

บทที่ 5

สรุปและขอเสนอแนะ

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาด ดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลและอินสตาแกรม กรณีศึกษา ร้านกำไลข้อมือ ร้าน BlinkBlink มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ในแพลตฟอร์มออนไลน์ และเพื่อวางแผนการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้าน บทที่ 5 นี้จะเป็นการสรุปผลการดำเนินงาน ปัญหา และอุปสรรค รวมถึงข้อเสนอแนะ สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

5.1.1 สรุปผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์

จะเห็นได้ว่าการดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ พบว่า เว็บไซต์ของผู้จัดทำมีการจัดระเบียบที่ชัดเจนและนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ เพื่อลดความสับสนให้กับผู้ใช้ และเลือกใช้สีที่สอดคล้องกัน และพอนต์ที่อ่านง่าย เพื่อสร้างความน่าสนใจ ช่วยให้ผู้ใช้สามารถอ่านข้อมูลได้สะดวก ระบบมีความเหมาะสมและใช้งานได้จริง รองรับการทำงานทั้งผู้ดูแลระบบ และผู้ใช้งานทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ของ ชัยมงคล เทพวงษ์ (2560) อธิบายเกี่ยวกับหลักการออกแบบเว็บไซต์ไว้ว่าเว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม เน้นการใช้งานระบบอย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้งานที่สะดวก และตรงตามความต้องการของผู้ใช้ระบบที่พัฒนาขึ้นมา นั้นสามารถทำงานได้ ผู้จัดทำได้พัฒนาระบบขึ้นมาสามารถทำงานได้ อาทิเช่น การจัดการสินค้า และการจัดการผู้ใช้งานระบบ ซึ่งระดับการในการใช้งานแบ่งเป็น 2 ระดับได้แก่

1) ผู้ดูแลระบบ สามารถลงชื่อเข้าสู่ระบบ สามารถแก้ไขข้อมูลผู้ใช้งานระบบ สามารถจัดการสินค้าได้

2) ผู้ใช้งานทั่วไป สามารถเรียกดูสินค้า สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้า และสามารถติดต่อกับร้านค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หน้าเว็บไซต์ได้

จากการดำเนินงานพบว่าสามารถนำเว็บไซต์ไปใช้งานได้จริง ลูกค้าสามารถเข้าชมสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ และเว็บไซต์ยังเป็นตัวกลางที่นำไปสู่การขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลและอินสตาแกรมได้

5.1.2 สรุปผลการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจ

สรุปผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล และอินสตราแกรม

กลยุทธ์ที่ 1) กลยุทธ์ทางการตลาดการใช้กิจกรรม และการส่งเสริมการขาย

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

สรุปผลการดำเนินงานการจัดกิจกรรมแจกก่าไลเฟรี ในเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ร้านค้าเพิ่งเปิดทำการ ส่งผลให้มียอดอัตราการมีส่วนร่วมโดยการเข้าถึงโพสต์ที่จัดกิจกรรมแจกก่าไลเฟรี อยู่ที่ 44.31% ทำให้มียอดขายในเดือนมิถุนายนน้อยกว่าเดือนพฤษภาคม

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มอินสตราแกรม

สรุปผลการดำเนินงานการจัดกิจกรรมแจกก่าไลเฟรี ในเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ร้านค้าเพิ่งเปิดทำการ ส่งผลให้มียอดอัตราการมีส่วนร่วมโดยการเข้าถึงโพสต์ที่จัดกิจกรรมแจกก่าไลเฟรี อยู่ที่ 45.32% ทำให้เกิดการบอกต่อ แชร์ต่อจนกลายเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับร้าน ช่วยสร้างฐานข้อมูลลูกค้า เพิ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ยอดขายในเดือนมิถุนายนเพิ่มมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2) การเลือกเวลาโพสต์บนแพลตฟอร์มสำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

สรุปผลการดำเนินงานการเลือกเวลาโพสต์ ผู้จัดทำได้ทำการโพสต์ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ส่งผลให้มียอดการเข้าชม ยอดการกดติดตาม ยอดไลค์ และยอดการกดบันทึกโพสต์เพิ่มมากขึ้นในแต่ละเดือน แต่ยังคงน้อยกว่าแพลตฟอร์มอินสตราแกรมเนื่องจากเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์นั้นมักจะแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมของผู้ใช้แพลตฟอร์มในแต่ละช่วงเวลา

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มอินสตราแกรม

สรุปผลการดำเนินงานการเลือกเวลาโพสต์ ผู้จัดทำได้ทำการโพสต์ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ส่งผลให้มียอดการเข้าชม ยอดการกดติดตาม ยอดไลค์ และยอดการกดบันทึกโพสต์เพิ่มมากขึ้นในแต่ละเดือน ซึ่งสูงกว่าแพลตฟอร์มดิจิทัล สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

กลยุทธ์ที่ 3) กลยุทธ์การโพสต์คอนเทนต์วิดีโอสั้นๆเกี่ยวกับสินค้า

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

สรุปผลการดำเนินงานการโพสต์คอนเทนต์วิดีโอที่เกี่ยวกับสินค้า จากเดือนสิงหาคม ยอดขายทางแพลตฟอร์มติ๊กต็อกที่ลดลง ผู้จัดทำได้ทำการปรับเปลี่ยนแนวทางการทำคอนเทนต์เกี่ยวกับสินค้าในเดือนกันยายน ทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มอินสตราแกรม

สรุปผลการดำเนินงานการโพสต์คอนเทนต์วิดีโอที่เกี่ยวกับสินค้า จากเดือนสิงหาคม ยอดขายทางแพลตฟอร์มอินสตราแกรมที่ลดลง ผู้จัดทำได้ทำการปรับเปลี่ยนแนวทางการทำคอนเทนต์เกี่ยวกับสินค้าในเดือนกันยายน ทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น และยังคงสูงกว่าแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

กลยุทธ์ที่ 4) กลยุทธ์การจัดแคมเปญจัดส่งฟรี

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

สรุปผลการดำเนินงานการจัดแคมเปญจัดส่งฟรี ส่งผลให้มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงน้อยกว่าแพลตฟอร์มอินสตราแกรม เนื่องจากการจัดแคมเปญจัดส่งฟรีในแพลตฟอร์มติ๊กต็อกนั้น ยอดขั้นต่ำต้อง 150 บาทขึ้นไป ตามโค้ดส่วนลดที่ทางแพลตฟอร์มติ๊กต็อก จัดขึ้นในช่วงเวลานั้น ๆ ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่คุ้มค่าในการใช้แคมเปญ

- สรุปผลการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มอินสตราแกรม

สรุปผลการดำเนินงานการจัดแคมเปญจัดส่งฟรี ส่งผลให้มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสูงกว่าแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เนื่องจากแพลตฟอร์มอินสตราแกรมนั้นสามารถจัดส่งฟรีได้เมื่อซื้อสินค้าขั้นต่ำ 3 เส้น ซึ่งรวมแล้วราคาขั้นต่ำในการใช้แคมเปญน้อยกว่าแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่าในการใช้แคมเปญ สามารถกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

จากการสรุปผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลด้วยแพลตฟอร์มติ๊กต็อกและอินสตราแกรม เมื่อนำผลเปรียบเทียบมาวิเคราะห์แล้วพบว่า แพลตฟอร์มอินตาแกรม มียอดผู้ติดตาม ยอดกดไลค์ ยอดการเข้าชม ยอดการกดบันทึกโพสต์ และยอดขายที่สูงกว่าแพลตฟอร์มติ๊กต็อกอย่างชัดเจน สาเหตุอาจมาจากลักษณะของแพลตฟอร์มอินสตราแกรมที่เอื้อต่อการซื้อขายสินค้าโดยตรงมากกว่าแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ซึ่งเน้นความบันเทิง และการเข้าชม

เป็นหลัก และแพลตฟอร์มอินสตราแกรมนั้นสามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว เพราะลูกค้าสามารถแชทหาร้านค้าได้โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการคอมเมนต์หรือทักแชทเพื่อสอบถามรายละเอียด และสั่งซื้อสินค้าได้ทันทีทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ยุ่งยากในการใช้งาน

5.2 ปัญหาและอุปสรรค

5.2.1 การเปลี่ยนแปลงฟีเจอร์ของแพลตฟอร์มดีกดีอก และอินสตาแกรม มีการอัปเดตฟีเจอร์ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผลการเปรียบเทียบอาจเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาที่ทำ

5.2.2 ดีกดีอกและอินสตาแกรม เป็นแพลตฟอร์มที่มีการแข่งขันทางการตลาดสูง โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าแฟชั่น เช่น กำไลข้อมือ ทำให้ยากต่อการขายสินค้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ในการทำการตลาดออนไลน์ต้องใช้ระยะเวลาที่มาก แนะนำให้ผู้ที่ศึกษาโครงการเล่มนี้ เพื่อระยะเวลาในการทำการตลาดออนไลน์ที่มากขึ้น

5.3.2 ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่นอกเหนือจากโครงการเล่มนี้ให้มากขึ้น