

กรณีศึกษา Wongnai โมเดลธุรกิจใหม่ไลฟ์สไตล์เพื่อการกิน (ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว)

ในยุคที่สังคมได้เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว แต่ทุกอย่างยังคงใช้พื้นฐานในการดำรงเหมือนเดิม ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เครื่องแต่งกาย ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัยและ อาหาร ทั้งหมดเป็นปัจจัยสำคัญและขาดไม่ได้ ทุกวันนี้เราจะเห็นการแข่งขันกันมากขึ้นความหลากหลายมากในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่และปัจจัยสี่ที่คิดว่าการแข่งขันที่สูงที่สุดคงไม่พ้น อาหาร สงครามเรื่องอาหารเป็นสงครามที่ไม่มีวันจบ หลายธุรกิจ หรือ เหล่า SMEs ก็พยายามจะตีโจทย์นี้ให้แตก ถ้าทำร้านอาหารรับรองได้ว่า เหนื่อยจนเลือดตากระเด็นหมดตัว จึงทำให้มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารแต่ไม่ใช่ร้านอาหารเกิดขึ้นในที่นี้ขอแนะนำ “Wongnai” อ่านว่า “วงไน”

Wongnai เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาร้านอาหารฝีมือคนไทยโดยถือว่าเป็น startup ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดอันดับหนึ่ง จากเว็บพัฒนาต่อเนื่องมาเป็นแอปพลิเคชันในมือถือที่ติดตัวของคนไทยที่ชอบการกิน ในแอปพลิเคชันมีการแนะนำร้านอาหาร โดยมีรายละเอียดของร้านอาหารที่อยู่ในประเทศไทย เช่น ตำแหน่งร้าน อาหาร บรรยากาศ ที่สำคัญที่สุดคือ มีการรีวิวอาหารและร้านอาหารจากลูกค้าที่ใช้บริการจริงๆ ด้วยจำนวนของร้านอาหารในระบบเกือบสองแสนร้าน และมีรีวิวอาหารจำนวนหลายแสนวิวและมีสมาชิกอยู่ประมาณเกือบ สามล้านคน มีผู้เข้ามาดูข้อมูลประมาณร้อยล้านหน้าต่อเดือน

มาถึงจุดนี้ก็ทำให้ SMEs หลายคนสนใจแล้วว่า Wongnai ทำอย่างไรที่ช่วยในธุรกิจของตัวเองไปได้ดีขนาดนี้ และอะไร คือเคล็ดลับความสำเร็จนี้

Wongnai (วงไน) มีจุดเริ่มต้นจากการเป็นเว็บค้นหาและรีวิวร้านอาหาร ผ่านทาง Wongnai.com จนมี Application บนสมาร์ตโฟน มีข้อมูลร้านอาหารกว่า 200,000 ร้านค้า และมีผู้ใช้งานกว่า 2.3 ล้านราย ถือว่าเป็นเว็บรีวิวร้านอาหารอันดับ 1 ในประเทศไทย เป็น Startup ของไทยอีกรายที่ขึ้นระดับ Serie B ไปไม่นานนี้



ที่มา : <http://www.thansettakij.com/content/49685>

ธุรกิจของ Wongnai



ที่มา : <https://taokaemai.com>

- Wongnai ครองตลาดระบบค้นหา และรีวิวร้านอาหารในไทย
- Wongnai Beauty คือบริการรีวิวเรื่องความสวยความงามและสปา พร้อมทั้งแนะนำสถานที่เกี่ยวกับความงามในกรุงเทพ
- Wongnai & LINEMAN Delivery คือการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ออนไลน์ใน Wongnai เอาใจคนเมืองที่ไม่สะดวกในการเดินทางสามารถสั่งอาหารออนไลน์ได้ง่ายสะดวกและรวดเร็ว โดยเอาข้อมูลจาก Wongnai เอง
- Wongnai & Alipay คือมีบริการจ่ายเงินออนไลน์ของจีนในเครือ Alibaba และ TrueMoney เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาจ่ายสินค้าและบริการในร้านอาหารในประเทศไทย

- Wongnai Cooking คือช่องทางใหม่ที่ตอบโจทย์คนรักการทำอาหารโดยให้บริการ ค้นหาสูตรอาหาร วิธีทำ วัตถุดิบ และจะมีการบอกทั้งส่วนผสม และมีวิดีโอสอนทำอาหารอีกด้วย

เป้าหมายของ Wongnai

1. Our Vision - We want to connect people to good stuff – เราต้องการเชื่อมต่อคนไทยเข้ากับ สิ่งดีๆทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารร้านเสริมสวยและธุรกิจบริการอื่นๆ
2. Our Mission - To be a superlifestyle platform that goes IPO in 2019 – เราต้องการเป็น ไลฟ์สไตล์แพลตฟอร์มที่จะเข้าตลาดหุ้นในปี 2562

หลักคุณค่าที่ Wongnai ยึดถือปฏิบัติ

- Impact กล้าทำงานใหญ่ เน้นที่ผล ไม่กลัวแรงกดดัน
- Passion เชื่อมั่นในสิ่งที่บริษัททำ รักความก้าวหน้า เป็นน้ำไม่เต็มแก้วอยู่เสมอ
- Speed คิดแล้วทำทันที เรียนรู้จากความผิดพลาดและปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว
- Flexible ไม่เกียจงาน ไม่จุกจิก แม้มไม่ใช่หน้าที่ก็ทำเพราะรู้ว่าดีและเหมาะสม

จุดเริ่มต้นของ Wongnai

Wongnai เริ่มจากกลุ่มคนสี่คนที่เป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนกันสมัยเรียนวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Wongnai ได้แนวคิดจาก Yelp ซึ่งได้ริเริ่มมาจาก คุณยอด ชินสุภคกุล ที่ปัจจุบันมีตำแหน่งเป็น CEO ตอนนั้นไปเรียนต่อที่อเมริกาและใช้บริการของ Yelp เป็นเว็บไซต์แนะนำร้านอาหารที่ต่างๆอยู่เป็นประจำ หลังจากนั้นยอดได้กลับมาที่เมืองไทยได้สังเกตเห็นว่าเว็บที่ให้บริการแบบ Yelp ไม่มีในเมืองไทย คุณยอดได้ร่วมกับเพื่อนอีก 3 คน คือภัทรารุช ชื่อสัตยาศิลป์ (CTO), ศุภฤทธิ กฤตยาเกียรติ (Software Architect), วรวิรัช สัตยวินิจ (Development Manager)

- ต้นปี 2553 ทั้งสี่คนได้ เริ่มต้นพัฒนา Wongnai.com ขึ้นมาโดยใช้เวลาเวลาหลังเลิกงานหลังจากแต่ละคนเสร็จจากงานประจำ และมีการประชุมออนไลน์กันทุกอาทิตย์ จนประมาณหกเดือนหลังเว็บ Wongnai.com ก็เสร็จสมบูรณ์พร้อมให้บริการ

- ปี 2553-2555 ถือว่าเป็นช่วงเวลาที่ยากลำบากในการเริ่มต้นครั้งแรกไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เม็ดเงินด้านการโฆษณาได้มาน้อยมีบ้างไม่มีบ้าง แต่ด้วยความมั่นใจว่า Wongnai สามารถที่จะเติบโตได้ก็ประคับประคองด้วยเงินทุนส่วนตัวจนกระทั่งผ่านไปได้ประมาณสองปีถึงจะมีรายได้จากการขายโฆษณา โดยมีสมาชิกอยู่ประมาณ 30,000 คน
- ปี 2556 Wongnai ได้รับเงินทุนจาก Recruit Strategic Partners โดย Wongnai ได้นำเงินทุนเข้ามาช่วยพัฒนาข้อมูลร้านอาหารให้ดียิ่งขึ้นอีกทั้งยังเพิ่มความแม่นยำของตำแหน่งของร้านค้าเพิ่มขึ้นและเพิ่มเนื้อหาให้มีพื้นที่ครอบคลุมจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ ตอนนั้น Wongnai มีผู้ใช้งานเกิน 500,000 คนและมีข้อมูลร้านค้าไม่ต่ำกว่า 100,000 ร้านในประเทศไทย
- ปี 2557 ได้รับเงินทุนจาก Recruit Strategic Partners อีกครั้งโดยได้ขยายกิจการเพิ่มเติม จากเดิมที่มีการรวบรวมข้อมูลร้านอาหารเพียงอย่างเดียวก็ได้ก้าวไปสู่ตลาดเพื่อความสวยงาม โดยออกแอปที่ชื่อ Wongnai เป็นแอปที่เป็นการรีวิวพกร้านเสริมสวยกับสถาบันเสริมความงาม ได้รับการตอบรับอย่างดีจากทางคนอ่าน เพียงไม่นานก็มีการติดต่อเข้ามาลงโฆษณามากมาย
- ปี 2559 Wongnai ได้ร่วมมือกับ LINE MAN โดยเอาฐานข้อมูลร้านอาหารจาก Wongnai เพิ่มบริการในสามารถสั่งซื้อผ่าน LINE MAN จำนวนร้านค้า 10,000 ร้านทั่วกรุงเทพ ที่มีอยู่ในฐานข้อมูลมีทั้งรายละเอียด คะแนนการรีวิว รวมไปถึงตำแหน่งและระยะทางเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งาน
- ปี 2560 Wongnai ได้ร่วมมือกับ Alipay ผู้ให้บริการจ่ายเงินออนไลน์ในเครือ Alibaba ของประเทศจีน และ TrueMoney ในการจ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-payment ให้กับคำสั่งซื้อและบริการของร้านอาหารผ่านแอปพลิเคชันพลิเคชัน Alipay wallet กับร้านอาหารในประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ Wongnai เพิ่ม Wongnai Cooking เพิ่มขึ้นเพื่อเป็นช่องทางใหม่ที่ตอบโจทย์ให้กับผู้ที่รักชอบการทำอาหารภายในแอปพลิเคชันพลิเคชัน Wongnai เพิ่มช่องทางให้ผู้ที่อยากค้นหาสูตรอาหารสามารถเข้ามาค้นหาได้ทั้งตามประเภทอาหาร วัตถุดิบ สูตรอาหาร ส่วนผสม วิธีทำ รวมทั้งมีวิดีโอสอนทำอีกด้วย และต่อไปจะให้สมาชิก ของ Wongnai ร่วมส่งสูตรอาหารเข้ามาเพื่อ ได้รับคะแนน และรีวิวสูตรอาหาร เป็นการเพิ่มชุมชนใหม่สำหรับคนรักอาหารเพิ่มขึ้น หลังจากนั้น Wongnai เข้าซื้อ Blognone และ Brand Inside เพื่อขยายคอนเทนต์ของตัวเองให้เพิ่มมากขึ้น Wongnai ได้มองเห็นโอกาสการเติบโตในอนาคต โดยเข้าซื้อ Blognone เป็นเว็บไซต์ไอทีที่ดำเนินกิจการมากกว่า 12 ปี มีผู้ใช้เป็นลำดับต้นๆของ

ประเทศไทย ส่วน BrandInside ที่เว็บธุรกิจน้องใหม่ที่ได้นำข้อมูลในเชิง ไอเดีย มุมมอง แนวคิด
นวัตกรรมใหม่ๆ ด้านธุรกิจ ทั้งจากในและต่างประเทศ จนเป็นที่ได้รับความนิยม

- ปี 2561-2562 ตั้งเป้าจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่ม MAI และเพิ่มบริการภายในประเทศไทยให้ดีที่สุด
โดยปรับปรุงข้อมูลให้ลึกลง แม่นยำที่สุดและสร้างวีวียะยะที่สุด

กรณีศึกษา WONGNAI โดย เพจลงทุนแมน



ที่มา : <https://flipboard.com/@rogerngks/thailand-61ri5olpz>

รู้ไหมว่าบริษัทนี้ขาดทุนมาตลอดแต่บริษัทกำลังจะเริ่มกำไรปีนี้ในปีแรกและมีแผนที่จะเข้า IPO ในอีก 2 ปีข้างหน้า เรื่องนี้มีอะไรหลายอย่างซ่อนอยู่ให้เราเรียนรู้ตามที่ลงทุนแมนเคยเขียนไปว่า Wongnai จัดได้ว่าเป็นตัวอย่าง startup ที่เป็นรูปเป็นร่างมากที่สุดในประเทศไทยและถ้าเป็นไปตามแผน Wongnai จะเป็นบริษัท startup จริงๆที่ทุกคนรู้จักที่ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อินเทอร์เน็ต ได้ทำให้ทุกอย่างเปลี่ยนไป ที่น่าสนใจคือ เวลาใช้ Google เพื่อจะค้นหาอะไรบางอย่าง เรามักจะมีเว็บไซต์เป้าหมายหรือเจ้าของ content ที่เราต้องการหาอยู่แล้ว เช่น “...ติ่มหยั pantip” แต่ถ้าเราค้นหาเกี่ยวกับร้านอาหาร โดยเฉพาะง่ายที่สุดคงหนีไม่พ้นการลงท้ายว่า “Wongnai” Wongnai ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2553 หรือเมื่อ 7 ปีที่แล้วโดยกลุ่มเพื่อนที่เรียนมหาวิทยาลัยมาด้วยกัน นำโดย คุณยอด ชินสุภัคกุล ที่ปัจจุบันนั่งแท่นเป็น CEO ของบริษัท คุณยอดเคยให้สัมภาษณ์ว่า ตอนแรกที่สร้าง Wongnai ขาดทุนอย่างมากมาย ใช้เงินส่วนใหญ่ไปกับค่าจ้างคน ขวนเพื่อนมาทำก็ต้องจ่ายเงินเดือนเพื่อนด้วยให้เค้าพออยู่ได้ สองปีแรกไม่มีรายได้จาก Wongnai เลย ใช้วิธีรับเขียนโปรแกรมเอา ได้เงินมาก็เอามาลงทุนกับ Wongnai หมด ถึงจะพยายามรับงานนอกไปด้วย ช่วงก่อนที่จะได้ทุนก้อนแรกจาก VC ก็ยังติดลบประมาณเกือบ 6 ล้านบาท โดยเป็นเงินส่วนตัวของคุณยอดเอง จุดเริ่มต้นของ Wongnai ในตอนนั้นมีเว็บไซต์เกี่ยวกับร้านอาหารอยู่บ้าง แต่ยังไม่มีใครที่ทำเป็น location-

based และ user generated content จุดแตกต่างสำคัญที่ทำให้ Wongnai เกิดขึ้นมาคงเป็นเรื่องของ platform ที่ให้ผู้ใช้สามารถเพิ่มร้านเข้ามาเองได้ เขียนรีวิวได้ การ follow กันเองได้ รวมทั้งการจัดเรียง และ ค้นหาข้อมูลตามร้านใกล้เคียงแต่ร้านอาหารที่มากมายในประเทศหลายแสนร้าน Wongnai มีวิธีจัดการอย่างไร? คำตอบดูเหมือนจะไม่ต้องใช้แรงเลยคือ user ของ Wongnai เป็นคนสร้างร้านอาหารขึ้นมาเอง แต่ก็ไม่ได้ง่ายขนาดนั้นเพราะต้องมีทีมงานคอยตรวจสอบอีกที ช่วงแรกๆ Wongnai มีพนักงานดูแลข้อมูล 2 คนพอจำนวนร้านอาหารในระบบมากขึ้น ทีมก็ใหญ่ขึ้นจนตอนนี้มีทีมงานเป็น 12 คนแล้ว โดยแบ่งเป็นทั้งพนักงานที่นั่งตรวจ ข้อมูลที่ออฟฟิศและภาคสนามที่ขี่มอเตอร์ไซด์ตระเวนตามร้านค้าต่างๆ แต่รู้หรือไม่ว่ายังมีพนักงานเบื้องหลัง อีกหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายไอที ฝ่ายขาย ฝ่ายบัญชี ฝ่ายคอนเทนต์ ตอนนี้ Wongnai มีพนักงานในบริษัทรวมกัน ทั้งหมดมากถึง 190 คน เรียกได้ว่าเป็น Startup ที่ใหญ่เหมือนกัน จุดเปลี่ยนสำคัญของบริษัท คือช่วง สงกรานต์ปี 2012 ที่คนเพิ่งมี smart phone กัน และเริ่มโหลด App Wongnai ช่วงนั้น App ขึ้นไปติด chart Top 10 บน App Store และจุดเปลี่ยนในตอนนี้ก็น่าจะเป็นการจับมือกับ LINEMAN เพราะมันคือการนำ ข้อมูลร้านอาหารของ Wongnai กว่า 200,000 ร้านไปรวมเข้ากับฐานลูกค้าของ LINE กว่า 50 ล้านคนในไทย และฐานมอเตอร์ไซด์ส่งของจาก LalaMove ทำให้ Wongnai กลายร่างจากเดิมที่เป็นแค่ช่องทางในการให้ ข้อมูลร้านอาหารมาซึ่งตลาด food delivery จากคู่แข่ง และดูเหมือนก็จะเป็นไปได้สวยเพราะแม้แต่ลงทุนแมน เอง ก็สั่งอาหารจาก LINEMAN เป็นประจำ นอกจากเรื่องของอาหาร Wongnai ก็ได้ขยายธุรกิจ content platform บุกเข้าไปในตลาดอื่นๆ เป็นที่เรียบร้อยไม่ว่าจะเป็นตลาดความสวยความงามด้วยแบรนด์ Wongnai Beauty ซึ่งก็ถือเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ไม่แพ้วงการร้านอาหาร เมื่อต้นเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา Wongnai ยังต่อยอดด้วยการซื้อกิจการ Blognone ที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ด้านไอทีและเว็บไซต์ธุรกิจอย่าง brandinside ส่วนในปีหน้าก็มีความเป็นไปได้ที่เราจะได้เห็น Wongnai Travel ที่จะเข้าไปจับตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีก หนึ่งตลาดที่มีมูลค่ามหาศาลเช่นกันดูเหมือนว่า Wongnai ในตอนนี้ กำลังขยายธุรกิจทั้งในรูปแบบ vertical (การขยายตัวในธุรกิจเดิมที่เกี่ยวกับอาหาร) และแบบ horizontal (การขยายตัวออกไปในธุรกิจ content ด้าน อื่นๆ) สัดส่วนรายได้ของ Wongnai ในปัจจุบัน จะแบ่งได้ตามกลุ่มคือ Food 60%, Beauty 20%, Delivery & Deal 10% และ Cooking อีก 10%

ผลประกอบการของบริษัท วงใน มีเดีย จำกัด

- ปี 2557 รายได้ 20 ล้านบาท ขาดทุน 18 ล้านบาท
- ปี 2558 รายได้ 50 ล้านบาท ขาดทุน 13 ล้านบาท
- ปี 2559 รายได้ 89 ล้านบาท ขาดทุน 7.7 ล้านบาท

หลายคนอาจแปลกใจที่เห็น Wongnai มีผลประกอบการขาดทุนมาโดยตลอด แต่จริงๆแล้วเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับธุรกิจของบริษัท startup ที่เป็น platform ในลักษณะนี้ที่ “ตั้งใจยังไม่ทำกำไร” เพราะอยู่ในช่วงลงทุน ช่วงที่ต้องคอยสร้าง community หรือคอย subsidize เพื่อให้คนเข้ามาใช้บริการมากขึ้นก่อนที่จะเริ่มทำรายได้ (ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ Mark Zuckerberg ที่ไม่ยอมติดโฆษณาจนกว่า Facebook จะมีผู้ใช้หลายร้อยล้านคนก่อน) แต่ปีนี้ Wongnai บอกว่าจะมีกำไรเป็นปีแรกเพราะน่าจะผ่านจุดที่ต้องลงทุนนั้นมาแล้ว ถ้าดูจากการเติบโตของรายได้ที่เพิ่มสี่เท่าภายใน 2 ปีก็น่าจะเรียกได้ว่าเป็นบริษัทที่น่าจับตามองว่าจะเข้า IPO ตามแผนได้หรือไม่ ตอนนี้โจทย์สำคัญของ Wongnai ตอนนี้คือ “เรื่องโฆษณา” แพลตฟอร์มแบบนี้จะเป็นลักษณะให้บริการฟรีแต่จำเป็นต้องมีรายได้จากโฆษณาเข้ามาแทรกแต่ดูเหมือนคนจะไม่ค่อยเข้าใจและคิดว่าทุกร้านที่อยู่ใน Wongnai จะต้องร่อยทั้งหมด คงเป็นหน้าที่ของ Wongnai ที่จะทำความเข้าใจให้มากขึ้นกับผู้ใช้ว่าต้องอ่าน review ของผู้ใช้อย่างไร เพราะ review ทั้งหมดใน Wongnai จะเป็น review จากผู้ใช้อย่างจริงจัง และส่วนของโฆษณา Wongnai จะมีกำกับโดยวงเล็บว่า [Ad] ไว้ เมื่อมองไปในอนาคตถ้า Wongnai สามารถสร้างแพลตฟอร์มที่สมบูรณ์แบบมากขึ้น ก็เชื่อว่ามูลค่าที่มีอยู่จะเพิ่มขึ้นไปมากกว่านี้ และดูเหมือนว่า Wongnai ไม่น่าจะหยุดอยู่กับแค่เรื่องของอาหาร และ Wongnai น่าจะอยากเป็นเจ้าของ content ทุกกลุ่มในที่สุดไม่น่าเชื่อว่าเรื่องราวทั้งหมดนี้เกิดขึ้นภายในเวลา 7 ปีเป็นช่วงที่สังคมไทยกำลังเปลี่ยนเข้าสู่ยุคใหม่ไปพร้อมๆกับประเทศอื่นบนโลกนี้ และในช่วงเวลา 7 ปีที่แล้วคุณยอดอายุเพียง 27 ปีในท่ามกลางสื่อออนไลน์จากต่างประเทศกำลังเข้ามาครอบงำประเทศไทย จนทำให้สื่อไทยปิดตัวไปทีละบริษัท เราก็น่าจะช่วยกันสนับสนุนบริษัทของคนไทยอย่าง Wongnai ให้เกิดขึ้นมากับเค้าบ้างอย่างน้อยก็เป็นการพิสูจน์ว่าคนไทยก็มีดีเหมือนกัน เรื่องนี้ให้ข้อคิดเราได้ว่า อายุไม่ใช่ประเด็นในการเริ่มต้นธุรกิจและธุรกิจที่ไม่เคยมีมาก่อนไม่ได้หมายความว่าไม่น่าทำถ้าเราเชื่อมั่นว่าสิ่งนั้นจะเป็นที่ต้องการของคนในสังคมในอนาคตดีกับสังคมในอนาคต ขอให้ทำต่อไปเรื่อยๆสุดท้ายสิ่งที่เรารดน้ำพรุนดิน จะกลายเป็นดอกเป็นผลให้เราในที่สุด

ปิดท้ายด้วยข้อมูลที่น่าสนใจคือ รู้ไหมว่าตัวคุณยอดเองที่เป็น CEO ของบริษัท เขียนรีวิวอาหารใน Wongnai เป็นประจำตั้งแต่ตอนแรกที่ก่อตั้งบริษัท มาจนถึงตอนนี้

แหล่งที่มา:

‘วงใน’ ปักเป้าดันธุรกิจโต 200% ผนึกพันธมิตรต่อยอดบริการสู่ ‘ไลฟ์สไตล์ แพลตฟอร์ม’.

[สืบค้นออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.thansettakij.com/content/139688>

กรณีศึกษา WONGNAI. [สืบค้นออนไลน์]. แหล่งที่มา: <HTTP://LONGTUNMAN.COM/3493>

กรณีศึกษา Wongnai ศูนย์รวมร้านอาหารที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ จาก Startup สู่ ตลาดหลักทรัพย์ : Kiattirat Jindamanee

<https://taokaemai.com/%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%B5%E0%B8%A8%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%B2-wongnai-%E0%B8%A8%E0%B8%B9%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99/>

เกี่ยวกับ Wongnai : <https://www.wongnai.com/about>

เจาะลึก Wongnai โมเดล Marketplace ร้านอาหาร ผนวก WeKorat เปิดประตูภาคอีสาน By matemate

<https://brandinside.asia/wongnai-marketplace-restaurant-wekorat/>

Wongnai ลั่นรีวิวร้าน ฐานข้อมูลต่อสายป่านธุรกิจ :

<https://cheechongruay.smartsme.co.th/content/1688>