FIT² KM NEXT FOR GENERATION EDUCATION INNOVATION NEXT AND FASTNESS

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

FIT²

ชื่อผู้แต่ง

ผศ.ดาริกา แสนพวง

และอาจารย์โปรแกรมวิชาการตลาดดิจิทัล

และธุรกิจสมัยใหม่

คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

ประเภทผลงาน

การสอนและการสร้าง

นักปฏิบัตินวัตกรรม

และการเป็นผู้ประกอบการ

การจัดการความรู้ด้าน TikTok Marketing

เพื่อสร้างนักปฏิบัติและผู้ประกอบการดิจิทัล



01 ความเป็นมาและความสำคัญ

TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่ทรงพลังต่อการตลาดดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะการซื้อสินค้าผ่านวิดีโอสั้นและ TikTok Shop อย่างโรกิกาฆนักศึกษาและผู้ประกอบการยังขาดทักษะด้านการสร้างคอนเทนต์ การวิเคราะห์ผู้บริโภค การใช้ AI และการใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ เต็มศักยภาพ จึงนำแนวคิด **การจัดการความรู้ (KM)** มาประยุกต์ใช้ เพื่อรวบรวม ถ่ายทอด แลกเปลี่ยน และพัฒนาองค์ความรู้ด้าน TikTok Marketing ผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ พัฒนานักศึกษาให้เป็น "นักปฏิบัติจริง" และต่อยอดสู่การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล

02 วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาทักษะด้าน TikTok Marketing ให้แก่นักศึกษาและผู้ประกอบการชุมชน
2. เพื่อสร้างกระบวนการจัดการความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลที่สามารถถ่ายทอดและต่อยอดได้
3. เพื่อพัฒนานักศึกษาให้เป็นนักปฏิบัติและผู้ประกอบการดิจิทัลที่สามารถสร้างรายได้จริง

เป้าหมาย

- นักศึกษาร้อยละ **80** สามารถสร้างคอนเทนต์ TikTok เพื่อการตลาดได้จริง
- ยอดเข้าชมวิดีโอออนไลน์และยอดขายเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ **30%**
- ผลิตคลิปวิดีโอเพื่อการตลาดมากกว่า **40** คลิป

03 วิธีการดำเนินงาน (PDCA)

P Plan

1. สำรวจปัญหาและความต้องการของนักศึกษาและผู้ประกอบการ
2. รวบรวมองค์ความรู้ด้าน TikTok Marketing จากผู้เชี่ยวชาญและกรณีศึกษา

D Do

3. จัด Workshop เชิงปฏิบัติการด้าน TikTok Marketing
4. ใช้เครื่องมือดิจิทัลและ AI ในการสร้างคอนเทนต์

C Check

5. จัดกิจกรรม Community of Practice (CoP) เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้

A Act

6. ติดตามผลและ Coaching รายกลุ่ม ปรับปรุง พัฒนา และต่อยอดองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

04 ผลการดำเนินงาน

- ผลิตคลิปวิดีโอเพื่อการตลาด มากกว่า **40 คลิป**
- ยอดเข้าชมรวมมากกว่า **200,000+ Views**
- ช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าหรือบริการ **30–40%**
- เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกัน ระหว่างนักศึกษา อาจารย์ และผู้ประกอบการชุมชน

05 สรุปผลการประเมินโครงการ

ความพึงพอใจโดยรวม

★ ★ ★ ★ ★

4.72 / 5.00

ระดับความพึงพอใจ **มากที่สุด**

คิดเป็นร้อยละ **94.40**

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับนักศึกษา

- **100%** สามารถสร้างคลิป TikTok ได้จริง
- **85.71%** ใช้ AI ช่วยสร้างคอนเทนต์
- **78.57%** ใช้ TikTok Shop ได้และทดลองขายสินค้า
- **64.29%** มีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นและเข้าร่วมกิจกรรม
- **50.00%** สร้างรายได้จากการขายออนไลน์หรือคอนเทนต์

ความคิดเห็นของนักศึกษา

- เนื้อหาทันสมัย ใช้ได้จริงและเป็นประโยชน์มาก
- ได้รับทักษะการทำตลาดออนไลน์และการสร้างคอนเทนต์
- ต้องการ Workshop เพิ่มเติมด้านการตัดต่อวิดีโอและการไลฟ์สด
- สามารถนำไปต่อยอดสร้างรายได้และเป็นอาชีพในอนาคต

06 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- การจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง (Learning by Doing)
- การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่
- การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการชุมชนและเครือข่ายภายนอก

07 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

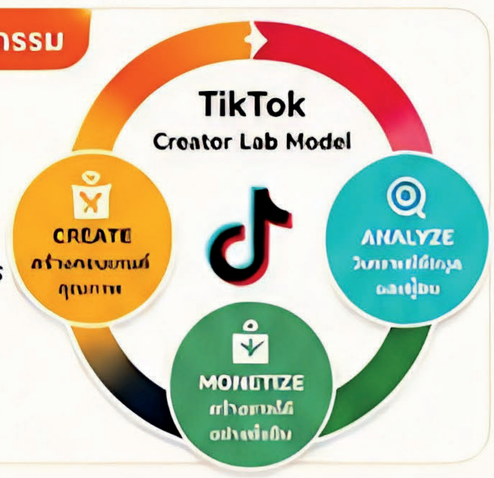
ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
นักศึกษาบางส่วนขาดทักษะการตัดต่อวิดีโอ	จัดอบรมเพิ่มเติมด้านการใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ
ผู้ประกอบการบางรายไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล	Coaching รายบุคคลและสร้างคู่มือการใช้งานที่เข้าใจง่าย
การเปลี่ยนแปลงของ Algorithm บน TikTok อย่างต่อเนื่อง	ติดตามเทรนด์และปรับปรุงองค์ความรู้อย่างสม่ำเสมอ

08 การต่อยอดองค์ความรู้ / นวัตกรรม

เกิดนวัตกรรมการเรียนรู้

"TikTok Creator Lab Model"

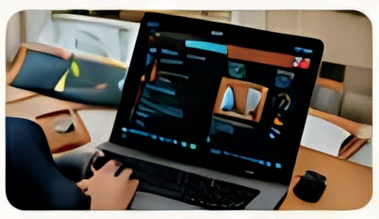
รูปแบบการเรียนรู้เชิงปฏิบัติที่บูรณาการการตลาดดิจิทัล AI และการเป็นผู้ประกอบการเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างนักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลอย่างครบวงจร เริ่มใช้ในการศึกษา 1/2569

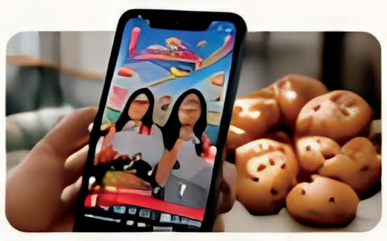


09 ภาพกิจกรรม (กิจกรรม Workshop และการเรียนรู้)


Workshop สร้างคอนเทนต์


ถ่ายทำคลิปคลิปวิดีโอ


ใช้ AI ช่วยสร้างคอนเทนต์


TikTok Shop & Live


แลกเปลี่ยนเรียนรู้ (CoP)


Coaching รายกลุ่ม

เรียนรู้จริง ปฏิบัติจริง สร้างคุณค่า สู่ความสำเร็จด้านการตลาดดิจิทัล