

ชื่อโครงการ	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านวิดีโอระหว่าง Tiktok กับ Facebook กรณีศึกษา ร้านขายกระเป๋ามือสอง Freitag_feun958
โดย	นางสาวกิตติพันธ์ วันรุ่งอรุณ รหัส 65541207007-1 นางสาวนภัสกร นันตาเครือ รหัส 65541207027-9
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์เทวา พรหมนุชานนท์
หลักสูตร	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

โครงการการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านวิดีโอระหว่าง Tiktok กับ Facebook กรณีศึกษา ร้านขายกระเป๋ามือสอง Freitag_feun958 ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่าง Tiktok และ Facebook
- 2) เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัลของร้าน Freitag_feun958 โดยมีขอบเขตการวิจัยในด้านการพัฒนาเว็บไซต์และการดำเนินธุรกิจ อาศัยทฤษฎีและแนวคิดด้านการตลาดดิจิทัลและการออกแบบหน้าเว็บไซต์ ด้านการพัฒนาเว็บไซต์สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวกลางในการกระจายสินค้าไปยังแพลตฟอร์มที่กำหนดไว้ ด้านการดำเนินธุรกิจเป็นการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ขึ้นมาเพื่อจัดจำหน่ายสินค้า และเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล ผลสถิติจากการเปรียบเทียบแอปพลิเคชันทั้งสองแพลตฟอร์ม

การดำเนินงานในด้านการพัฒนาเว็บไซต์ได้มีการออกแบบและพัฒนาขึ้นด้วยภาษา พีเอชพี (PHP), เอชทีเอ็มแอล (HTML), ซีเอสเอส (CSS), จาวาสคริปต์ (JavaScript) และมายเอสคิวแอล (MySQL) สำหรับการดำเนินงานในด้านการดำเนินธุรกิจได้มีการเขียนแผนธุรกิจวิเคราะห์ธุรกิจโดยใช้โมเดล SWOT และการเพิ่มประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลโดยใช้กลยุทธ์ 4P

สรุปผลการดำเนินงานด้านเว็บไซต์ เว็บไซต์สามารถใช้งานได้จริง สามารถสนับสนุนการทำงานในส่วนของผู้ใช้ระบบและผู้ใช้งานทั่วไปได้ และสรุปผลการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจ แพลตฟอร์มดีก็ด็อก มียอดการเข้าชม ยอดการคอมเมนต์ ยอดการกดใจ และยอดคำสั่งซื้อ มากกว่า แพลตฟอร์มเพชบุ๊กเนื่องด้วยจำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องดีก็ด็อก ได้กลายเป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และยังมีเครื่องมือที่ออกแบบมาเพื่อสนับสนุนธุรกิจทุกขนาดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นยอดขาย การสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจ และเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้ อย่างลึกซึ้ง จึงเป็นกุญแจสำคัญในการประสบความสำเร็จในการทำการตลาดบนแพลตฟอร์มนี้