

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการเหตุผลความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ในปัจจุบันโลกของธุรกิจการค้าออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องมาจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคสะดวก รวดเร็ว ง่ายตายแต่เพียงปลายนิ้วสัมผัส ยุคสังคมดิจิทัลที่มีเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีการเติบโตทั่วโลก ส่งผลให้เกิดสังคมออนไลน์ ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาท และกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในการสื่อสาร และรับรู้เรื่องราวมากมาย โดยการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ทั้งในด้านเพื่อการติดต่อสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การให้ความบันเทิง การขายสินค้า เป็นต้นซึ่งทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบที่แตกต่างตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ ผ่านมาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยได้เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด ปัจจัยที่สำคัญมาจากการที่ธุรกิจต่าง ๆ มองว่าเวลานี้ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการขายหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค อีกทั้งยังมีการเข้ามาของผู้ให้บริการจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทั้งการมีระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาไปอย่างมากทั้งในด้านความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ หรือการมีระบบจัดการสินค้า และขนส่งถึงปลายทางพร้อมเก็บเงิน นอกจากนี้มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทยประมาณ 57-60 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 80-90 ของ ประชากรทั้งหมด ซึ่งมีการเติบโตจากปีก่อนหน้าอยู่ประมาณ 5-10% ยังมีแนวโน้มการใช้งานบนอุปกรณ์มือถือที่สูงขึ้นอย่างมาก และมีประชากรไทยอยู่ในสังคมออนไลน์ในจำนวนมาก สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม และใช้มากที่สุดในประเทศไทยมีอยู่ดังนี้ อันดับ 1. เฟซบุ๊ก (Facebook) 91%, อันดับ 2. ไลน์ (line) 90.7%, อันดับ 3. เฟซบุ๊ก เมสเสจเจอร์ (Facebook message) 80.8%, อันดับ 4. ตี๊กต็อก (Tiktok) 78.2%, อันดับ 5. อินสตาแกรม (Instagram) 66.4%, อันดับ 6. ทวิตเตอร์ (Twitter) 51.2% และมีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยจะมีจำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นอยู่ที่ 61.7 ล้านคน สัมพันธ์ไปกับการคาดการณ์ว่าในปีเดียวกันนี้มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 61.82

ล้านคน (We Are Social และ Meltwater, 2566) ทั้งนี้มือถือสมาร์ทโฟนราคาถูกลงยิ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้คนไทยเกือบทุกระดับสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากจึงสามารถใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากที่บ้าน ที่ทำงาน ที่มหาวิทยาลัย หรือที่ใดก็ตามที่อินเทอร์เน็ตเข้าถึง เพราะสามารถประหยัดเวลาในการออกไปเลือกซื้อสินค้าเองตามห้างร้านต่าง ๆ และยังเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับเหล่านักช้อปปิ้งที่ไม่มีเวลา อีกทั้งการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในปัจจุบันนั้นมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เช่น ในกรณีที่สินค้ามีปัญหาชำรุด เสียหาย หรือส่งผิดพลาดหลาย ๆ บริษัทก็มีนโยบายมารองรับปัญหาเหล่านี้แล้ว ด้วยการคืนเงินหรือส่งคืนสินค้า รวมถึงการมีระบบตรวจสอบการชำระเงิน และสถานะการจัดส่งสินค้าอีกด้วย ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของการเติบโตของสังคมออนไลน์ในอนาคต

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้จัดทำเล็งเห็นถึงโอกาสในการทำการตลาดออนไลน์ที่ทรงอิทธิพลอย่างมากต่อธุรกิจ เนื่องจากร้าน Sun Socks เป็นแค่ร้านขายถุงเท้าแฟชั่นที่เคยขายตามตลาดนัด ไม่ได้มีการขายออนไลน์หรือโปรโมตผ่านช่องทางออนไลน์ และจากสภาพอากาศสิ่งแวดล้อม ทำให้ส่งผลกระทบต่อทางร้าน ไม่สามารถขายของที่ตลาดนัดได้อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ขาดรายได้ไป ดังนั้นทางร้านจึงได้หันมาประกอบธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ โดยจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการบริหารจัดการร้านค้าในการขายออนไลน์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ต่อไป

ดังนั้นทางคณะผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะสร้างเว็บไซต์ขายถุงเท้าแฟชั่นของร้าน Sun Socks และได้นำแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลมาปรับใช้ เพื่อบริหารจัดการคำสั่งซื้อ และสร้างช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ที่ช่วยส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลโดยการไลฟ์สดด้วยแพลตฟอร์มติ๊กต็อกช้อปปิ้ง และช้อปปิ้งช้อปปิ้ง เพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลแบบไลฟ์สดด้วยแพลตฟอร์มติ๊กต็อกช้อปปิ้ง และช้อปปิ้งช้อปปิ้ง ร้านถุงเท้าแฟชั่น Sun Socks

1.2.2 เพื่อการส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัลแบบไลฟ์สด ร้านถุงเท้าแฟชั่น Sun Socks

1.3 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ

1.3.1 ได้ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลแบบไลฟ์สดด้วยแพลตฟอร์มติ๊กต็อกช้อปปิ้ง และช้อปปิ้งช้อป ร้านถุงเท้าแฟชั่น Sun Socks

1.3.2 ได้เพิ่มจำนวนการเข้าถึง และเพิ่มยอดการสั่งซื้อให้ร้านถุงเท้าแฟชั่น Sun Socks

1.4 ขอบเขต

1.4.1 ขอบเขตระบบ

1.4.1.1 ขอบเขตด้านผู้ใช้งาน

- ลูกค้าสามารถเข้าดูรายการสินค้าจากเว็บไซต์ได้
- ลูกค้าสามารถเข้าดูรายละเอียดของสินค้าได้
- สามารถคลิกลิงค์เพื่อเข้าไปสั่งซื้อสินค้าในแอปพลิเคชันติ๊กต็อกช้อปปิ้ง และช้อปปิ้งช้อป ได้

1.4.1.2 ขอบเขตผู้ดูแลระบบ

- สามารถแก้ไข เพิ่ม ลบ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้
- สามารถแก้ไข เพิ่ม ลบ ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าได้
- สามารถดูผลยอดการเข้าชมที่มาจากแพลตฟอร์มที่ใช้โพรมิต

1.4.2 ขอบเขตในการวัดผลด้านการตลาด

1.4.2.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ

1) ไลฟ์สด

- มีการไลฟ์สดอย่างน้อย 20 ครั้ง (โดยเฉลี่ยอย่างน้อย 7 ครั้งต่อเดือน) ในระยะเวลา 3 เดือน

เดือน

- วัดผลจากปริมาณยอดการเข้าชมรวมอย่างน้อย 100 ผู้เข้าชมต่อ

ไลฟ์

- วัดผลจากปริมาณยอดการกดหัวใจอย่างน้อย 100 การกดหัวใจต่อ

ไลฟ์

- วัดผลจากปริมาณยอดการคอมเมนต์อย่างน้อย 50 คอมเมนต์ต่อ

- วัดผลจากปริมาณยอดการแชร์รวมอย่างน้อย 50 แชร์ต่อเดือน

- วัดผลจากจำนวนรายการสั่งซื้อ 100 รายการ

1.4.2.2 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

- 1) ได้เว็บไซต์ของร้านค้าเพื่อเป็นทางหลักในการเข้าถึงสินค้า
- 2) ได้ทักษะการดำเนินโครงการโดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์
- 3) ได้ศึกษาการดำเนินโครงการโดยใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

1.5.1 Hardware

1.5.1.1 คอมพิวเตอร์ หน่วยประมวลผล 2.00 GHz หน่วยความจำ 8.00 GB

ระบบปฏิบัติการ Window 10

1.5.2 Software

1.5.2.1 Visual Studio Code ใช้เป็นโปรแกรมหลักสำหรับสร้างเว็บไซต์

1.5.2.2 Apache ใช้ในการให้บริการเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันผ่านโพรโตคอล HTTP

1.5.2.3 MySQL ใช้สำหรับเก็บฐานข้อมูล

1.5.2.4 phpMyAdmin เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการฐานข้อมูล

1.5.2.5 ชุดคำสั่งภาษา PHP 7 เป็นภาษาโปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์

1.5.2.6 ชุดคำสั่งภาษา CSS 3 ใช้ในการกำหนดรูปแบบและสไตล์ของเว็บ

1.5.2.7 ชุดคำสั่งภาษา HTML 5 ใช้ในการสร้างโครงสร้างหน้าเว็บเพจโดยใช้ตัวแทน

ของแท็ก

1.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1.6.1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ เลขที่ 128 ถนนห้วยแก้ว ตำบล
ช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

1.6.2 บ้านเลขที่ 90/4 หมู่ 17 ตำบลบ่อแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100

1.7 แผนการดำเนินการ

- 1.7.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลลักษณะโครงการ
- 1.7.2 วิเคราะห์ ออกแบบ และวางแผนธุรกิจ
- 1.7.3 ดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางแผน
- 1.7.4 การพัฒนาเครื่องมือสำหรับระบบ
- 1.7.5 สรุปผลการดำเนินโครงการ
- 1.7.6 จัดทำเอกสารประกอบโครงการ

1.8 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

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