

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการเหตุผลความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนสำคัญและเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การเรียนรู้ การบันเทิง หรือแม้กระทั่งการทำงาน อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่เชื่อมต่อกับผู้คนจากทุกมุมโลก ให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทันที และสะดวกผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ อีเมล หรือโซเชียลมีเดีย ซึ่งทำให้ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะอยู่ห่างกันแค่ไหน นอกจากนี้การติดต่อสื่อสารแล้วอินเทอร์เน็ตยังเป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและทันสมัย ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้จากทุกที่ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการศึกษา ข่าวสาร การวิจัย หรือข้อมูลเฉพาะทางต่าง ๆ การค้นหาข้อมูลที่ต้องการจึงเป็นเรื่องที่ง่ายและรวดเร็ว ช่วยให้ผู้คนสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างไม่จำกัด และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกหนึ่งบทบาทที่สำคัญของอินเทอร์เน็ตคือการเป็นช่องทางในการสร้างความบันเทิงที่หลากหลาย ผู้คนสามารถเพลิดเพลินกับสื่อบันเทิงต่าง ๆ อย่างภาพยนตร์ เพลง หรือเกมออนไลน์ที่ช่วยให้ผ่อนคลายความเครียด หรือลดความตึงเครียดได้ ในขณะที่เดียวกันอินเทอร์เน็ตยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบอาชีพต่าง ๆ โดยผู้คนสามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นการทำงานประจำ งานอิสระ หรือการหารายได้เสริมจากงานออนไลน์ ช่วยให้มีความยืดหยุ่นในการทำงานและเพิ่มโอกาสในการหารายได้ในรูปแบบต่าง ๆ ในแง่ของธุรกิจ การตลาดดิจิทัลถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หรือการโฆษณาออนไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การตลาดดิจิทัลไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์เท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับธุรกิจ โดยการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการสินค้าและบริการโดยตรง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผ่านการโต้ตอบที่มีคุณภาพ สร้างความไว้วางใจจึงทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำได้ด้วยบทบาทที่หลากหลาย และความสามารถใน

การเข้าถึงผู้คนจำนวนมาก อินเทอร์เน็ตและการตลาดดิจิทัลจึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาและเติบโตของธุรกิจในยุคนี้ ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

TikTok เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เป็นกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยเปิดตัวครั้งแรกในปี 2559 ในประเทศจีน และเปิดให้บริการทั่วโลกในปี 2560 เนื่องจาก TikTok เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่ผู้ใช้สามารถบันทึก ตัดต่อ เผยแพร่วิดีโอความยาวไม่เกิน 10 นาทีได้ จึงได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาว เนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มที่สนุกสนานและสร้างสรรค์ ผู้ใช้ TikTok สามารถสร้างสรรค์วิดีโอในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เต้น ร้องเพลง เล่นตลก ริวิวสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ TikTok ยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกันได้ผ่านฟีเจอร์ต่าง ๆ และมีผู้ใช้งานจำนวนมากทั่วโลก

ปัญหาการขายสินค้าออนไลน์มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการธุรกิจอย่างมาก การซื้อขายออนไลน์เป็นช่องทางที่ให้ความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภค และทำให้การซื้อสินค้าหรือบริการง่ายขึ้น ซึ่งนำไปสู่ความนิยมที่เพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี ธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าจากทั่วโลกได้อย่างไม่มีขอบเขต และช่วยให้ผู้ประกอบการขยายตลาดได้ในระดับที่กว้างขวางขึ้น อย่างไรก็ตามการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ก็มีปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานเช่นกัน หนึ่งในปัญหาหลักคือการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาวิธีการขาย รวมถึงกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและดึงดูดความสนใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ จึงจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม หนึ่งในกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันคือการใช้แพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งเป็นโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั้งในหมู่ผู้ใช้ทั่วไปและแบรนด์ต่าง ๆ ซึ่งต่างให้ความสนใจในการทำการตลาดผ่าน TikTok ด้วยการสร้างคอนเทนต์ในรูปแบบของคลิปวิดีโอกับการไลฟ์สด การสร้างคอนเทนต์ในรูปแบบคลิปวิดีโอ กับไลฟ์สดนั้น มีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันไป โดยคลิปวิดีโอช่วยให้แบรนด์สามารถสร้างความสนใจในระยะเวลายาว ๆ ด้วยการนำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่น่าสนใจ ในขณะที่การไลฟ์สดช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้าผ่านการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมและสามารถสอบถามข้อมูล หรือขอคำแนะนำได้ทันที การทำความเข้าใจถึงความแตกต่างของทั้งสองรูปแบบนี้ และการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละรูปแบบ จึงเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการทำการตลาดในแพลตฟอร์ม TikTok ช่วยให้

แบรนด์สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับเป้าหมายทางการตลาด และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงได้อย่างตรงจุด การเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดในการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สดบน TikTok จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยให้แบรนด์สามารถวัดผลการดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเปรียบเทียบผลลัพธ์จากแต่ละรูปแบบในการทำคอนเทนต์ ช่วยให้แบรนด์สามารถปรับกลยุทธ์การตลาดให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเพิ่มยอดขายและการรับรู้แบรนด์ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สดด้วยแพลตฟอร์ม TikTok

1.2.2 เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัลของร้านครัวแม่พิมพ์

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ

1.3.1 ได้ทราบผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ระหว่างการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สด ด้วยแพลตฟอร์ม TikTok

1.3.2 ได้มียอดขายของร้านครัวแม่พิมพ์เพิ่มมากขึ้น

## 1.4 ขอบเขต และเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

### 1.4.1 ขอบเขตระบบ

#### 1.4.1.1 ขอบเขตด้านผู้ใช้งาน

- 1) ลูกค้าสามารถเข้าดูรายการสินค้าได้
- 2) ลูกค้าสามารถเข้าดูรายละเอียดของสินค้าได้
- 3) สามารถคลิกลิงก์เพื่อเข้าไปสั่งซื้อสินค้าในแอปพลิเคชัน TikTok ได้
- 4) สามารถเข้าดูการเล่าเรื่องที่มาของร้าน (Storytelling) ได้

#### 1.4.1.2 ขอบเขตผู้ดูแลระบบ

- 1) สามารถเข้าสู่ระบบได้
- 2) สามารถแก้ไข เพิ่ม ลบ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและรายละเอียดของสินค้าได้

## 1.4.2 ขอบเขตในการวัดผลด้านการตลาด

### 1.4.2.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

#### คลิปริติโอ

- 1) มีการโพสต์คลิปริติโออย่างน้อย 2 คลิปต่อสัปดาห์
- 2) วัดผลจากปริมาณยอดการเข้าชมรวมอย่างน้อย 30,000 ครั้งต่อเดือน
- 3) วัดผลจากปริมาณยอดการกดใจอย่างน้อย 1,000 ครั้งต่อคลิป
- 4) วัดผลจากปริมาณยอดการแสดงความคิดเห็นอย่างน้อย 50 ความคิดเห็นต่อคลิป
- 5) วัดผลจากปริมาณยอดแชร์รวมอย่างน้อย 300 ครั้ง

#### ไลฟ์สด

- 1) มีการไลฟ์สดอย่างน้อย 2 ครั้งต่อสัปดาห์
- 2) วัดผลจากปริมาณยอดการเข้าชมรวมอย่างน้อย 30,000 ครั้งต่อเดือน
- 3) วัดผลจากปริมาณยอดการกดใจอย่างน้อย 1,000 ครั้งต่อไลฟ์
- 4) วัดผลจากปริมาณยอดการแสดงความคิดเห็นอย่างน้อย 50 ความคิดเห็นต่อไลฟ์
- 5) วัดผลจากปริมาณยอดแชร์รวมอย่างน้อย 300 ครั้ง

### 1.4.2.2 เป้าหมายเชิงปริมาณคลิปริติโอ

วัดผลจากจำนวนคำสั่งซื้อ 300 คำสั่งซื้อ

### 1.4.2.3 เป้าหมายเชิงปริมาณไลฟ์สด

วัดผลจากจำนวนคำสั่งซื้อ 300 คำสั่งซื้อ

### 1.4.2.4 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- 1) ได้เว็บไซต์ของร้านค้าเพื่อเป็นทางหลักในการเข้าถึงสินค้า
- 2) ได้ใช้ทักษะที่เรียนรู้มาดำเนินโครงการ
- 3) ได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการดำเนินการโครงการเพิ่มมากขึ้น

### 1.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาโปรแกรม

#### 1.4.3.1 Hardware

##### คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 1

Device name LAPTOP-UDGJPL20  
 Processor Intel(R) Core(TM) i3-10110U CPU @ 2.10GHz 2.50 GHz  
 Installed RAM 12.0 GB (11.9 GB usable)

##### คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 2

Device name LAPTOP-V8PA55QU  
 Processor 11th Gen Intel(R) Core(TM) i5-11400H @ 2.70GHz 2.69 GHz  
 Installed RAM 8.00 GB (7.73 GB usable)

#### 1.4.3.2 Software

- 1) Visual studio code ใช้เป็นโปรแกรมหลักในการเขียนโปรแกรม
- 2) Excel ใช้เป็นโปรแกรมในการเก็บข้อมูลทางสถิติ
- 3) Apache ใช้ในการให้บริการเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันผ่านโพรโตคอล HTTP
- 4) MySQL เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล
- 5) Php MyAdmin เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการและบริหารจัดการฐานข้อมูล
- 6) ชุดคำสั่งภาษา PHP 7 เป็นภาษาโปรแกรมที่ใช้พัฒนาเว็บไซต์
- 7) ชุดคำสั่งภาษา CSS 3 ใช้ในการกำหนดรูปแบบและสไตล์ของเว็บไซต์
- 8) ชุดคำสั่งภาษา HTML 5 ใช้ในการสร้างโครงสร้างหน้าเว็บเพจโดยใช้ตัวแทนของแท็กใช้ตัวแทนของแท็ก

### 1.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ร้านครัวแม่พิมพ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

## 1.6 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน		2567				2568		
		ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
1.	ศึกษาและรวบรวมข้อมูลลักษณะโครงการ							
2.	วิเคราะห์ ออกแบบ และวางแผนธุรกิจ							
3.	พัฒนาเครื่องมือสำหรับโครงการ							
4.	ดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางแผน							
5.	สรุปผลการดำเนินโครงการ							
6.	จัดทำเอกสารประกอบโครงการ							

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

แพลตฟอร์ม (platform) หมายถึงแท่น, ฐาน แต่สำหรับความหมายทางคอมพิวเตอร์ แพลตฟอร์ม หมายถึงโครงสร้างพื้นฐานของสถาปัตยกรรมคอมพิวเตอร์ ที่ทำหน้าที่เป็นฐานบริการให้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์สามารถทำงานได้ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน

ไลฟ์สด (Live streaming) หมายถึงการถ่ายทอดสดทั้งภาพและเสียง บนอินเทอร์เน็ตผ่านระบบแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ โดยการไลฟ์สดนั้นถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ช่วยสื่อสารแทนแบรนด์ และตอบโต้การทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี ด้วยการลงทุนที่น้อยแต่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เป้าหมายได้ในวงกว้างจำนวนมาก ส่งผลให้ไลฟ์สดเริ่มเข้ามามีบทบาทแทนที่สื่อความบันเทิงต่าง ๆ ในยุคก่อน เพราะอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบัน

การตลาดผ่านวิดีโอ หมายถึงการใช้เนื้อหาวิดีโอในการโปรโมตแบรนด์สินค้าหรือการบริการ เนื้อหาวิดีโอสามารถใช้ในกลยุทธ์การตลาดในช่องทางและรูปแบบที่หลากหลายเพื่อช่วยให้เข้าถึง และมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย