

ชื่อโครงการ	การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram กรณีศึกษาร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink
โดย	นางสาวลดาวัลย์ ตาคำ รหัสนักศึกษา 65541207042-8 นางสาวแหวน คำนวน รหัสนักศึกษา 65541207166-5
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สังจักรธรรม สุภาจันทร์
หลักสูตร	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

ร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink เป็นร้านค้าออนไลน์ที่เพิ่งเปิดทำการ ไม่มีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการร้าน ผู้จัดทำได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงมีความสนใจที่จะสร้างเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink เพื่อเป็นสื่อกลางในการขายสินค้าไปยังแพลตฟอร์มที่กำหนด และสร้างช่องทางการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์ม ดิจิทัล (TikTok) และอินสตราแกรม (Instagram) ร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink 2) เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัลร้านกำไลข้อมือ BlinkBlink

การดำเนินงานในด้านการพัฒนาเว็บไซต์ได้มีการออกแบบและพัฒนาขึ้นด้วยภาษา พีเอชพี (PHP), เอชทีเอ็มแอล (HTML), ซีเอสเอส (CSS), จาวาสคริปต์ (JavaScript) และมายเอสคิวแอล (MySQL) สำหรับการดำเนินงานในด้านการดำเนินธุรกิจได้มีการเขียนแผนธุรกิจวิเคราะห์ธุรกิจโดยใช้โมเดล SWOT การเพิ่มประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยใช้กลยุทธ์ 4P และใช้เครื่องมืออัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) ในการวัดผลประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล

สรุปผลการดำเนินงานด้านเว็บไซต์ เว็บไซต์สามารถใช้งานได้จริง สามารถสนับสนุนการทำงานในส่วนของผู้ใช้ระบบและผู้ใช้งานทั่วไปได้ และสรุปผลการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจเมื่อนำผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพจะเห็นว่าแพลตฟอร์ม Instagram มียอดผู้ติดตาม ยอดกดไลค์ ยอดการรับชม ยอดการกดบันทึกโพสต์ และยอดขายที่สูงกว่า ดิจิทัล (TikTok) อย่างชัดเจน สาเหตุอาจมาจากลักษณะของ อินสตราแกรม (Instagram) ที่เอื้อต่อการซื้อขายสินค้าโดยตรงมากกว่า ดิจิทัล (TikTok) ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ยุ่งยากในการใช้งาน