

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทในสื่อออนไลน์ผ่านทางทวิตเตอร์ โดยใช้บัญชีผู้ใช้ MThai ปี 2560 มุ่งเน้นการนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบของข้อความบรรยายให้มีความแปลกใหม่ สร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดผู้ใช้งานแอปพลิเคชันทวิตเตอร์ ให้เกิดความสนใจที่นำไปสู่การคลิกลิงก์ไปยังหน้าเว็บไซต์ MThai.com ซึ่งทั้งหมดนี้ผู้จัดทำได้ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมานำเสนอในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 2.1 ความหมายของสื่อออนไลน์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของสื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ คือสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานทุกมุมโลกให้ปรากฏบนอุปกรณ์ที่สามารถรองรับการเชื่อมต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน รวมถึงอุปกรณ์สื่อสารอื่นๆที่รองรับการเชื่อมต่อ โดยผู้ใช้งานสามารถเลือกรับสื่อต่างๆผ่านอุปกรณ์ที่กล่าวถึงเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงต่างๆ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิด จากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่างๆไปยังผู้รับสาร

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้ใช้บริการเข้าด้วยกันเป็นสังคมอีกสังคมหนึ่ง ผ่านการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ข้อมูล หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความสนใจร่วมกัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกัน โดยใช้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกันเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสาร และสืบค้นข้อมูลจากเครือข่ายต่างๆ ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งรวมสารสนเทศจากทุกมุมโลกมาไว้ด้วยกัน

กล่าวคือ การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่เชื่อมต่อกันโดยระบบอินเทอร์เน็ต โดยการสื่อสารนั้นเป็นได้ทั้ง ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ตัวอักษรต่างๆ ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์มาใช้ในการอธิบายการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่องการเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทในสื่อออนไลน์ผ่านทางทวิตเตอร์ โดยใช้บัญชีผู้ใช้ MThai ในปี 2560

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์

ความหมายของการตลาดออนไลน์

เป็นการสื่อสารการตลาดที่นำเอาเทคโนโลยีต่างๆที่ทันสมัยเข้ามาเป็นสื่อกลาง ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ ที่เชื่อมโยงด้วยระบบอินเทอร์เน็ต ใช้กระบวนการถ่ายทอดข้อความจากองค์กรไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

รูปแบบของการตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook, โฆษณา Google, โฆษณา Youtube, โฆษณา Instagram มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่างๆ ในการ โฆษณาเว็บไซต์หรือ โฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจ จนกระทั่งเข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเราในที่สุด โดยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) สามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้

1. **Search Engine Marketing** คือการตลาดบน Search Engine เป็นการทำให้สินค้าของเราติดอันดับการค้นหาในลำดับแรกๆ ซึ่งจะทำให้เราถูกค้นพบได้ง่ายและถูกคลิกได้บ่อยกว่าเว็บไซต์ที่อยู่ด้านล่างหรืออยู่ในหน้าถัดไป แบ่งออกเป็น SEO (การทำเว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับของ Google) กับ PPC (การซื้อ Ads บน Google)

2. **Email Marketing** คือ การตลาดที่ทำผ่านอีเมล เพื่อส่งข่าวสาร โปรโมชันต่าง ๆ ถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นการตลาดที่ต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการตลาดในรูปแบบอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นการทำตลาดที่ตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงผู้รับภายในเวลาอันรวดเร็ว

3. **Social Marketing** คือ การตลาดที่ทำผ่าน Social Network ต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest ฯลฯ ซึ่ง Social Marketing กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งานสูงกว่าแหล่งออนไลน์ประเภทอื่น

กล่าวคือ การตลาดออนไลน์เป็นการมุ่งหวังสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าของภายในองค์กรให้เป็นที่รู้จักโดยใช้เทคนิคการตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อจูงใจให้ผู้ที่ใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์เกิดความสนใจ โดยใช้เว็บไซต์เครื่องมือช่วยค้นหา (Google.com) ทั้งนี้ผู้ที่ศึกษาได้นำแนวคิดการตลาดออนไลน์มาใช้ในการอธิบายการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่อง การเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทในสื่อออนไลน์ผ่านทางทวิตเตอร์ โดยใช้บัญชีผู้ใช้ MThai ในปี 2560

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทในสื่อออนไลน์ผ่านทางทวิตเตอร์ โดยใช้บัญชีผู้ใช้ MThai ปี 2560 ยังไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกัน ผู้เขียนจึงได้รวบรวมงานวิจัยที่มีแนวคิดใกล้เคียงหรือเกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ตไว้ ดังนี้

ปิโยรส นะประสิทธิ์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องแผนการตลาดสำหรับเว็บไซต์ thaibabyname.com พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่สำคัญได้แก่กลุ่มครอบครัวทันสมัยที่ต้องการตั้งชื่อหรือเปลี่ยนชื่อให้กับสมาชิกในครอบครัว แผนการตลาดที่เหมาะสมของเว็บไซต์คือกลยุทธ์การตลาดระยะสั้น ได้แก่การพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ให้เป็นเว็บไซต์ทันสมัย ปรับปรุงฐานข้อมูลชื่อดี การปรับปรุงบริการให้เหมาะสมกับราคาที่กำหนด การยกเลิกช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และการเพิ่มการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก สำหรับกลยุทธ์การตลาดระยะยาวเพื่อการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง

พรศิริ สุทธิรัตน์ชัยชาญ (2553) ทำการศึกษาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ของเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย เพื่อศึกษาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ของเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย โดยเฉพาะระบบร้านค้าเสมือน และได้กำหนดองค์ประกอบในการทำธุรกิจเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 4 ด้านได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านการวางแผนธุรกิจ 2) องค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน 3) องค์ประกอบด้านเนื้อหาการออกแบบเว็บไซต์ 4) องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อการจัดการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า