



รายงานผลการดำเนินโครงการบริการวิชาการแก่สังคม  
เนื่องในวันสถาปนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชครบรอบ 45 ปี  
การอภิปรายทางวิชาการ หัวข้อ ค้าขายออนไลน์ต้องรู้ หลักการและหลักเกณฑ์เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน  
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

หัวหน้าโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญชัย วลีธรรมสวัสดิ์

ได้รับจัดสรรงบประมาณ  
ในการดำเนินโครงการบริการวิชาการแก่สังคม  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

## คำนำ

โครงการบริการวิชาการแก่สังคม การอภิปรายทางวิชาการ หัวข้อ คำขายออนไลน์ต้องรู้ หลักการ และหลักเกณฑ์เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน ซึ่งจัดขึ้นเนื่องในวันสถาปนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครบรอบ 45 ปี ซึ่งสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้และเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายออนไลน์ หลักการและหลักเกณฑ์เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนให้กับบุคลากรในองค์กร และผู้ที่สนใจ ซึ่งสามารถนำความรู้ไปใช้ในงานของตน และต่อยอดพัฒนาไปสู่ความรู้ด้านอื่นๆที่สลับซับซ้อนได้มากขึ้น

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขอขอบคุณ บุคลากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานในครั้งนี้ และทุกภาคส่วนที่ช่วยผลักดันให้การจัดงานในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

..ธุรกิจ **ปัง**  
คอนเทนต์ **ดัง**  
**เพิ่ม**ยอดฟอล..



**TikTok**  
**Marketing**

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลลิตา สันติวรรักษ์



- Certificate of Google Analytics
- Certificate of Google Ads Search
- Certificate of Google Ads Measurement
- Certificate of Google Ads Fundamental
- Certificate of Google Shopping Ads



ที่ปรึกษาด้าน Digital Marketing  
บริษัท สีมี่ จำกัด (ผู้ผลิต Eminent Air)

อดีตผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

อดีตที่ปรึกษาด้านดิจิทัล

SCB Business Center สยามสแควร์

ผู้เชี่ยวชาญการตรวจประเมิน

ด้านวิชาชีพเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและ  
ดิจิทัลคอนเทนต์ สาขาซอฟต์แวร์และการประยุกต์  
จากสถาบันรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)



## วิทยากรรับเชิญ

## ผู้เชี่ยวชาญศาสตราจารย์ลลิตา สันติวรภักษ์

- Smart Logistics with Digital Marketing 360o ในงาน Logistics Automation Expo 2023
- Facebook Marketing สำหรับผู้เรียนโครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่ หลักสูตรวิทยาศาสตร์อาหาร มหาวิทยาลัยรังสิต
- Facebook Marketing สำหรับนักศึกษาหลักสูตรดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- การทำการตลาดดิจิทัลด้วย TikTok จังหวัดเชียงใหม่ โครงการของ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Digital Marketing สำหรับทีมการตลาด บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) (ทีมอิมแพค เมืองทองธานี)
- การตลาดดิจิทัล สำหรับเจ้าหน้าที่ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- การใช้งาน Social Media อย่างปลอดภัย สำหรับวัยเก๋า สำหรับผู้เกษียณอายุ ธนาคารแห่งประเทศไทย
- โครงการ Smart Finance 2021 (กรุงศรีอโต้ ไฟแนนซ์ บริษัทในเครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา)
- Digital Data Analytics Project สำหรับทีมวิจัย สถาบันโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ThaiPBS)
- หลักการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับบุคลากร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- Principle of Customer Journey สำหรับพนักงานการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ การรถไฟฟ้ามหานคร
- โครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม NEC 2017- 2020 : New Entrepreneur Creation (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม)
- Digital Marketing 360 องศา สำหรับธุรกิจค้าปลีก สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก (SCB Business Center)
- ผู้ดำเนินรายการในงานเสวนาหัวข้อ “Digital Marketing ขับเคลื่อนแบรนด์ สแตนดอย่างชัดเจน” ในงาน COSMEX 2018 : ASEAN’s Only Exhibition on Manufacturing Technologies, Machinery, Packaging & ODM/OEM Services for Cosmetics, Personal Care & Dietary Supplement Products
- เทคนิคการใช้ LINE@ ต่อยอดธุรกิจให้ยอดขายพุ่ง สำหรับสมาชิกระดับ Privilege นิตยสาร SME Thailand
- เวิร์คช็อปจุดประกายไอเดียช่วยการสร้างอาชีพผ่าน LINE@ เบื้องต้น โครงการ Retire Restart สู่วัยแล้วไง ชีวิตใหม่สร้างได้ จัดโดยธนาคารออมสินและนิตยสารไอลันลา
- เพิ่มยอดขายด้วย LINE@ โครงการ Young Explorers by Eminent Air (บริษัท อีมีแนนท์แอร์ (ประเทศไทย) จำกัด)
- เทคนิคการใช้ LINE@ ต่อยอดธุรกิจอาหารให้ยอดขายพุ่ง (SCB Business Center สาขาสยามสแควร์)
- โครงการบุกตลาดออนไลน์อย่างไรในยุค 4.0 สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA)

# Topics

- 📺 Social Media Thailand 2023
- 📺 TikTok Marketing
- 📺 Video Marketing Technique
- 📺 TikTok Trends
- 📺 Create Video Content on TikTok

JAN  
2023

# TIKTOK: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE AGED 18+ THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADS ON TIKTOK

**NOTE:** PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



POTENTIAL REACH OF ADS  
ON TIKTOK (AGE 18+ ONLY)



40.28  
MILLION

TIKTOK AD REACH AGE 18+  
vs. TOTAL POPULATION



56.1%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE  
IN REPORTED TIKTOK AD REACH



-1.8%  
-750 THOUSAND

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN  
REPORTED TIKTOK AD REACH



+12.5%  
+4.5 MILLION

TIKTOK AD REACH AGE 18+  
vs. TOTAL INTERNET USERS



65.8%

TIKTOK AD REACH AGE 18+  
vs. POPULATION AGE 18+



69.1%

FEMALE TIKTOK AD REACH  
vs. TOTAL TIKTOK AD REACH



60.0%

MALE TIKTOK AD REACH  
vs. TOTAL TIKTOK AD REACH



40.0%

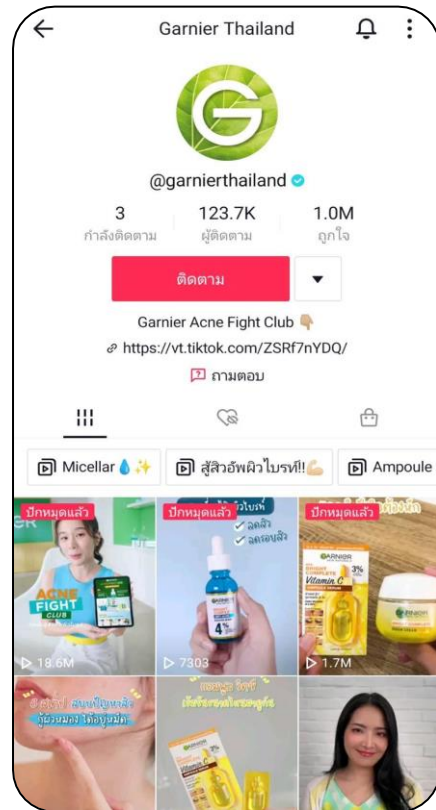
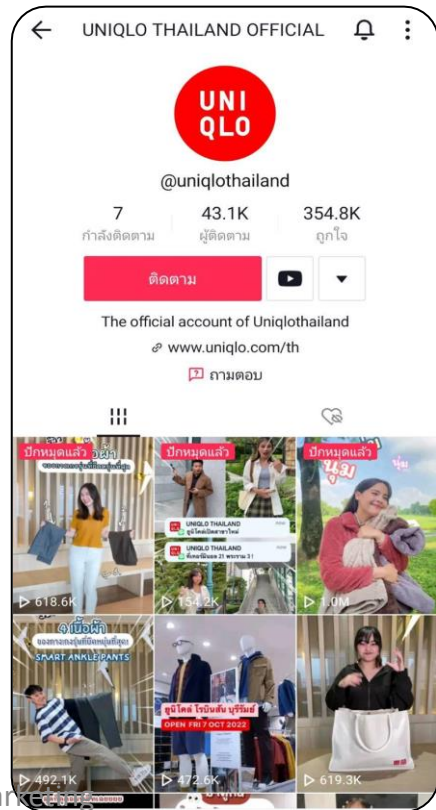
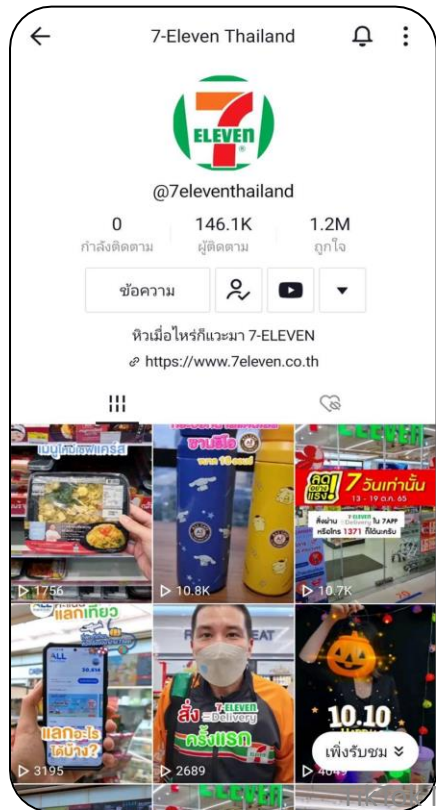
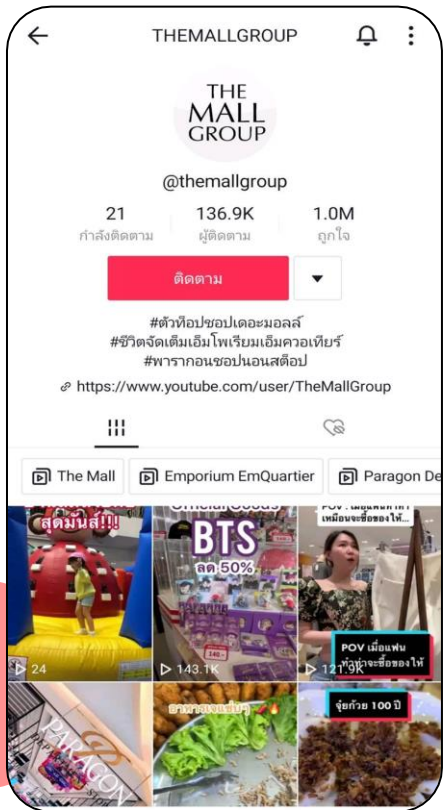
**SOURCES:** TIKTOK'S ADVERTISING RESOURCES; KEPIOS ANALYSIS. **NOTES:** DOES NOT INCLUDE DOUYIN. REACH DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR "FEMALE" AND "MALE" USERS AGED 18+. DATA ARE NOT AVAILABLE FOR ALL LOCATIONS; FIGURES BASED ON MIDPOINTS OF AVAILABLE DATA ONLY. **ADVISORY:** REACH FIGURES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS OR MATCH THE TOTAL ACTIVE USER BASE. VALUES vs. POPULATION AND vs. INTERNET USERS MAY EXCEED 100% DUE TO DUPLICATE AND FAKE ACCOUNTS, USE OF DIFFERENT RESEARCH DATES, AND DIFFERENCES IN CENSUS DATA vs. RESIDENT POPULATIONS. SOURCE DATA REVISIONS MAY DISTORT VALUES FOR CHANGE OVER TIME. **COMPARABILITY:** SOURCE DATA REVISIONS. VALUES MAY NOT BE COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

TikTok Marketing



# ทำไมต้องทำ TikTok Marketing

- TikTok ตอบโจทย์พฤติกรรมความชอบของผู้บริโภค
- นำเสนอสินค้า และ บริการให้กับลูกค้าได้ภายใน ระยะเวลาที่รวดเร็ว
- Engagement สูงเมื่อเทียบกับแพลตฟอร์มอื่น



# ข้อดี..ในการทำ Video Marketing



สร้าง**การรับรู้** โพรโมต  
ธุรกิจ/การบริการ



ช่วย**เพิ่ม**  
ยอดขาย



สร้าง**ความสัมพันธ์**  
ระหว่างแบรนด์และ  
ลูกค้า



**ดึงดูดความสนใจ**  
ทำให้ลูกค้า  
ตัดสินใจ  
ซื้อของได้ง่ายขึ้น



**สื่อสารได้ชัดเจน**  
มากกว่าคอนเทนต์  
ประเภทอื่น





# 7 Step สร้างแบรนด์ด้วย Video Marketing

สินค้าที่ต้องการนำเสนอ  
แก้ไข Pain Point ให้กับ  
กลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร



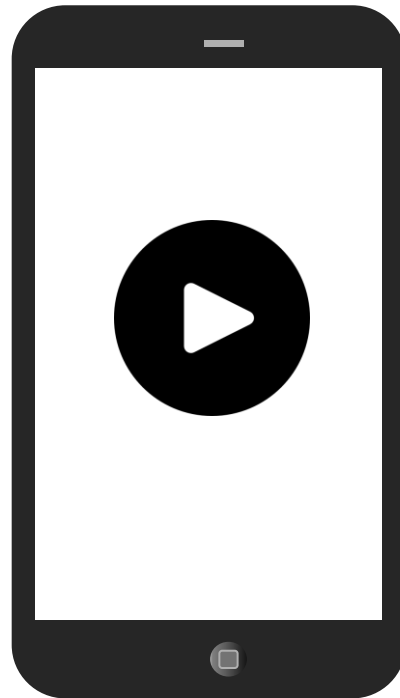
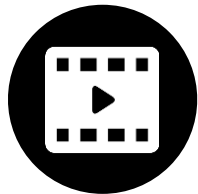
วางสคริปต์และครีเอท  
การนำเสนอ



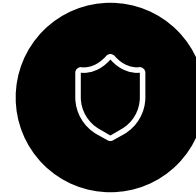
สร้างสไตล์ของตัวเอง  
เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์



ถ่ายและตัดต่อวิดีโอให้  
น่าสนใจ



เผยแพร่คลิปใน  
ช่องทางที่เหมาะสม



วัดผลลัพธ์ของวิดีโอ



ปรับปรุง Content  
ตาม feedback  
จากกลุ่มเป้าหมาย

# ปั้นแบรนด์ให้ดัง สร้างความปังให้คอนเทนต์



- สั้น กระชับ เข้าใจง่าย
- ทำคลิปแนวตลก
- สร้าง Character ให้ชัดเจน
- ทำคอนเทนต์ หรือ Cover ที่เป็นกระแส
- ใช้เพลง และ Hashtag ที่อยู่ในกระแส
- เข้าร่วม Challenge ของ TikTok
- ไม่เน้นขายตรง
- ลงคลิปสม่ำเสมอ โฟกัสในช่วงเวลาที่เหมาะสม
- แชรคลิปไปยังช่องทางอื่นๆ