

ชื่อโครงการ	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram กรณีศึกษา ร้านสร้อยคอ Neta Chic
โดย	นางสาวกชกร กิติ รหัส 65541207001-4
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ธีรภาพ แสงศรี
หลักสูตร	ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
ปีการศึกษา	2568

บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง การเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagram กรณีศึกษา ร้านสร้อยคอ Neta Chic มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างแพลตฟอร์ม TikTok และ Instagrams เพื่อส่งเสริมการขาย โดยการทำการตลาดดิจิทัล และเพื่อเพิ่มช่องทางในการเสนอขายสินค้า มีวิธีดำเนินการ ดังนี้ ได้มีการโปรโมตสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นที่นิยม อย่าง TikTok, Instagram และจัดทำเว็บไซต์ของร้านสร้อยคอ Neta Chic ขึ้นเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ทั้งรูปสินค้านายละเอียดต่าง ๆ และลิงก์ช่องทางการสั่งซื้อ และเลือกใช้แพลตฟอร์ม Shopee ในการขายสินค้า ผู้จัดทำได้ทำการ ดำเนินโครงการ และเก็บข้อมูลสถิติต่าง ๆ ได้ผลสรุปว่า การเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าใน รูปแบบออนไลน์นั้นสามารถทำได้ และสร้างรายได้ได้จริง มีการสั่งซื้อเกิดขึ้นจริง แต่ทั้งนี้การ ทำการตลาดออนไลน์ไม่จะเป็นการโปรโมตแบบการสร้างเนื้อหาแบบที่ไม่ต้องเสียเงินโดยตรง พบว่าทำให้สินค้าเปิดการมองเห็นได้จริง มีผู้เข้ามาชมสินค้า แต่ก็เกิดการตลาดเคลื่อนการเข้าถึงในตลาดและสินค้าก็จะเกิดการมองเห็นน้อยลง สรุปได้ว่าการ จัดทำการขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ต้องมีทุนคอนเทนต์ที่น่าสนใจมากพอ เพื่อเปิดการมองเห็นก่อน และต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอจนร้านค้าติดกระแสหรือเป็นที่รู้จัก สินค้าถึงจะสามารถขายตัวเองได้