บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

TikTok เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ByteDance ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงปักกิ่ง ประเทศจีน โดยแพลตฟอร์มนี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วทั่วโลก รวมถึงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทย TikTok เริ่มต้นจากการเป็นแอปพลิเคชันที่เน้นการสร้างและแชร์วิดีโอสั้นเพื่อความบันเทิง โดยมีจุดเด่นที่ระบบแนะนำวิดีโอด้วยอัลกอริทึมที่แม่นยำ สามารถตอบสนองความสนใจเฉพาะของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ TikTok ยังได้พัฒนาฟีเจอร์ TikTok Shop และ TikTok Affiliate เพื่อส่งเสริมการซื้อขายสินค้าและการตลาดแบบพันธมิตร (Affiliate Marketing) บนแพลตฟอร์ม ทำให้ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถแนะนำสินค้าและแนบลิงก์ในวิดีโอของตนเอง พร้อมได้รับค่าคอมมิชชั่นเมื่อมีผู้ซื้อสินค้าผ่านลิงก์ดังกล่าว ขยายโอกาสในการสร้างรายได้จากคอนเทนต์รีวิวบน TikTok ได้โดยตรง ขณะที่ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เรียกว่า Veo 3 มีความสามารถในด้านการสร้างวิดีโอแบบสมจริงจากข้อความ (Text-to-Video Generation) ที่พัฒนาโดยบริษัท OpenAI ซึ่งสามารถสร้างวิดีโอคุณภาพสูงจากคำสั่งที่ผู้ใช้พิมพ์เข้าไป (Prompt) โดยมีความสามารถในการสร้างภาพเคลื่อนไหวที่มีรายละเอียดสมจริง เข้าใจมุมกล้อง การเคลื่อนไหวของวัตถุ และบรรยากาศโดยรวมของฉากได้อย่างแม่นยำ โดย Veo 3 เป็นเวอร์ชันที่พัฒนาขึ้นให้เหนือกว่ารุ่นก่อนหน้า ทั้งด้านคุณภาพของวิดีโอ ความยาว และความเข้าใจคำสั่งที่ซับซ้อน ทำให้สามารถนำไปใช้ในการสร้างคอนเทนต์ วิดีโอโฆษณา หรือการนำเสนอเชิงสร้างสรรค์ในงานด้านดิจิทัลและธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ผู้สร้างสรรค์วิดีโอสามารถนำเสนอสินค้าได้อย่างน่าสนใจและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ดียิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า TikTok จะเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ทั่วไปสร้างรายได้จากการเป็นผู้รีวิวสินค้า แต่ก็ยังมีข้อจำกัดและความไม่แน่นอนเกี่ยวกับรูปแบบคอนเทนต์ที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการเลือกระหว่างการรีวิวแบบเห็นหน้า (Face-Revealing Content) ที่ผู้รีวิวแสดงใบหน้าตนเองกับการรีวิวแบบไม่เห็นหน้า (Non-Face Content) ที่เน้นแสดงสินค้าและมือรีวิวหรือใช้เสียงพากย์เท่านั้น ปัญหานี้สำคัญ เนื่องจากมีผู้ใช้งานจำนวนไม่น้อยที่ไม่สะดวกหรือไม่ต้องการเผยใบหน้าด้วยเหตุผลด้านความเป็นส่วนตัว ความมั่นใจ หรือข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อม ส่งผลให้พวกเขาลังเลที่จะเริ่มต้นเข้าสู่ระบบ TikTok Affiliate เพราะไม่มั่นใจว่าคอนเทนต์แบบไม่เห็นหน้าจะสามารถสร้างยอดขายได้เทียบเท่ากับแบบเห็นหน้า นอกจากนี้การทดลองเบื้องต้นยังพบว่าคอนเทนต์รูปแบบต่าง ๆ ที่ผลิตด้วยสินค้าและร้านค้าเดียวกัน มีผลลัพธ์ที่แตกต่างกันทั้งในด้านจำนวนยอดเข้าชม การมีส่วนร่วม และยอดคลิกสั่งซื้อและช่วงวัน เวลา ที่จะช่วยในการศึกษาพฤติกรรม ซึ่งสะท้อนว่ารูปแบบการนำเสนออาจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความเชื่อมั่นและพฤติกรรมของผู้บริโภค

ด้วยเหตุนี้ ผู้พัฒนาระบบจึงเสนอแนวทางการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลระหว่างคอนเทนต์แบบเห็นหน้าและแบบไม่เห็นหน้า โดยใช้วิดีโอทั่วไปควบคู่กับเทคโนโลยี Veo 3 บนแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความชื่นชอบของผู้ชม พร้อมกับวัดผลลัพธ์ทางการตลาดในเชิงปริมาณ เช่น จำนวนยอดเข้าชม (View), การมีส่วนร่วม (Like, Comment, Share), อัตราการคลิกลิงก์ (Click-through Rate) และยอดสั่งซื้อ (Conversion) รวมถึงการใช้ข้อมูลจากระบบ TikTok Analytics เพื่อวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ชม ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถสรุปได้ว่าคอนเทนต์รูปแบบใดมีประสิทธิภาพทางการตลาดสูงกว่าในบริบทของ TikTok Affiliate และเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมและยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการใช้วิดีโอนำเสนอคอนเทนต์ด้วยวิดีโอแบบเห็นหน้า ไม่เห็นหน้า และแบบที่สร้างด้วย AI

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนและประสิทธิผลทางการตลาดจากการเข้าร่วม TikTok Affiliate Program

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1.3.1 ได้ข้อมูลเชิงประสิทธิภาพการใช้วิดีโอนำเสนอคอนเทนต์ด้วยวิดีโอแบบเห็นหน้า ไม่เห็นหน้า และแบบที่สร้างด้วย AI

1.3.2 ได้ผลตอบแทนจากการทำ Tiktok Affiliate Program

1.4 ขอบเขตและเครื่องมือในการพัฒนาระบบ

1.4.1 ขอบเขตระบบ

1.4.1.1 ขอบเขตด้านผู้ใช้งานทั่วไป

1) ผู้ใช้สามารถเข้าชมหน้าเว็บไซต์เพื่อดูรายการสินค้าที่เชื่อมโยงไปยังลิงก์ TikTok Affiliate

2) ผู้ใช้สามารถดูรายละเอียดของแต่ละสินค้า เช่น ชื่อสินค้า ราคาสินค้า และคำอธิบายเบื้องต้น

3) ผู้ใช้สามารถคลิกลิงก์สินค้า (TikTok Affiliate Link) เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าร้านค้าบนแอปพลิเคชัน TikTok หรือ TikTok Shop และสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรง

1.4.1.2 ขอบเขตผู้ดูแลระบบ

1) สามารถเข้าสู่ระบบได้
2) สามารถแก้ไขข้อมูลของผู้ดูแลระบบได้
3) สามารถแก้ไขข้อมูลรายละเอียดสินค้าได้
4) สามารถเพิ่ม ลบสินค้าได้
5) สามารถเพิ่มข้อมูลรายงานแสดงผลของแอปพลิเคชัน TikTok Affiliate
6) สามารถดูรายงานแสดงผลของแต่ละเดือนได้
7) ผู้ดูแลระบบสามารถตรวจสอบสถิติการคลิกลิงก์สินค้าหรือข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้วิเคราะห์ประสิทธิภาพของสินค้าและลิงก์ได้

1.4.2 ขอบเขตในการวัดผลด้านการตลาด

1.4.2.1 เป้าหมายเชิงปริมาณ Tiktok รีวิวแบบเห็นหน้า ไม่เห็นหน้า และแบบที่สร้างด้วย AI

1) มีการโพสต์คลิปวิดีโออย่างน้อย 3 คลิปต่อสัปดาห์

2) วัดผลจากปริมาณยอดการเข้าชมรวมอย่างน้อย 30,000 ครั้งต่อตลอดระยะเวลาโครงงาน
3) วัดผลจากปริมาณยอดการกดถูกใจอย่างน้อย 300 ครั้งต่อเดือน
4) วัดผลจากปริมาณยอดคลิกที่ลิงก์ตะกร้าสินค้าอย่างน้อย 300 ครั้งต่อเดือน
5) มียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น 1,000 ผู้ติดตาม

1.4.2.2 เป้าหมายเชิงปริมาณด้านยอดขาย TikTok Affiliate

- วัดผลจากจำนวนรายการสั่งซื้อของคลิปแบบเห็นหน้าไม่เห็นหน้า และแบบที่สร้างด้วย AI ทั้งหมด 300 คำสั่งซื้อ ตลอดระยะเวลาโครงงาน

1.4.2.3 เป้าหมายเชิงคุณภาพ

1) ได้สร้างเว็บไซต์/หน้าเว็บเพื่อรวมลิงก์ Affiliate ของสินค้าใน Tiktokอย่างเป็นระบบ
2) ได้ใช้ทักษะการสร้างคอนเทนต์ การถ่ายทำ การพูด การวิเคราะห์ข้อมูล และการตัดต่อวิดีโอ
3) ได้ทดลองใช้กลยุทธ์การรีวิวสินค้าแบบเห็นหน้าและไม่เห็นหน้าและแบบที่สร้างด้วย AI เพื่อวัดพฤติกรรมผู้ชม

1.4.2.4 เป้าหมายเชิงสถิติ

1) เปรียบเทียบช่วงเวลา เช้า กลางวัน และเย็น เพื่อศึกษาว่าช่วงเวลาใด ได้ประสิทธิภาพดีที่สุด
2) เปรียบเทียบช่วงวัน จันทร์ – อาทิตย์ เพื่อศึกษาว่าช่วงเวลาใดได้ ประสิทธิภาพดีที่สุด

1.4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาโปรแกรม

1.4.3.1 Hardware

- **คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 1**
  - Device: name LABTOP-GRFGJFJ
  - Processor: Intel(R) Core(TM) i7-8565U CPU @ 1.80GHz 1.99 GHz
  - Installed RAM: 8.00 GB (7.81 GB usable)

- **คอมพิวเตอร์แล็ปท็อปเครื่องที่ 2**
  - Device name: Nuttawadee
  - Processor: AMD Athlon Silver 3050U with Radeon Graphics 2.30 GHz
  - Installed RAM: 4.00 GB (3.44 GB usable)
- **สมาร์ทโฟนเครื่องที่ 1**
  - Device name: iPhone 16
  - Storage Capacity: 256 GB
- **สมาร์ทโฟนเครื่องที่ 2**
  - Device name: iPhone 17
  - Storage Capacity: 256 GB

1.4.3.2 Software

1) Figma ใช้สำหรับ ออกแบบหน้าเว็บ (UI/UX) ก่อนพัฒนา
2) Visual studio code ใช้เป็นโปรแกรมหลักในการเขียนโปรแกรม
3) Excel ใช้เป็นโปรแกรมในการเก็บข้อมูลทางสถิต
4) XAMPP ใช้จำลองเว็บเซิร์ฟเวอร์เพื่อทดลองโปรแกรมระหว่างพัฒนา
   - Apache ใช้ในการให้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันผ่านโพรโตคอล HTTP
   - MySQL เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล
   - php MyAdmin เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการและบริหารจัดการฐานข้อมูล
5) Bootstrap 5 เป็น เฟรมเวิร์ก CSS ที่ช่วยสร้างหน้าเว็บให้ Responsive
6) ชุดคำสั่งภาษา PHP 7 เป็นภาษาโปรแกรมที่ใช้พัฒนาเว็บไซต์
7) ชุดคำสั่งภาษา CSS 3 ใช้ในการกำหนดรูปแบบและสไตล์ของ เว็บไซต์
8) ชุดคำสั่งภาษา HTML 5 ใช้ในการสร้างโครงสร้างหน้าเว็บเพจโดย ใช้ตัวแทนของแท็กใช้ตัวแทนของแท็ก
9) Veo 3 เป็นเครื่องมือสร้างวิดีโอด้วย AI ที่ช่วยผลิตวิดีโอจากข้อความ (Prompt)
10) Gemini ใช้ในการคิดสคริปต์ สร้าง Prompt ในการนำไปสร้างวิดีโอ
11) TikTok เป็นเครื่องมือโซเชียลมีเดียสำหรับโพสต์คลิปวิดีโอสั้น

12) CapCut เป็นโปรแกรมตัดต่อวิดีโอบนมือถือและคอมพิวเตอร์

1.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่ เลขที่ 128 ถนนห้วยแก้ว ตำบลช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300

1.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ตารางที่ 1.1 แผนการดำเนินงาน

ปีการศึกษา / แผนการดำเนินการ	2568					2569		
	ส.ค.	**ก.ย.**	**ต.ค.**	**พ.ย.**	**ธ.ค.**	**ม.ค.**	**ก.พ.**	**มี.ค.**
1. ศึกษาและกำหนดความต้องการ	■							
2. วิเคราะห์ออกแบบระบบและวางแผนธุรกิจ		■	■					
3. พัฒนาเครื่องมือสำหรับโครงงาน			■	■				
4. ดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางแผน		■	■	■	■	■		
5. สรุปผลการดำเนินโครงงาน							■	■
6. จัดทำเอกสารดำเนินโครงงาน							■	■

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

TikTok Affiliate คือระบบพันธมิตรของ TikTok ที่ช่วยให้ผู้สร้างคอนเทนต์สามารถแนบลิงก์สินค้าในคลิปของตนเองได้ เมื่อมีการซื้อสินค้าผ่านลิงก์นั้น ผู้สร้างคอนเทนต์จะได้รับค่าคอมมิชชั่นจากยอดขาย

Generate AI (Generative Artificial Intelligence) คือเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถสร้างหรือผลิตเนื้อหาใหม่ได้โดยอัตโนมัติจากข้อมูลที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เสียง หรือโค้ด โดยอาศัยแบบจำลองการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning)

และเครือข่ายประสาทเทียม (Neural Networks) ซึ่งนิยมใช้ในงานสร้างสรรค์เนื้อหา การตลาดดิจิทัลและการพัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ

Click–Through Rate (CTR) หมายถึง อัตราส่วนของจำนวนครั้งที่ผู้ชมคลิกที่ลิงก์ในคลิปวิดีโอเทียบกับจำนวนครั้งที่คลิปนั้นถูกเปิดชม เป็นตัวชี้วัดความสนใจและประสิทธิภาพของเนื้อหาในการกระตุ้นผู้ชมให้ทำการคลิก

Prompt หมายถึง ข้อความ คำสั่ง หรือคำถามที่ผู้ใช้งานป้อนเข้าไปเพื่อกระตุ้นให้ระบบ AI สร้างคำตอบ หรือประมวลผลข้อมูลตามที่ร้องขอ ซึ่ง Prompt อาจเป็นข้อความสั้น ๆ หรือคำอธิบายอย่างละเอียดก็ได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้งาน เช่น การให้ AI สร้างบทความ วาดภาพ เขียนโค้ด หรือวิเคราะห์ข้อมูล