

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการเหตุผลความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่เพียงแต่มีผลต่อตัวบุคคล แต่ยังรวมไปถึงร้านค้าอาหาร ผู้ประกอบการ ที่ต้องปรับตัวอย่างเสมอ เทคโนโลยีและการตลาด ล้วนเข้ามามีอิทธิพลต่อตัวผู้ประกอบการเนื่องจากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ต ในช่วงระหว่างปี 2562 – 2566 พบว่าในระยะ 5 ปีนี้ ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นโดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อพิจารณาแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ต ในช่วงปี 2562 – 2566 พบว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 66.7 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 88.4 ในปี 2566 (สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2564) และสถิติการเข้าโซเชียลมีเดียของประเทศไทย นับถึงต้นปี 2566 มีผู้ใช้โซเชียลมีเดียในประเทศไทย 52.25 ล้านคน ในเดือนมกราคม 2566 โดย TikTok มีผู้ใช้ 40.28 ล้านคน Instagram มีผู้ใช้ 17.35 ล้านคน (DIGITAL THAILAND, 2566) จากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โอกาสในการทำการตลาดออนไลน์จึงเพิ่มมากขึ้น

ร้านก๋วยเตี๋ยว BlinkBlink เป็นร้านขายของออนไลน์เล็ก ๆ ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก เนื่องจากเป็นร้านค้าออนไลน์ที่เพิ่งเปิดทำการ ไม่มีการทำการตลาดเกี่ยวกับร้าน ไม่มีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการร้าน ทำให้ต้นทุนจม ไม่มีเว็บไซต์ที่ใช้จัดการคำสั่งซื้อต่าง ๆ ทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ ของร้านเกิดความผิดพลาดในบางครั้ง ดังนั้นการทำกลยุทธ์ทางการตลาดจึงสำคัญในการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

ผู้จัดทำได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงมีความสนใจที่จะสร้างเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับร้านก๋วยเตี๋ยว BlinkBlink เพื่อบริหารจัดการยอดคำสั่งซื้อ และสร้างช่องทางการตลาดช่วยส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดของร้าน วางแผนการตลาดดิจิทัล ทำการตลาดออนไลน์ บริหารจัดการยอดคำสั่งซื้อที่เกี่ยวกับร้าน โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram โดยใช้การเก็บสถิติจากแพลตฟอร์มที่กำหนดไว้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram ร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink

1.2.2 เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัลร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ

1.3.1 ได้ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram ร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink

1.3.2 ได้ยอดขาย ร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink ที่เพิ่มมากขึ้น

## 1.4 ขอบเขต และเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

1.4.1 ขอบเขตด้านการติดตามและวัดผลทางการตลาด

1.4.1.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

1.4.1.1.1 วัดผลจากยอดขายในแต่ละแพลตฟอร์ม

1.4.1.1.2 ยอดกดไลค์ TikTok และ Instagram 50 ไลค์ต่อ 1 โพสต์

1.4.1.1.3 ยอดการรับชม TikTok และ Instagram 100 วิว ต่อ 1 คลิป

1.4.1.1.4 ยอดการติดตาม TikTok และ Instagram มากกว่า 100 คนขึ้นไป

1.4.1.1.5 ยอดการบันทึกโพสต์ TikTok และ Instagram 20 การบันทึก

1.4.1.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

1.4.1.2.1 ได้ศึกษาการดำเนินโครงการโดยใช้เครื่องมือดิจิทัล

1.4.1.2.2 ได้เว็บไซต์ที่ใช้เป็นช่องทางในการซื้อขายสินค้า

1.4.1.2.3 ได้ทักษะการดำเนินโครงการโดยใช้แพลตฟอร์มทางออนไลน์

1.4.1.2.4 ได้ศึกษาเกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์

1.4.2 ขอบเขตด้านระบบ

1.4.2.1 ขอบเขตด้านผู้ใช้งานทั่วไป

1.4.2.1.1 สามารถดูรายละเอียดสินค้าได้

1.4.2.1.2 สามารถดูรายการสินค้าได้

#### 1.4.2.2 ขอบเขตผู้ดูแลระบบ

1.4.2.2.1 สามารถเข้าสู่ระบบได้ด้วยชื่อผู้ใช้ และรหัสผ่านได้

1.4.2.2.2 สามารถจัดการข้อมูลผู้ใช้ได้

1.4.2.2.3 สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลสินค้าได้

1.4.2.2.4 สามารถดูรายการสินค้าได้

#### 1.4.3 ขอบเขตด้านการวัดผล

1.4.3.1 ใช้การวัดผลกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่าง TikTokและInstagram โดยวัดผ่าน ทางยอดกดไลค์ ยอดรับชม และการติดตาม

1.4.3.2 ใช้การวัดผลจากยอดขายในแต่ละแพลตฟอร์ม

#### 1.4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาโปรแกรม

##### 1.4.4.1 ฮาร์ดแวร์

- คอมพิวเตอร์ Laptop

Device name DESKTOP-I8N1JH9

Processor 11th Gen Intel(R) Core(TM) i7-1165G7 @ 2.80GHz 2.80 GHz

Installed RAM 8.00 GB

##### 1.4.5.2 ซอฟต์แวร์

1.4.5.2.1 Sublime Text ใช้เป็นโปรแกรมหลักในการเขียนโปรแกรม

1.4.5.2.2 XAMPP 3.3.0 เป็นชุดจำลองเว็บเซิร์ฟเวอร์เพื่อทดลองโปรแกรมระหว่างพัฒนา

- Apache version 2.4.58

- MySQL version 8.0.30

- FileZilla version 3.60.1

1.4.5.2.3 ชุดคำสั่งภาษา Java script เป็นภาษาที่ใช้พัฒนาเว็บไซต์

1.4.5.2.4 ชุดคำสั่งภาษา PHP เป็นภาษาที่ใช้พัฒนาเว็บไซต์

1.4.5.2.5 ชุดคำสั่งภาษา HTML ใช้ในการสร้างโครงสร้างหน้าเว็บเพจ

1.4.5.2.6 ชุดคำสั่งภาษา CSS ใช้ในการกำหนดรูปแบบและสไตล์ของเว็บ

## 1.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1.5.1 ร้านค้าปลีกชื่อ BlinkBlink 159/59 หมู่ 2 ซอย 7 เจ็ดยอด ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่

1.5.2 หลักสูตรระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 128 ถนนห้วยแก้ว ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300

## 1.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินการ

แผนการดำเนินงาน		2567					
		พ.ค.	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค
1.	ศึกษาและรวบรวมข้อมูลลักษณะโครงการ						
2.	วิเคราะห์ ออกแบบ และวางแผนธุรกิจ						
3.	พัฒนาเครื่องมือสำหรับโครงการ						
4.	ดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางแผน						
5.	สรุปผลการดำเนินโครงการ						
6.	จัดทำเอกสารประกอบโครงการ						

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสารส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวังผลกำไร และการค้าเครื่องมือที่สำคัญ

Content Marketing คือกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นการสร้าง และแจกจ่ายเนื้อหาที่มีคุณค่า มีคุณภาพ และเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูด และรักษาลูกค้าสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและสร้างแบรนด์ในระยะยาว