้างเอกสาร วิเคราะห์ข้อมูล</p> |
|  <p>Claude</p> <p>สร้างเนื้อหา วิเคราะห์ เอกสาร แปลภาษา</p> |  <p>Canva</p> <p>ออกแบบกราฟิก โพสต์โซเชียลมีเดีย</p> |
|  <p>Jasper</p> <p>สร้างเนื้อหาทางการตลาด บทความ คำโฆษณา</p> |  <p>Figma</p> <p>ออกแบบ UX UI และกราฟิกต่างๆ</p> |
|  <p>Otter.ai</p> <p>ถอดเสียงเป็น ข้อความแบบเรียลไทม์</p> |  <p>Hubspot</p> <p>เครื่องมือการตลาด แบบครบวงจร</p> |
|  <p>Veed</p> <p>ตัดต่อและสร้างวิดีโอด้วย AI</p> | |

Lemon8 @savvymedia.th

“Digital marketing is not the art of selling a product. It is the art of making people buy the product you sell.”

– Hecate Strategy

 0625918474

 oraphan.de@ssru.ac.th

