

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ร้านน้ำพริกพันธุ์ยักษ์ ตั้งอยู่ที่ หมู่บ้านเขารวก หมู่ 5 ตำบล วังหลุม อำเภอ ตะพานหิน จังหวัดพิจิตร กิจการนี้เปิดมายาวนานกว่า 20 ปี โดยเจ้าของกิจการน้ำพริกพันธุ์ยักษ์ คือ คุณแม่สมปอง พันทะยัก เป็นผู้คิดค้นสูตรขึ้นมาทางร้านมีน้ำพริกที่ขายเป็นสินค้าหลักอยู่ 2 สูตรคือน้ำพริกนรกปลาย่าง กับ น้ำพริกผักกาดหมู และได้ทำการขายในรูปแบบหน้าร้านมาอย่างยาวนาน แต่ต้องยอมรับว่าการขายในรูปแบบเดิม ในยุคปัจจุบัน อาจไม่ตอบโจทย์ในเรื่องของการที่จะขยายกลุ่มลูกค้า เพราะการทำการตลาดในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ใช้สื่อดิจิทัล(Digital) เป็นช่องทางในการสื่อสาร และค้นหาข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้า และบริการ รวมถึงการบอกเล่าประสบการณ์การใช้สินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การรีวิวผ่านสื่อออนไลน์ มีมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดสื่อออนไลน์จึงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมากในยุคนี้ เหล่าผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวให้เข้ากับแนวคิดทางด้าน การตลาดดิจิทัล เพื่อนำมาปรับใช้ต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดในยุคดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล เป็นการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งที่สามารถโปรโมทสินค้าหรือแบรนด์ผ่านทางเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตโดยผ่านสื่อกลางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ทโฟน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากลูกค้าสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่าย และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาที่ทุกเวลาที่สามารถเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตได้ การทำการตลาดดิจิทัล สามารถทำได้ง่าย และเปิดกว้างให้กับผู้ขาย และลูกค้าทุกกลุ่มทุกระดับ โดยเฉพาะหากทำควบคู่ไปกับการสร้างลิงค์ในเว็บไซต์หรือเว็บเพจ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ที่กำลังเป็นที่นิยมก็จะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้าง และดียิ่งขึ้น กิจการน้ำพริกพันธุ์ยักษ์ จึงมีความต้องการที่จะเพิ่มช่องทางการขาย ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง และต้องการที่จะขยายกลุ่มลูกค้า เพื่อให้ได้การสั่งซื้อที่เพิ่มมากขึ้นจากการทำการตลาดดิจิทัล

ดังนั้นกลุ่มของเราจึงสังเกตเห็นว่า ในปัจจุบันสังคมการตลาดได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ จึงเห็นสมควรจัดโครงการนี้ขึ้น เริ่มจากการสร้างเว็บไซต์ของกิจการขึ้นเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าทั้งหมดทำการโปรโมทสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างแอปพลิเคชันติ๊กต็อก เพื่อเป็นการนำเสนอขายสินค้าได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และใช้แอปพลิเคชันช้อปปี้(Shopee) ในการฝากตะกร้าสินค้าของร้านเพื่อใช้ในการขาย หลังจากลงมือปฏิบัติพบว่าช่องทางนี้สามารถนำมาใช้งานได้ตรงตามประสงค์ที่ตั้งไว้

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อส่งเสริมการขาย โดยการทำการตลาดดิจิทัล

1.2.2 เพื่อเพิ่มช่องทางในการเสนอขายสินค้า

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1.3.1 ได้ยอดขายที่เพิ่มขึ้น จากการทำการตลาดดิจิทัล

1.3.2 ได้ช่องทางในการเสนอขายสินค้าเพิ่มขึ้น

1.4 ขอบเขต

1.4.1 ด้านการทำการตลาดดิจิทัล

1.4.1.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

1) วัดผลจากการทำ Search engine optimization หรือ SEO ในการทำให้เว็บไซต์ของร้านน้ำพริกพันธุ์ยัก ติด 20 อันดับแรกในหน้าการค้นหาของกูเกิล(google)

2) วัดผลจากปริมาณยอดการเข้าชมอย่างน้อย 500 วิว ต่อคลิป

3) ขยายกลุ่มลูกค้า(ลูกค้าหมายถึงลูกค้าที่มีการสั่งซื้อ) หลังจากทำการตลาดดิจิทัลมีกลุ่มลูกค้าที่สั่งผ่านระบบออนไลน์จำนวน 200 คน ต่อเดือนจากกลุ่มลูกค้าทั่วประเทศ

4) เพิ่มยอดขาย

- จากเดิมได้ยอดการขายจากการขายหน้าร้านประมาณ 5,000 บาท ต่อเดือน หลังจากทำการตลาดดิจิทัล มียอดขายเพิ่มขึ้นจากหน้าร้านคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ เพิ่มขึ้น 10% ต่อเดือน

- หลังจากทำการตลาดดิจิทัลมีกลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ มี ยอดขายเป็น 8,000 บาท ต่อเดือน

1.4.1.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- 1) ได้ศึกษาการดำเนินโครงการโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล
- 2) ได้เว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้า
- 3) ได้ทักษะการดำเนินโครงการโดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์

1.4.2 ด้านระบบเว็บไซต์

1.4.2.1 ส่วนของเจ้าของร้าน

- 1) สามารถจัดการรายการสินค้าในหน้าเว็บไซต์ได้
- 2) สามารถจัดการข้อมูล และบทความเกี่ยวกับสินค้าในหน้าเว็บไซต์ได้
- 3) สามารถจัดการหน้าติดต่อผู้ใช้ได้
- 4) สามารถจัดการลิงค์ไปที่ตะกร้าสินค้าในแอปพลิเคชันช้อปปิ้งได้

1.4.2.2 ส่วนของลูกค้า

- 1) สามารถเรียกดูรายการสินค้าได้
- 2) สามารถเรียกดูข้อมูล และบทความเกี่ยวกับสินค้าได้
- 3) สามารถคลิกลิงค์เพื่อไปสั่งซื้อสินค้าได้

1.4.3 ด้านการเก็บสถิติ

1.4.3.1 ใช้ Google Search Console ในการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการค้นหาที่นำผู้ใช้งานสู่เว็บไซต์ และรายงานคำค้นหาที่แสดงผลในกูเกิลแต่ไม่คลิกเข้าไปในเว็บไซต์

1.4.3.2 ใช้ Google Analytics ในการติดตาม และวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ เพื่อให้เจ้าของเว็บไซต์เข้าใจในข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการเข้าชมเว็บไซต์

1.4.3.3 นำเสนอข้อมูลยอดขาย ของแอปพลิเคชันช้อปปิ้ง

1.4.3.4 นำเสนอยอดขาย บบนแพลตฟอร์มของแอปพลิเคชันดีกิต็อก

1.5 เครื่องมือที่ใช้พัฒนาระบบ

1.5.1 Hardware

คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 1

Device name LAPTOP-TVH73N09

Processor 11th Gen Intel(R) Core(TM) i7-11800H @ 2.30GHz 2.30 GHz

Installed RAM 16.0 GB (15.8 GB usable)

คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 2

Device name LAPTOP-KLMALOA1

Processor Intel(R) Core(TM) i3-10110U CPU @ 2.10GHz 2.50 GHz

Installed RAM 4.00 GB (3.84 GB ใช้ได้)

1.5.2 Software

1.5.2.1 Sublime Text ใช้เป็นโปรแกรมหลักในการเขียนโปรแกรม

1.5.2.2 XAMPP 3.3.0 ใช้จำลองเว็บเซิร์ฟเวอร์เพื่อทดลองโปรแกรมระหว่างพัฒนา

1) Apache ใช้ในการให้บริการเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันผ่านโพรโตคอล HTTP

2) MySQL เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล

3) phpMyAdmin ใช้ในการจัดการ และบริหารจัดการฐานข้อมูล

1.5.2.3 ชุดคำสั่งภาษา PHP 7 เป็นภาษาโปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์

1.5.2.4 ชุดคำสั่งภาษา CSS 3 ใช้ในการกำหนดรูปแบบ และสไตล์ของเว็บเพจ

1.5.2.5 ชุดคำสั่งภาษา HTML 5 ใช้ในการสร้างโครงหน้าเว็บเพจโดยใช้ตัวแทนของแท็ก

1.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล

1.6.1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

1.6.2 ร้านน้ำพริกพันธุ์ยัก ตั้งอยู่ที่ 38 ม.5 ต.วังหลุม อ.ตะพานหิน จ.พิจิตร

1.7 แผน/ระยะเวลาในการดำเนินการ

1.7.1 แผนการดำเนินงาน

1.7.1.1 การค้นหาปัญหา และความต้องการ

1.7.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้

1.7.1.3 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

1.7.1.4 การพัฒนาเครื่องมือสำหรับระบบ

1.7.1.5 การตรวจสอบและปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบ

1.7.1.6 เก็บรวบรวมข้อมูลการทำงานของระบบ

1.7.1.7 การวิเคราะห์และประเมินผลระบบ

1.7.1.8 จัดทำเอกสารประกอบโครงการ

1.7.2 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ตารางที่ 1. 1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการ

แผนการดำเนินการ	2567				
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
1.ศึกษา และรวบรวมข้อมูลลักษณะโครงการ					
2.วิเคราะห์ ออกแบบ และวางแผนธุรกิจ					
3.พัฒนาเครื่องมือสำหรับโครงการ					
4.ดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางแผน					
5.สรุปผลการดำเนินโครงการ					
6.จัดทำเอกสารประกอบโครงการ					

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

Digital Marketing คือการทำการตลาดรูปแบบใหม่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่โลดแล่นอยู่บนโลกดิจิทัลที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) เป็นสื่อกลาง

Search Engine Optimize หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า SEO คือ การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ และรองรับการติดอันดับบน Google ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบ และเนื้อหาบนเว็บไซต์ การทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับบน Google จะทำให้เว็บไซต์ของคุณมีคนเข้ามาชมมากขึ้น เป็นร้านค้าอันดับต้น ๆ ที่ลูกค้าเลือกซื้อ และทำให้ยอดขายของธุรกิจคุณเพิ่มขึ้น