ชื่อโครงงาน การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลแบบไลฟ์สด ระหว่างแพลตฟอร์ม Tiktok shop และ Shopee shop กรณีศึกษา ร้านถุงเท้าแฟชั่น Sun Socks

โดย นางสาวทัชชา คำประวัติ

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สัจจธรรม สุภาจันทร์

หลักสูตร ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

ปีการศึกษา 2567

บทคัดย่อ

การจัดทำโครงงานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลแบบไลฟ์สด โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างแพลตฟอร์มติ๊กต๊อกช็อป และช้อปปี้ช็อป กรณีศึกษาร้านถุงเท้าแฟชั่น Sun Socks เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ด้านการเข้าถึง และจำนวนรายการสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจากการทำไลฟ์สดขายสินค้า ผู้จัดทำได้นำกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ศึกษามาประยุกต์ใช้ผ่านการไลฟ์สดบนทั้งสองแพลตฟอร์มในวัน และเวลาเดียวกัน รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาส่งเสริมการขายผ่านการโพรโมตสินค้า และการทำโพรโมชัน ทั้งนี้ ยังมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อแสดงสินค้าโดยเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มติ๊กต๊อก และช้อปปี้ ในรูปแบบตะกร้าสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค

จากผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภคมีการตอบสนองต่อแพลตฟอร์มติ๊กต๊อก มากกว่า ช้อปปี้ ทั้งในด้านจำนวนการเข้าชม จำนวนความคิดเห็น จำนวนการกดแชร์ จำนวนการกดหัวใจ และจำนวนรายการคำสั่งซื้อ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ ติ๊กต๊อก มีประสิทธิภาพสูงกว่า คือจำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเครื่องมือสนับสนุนธุรกิจที่ช่วยให้ผู้ขายสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจ และเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้งจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของกลยุทธ์ทางการตลาดบนแพลตฟอร์มติ๊กต๊อก และการพัฒนาระบบของเว็บไซต์ จะพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ระบบมากที่สุด โดยระบบที่พัฒนาขึ้นมา ประกอบด้วย ส่วนผู้ดูแลระบบจัดการสินค้า เพิ่ม ลบ แก้ไข และสามารถดูผลยอดการเข้าชมที่มา จากแพลตฟอร์มที่ใช้โพรโมต และส่วนของผู้ใช้งานระบบทั่วไป สามารถเข้ามาเยี่ยมชมสินค้าได้ และคลิกเพื่อสั่งซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกในติ๊กต๊อก และช้อปปี้