

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการเหตุผลความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ปัจจุบันแนวโน้มการขยายตัวของการตลาดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นโดยการเพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ต และการขยายตัวของเทคโนโลยีในโลกออนไลน์ ได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจไปอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ และบริการมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงกลายเป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจต่าง ๆ จะต้องปรับตัวบนโลกออนไลน์ที่แข็งแกร่ง ด้วยเหตุนี้ การตลาดออนไลน์จึงกลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาดโดยรวมของหลายธุรกิจ มันเป็นแง่มุมที่กว้างซึ่งรวมทุกอย่างตั้งแต่กลยุทธ์เนื้อหา การสร้าง และการเพิ่มประสิทธิภาพ ไปจนถึงการสร้างโฆษณาออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ด้วยความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของการตลาดออนไลน์ ทั้งนี้โลกออนไลน์กับโลกความจริงแทบจะผสานเป็นโลกใบเดียวกัน ผู้ขาย และผู้บริโภคเริ่มแลกเปลี่ยนสินค้ากันบนโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น ทำให้การตลาดออนไลน์ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการค้าขาย และบริการยุคใหม่ที่ต้องอาศัยแพลตฟอร์มอุปกรณ์พกพาที่เชื่อมโยงอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการค้าขายออนไลน์ โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ช่วยเผยแพร่ข้อมูลธุรกิจก่อนผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ เมื่อการตลาดออนไลน์ เป็นช่องทางอำนวยความสะดวกแก่องค์กรต่าง ๆ มากขึ้น แต่ก็ต้องเลือกช่องทางให้ถูก ปัจจุบันมี 6 ช่องทางที่ใช้ทำการตลาดออนไลน์มี ดังนี้ 1) เว็บไซต์ (Website) 2) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) 3) บล็อก (Blog) 4) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Service) 5) โปรแกรมสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (Search) 6) วิดีโอออนไลน์ (Online VDO) ความสำเร็จของการทำตลาดออนไลน์ ขึ้นอยู่กับการจัดการข้อมูล และการวางแผนเลือกช่องทางทำการตลาด ควรติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และสร้างความหลากหลายในช่องทางประชาสัมพันธ์ รวมถึงตรวจสอบภาพลักษณ์ของแบรนด์เป็นประจำเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบรนด์ในสายตาผู้บริโภค

Tiktok หรือ Douyin ที่กำเนิดในประเทศจีน เป็นแพลตฟอร์มบนโลกออนไลน์ที่อยู่ในความดูแลของ ByteDance มีจุดประสงค์ในการสร้าง พร้อมเผยแพร่วิดีโอความยาวสั้น ๆ บนโลกออนไลน์เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้เข้ามาจับชมกัน ซึ่งภายในแอปพลิเคชันนี้จะมีทั้งเสียง ภาพ กราฟิก ตกแต่งต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ใช้งานเกิดความสนุกไปกับการตกแต่งวิดีโอตามความชอบของตนเอง ซึ่งทำได้ง่ายมาก ๆ

Facebook คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสาร และร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โฟสต์รูปภาพ โฟสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทคุยกันแบบสด ๆ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่ม เต็มอยู่เรื่อย ๆ

กลยุทธ์การตลาดผ่านวิดีโอ เป็นการทำการตลาดด้วยการสื่อสารผ่านวิดีโอในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นการสร้างการรับรู้ให้ธุรกิจ เพื่อสามารถทำลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และสามารถช่วยเพิ่มยอดขายได้ รวมถึงสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ และผู้ชมได้เป็นอย่างดี ทำให้ธุรกิจของคุณสามารถเข้าถึงได้เร็ว และสร้างโอกาสในการขายได้ง่ายขึ้น การตลาดผ่านวิดีโอ เป็นการสร้างประสบการณ์ที่สร้างการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ที่หลากหลาย ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายจดจำผลิตภัณฑ์และบริการของคุณจากการสร้างความบันเทิงการตลาดผ่านวิดีโอ

จากการศึกษาข้างต้นคณะผู้จัดทำได้ตัดสินใจใช้กลยุทธ์การตลาดผ่านวิดีโอ ประยุกต์เข้ากับการทำการตลาดออนไลน์ผ่านทาง Tiktok และ Facebook เพื่อศึกษาการเข้าถึงของผู้บริโภคและทำการเปรียบเทียบระหว่างทั้งสองแพลตฟอร์ม เพื่อนำข้อมูลไปเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และสนใจในการทำธุรกิจดิจิทัลผ่านทาง Tiktok และ Facebook ได้นำไปใช้ในการวางแผนประกอบการทำธุรกิจ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่าง Tiktok และFacebook
- 1.2.2 เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัลของร้าน Freitag_feun958

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ

- 1.3.1 ได้ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านช่องทาง Tiktok และFacebook
- 1.3.2 ได้ยอดขายกระเป๋ามือสองร้าน Freitag_feun958 เพิ่มมากขึ้น

1.4 ขอบเขต และเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

1.4.1 ขอบเขตระบบ

1.4.1.1 ขอบเขตด้านผู้ใช้งานทั่วไป

- สามารถดูรายละเอียดสินค้าได้
- สามารถดูรายการสินค้าได้
- สามารถดูข้อมูลข่าวสารได้
- สามารถคลิกลิงค์เพื่อเข้าไปสั่งซื้อสินค้าได้ในแอปพลิเคชันมือถือ และเพชบุ๊ก

1.4.1.2 ขอบเขตผู้ดูแลระบบ

- สามารถเข้าสู่ระบบได้ด้วยชื่อผู้ใช้ และรหัสผ่านได้
- สามารถจัดการข้อมูลผู้ใช้ได้
- สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลสินค้าได้
- สามารถดูรายการสินค้าได้
- สามารถดูข้อมูลข่าวสารได้

1.4.2 ขอบเขตในการวัดผลด้านการตลาด

1.4.2.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

- วัดผลจากปริมาณยอดการเข้าชมอย่างน้อย 50,000 วิว ต่อเดือน
- วัดผลจากปริมาณยอดการคอมเมนต์อย่างน้อย 100 คอมเมนต์ ต่อเดือน
- วัดผลจากปริมาณยอดการกดใจอย่างน้อย 100 การกดใจ ต่อคลิป
- มียอดการติดตามในติ๊กตอก 3,000 ผู้ติดตาม
- ขยายกลุ่มลูกค้าจากเดิมที่มีเฉพาะในอินสตาแกรม เพิ่มเป็นในติ๊กตอก
- วัดผลจากจำนวนรายการสั่งซื้อ 12 รายการ

1.4.2.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- ได้ศึกษาการดำเนินโครงการโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล
- ได้เว็บไซต์เพื่อเป็นทางหลักในการเข้าถึงสินค้า
- ได้ทักษะการดำเนินโครงการโดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์

1.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาโปรแกรม

1.4.3.1 ฮาร์ดแวร์

1) คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 1

Device name LAPTOP-6DIP8S1B

Processor 12th Gen Intel(R) Core(TM) i5-12500H 2.50 GHz

Installed RAM 8.00 GB (7.70 GB usable)

2) คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 2

Device name LAPTOP-C3T51S7V

Processor AMD Ryzen 7 5800H with Radeon Graphics 3.20 GHz

Installed RAM 16.0 GB (15.4 GB usable)

1.4.3.2 ซอฟต์แวร์

- 1) Visual Code Studio ใช้เป็นโปรแกรมหลักในการเขียนโปรแกรม
- 2) Apache ใช้ในการให้บริการเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันผ่านโพรโตคอล HTTP
- 3) MySQL เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล
- 4) Php MyAdmin เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการ และบริหารจัดการฐานข้อมูล
- 5) ชุดคำสั่งภาษา PHP 7 เป็นภาษาโปรแกรมที่ใช้พัฒนาเว็บไซต์
- 6) ชุดคำสั่งภาษา CSS 3 ใช้ในการกำหนดรูปแบบ และสไตล์ของเว็บ
- 7) ชุดคำสั่งภาษา HTML 5 ใช้ในการสร้างโครงสร้างหน้าเว็บเพจโดยใช้

ตัวแทนของแท็ก

1.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1.5.1 ร้าน Freitag_feun958

1.5.2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

1.6 แผน และระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน แผนการดำเนินงาน		2567							
		มี.ค.	เม.ย.	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								

จากตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน จะแสดงระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมด

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กลยุทธ์การตลาดผ่านวิดีโอ หมายถึง การทำการตลาดด้วยการสื่อสารผ่านวิดีโอในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ บริการ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ