

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาโครงการ

ประชากรไทยกว่าร้อยละ 60 เป็นเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกข้าวเป็นพืชหลัก ประเทศไทยส่งออกข้าวมากที่สุดในโลกกว่า 7 ล้านตันต่อปี ข้าวไทยสร้างชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ทำรายได้แก่ประเทศเป็นจำนวนมากทุกปี ข้าวจึงเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศช่วยกอบกู้และ พยุงเศรษฐกิจของประเทศในช่วงวิกฤต ข้าวเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมประจำชาติ มีอิทธิพลอย่างใหญ่หลวงต่อศาสนาขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ศาสนาพิธี ภูมิปัญญา และวิถีทางในการดำรงชีวิตของคนไทย คนไทยคุ้นเคยกับข้าวเสียจนมองข้ามความสำคัญของข้าวและคนปลูกข้าวเพื่ออนาคตของประเทศต้องร่วมกันสร้างอนาคตของข้าวไทยให้ดีขึ้น ชวนภาคธุรกิจใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อเพิ่มผลิตผล และลดต้นทุนการผลิตโดยรักษาคุณภาพชีวิต และสภาพแวดล้อมต้องให้คนไทยหันกลับมาทำความรู้จักกับวัฒนธรรมข้าว เลือกรับรณรงค์บูรณาการความรู้เรื่องข้าวสารเพื่อเผยแพร่ ข้าวที่นิยมปลูกในประเทศไทยมีอยู่มากมายหลายสายพันธุ์ เช่น ข้าวหอมมะลิ 105 ข้าวสุรินทร์ ข้าวชัยนาท ข้าวสุพรรณ ข้าวหอมปทุม ข้าวกข. แต่ในปัจจุบันข้าวที่ได้ความนิยมสูงมากก็คือข้าว 4 สายพันธุ์ เนื่องจากเป็นข้าวที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงมีสารอาหารที่สำคัญมากมายประกอบด้วย ธาตุเหล็ก ธาตุสังกะสี โอเมก้า 3 (omega 3) วิตามินอี (vitamin E) โฟเลต (folate) เบต้า-แคโรทีน (beta-carotene) โพลีฟีนอล (polyphenol) แทนนิน (tannins) แกมมาโอไรซานอล (gamma oryzanol) เป็นต้น โดยปัญหาที่พบจากการทำการจำหน่ายข้าวสารเพื่อสุขภาพนั้น ยังไม่สามารถที่จะเข้ามาอยู่ในการทำการตลาดแบบออนไลน์ได้ และสินค้าข้าวสารเพื่อสุขภาพยังเป็นสินค้าที่ยังมีผู้นำมาจัดจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ไม่มาก จึงทำให้ผู้ที่ชื่นชอบ หรือรักในการรับประทานข้าวเพื่อสุขภาพมีตัวเลือกที่ค่อนข้างน้อยในการเลือกซื้อสินค้าข้าวสารเพื่อสุขภาพได้

ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อการประยุกต์นำข้าวที่เป็นส่วนเหลือทิ้งจากกระบวนการสีข้าวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับส่วนเหลือทิ้งนี้ ผู้จัดทำจึงสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาในกระบวนการจัดจำหน่ายข้าวสารเพื่อสุขภาพโดยจะเน้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปที่ผู้ที่ชอบทานข้าวเพื่อสุขภาพ และผู้ที่สนใจที่จะศึกษาในเรื่องของข้าวสารเพื่อ

สุขภาพ โดยผ่านกระบวนการ และกลยุทธ์ทางการตลาดแบบออนไลน์ ศึกษารูปแบบของลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออนไลน์ และส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ข่าวสารเพื่อสุขภาพทางการตลาดโดย ช้อปปี้ (Shopee) และ ไลน์ มาย ช็อป (Line My Shop) ใช้รูปแบบของการโปรโมทผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยแพลตฟอร์มนี้ยังจะเป็นตัวนำไปสู่เว็บไซต์ที่ได้จัดทำไว้เพื่อเป็นตัวกระจายการการขายหลักให้กับผลิตภัณฑ์

ผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมผลิตภัณฑ์ข่าวสารเพื่อสุขภาพของจังหวัดอุดรดิตถ์ทางการตลาดออนไลน์ โดยสร้างสื่อการขายสินค้าออนไลน์บนแอปพลิเคชัน ช้อปปี้ (Shopee) และ ไลน์ มาย ช็อป (Line My Shop) เพื่อเป็นการกระจายสินค้าทางการตลาด ให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้อย่างกว้างขวาง โดยใช้เว็บไซต์เป็นต้นทางในการนำไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ และสถิติของการเข้าชมสินค้าผลิตภัณฑ์ข่าวสารเพื่อสุขภาพ และยอดขายของแต่ละแพลตฟอร์มมาเปรียบเทียบ ว่ามีความเหมือน และความแตกต่างกันออกไปอย่างไร เพื่อที่จะนำข้อมูล และสถิติไปใช้งานต่อไป

1.2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1. เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข่าวสารเพื่อสุขภาพในแพลตฟอร์มออนไลน์
- 1.2.2. เพื่อวางแผนการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้านข่าวสารแม่เมณี KP ค้าข้าว

1.3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1. ได้ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข่าวสารเพื่อสุขภาพในแพลตฟอร์มออนไลน์
- 1.3.2. ได้แผนการตลาดออนไลน์ของร้านข่าวสารแม่เมณี KP ค้าข้าว และได้ยอดขายที่เพิ่มขึ้น

1.4. ขอบเขต และเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

การศึกษาโครงการครั้งนี้เป็นโครงการเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของทีมผู้จัดทำ ผู้นำชุมชนท้องถิ่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย

- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม ช้อปปี้ (Shopee)
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม ไลน์มายช็อป (Line my shop)

ด้านการติดตาม และวัดผล

เป้าหมายเชิงปริมาณ

- ติดตาม และวัดผลโดยใช้ข้อมูล และสถิติการขายของแพลตฟอร์มของช้อปปี้ จากยอดผู้เข้ามาเยี่ยมชมสินค้า 300 ผู้เข้าชมต่อเดือน
- ติดตาม และวัดผลโดยใช้ข้อมูล และสถิติการขายของแพลตฟอร์มของไลน์ มาชอป จากยอดผู้เข้ามาเยี่ยมชมสินค้า 200 ผู้เข้าชมต่อเดือน
- เปรียบเทียบข้อมูลยอดขายสินค้าจากช้อปปี้ 3,000 บาทต่อเดือน
- เปรียบเทียบข้อมูลยอดขายสินค้าจากไลน์มาชอป 2,000 บาทต่อเดือน
- เปรียบเทียบสถิติการเข้าชมเว็บไซต์ด้วยการทำ เอส อี โอ (SEO Search Engine optimization) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าอัตราการคลิกต่อจำนวนการมองเห็น (CTR Click Through Rate)

เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- ได้ศึกษาการดำเนินงานโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล
- ได้ทักษะการดำเนินงานโดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์
- ได้เว็บไซต์เพื่อเป็นตัวกลางในการขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์

ด้านการพัฒนาเว็บไซต์

ผู้ดูแลระบบ

- สามารถเข้าสู่ระบบด้วยชื่อ และรหัสผ่านได้
- สามารถจัดการข้อมูลผู้ใช้งานระบบได้
- สามารถจัดการข้อมูลสินค้าได้
- สามารถจัดการบทความที่เกี่ยวข้องกับสินค้าได้
- สามารถลิงค์ไปยังแพลตฟอร์มการขายสินค้าได้

ลูกค้า

- สามารถเรียกดูรายการสินค้าได้
- สามารถเรียกดูบทความเกี่ยวกับสินค้าได้
- สามารถติดต่อกับร้านค้าได้

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาโปรแกรม

Hardware

- คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 1

Device name: DESKTOP-DQACF1D

Processor: Intel(R) Core(TM) i5-9300H CPU @ 2.40GHz 2.40 GHz

Installed RAM: 8.00 GB (7.85 GB usable)

System type: 64-bit operating system, x64-based processor

- คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 2

Device name: LAPTOP-37PH2LQK

Processor: Intel(R) Core(TM) i5-10300H CPU @ 2.50GHz 2.50 GHz

Installed RAM: 8.00 GB (7.84 GB usable)

System type: 64-bit operating system, x64-based processor

Software

- MySQL 7.4.1
- Apache 2.4.41
- PHP My admin 5.0.1
- โปรแกรม Sublime Text 3.2.2
- ชุดคำสั่งภาษา PHP 7
- ชุดคำสั่งภาษา HTML 5
- ชุดคำสั่งภาษา CSS 3

1.5. สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล

- ร้านข้าวสารแม่เมณี KP ข้าว ตลาดสดเทศบาล 1 เลขที่ 4 ถนนมุขศาลา ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000
- หลักสูตรระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 128 ถนนห้วยแก้ว ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300

1.6. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1. 1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

แผนการดำเนินการ	ระยะเวลา				
	2567				
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
1.ศึกษาและรวบรวมข้อมูลลักษณะโครงการ					
2.วิเคราะห์ ออกแบบและวางแผนธุรกิจ					
3.พัฒนาเครื่องมือสำหรับโครงการ					
4.ดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางแผน					
5.สรุปผลการดำเนินโครงการ					
6.จัดทำเอกสารประกอบโครงการ					

จากตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน จะแสดงระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมด

1.7. นิยามศัพท์

แพลตฟอร์มออนไลน์ (Online Platform) คือระบบ หรือโครงสร้างที่ถูกสร้างขึ้นบนอินเทอร์เน็ตเพื่อให้บริการ หรือเปิดโอกาสในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์ ซึ่งสามารถเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชันเพื่อมือถือ หรือแม้กระทั่งแพลตฟอร์มสื่อสังคม เป้าหมายหลักของแพลตฟอร์มออนไลน์คือเพื่อสร้างพื้นที่ที่ผู้ใช้งานสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ทำธุรกิจ สร้างความรู้ และเชื่อมต่อกับผู้อื่น ๆ ได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบายมากขึ้น เช่น ซุปเปอร์มาร์เก็ตออนไลน์ ดิจิตอลช้อปปิ้ง ไลน์มายชอป อีเมล เป็นต้น

CTR : (Click Through Rate) จำนวนคลิกที่โฆษณาได้รับหารด้วยจำนวนครั้งที่โฆษณาปรากฏ คืออัตราการคลิกซึ่งเป็นการวัดความสำเร็จของโฆษณา หรือเนื้อหาออนไลน์โดยการดูว่ามีผู้คลิกที่ลิงก์ หรือโฆษณานั้นมากน้อยเพียงใด โดยจะคำนวณจากจำนวนคลิกที่ได้ต่อจำนวนครั้งที่โฆษณา หรือเนื้อหานั้นแสดง