

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการเหตุผลความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ปัจจุบันในยุคสังคมดิจิทัล (Digital Society) ที่มีเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีการเติบโตทั่วโลก ส่งผลให้เกิดสังคมออนไลน์หรือ Social media ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาท และกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในการสื่อสารและรับรู้เรื่องราวมากมาย โดยการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ทั้งในด้านเพื่อการติดต่อสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การให้ความบันเทิง การขายสินค้า เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบที่แตกต่างตามพฤติกรรมของผู้บริโภค จากผลรายงานการสำรวจของเว็บไซต์ We are social พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประเทศไทยในปี 2023 คนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับที่ 23 ของโลก คิดเป็น 85.3% ในขณะที่ค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตของโลกคิดเป็น 64.4% คนไทยได้ใช้เวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เฉลี่ย 7 ชั่วโมง 25 นาที ซึ่งเพิ่มจากปี 2565 เป็นเวลา 21 นาที (ปี 2565 ใช้งานอินเทอร์เน็ต 7 ชั่วโมง 4 นาที) โดยผู้คนส่วนใหญ่ในประเทศไทยเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต 88.22% และจำนวน 85.45% ใช้งานอินเทอร์เน็ตเกือบทุกวันเป็นจำนวน 5-7 วัน ต่อสัปดาห์ ใช้งานอินเทอร์เน็ตบนที่พกพาเป็นหลัก รองลงมาเป็นที่ทำงาน อันดับ 3 คือ ร้านอาหาร และคาเฟ่ มีค่าใช้จ่ายในการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อเดือน อยู่ในช่วง 201-400 บาท นิยมใช้งาน และเชื่อมต่อผ่านอุปกรณ์ เช่น Smart Phone, PC/Desktop และ Tablet ตามลำดับ ซึ่งจากผลสำรวจนี้ชี้ให้เห็นว่า “คนไทย มีแนวโน้มในการใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น” สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและใช้มากที่สุดในประเทศไทยมีอยู่ดังนี้ อันดับ 1 Facebook 91%, อันดับ 2 LINE 90.7%, อันดับ 3 Facebook Messenger 80.8%, อันดับ 4 TikTok 78.2%, อันดับ 5 Instagram 66.4%, อันดับ 6 Twitter 51.2% และมีการคาดการณ์ว่าในปีพ.ศ.2568 ประเทศไทยจะมีจำนวนผู้ใช้ Social media เพิ่มสูงขึ้นอยู่ที่ 61.7 ล้านคน สัมพันธ์ไปกับการคาดการณ์ว่าในปีเดียวกันนี้มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 61.82 ล้านคน (We Are Social และ Meltwater, 2566)

ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของการเติบโตของสังคมออนไลน์ในอนาคต

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้จัดทำเล็งเห็นถึงโอกาสในการทำการตลาดออนไลน์ที่ส่งอิทธิพลอย่างมากต่อธุรกิจ เนื่องจากร้าน Baek Krasop Shop เป็นแค่ร้านขายเสื้อผ้ามือสองที่มีสองที่เคยขายตามตลาดนัด ไม่ได้มีการขายออนไลน์หรือโปรโมตผ่านช่องทางออนไลน์ และจากการระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบให้ทางร้านไม่สามารถขายของที่ตลาดนัดได้ ทำให้ต้องยกเลิกการขายไป ดังนั้นทางร้านจึงได้หันมาประกอบธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ โดยจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการบริหารจัดการร้านค้าในการขายออนไลน์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ต่อไป

ดังนั้นทางคณะผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะสร้างเว็บไซต์ขายเสื้อผ้ามือสองของร้าน Baek Krasop Shop และได้นำแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อบริหารจัดการคำสั่งซื้อและสร้างช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ที่ช่วยส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยแพลตฟอร์ม Instagram และ Facebook ทั้งนี้การวัดผลจะใช้การเก็บสถิติยอดคำสั่งซื้อจาก Shopee ยอดไลค์และยอดเข้าชมจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ได้กำหนดขอบเขตไว้ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการติดตามความสำเร็จ และปรับแก้ไขให้โครงการสามารถพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์ม Instagram และ Facebook กรณีศึกษา ร้านเสื้อผ้ามือสอง Baek Krasop Shop

1.2.2 เพื่อการส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัล ร้านเสื้อผ้ามือสอง Baek Krasop Shop

## 1.3 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ

1.3.1 ได้รับผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์ม Instagram และ Facebook กรณีศึกษา ร้านเสื้อผ้ามือสอง Baek Krasop Shop

1.3.2 ได้เพิ่มจำนวนการเข้าถึง และเพิ่มยอดคำสั่งซื้อให้ร้านเสื้อผ้ามือสอง Baek Krasop Shop

## 1.4 ขอบเขต

### 1.4.1 ขอบเขตการวัดผลประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาด

#### 1.4.1.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

##### 1) Instagram

- ยอดกดไลค์โพสต์ขั้นต่ำอย่างน้อย 100 ไลค์ต่อ 1 โพสต์
- ยอดการบันทึกโพสต์ขั้นต่ำอย่างน้อย 50 ของการบันทึกจาก

โพสต์ทั้งหมด

- ยอดการติดตามมากกว่า 300 คนขึ้นไป
- ยอดการรับชมขั้นต่ำอย่างน้อย 300 วิวขึ้นไปต่อ 1 คลิป

##### 2) Facebook

- ยอดกดไลค์โพสต์ขั้นต่ำอย่างน้อย 100 ไลค์ต่อ 1 โพสต์
- ยอดการบันทึกโพสต์ขั้นต่ำอย่างน้อย 50 ของการบันทึกจาก

โพสต์ทั้งหมด

- ยอดการติดตามมากกว่า 300 คนขึ้นไป
- ยอดการรับชมขั้นต่ำอย่างน้อย 300 วิวขึ้นไปต่อ 1 คลิป

##### 3) Shopee

- วัดผลจากยอดคำสั่งซื้อขั้นต่ำอย่างน้อย 25 ชิ้นต่อเดือน

#### 1.4.1.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- 1) ได้เว็บไซต์ที่นำมาเป็นช่องทางในการขายสินค้า
- 2) ได้ทักษะการดำเนินโครงการโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล
- 3) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดทำการตลาดออนไลน์
- 4) ได้ทักษะในการประกอบธุรกิจออนไลน์

### 1.4.2 ขอบเขตด้านระบบ

#### 1.4.2.1 ด้านระบบงาน

##### 1) ระดับผู้ใช้งาน

- สามารถเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้
- สามารถคลิกลิงค์เพื่อเข้าไปสั่งซื้อสินค้าในแพลตฟอร์ม

Shopee

- สามารถดูรายละเอียดสินค้าได้

2) ระดับผู้ดูแล

- สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข สินค้าได้

- สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข รายละเอียดสินค้าได้

- สามารถดูผลยอดการเข้าชมที่มาจากแพลตฟอร์มที่ใช้

## โปรโมต

### 1.4.2.2 ด้านเนื้อหาโพสต์ใน InstagramและFacebook

1) สามารถลงวิดีโอในวันและเวลาเดียวกันเพื่อใช้เปรียบเทียบทั้ง 2

#### แพลตฟอร์ม

2) สามารถทำวิดีโอโฆษณาโปรโมตแนะนำสินค้า

3) สามารถทำเนื้อหาคอนเทนต์ที่เป็นโปรโมชันสำหรับสินค้า

4) สามารถทำวิดีโอแนะนำความรู้เกี่ยวกับเสื้อผ้ามือสอง

5) สามารถทำวิดีโอตั้งดูคกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้สนใจสั่งซื้อสินค้า

### 1.4.2.3 ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลที่ใช้

1) กลยุทธ์การจัดโปรโมชันในการซื้อสินค้าของลูกค้า

2) กลยุทธ์การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มด้วยการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจโดยเฉพาะ

#### ความสนใจโดยเฉพาะ

3) กลยุทธ์ในการใช้ InstagramและFacebook ในการโปรโมตสินค้า

#### อย่างสร้างสรรค์

## 1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

### 1.5.1 Hardware

1.5.1.1 โน้ตบุ๊ก หน่วยประมวลผล 2.10 GHz หน่วยความจำ 16 GB ระบบปฏิบัติการ

#### Window 11

1.5.1.2 โน้ตบุ๊ก หน่วยประมวลผล 2.40 GHz หน่วยความจำ 16 GB ระบบปฏิบัติการ

#### Window 11

### 1.5.2 Software

1.5.2.1 โปรแกรม Visual Studio Code ใช้สำหรับสร้างเว็บไซต์

- 1) ชุดคำสั่งภาษา PHP 7 เป็นภาษาโปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์
- 2) ชุดคำสั่งภาษา CSS 3 ใช้ในการกำหนดรูปแบบและสไตล์ของเว็บ
- 3) ชุดคำสั่งภาษา HTML 5 ใช้ในการสร้างโครงสร้างหน้าเว็บเพจโดยใช้

ตัวแทนของแท็ก

1.5.2.2 XAMPP ใช้สำหรับจำลองเว็บเซิร์ฟเวอร์และจัดการฐานข้อมูล

- 1) MySQL ใช้สำหรับเก็บฐานข้อมูล
- 2) Apache ใช้ในการให้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันผ่านโปรโตคอล

HTTP

1.5.2.3 แพลตฟอร์ม InstagramและFacebook ใช้สำหรับโปรโมตสินค้า

1.5.2.4 แพลตฟอร์ม Shopee ใช้สำหรับขายสินค้า

1.5.2.5 โปรแกรม Excel ใช้สำหรับเก็บข้อมูลสถิติ

1.5.2.7 Adobe Photoshop ใช้สำหรับตัดต่อรูปภาพ

1.5.2.8 CapCut ใช้สำหรับตัดต่อวิดีโอ

1.5.2.9 Canva ใช้สำหรับตกแต่งเนื้อหาในการทำสื่อโฆษณา

## 1.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1.6.1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ เลขที่ 128 ถนนห้วยแก้ว ตำบล  
ช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

1.6.2 หอพัก J2 Place เลขที่ 74/10 หมู่ 1 ถนนช้างเคียน ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ 50300

## 1.7 แผนการดำเนินการ

1.7.1 การค้นหาปัญหาและความต้องการ

1.7.2 การศึกษาความเป็นไปได้

1.7.3 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

1.7.4 การพัฒนาเครื่องมือสำหรับระบบ

1.7.5 การตรวจสอบและปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบ

1.7.6 เก็บรวบรวมข้อมูลการทำงานของระบบ

1.7.7 การวิเคราะห์และประเมินผลระบบ

1.7.8 จัดทำเอกสารประกอบโครงการ

## 1.8 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน		2566		2567								
		พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	
1.	การค้นหาคำปรึกษาและความต้องการ	←→										
2.	การศึกษาความเป็นไปได้	←→										
3.	การวิเคราะห์และออกแบบระบบ		←→									
4.	การพัฒนาเครื่องมือสำหรับระบบ			←→								
5.	การตรวจสอบและปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบ				←→							
6.	เก็บรวบรวมข้อมูลการทำงานของระบบ				←→							
7.	การวิเคราะห์และประเมินผลระบบ						←→					
8.	จัดทำเอกสารประกอบโครงการ	←→										