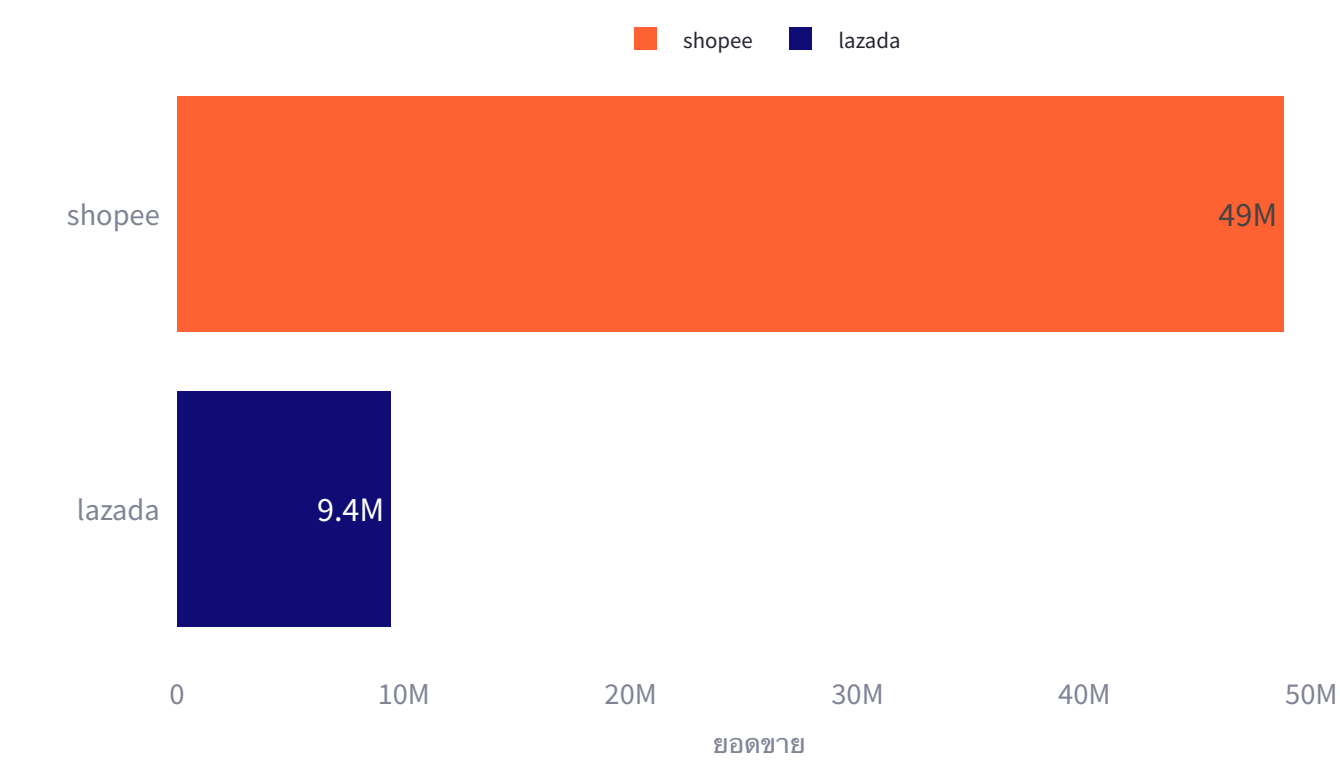


การวิเคราะห์ที่ 1

เพื่อศึกษาแบรนด์ที่ยอดขายสูง

ระหว่าง Shopee และ Lazada แพลตฟอร์มใดที่มียอดขายเฉลี่ยของสินค้าสูงกว่ากัน

marketplace	ยอดขายรวม	ยอดขายเฉลี่ย
lazada	9,399,943.36	54,334.93
shopee	48,756,397	186,093.12

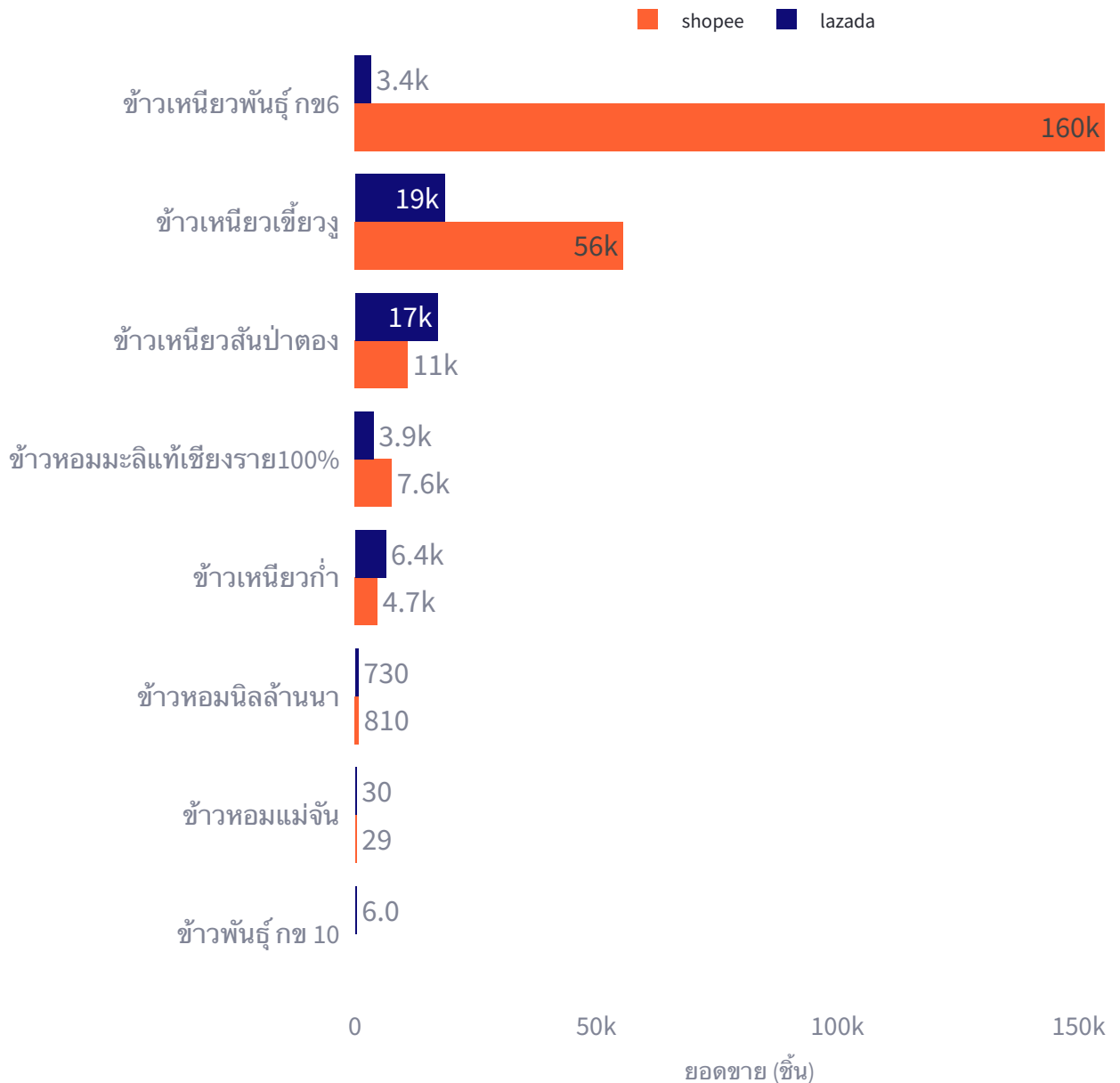


จากการวิเคราะห์ พบว่า **Shopee** มียอดขายเฉลี่ยของสินค้าสูงกว่าที่ 186,093.12 บาท หรือประมาณ 48,756,397 บาท ในขณะที่ **Lazada** มียอดขายเฉลี่ยอยู่ที่ 54,334.93 บาท หรือประมาณ 9,399,943 บาท

สรุป:

Shopee มียอดขายเฉลี่ยสูงกว่า Lazada อย่างมีนัยสำคัญในชุดข้อมูลนี้

สินค้าที่ขายดีที่สุด ใน Shopee และ Lazada แตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใด



จากการวิเคราะห์ข้อมูล สินค้าที่ขายดีที่สุดในแต่ละแพลตฟอร์มมีดังนี้:

- **Shopee:** สินค้าที่ขายดีที่สุดคือ "ข้าวเหนียวพันธุ์ กข6" มียอดขายจำนวน 155,436 หน่วย
- **Lazada:** สินค้าที่ขายดีที่สุดคือ "ข้าวเหนียวเขี้ยวงู" มียอดขายจำนวน 18,545 หน่วย

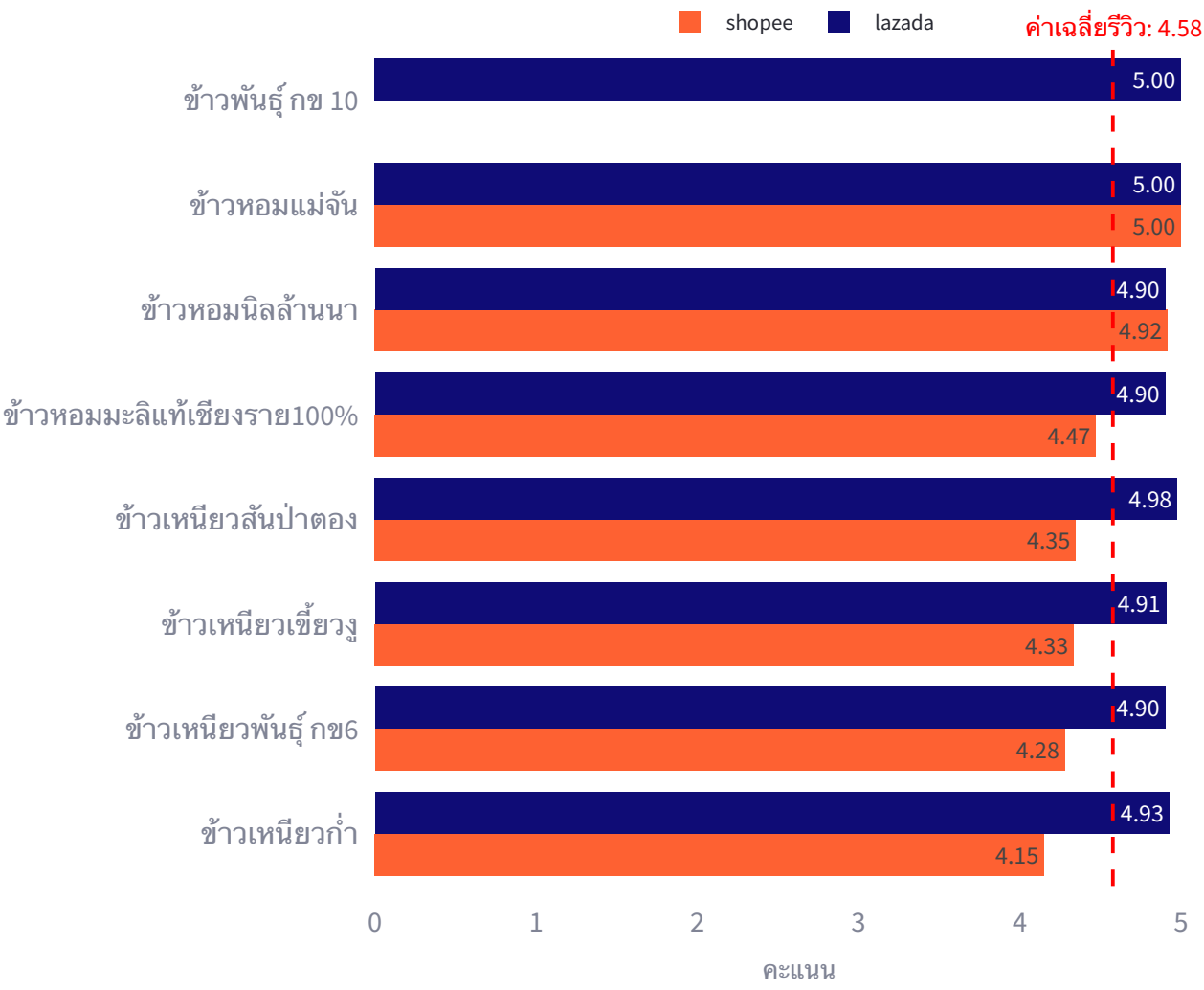
สรุป:

สินค้าที่ขายดีที่สุด ใน Shopee และ Lazada แตกต่างกันอย่างมาก โดย Shopee มียอดขายสูงกว่า Lazada มากกว่า 8 เท่าตัว

การวิเคราะห์ที่ 2

เพื่อโอกาสในการพัฒนาสินค้า

สินค้าที่มียอดขายเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละแพลตฟอร์มคืออะไร



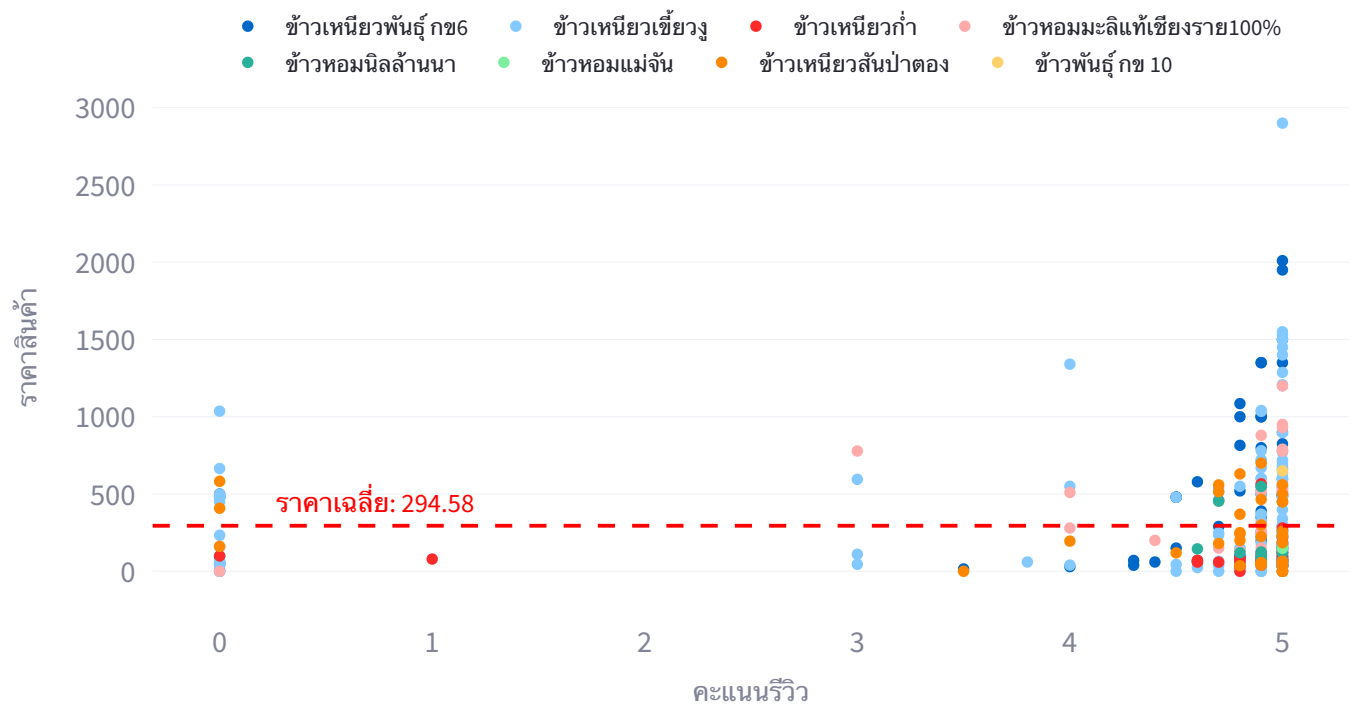
สินค้าที่มียอดขายเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละแพลตฟอร์มมีดังนี้:

- Shopee: สินค้าที่มียอดขายเฉลี่ยสูงสุดคือ "ข้าวหอมแม่จัน" โดยได้คะแนนรีวิวเฉลี่ย 5.0
- Lazada: สินค้าที่มียอดขายเฉลี่ยสูงสุดคือ "ข้าวพันธุ์ กข 10" โดยได้คะแนนรีวิวเฉลี่ย 5.0

สรุป:

ทั้ง Shopee และ Lazada มีสินค้าที่มียอดขายเฉลี่ยสูงสุดที่คะแนนเต็ม 5.0 โดยสินค้าที่ได้รับการรีวิวสูงสุดในแต่ละแพลตฟอร์มแตกต่างกัน

สินค้าราคาสูงกว่าค่าเฉลี่ยมีแนวโน้มได้รับรีวิวต่ำกว่าสินค้าราคาต่ำกว่าค่าเฉลี่ยหรือไม่



จากการวิเคราะห์พบว่า:

- สินค้าที่มีราคาสูงกว่าค่าเฉลี่ยมีคะแนนรีวิวเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49
- สินค้าที่มีราคาต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมีคะแนนรีวิวเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62

สรุป:

สินค้าที่มีราคาสูงกว่าค่าเฉลี่ยมีแนวโน้มได้รับรีวิวต่ำกว่าสินค้าที่มีราคาต่ำกว่าค่าเฉลี่ยเล็กน้อย

การวิเคราะห์ที่ 3

เพื่อ โอกาสในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

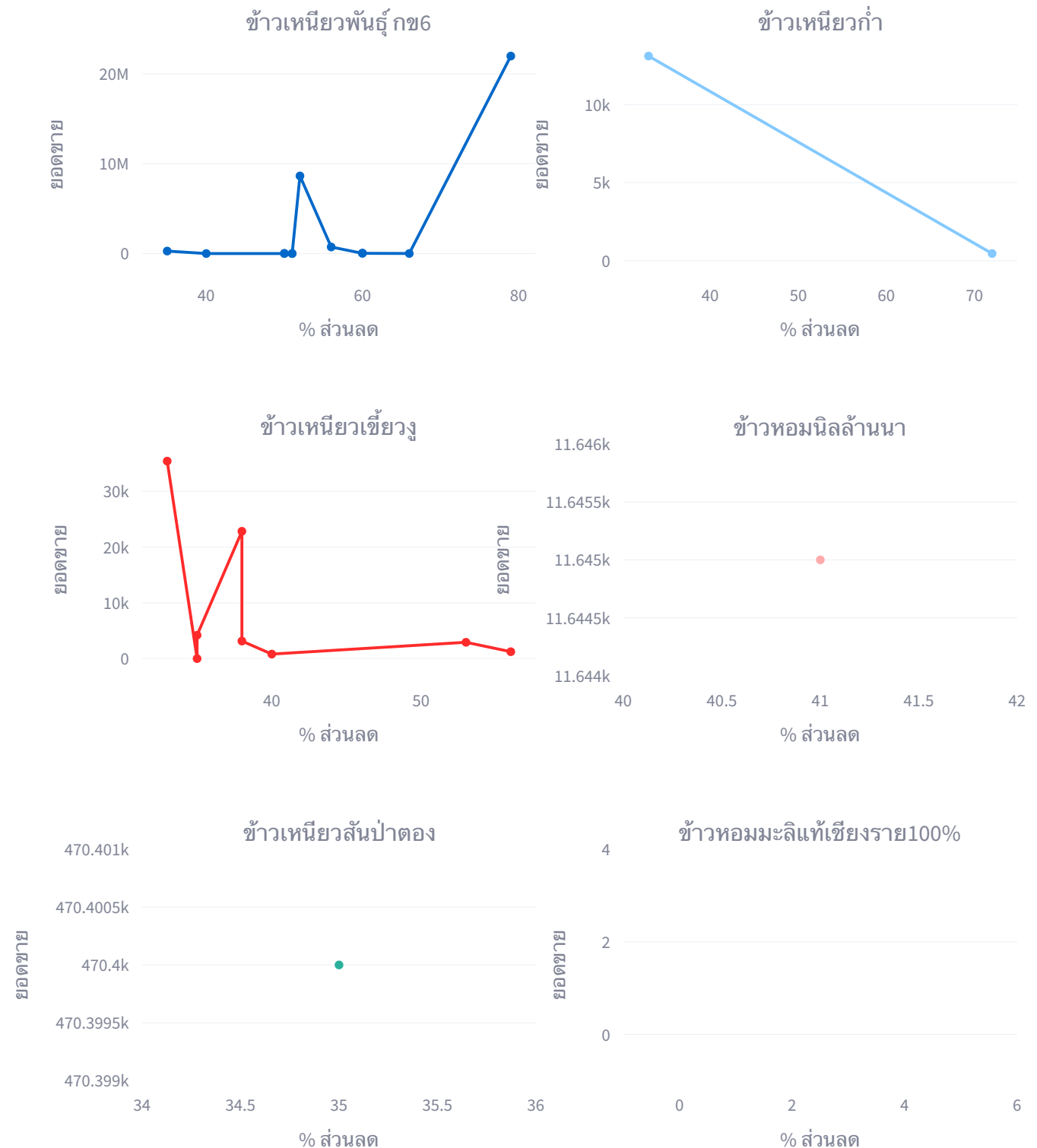
เปอร์เซ็นต์การลดราคามีความสัมพันธ์กับยอดขายของสินค้าอย่างไร



จากการวิเคราะห์พบว่า:

- ค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างเปอร์เซ็นต์การลดราคากับยอดขายของสินค้าอยู่ที่ 0.31 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ในทางบวกระดับปานกลาง นั่นคือ เมื่อเปอร์เซ็นต์การลดราคาเพิ่มขึ้น ยอดขายของสินค้ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน
-

การลดราคามากกว่า 30% มีผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นหรือไม่



จากการวิเคราะห์พบว่า:

- สินค้าที่มีการลดราคามากกว่า 30% มียอดขายเฉลี่ยที่ 1,346,019.34 บาท
- สินค้าที่มีการลดราคาเท่ากับหรือน้อยกว่า 30% มียอดขายเฉลี่ยที่ 62,899.94 บาท

- สินค้าข้าวเหนียวพันธุ์ กข6 และ ข้าวเหนียวสันป่าตอง มียอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อมีการลดราคามากกว่า 30% โดยยอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 1,654 ชิ้นเป็น 12,359 ชิ้น และจาก 623 ชิ้นเป็น 11,200 ชิ้นตามลำดับ
- สำหรับสินค้าอื่น ๆ เช่น ข้าวหอมนิลล้านนา มียอดขายเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อมีการลดราคามากกว่า 30% ในขณะที่ ข้าวเหนียวเก่า และ ข้าวเหนียวเขี้ยวงู มียอดขายลดลง

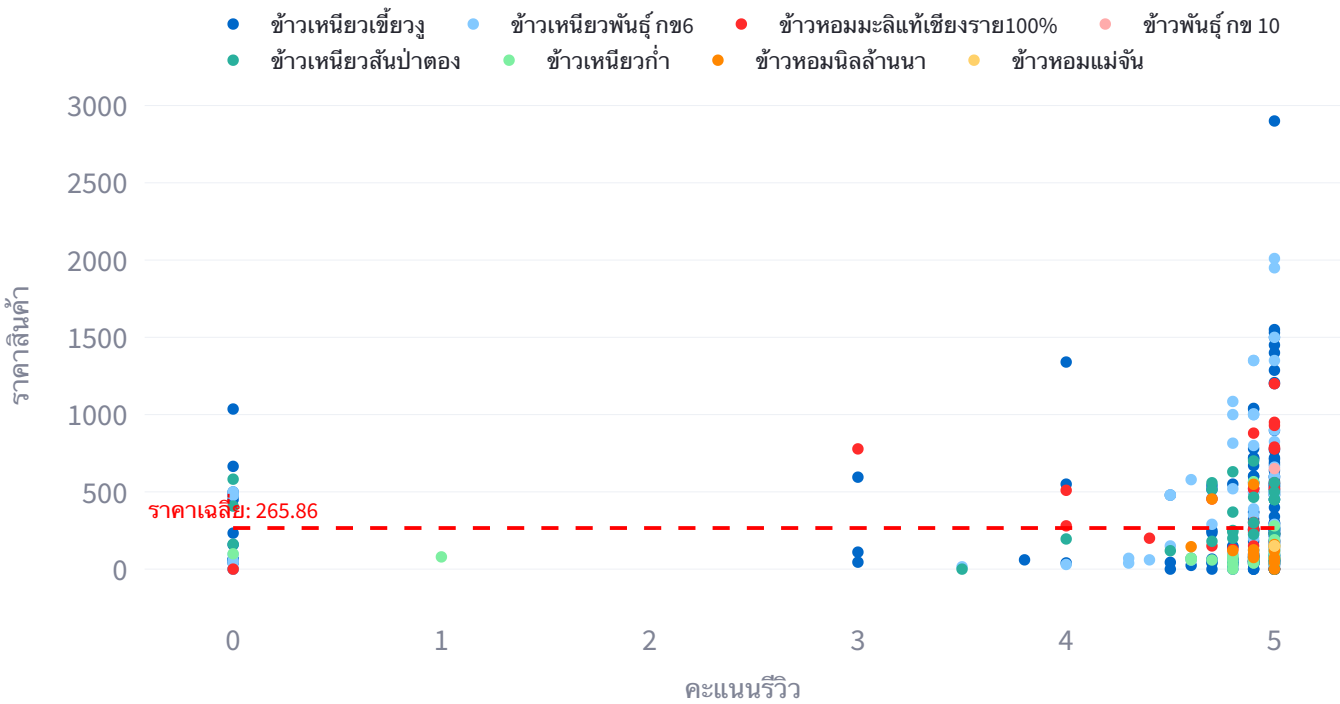
สรุป:

การลดราคามากกว่า 30% ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับสินค้าที่ลดราคาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30%

การวิเคราะห์ที่ 4

เพื่อดึงดูดลูกค้า

สินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้รับรีวิวดีขึ้นหรือไม่



จากการวิเคราะห์พบว่า:

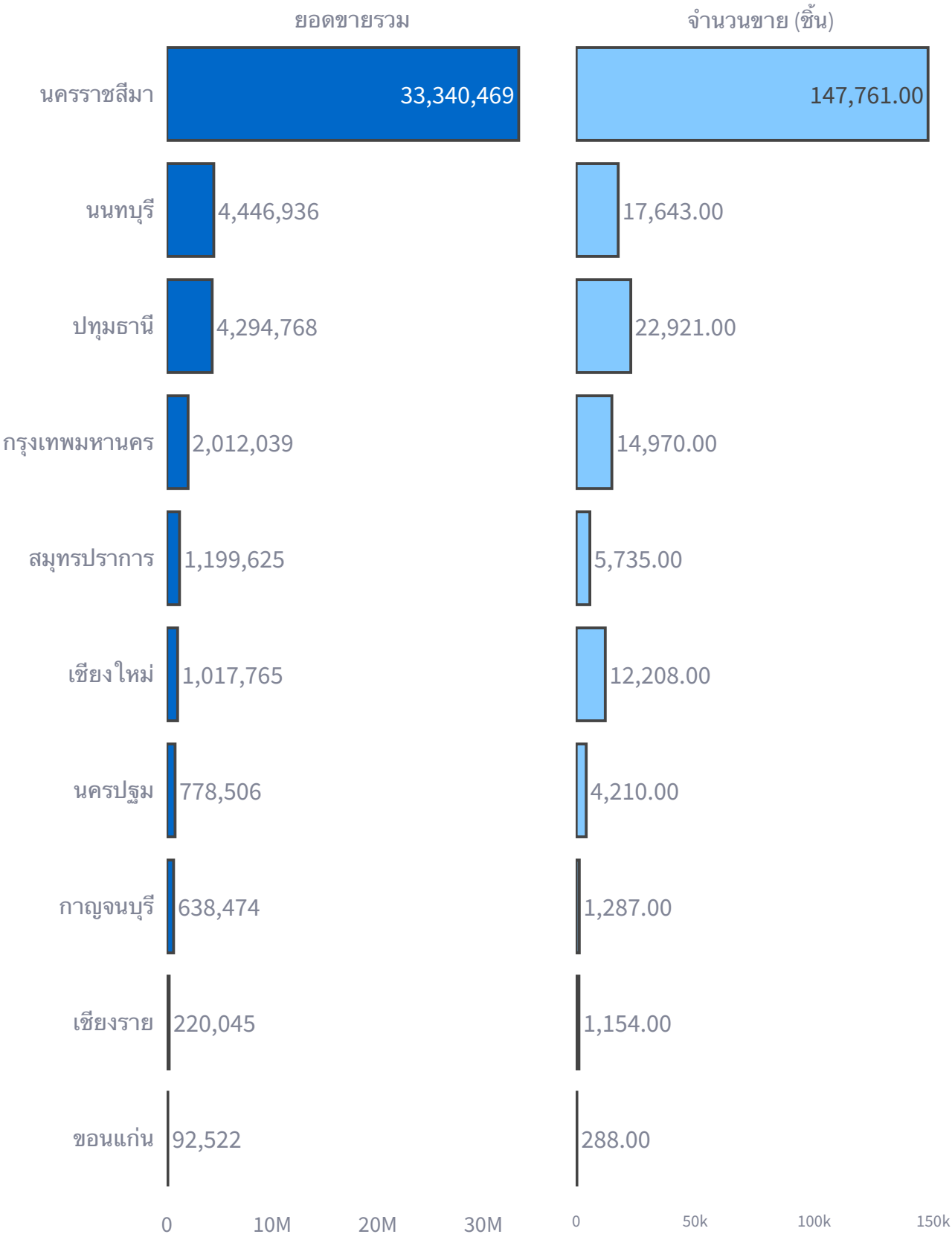
- สินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้รับคะแนนรีวิวเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63
- สินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดสูงกว่าค่าเฉลี่ยได้รับคะแนนรีวิวเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47

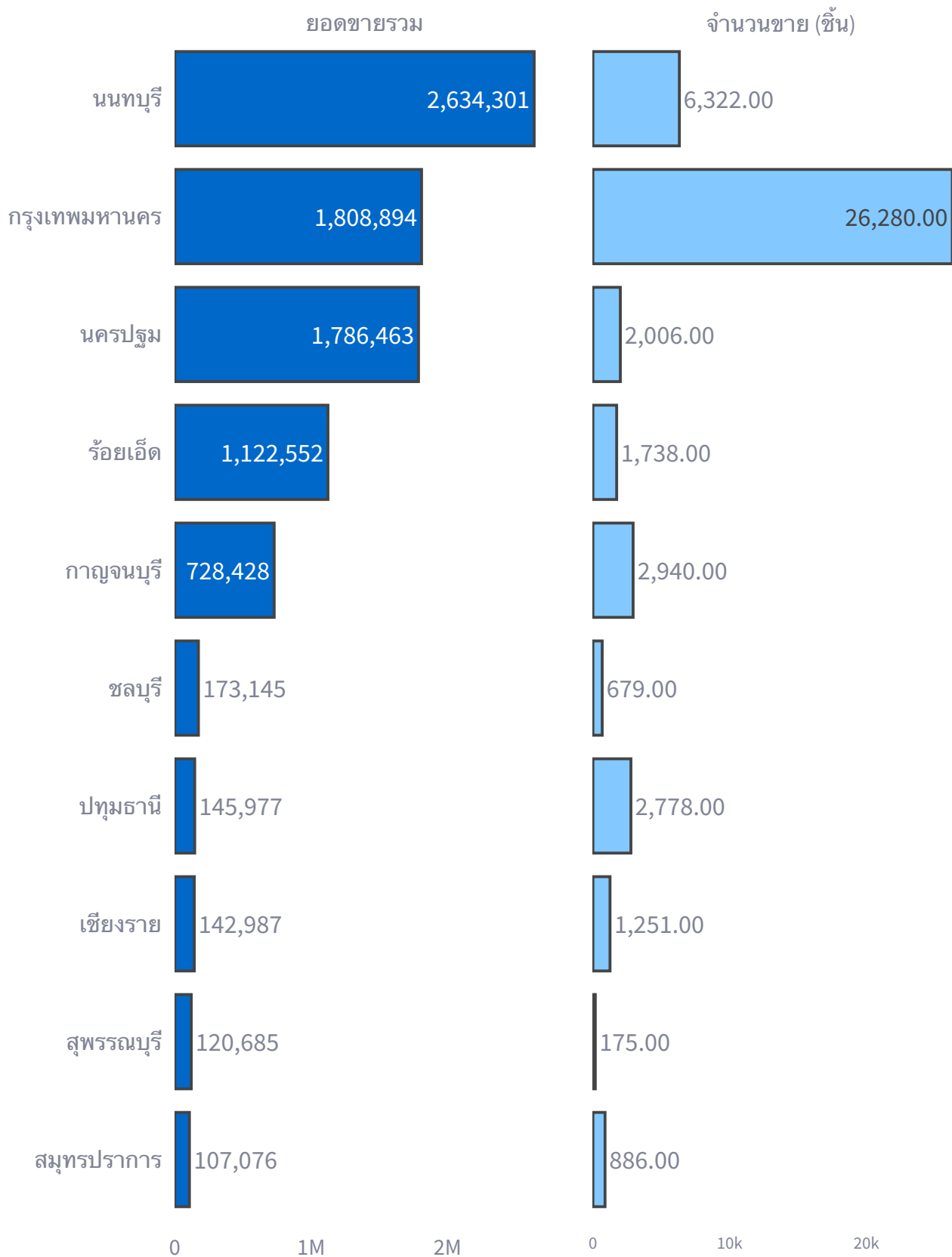
สรุป:

สินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมีแนวโน้มได้รับรีวิวดีกว่าสินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดสูงกว่าค่าเฉลี่ย

ร้านในพื้นที่ใดมีแนวโน้มที่จะมีลูกค้าใช้จ่ายมากที่สุด ในสินค้าที่มีราคาสูงหลังหักส่วนลด

Shopee





จากการวิเคราะห์พบว่า:

- สินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้รับคะแนนรีวิวเฉลี่ยอยู่ที่ 4.63
- สินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดสูงกว่าค่าเฉลี่ยได้รับคะแนนรีวิวเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47

สรุป:

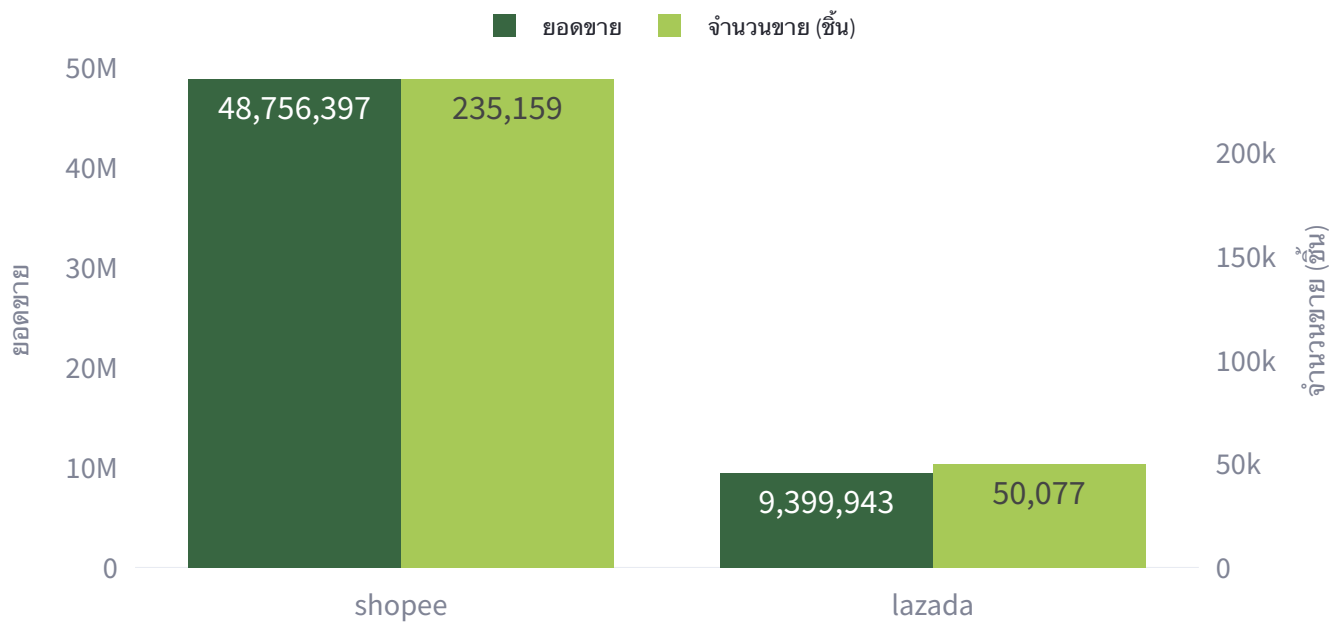
สินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมีแนวโน้มได้รับรีวิวดีกว่าสินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดสูงกว่าค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์ที่ 5

เพื่อหาช่องทางการขายที่เหมาะสม

แพลตฟอร์มใด (Shopee หรือ Lazada) มีอัตราการลดราคาสินค้าโดยเฉลี่ยมากกว่ากัน และมีผลต่อยอดขายอย่างไร

marketplace	ค่าเฉลี่ยส่วนลด	ยอดขาย (ชิ้น)	ยอดขาย
lazada	10.52%	50,077	9,399,943.36
shopee	4.32%	235,159	48,756,397



จากการวิเคราะห์พบว่า:

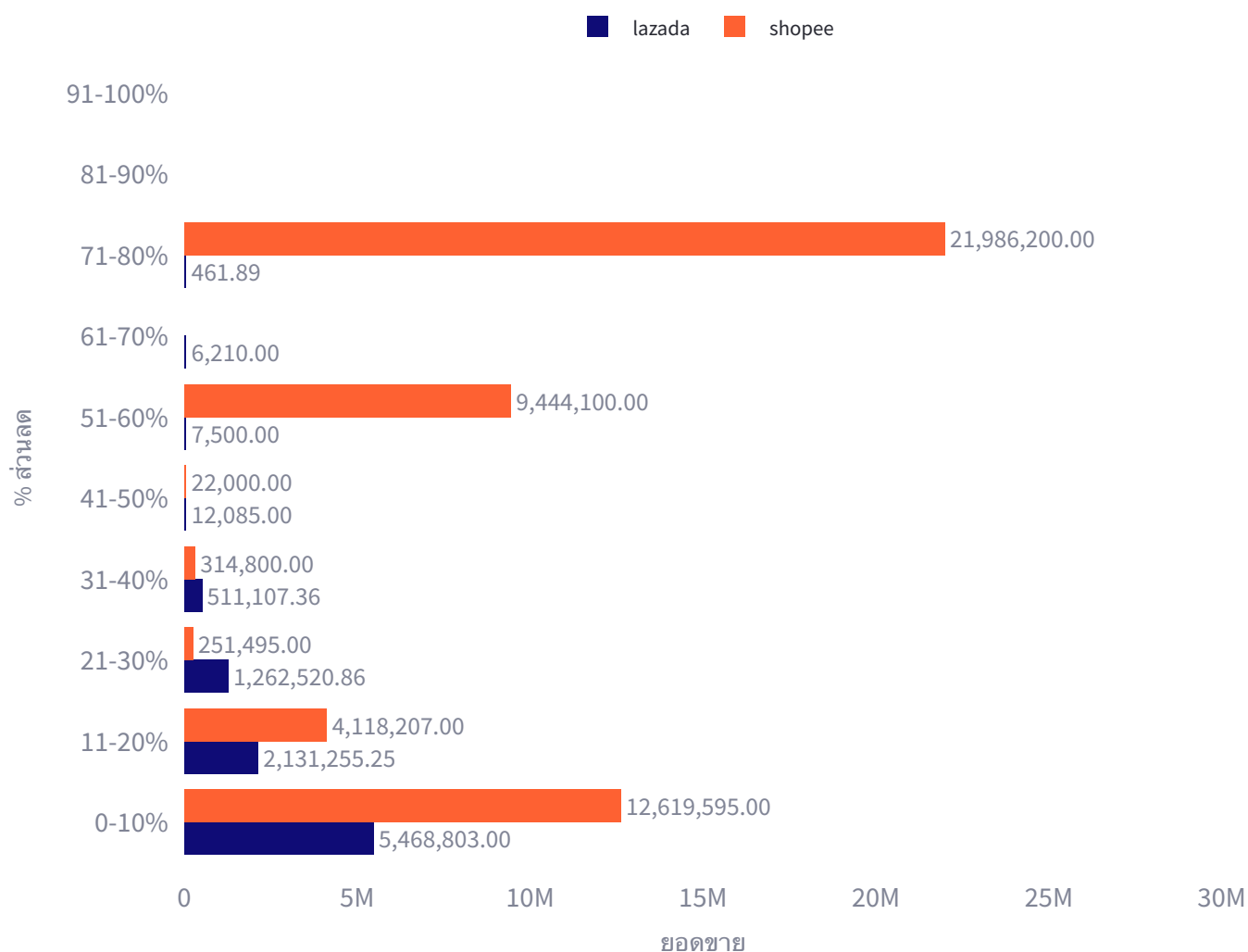
- Lazada มีอัตราการลดราคาสินค้าเฉลี่ยสูงกว่าที่ 10.52%
- Shopee มีอัตราการลดราคาสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32%

อย่างไรก็ตาม ยอดขายรวมของ Shopee สูงกว่า Lazada อย่างมาก โดย Shopee มียอดขายรวมประมาณ 48,756,397 บาท ขณะที่ Lazada มียอดขายรวมเพียง 9,399,943 บาท

สรุป:

แม้ว่า Lazada จะมีอัตราการลดราคาสูงกว่า Shopee แต่ Shopee มียอดขายรวมสูงกว่าอย่างมาก ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการลดราคาไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อยอดขาย

ยอดขายของสินค้าที่มีส่วนลดสูงสุดใน Shopee และ Lazada แตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใด



จากการวิเคราะห์พบว่า:

- สินค้าที่มีส่วนลดสูงสุดใน Shopee อยู่ในช่วง 71-80% โดยมียอดขายรวม 21,986,200 บาท
- สินค้าที่มีส่วนลดสูงสุดใน Lazada อยู่ในช่วง 0-10% โดยมียอดขายรวม 5,338,911 บาท

สรุป:

สินค้าที่มีส่วนลดสูงสุดใน Shopee มียอดขายสูงกว่า Lazada อย่างมาก โดยยอดขายใน Shopee สูงกว่าถึงประมาณ 4 เท่า

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. Shopee ควรเน้นการลดราคาที่เหมาะสมเพื่อรักษายอดขายสูง

แม้ Shopee จะมียอดขายเฉลี่ยสูง แต่การลดราคาที่มากกว่า 30% ดูเหมือนจะมีผลบวกกับยอดขายในบางสินค้า การพิจารณาใช้กลยุทธ์ลดราคาที่เหมาะสมกับประเภทสินค้าที่ตอบสนองดีต่อส่วนลดจะช่วยรักษาความได้เปรียบนี้

2. Lazada ควรปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนลดและการตลาด

แม้ว่า Lazada จะมีอัตราการลดราคาสูงกว่า Shopee แต่ผลลัพธ์ที่ได้นั้นไม่เพิ่มยอดขายเท่าที่ควร Lazada อาจต้องพิจารณากลยุทธ์อื่น ๆ เช่น การส่งเสริมการขาย การโฆษณาเฉพาะกลุ่ม หรือการเพิ่มความน่าสนใจของสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับการลดราคาและดึงดูดลูกค้ามากขึ้น

3. การมุ่งเน้นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการขาย

จังหวัดนครราชสีมาแสดงให้เห็นถึงการใช้จ่ายที่สูง การขยายการตลาดหรือจัด โปรโมชั่นเฉพาะพื้นที่ที่มียอดขายสูงในปัจจุบัน อาจเป็นทางเลือกที่ดีในการเพิ่มยอดขายในพื้นที่อื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกัน

4. ใช้รีวิวเป็นตัวชูโรงสำหรับสินค้าที่ได้รับคะแนนสูง

ทั้ง Shopee และ Lazada ควรส่งเสริมสินค้าที่ได้รับรีวิวดี โดยใช้รีวิวเหล่านี้ในการทำการตลาดเพิ่มเติม อาจใช้ในโฆษณาหรือหน้าแนะนำสินค้าบนแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและกระตุ้นการขาย

5. การทดลองกลยุทธ์ส่วนลดที่ยืดหยุ่นและหลากหลาย

แนะนำให้ทดลองใช้ส่วนลดในหลากหลายรูปแบบ เช่น การลดราคาเฉพาะช่วงเวลาหรือเฉพาะกลุ่มลูกค้า การลดราคาสำหรับสินค้าที่มียอดขายต่ำกว่าเกณฑ์ หรือการจัดกิจกรรม Flash Sale เพื่อเพิ่มยอดขายของสินค้าที่มีศักยภาพสูง

6. ส่งเสริมการตลาดที่ผสมผสานกับการให้คะแนนรีวิว

เนื่องจากสินค้านี้มีแนวโน้มได้รับรีวิวที่ดีกว่า อาจมีการเชื่อมโยงการลดราคากับการกระตุ้นให้ลูกค้าเขียนรีวิวเพิ่มเติม เพื่อสร้างฐานรีวิวที่ดีสำหรับสินค้าในระยะยาว

บทสรุป

สรุปข้อมูลสำคัญจากการวิเคราะห์:

- ยอดขายเฉลี่ย:** Shopee มียอดขายเฉลี่ยสูงกว่า Lazada อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉลี่ย Shopee ขายได้ 186,093.12 บาทต่อสินค้า ขณะที่ Lazada ขายได้เฉลี่ย 54,334.93 บาท
- สินค้าที่ขายดีที่สุด:**
 - Shopee: ข้าวเหนียวพันธุ์ กข6 ขายได้ 155,436 ชิ้น
 - Lazada: ข้าวเหนียวเขี้ยวงู ขายได้ 18,545 ชิ้น Shopee มียอดขายสูงกว่า Lazada ถึงกว่า 8 เท่า
- รีวิวสินค้าสูงสุด:** ทั้ง Shopee และ Lazada มีสินค้าที่ได้รับคะแนนรีวิวสูงสุดที่ 5.0 แต่เป็นสินค้าต่างกัน
- ราคากับรีวิว:** สินค้าราคาสูงกว่าค่าเฉลี่ยมีแนวโน้มได้รับรีวิวต่ำกว่าเล็กน้อยเมื่อเทียบกับสินค้าราคาต่ำกว่าค่าเฉลี่ย
- ส่วนลดกับยอดขาย:** การลดราคามากกว่า 30% ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างมากในบางสินค้า เช่น ข้าวเหนียวพันธุ์ กข6 และข้าวเหนียวสันป่าตอง
- ราคาหลังหักส่วนลดกับรีวิว:** สินค้าราคาหลังหักส่วนลดต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้รับรีวิวที่ดีกว่าสินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลดสูงกว่า
- พื้นที่ที่มียอดขายสูงสุด:** จังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ที่มีการใช้จ่ายสูงสุดในสินค้าที่มีราคาหลังหักส่วนลด
- ผลของการลดราคาในแพลตฟอร์ม:** แม้ Lazada จะมีการลดราคาเฉลี่ยสูงกว่า Shopee แต่ Shopee มียอดขายรวมสูงกว่ามาก

ข้อมูลนี้ช่วยให้เห็นถึงความแตกต่างในการจัดการราคาสินค้าและกลยุทธ์การลดราคาที่ส่งผลต่อยอดขายในแต่ละแพลตฟอร์มอย่างชัดเจน