

## บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน

### 4.1 ผลการดำเนินงาน

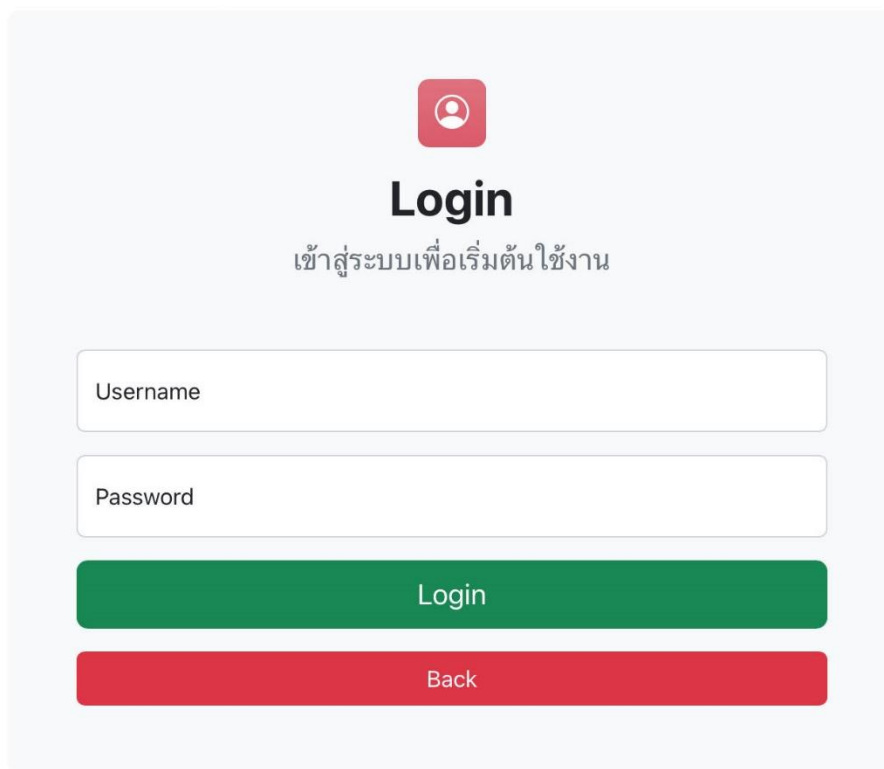
จากการพัฒนาเว็บไซต์และการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์ม Tiktok และ Instagram กรณีศึกษา Affiliate ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแบรนด์ lovepotion บริษัท เลิฟโพชั่น จำกัด 45 ซอยรัชประชา 2 แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 เป็นบริษัทขายปลีกเครื่องสำอาง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการตลาดออนไลน์เข้ามาสนับสนุนการทำงาน ได้อย่างครอบคลุมเพื่อนำไปใช้งานได้จริงตามวัตถุประสงค์ทำให้เครื่องตัวทำงานอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การพัฒนาเว็บไซต์และการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์ม Tiktok และ Instagram กรณีศึกษา Affiliate เป็นการพัฒนาเว็บไซต์บนเว็บเบราว์เซอร์ โดยใช้ภาษา HTML PHP และ Java Script ในการเขียนและออกแบบเว็บเบราว์เซอร์ และใช้ Bootstrap framework ร่วมกันเพื่อจัดทำโครงการ และใช้ฐานข้อมูลพีเอสพีมายแอดมิน (phpMyAdmin) ฐานข้อมูลมายเอสคิวเอล (MySQL) ในการจัดการฐานข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ และการทำการตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Tiktok และ Instagram ซึ่งมีผลช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการทำการพัฒนาเว็บไซต์และการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์ม Tiktok และ Instagram กรณีศึกษา Affiliate เป็นระบบช่วยลดความผิดพลาด และช่วยให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงข้อมูลที่เชื่อถือได้ และง่ายต่อการตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้น เจ้าของร้านสามารถเข้าสู่ระบบโดยใช้ชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน จัดการผู้ใช้ระบบกำหนดสิทธิ์และระดับสิทธิ์ผู้ใช้ การเพิ่ม ลบ แก้ไข การจัดการรายการสินค้า การจัดการประเภทสินค้า การจัดการข่าวสารโปรโมชั่น ตามขอบเขตทางด้านลูกค้าสามารถดูข้อมูลสินค้า และสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้และยังสามารถรับข้อมูลข่าวสารโปรโมชั่นผ่านทางเว็บไซต์

#### 4.1.1 ด้านการพัฒนาเว็บไซต์

##### 1) ส่วนของเจ้าของร้าน



The image shows a login form for a shop owner. At the top center is a red square icon with a white person silhouette. Below it is the word "Login" in bold black text, followed by the Thai text "เข้าสู่ระบบเพื่อเริ่มต้นใช้งาน" (Enter system to start work). There are two input fields: "Username" and "Password". Below the fields are two buttons: a green "Login" button and a red "Back" button.

ภาพที่ 4.1 หน้าเข้าสู่ระบบ

จากภาพที่ 4.1 แสดงหน้าเข้าสู่ระบบ โดยผู้ใช้สามารถกรอกชื่อผู้ใช้งาน (Username) และรหัสผ่าน (password) เพื่อเข้าสู่ระบบ

🛒 จัดการสินค้า

📄 จัดการประเภทสินค้า

📄 จัดการโปรโมชั่น

📄 จัดการ FAQ

📄 จัดการ About us

📄 จัดการ Account

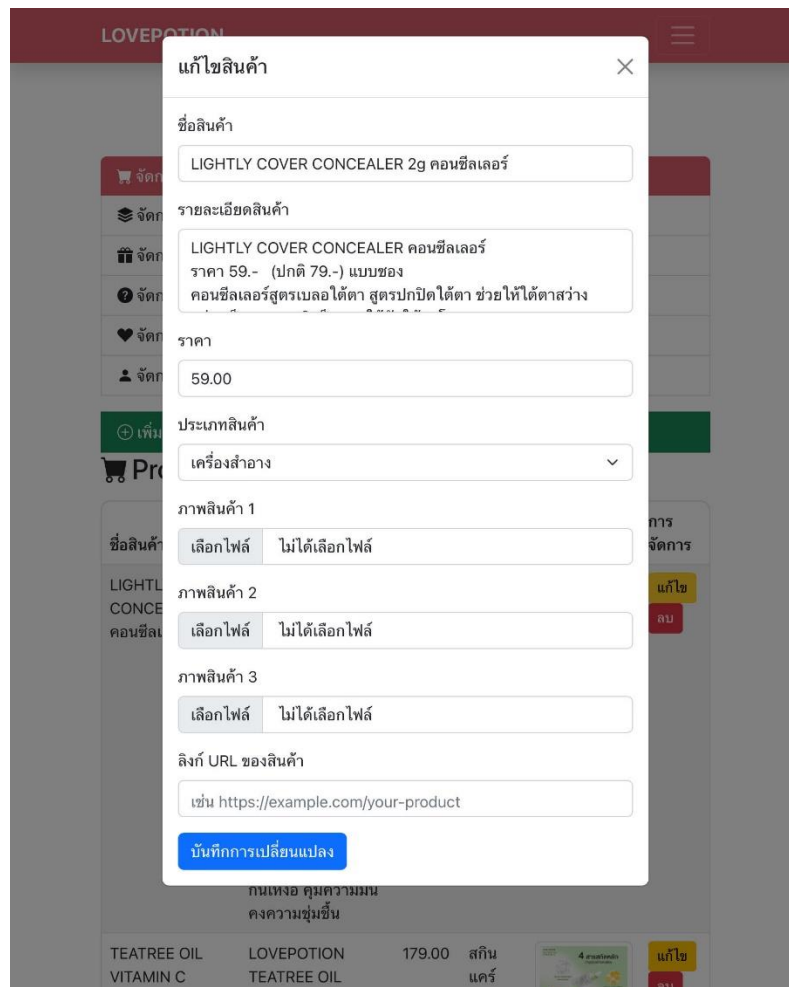
➕ เพิ่มสินค้าใหม่

## 🛒 Products

ชื่อสินค้า	รายละเอียด	ราคา	ประเภท	ภาพสินค้า	การจัดการ
LIGHTLY COVER CONCEALER 2g คอนซีลเลอร์	LIGHTLY COVER CONCEALER คอนซีลเลอร์ ราคา 59.- (ปกติ 79.-) แบบของ คอนซีลเลอร์สูตรเบลอใต้ตา สูตรปกปิดใต้ตา ช่วยให้ตาสว่างอย่างเป็นธรรมชาติ เป็นสูตรใช้กับใต้ตาโดยเฉพาะ เนื้อบางเบา เคลือบง่าย เหมาะสำหรับมือใหม่ หัดแต่ง ไม่เป็นคราบ กันเหงื่อ คุมความมัน คงความชุ่มชื้น	59.00	เครื่องสำอาง		แก้ไข ลบ
TEATREE OIL VITAMIN C GLOW CONCENTRATED SERUM	LOVEPOTION TEATREE OIL VITAMIN C GLOW CONCENTRATED SERUM	179.00	สกินแคร์		แก้ไข ลบ

### ภาพที่4.2 หน้าจัดการสินค้า

จากภาพที่4.2 แสดงหน้าข้อมูลสินค้ารายการสินค้า โดยเจ้าของสามารถจัดการเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลรายการสินค้าได้



ภาพที่ 4.3 หน้าแก้ไขสินค้า

จากภาพที่ 4.3 แสดงหน้าแก้ไขสินค้า โดยที่เจ้าของร้านสามารถแก้ไข ชื่อสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา ประเภทสินค้า ภาพสินค้า ลิงค์ URL สำหรับชื่อสินค้าได้

เพิ่มสินค้าใหม่

ชื่อสินค้า

รายละเอียดสินค้า

ราคา

ประเภทสินค้า

น้ำหอม

ภาพสินค้า 1

เลือกไฟล์ ไม่ได้เลือกไฟล์

ภาพสินค้า 2

เลือกไฟล์ ไม่ได้เลือกไฟล์

ภาพสินค้า 3

เลือกไฟล์ ไม่ได้เลือกไฟล์

ลิงก์ URL ของสินค้า

เช่น <https://example.com/your-product>

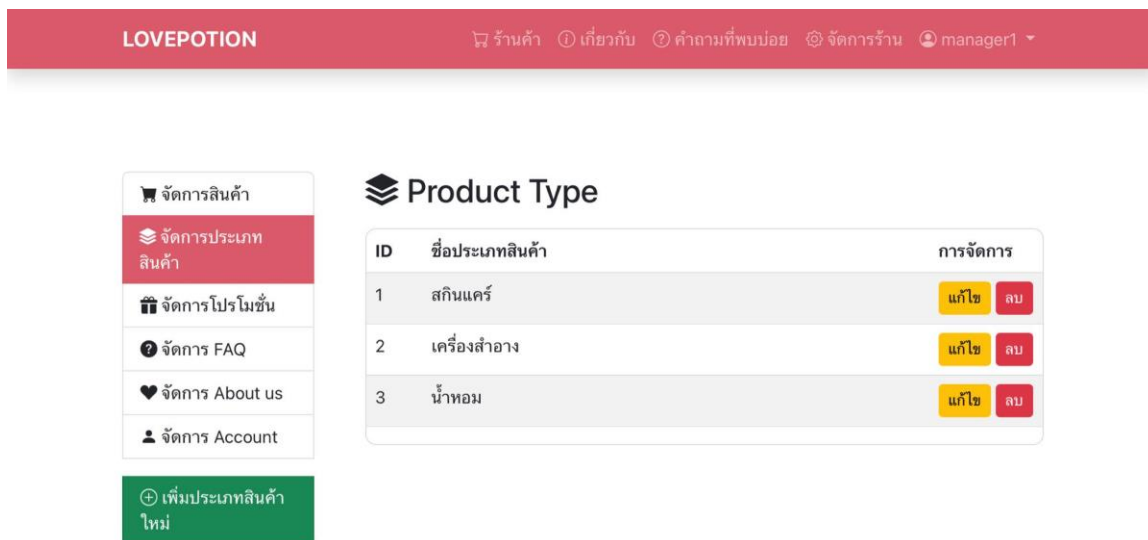
บันทึก

ลิขสิทธิ์ © Lovepotion 2023

Instagram · Tiktok

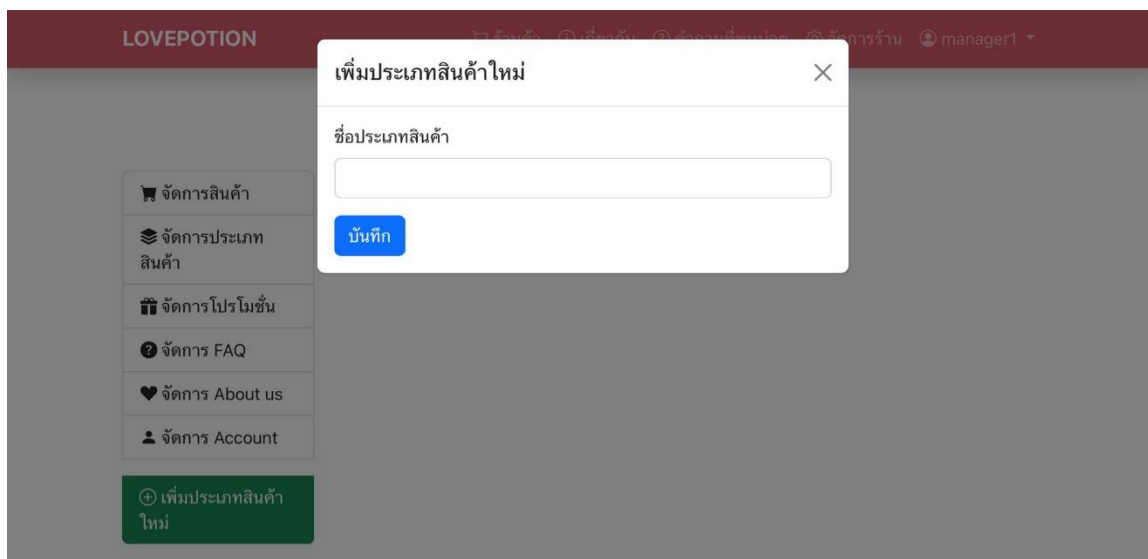
#### ภาพที่4.4 หน้าเพิ่มรายการสินค้า

จากภาพที่4.4 แสดงหน้าเพิ่มสินค้า โดยที่เจ้าของร้านสามารถเพิ่ม ชื่อสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา ประเภทสินค้า ภาพสินค้า ลิงค์URLสำหรับชื่อสินค้าได้



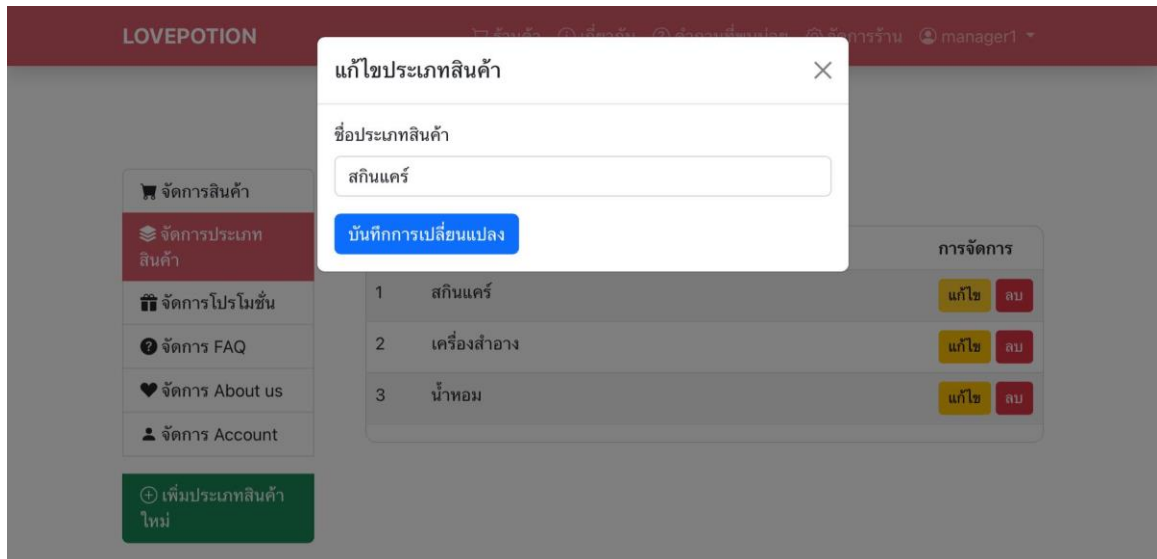
ภาพที่4.5 หน้าจัดการประเภทสินค้า

จากภาพที่4.5 แสดงหน้าประเภทสินค้า โดยเจ้าของสามารถจัดการเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลประเภทสินค้าได้



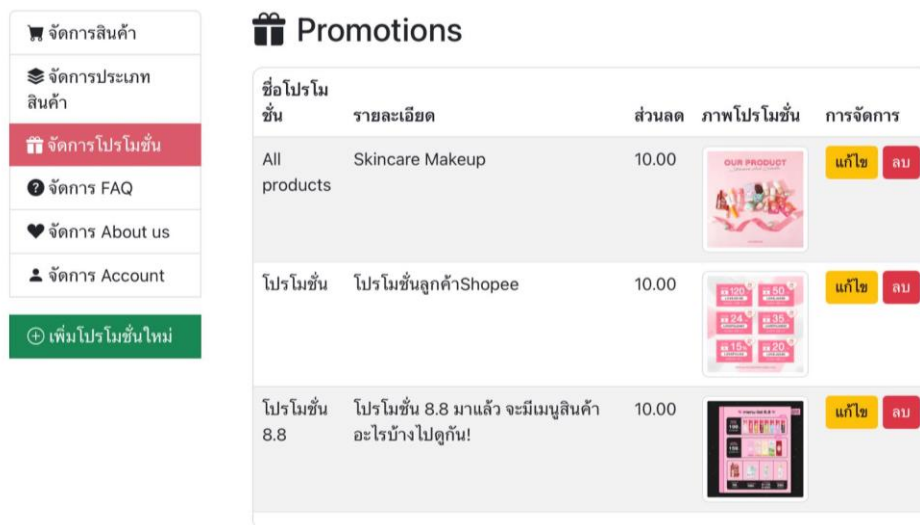
ภาพที่4.6 หน้าเพิ่มประเภทสินค้า

จากภาพที่4.6 แสดงหน้าเพิ่มประเภทสินค้า โดยที่เจ้าของร้านสามารถเพิ่มชื่อประเภทสินค้าได้



ภาพที่4.7 หน้าแก้ไขประเภทสินค้า

จากภาพที่4.6 แสดงหน้าแก้ไขประเภทสินค้า โดยที่เจ้าของร้านสามารถแก้ไขชื่อประเภทสินค้าได้



ภาพที่4.8 หน้าจัดการข่าวสารโปรโมชั่น

จากภาพที่4.8 แสดงหน้าโปรโมชั่นโดยเจ้าของสามารถจัดการเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลโปรโมชั่นได้

LOVEPOTION

เพิ่มโปรโมชันใหม่

ชื่อโปรโมชัน

รายละเอียดโปรโมชัน

ส่วนลด (%)

ภาพโปรโมชัน

เลือกไฟล์ | ไม่ได้เลือกไฟล์

บันทึก

จัดการสินค้า

จัดการประเภทสินค้า

จัดการโปรโมชัน

จัดการ FAQ

จัดการ About us

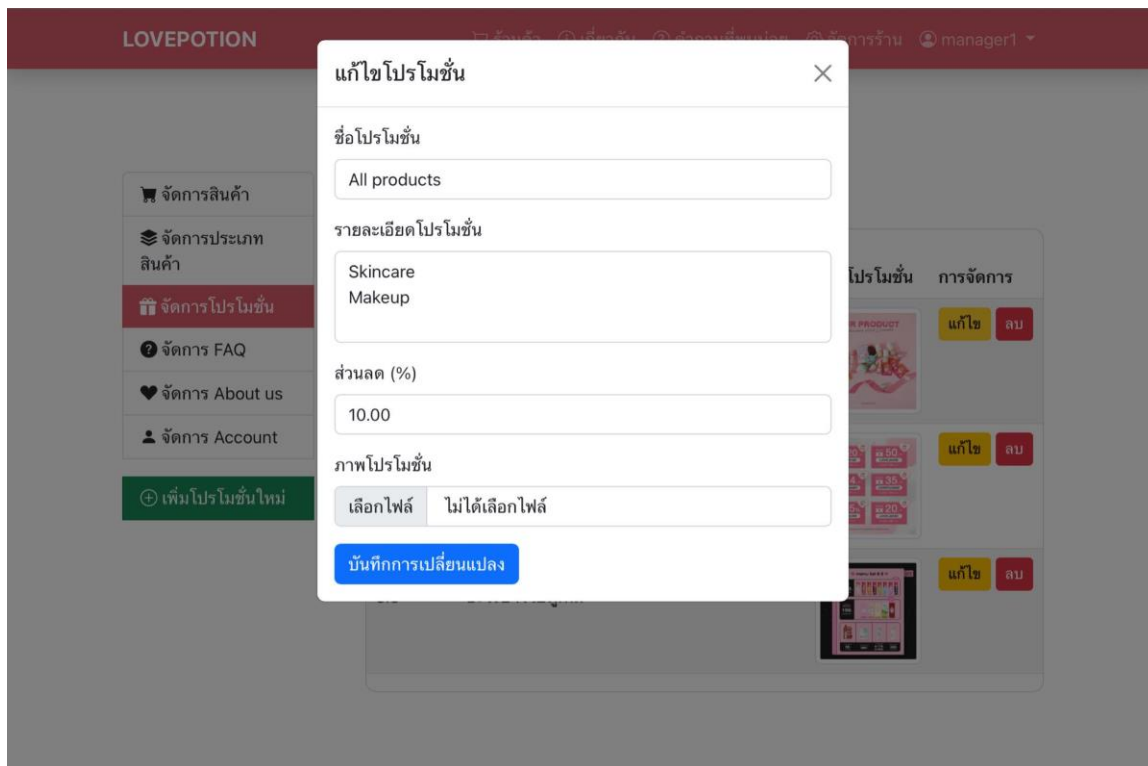
จัดการ Account

⊕ เพิ่มโปรโมชันใหม่

ภาพที่4.9 หน้าเพิ่มข่าวสารข้อมูลโปรโมชัน

จากภาพที่4.9 แสดงหน้าเพิ่มข่าวสารข้อมูลโปรโมชัน โดยเจ้าของร้านสามารถเพิ่มชื่อโปรโมชัน รายละเอียดโปรโมชัน ภาพโปรโมชันได้





ภาพที่4.10 หน้าแก้ไขโปรโมชั่น

จากภาพที่4.10 แสดงหน้าแก้ไขโปรโมชั่น เจ้าของร้านสามารถแก้ไขชื่อโปรโมชั่น รายละเอียดโปรโมชั่น ภาพโปรโมชั่นได้

🛒 จัดการสินค้า
📁 จัดการประเภทสินค้า
📦 จัดการโปรโมชั่น
❓ จัดการ FAQ
❤️ จัดการ About us
👤 จัดการ Account
➕ เพิ่ม FAQ ใหม่

## ❓ FAQ

คำถาม	คำตอบ	การจัดการ
วิธีการสั่งซื้อ?	กดปุ่ม Buy Now บนสินค้าที่คุณต้องการ จากนั้นติดต่อสอบถามเพื่อทำการสั่งซื้อผ่านทาง Shopee หรือ Tiktok ของเรา	แก้ไข ลบ
สินค้าของคุณมีอะไรบ้าง?	เรามีสินค้าหลากหลายประเภทให้เลือก คุณสามารถดูรายละเอียดสินค้าและโปรโมชั่นทั้งหมดได้ในหน้าเว็บไซต์ของเรา	แก้ไข ลบ
ช่องทางการชำระเงินมีอะไรบ้าง?	เรามีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย เช่น บัตรเครดิต, บัตรเดบิต, และการโอนเงินผ่านธนาคาร, เก็บเงินปลายทาง คุณสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากทาง Shopee หรือ Tiktok ของเรา	แก้ไข ลบ
สินค้าจัดส่งภายในกี่วัน?	สินค้าจะถูกจัดส่งภายใน 3-5 วันทำการหลังจากยืนยันการชำระเงิน	แก้ไข ลบ
นโยบายการคืนสินค้าเป็นอย่างไร?	คืนเงิน/สินค้าใน 15วัน คืนสินค้าฟรีภายใน 15 วันหากพบปัญหาหรือสินค้ามีความเสียหาย กรุณาติดต่อเราผ่าน instagram หรือ Tiktok เพื่อขอรายละเอียดเพิ่มเติม	แก้ไข ลบ

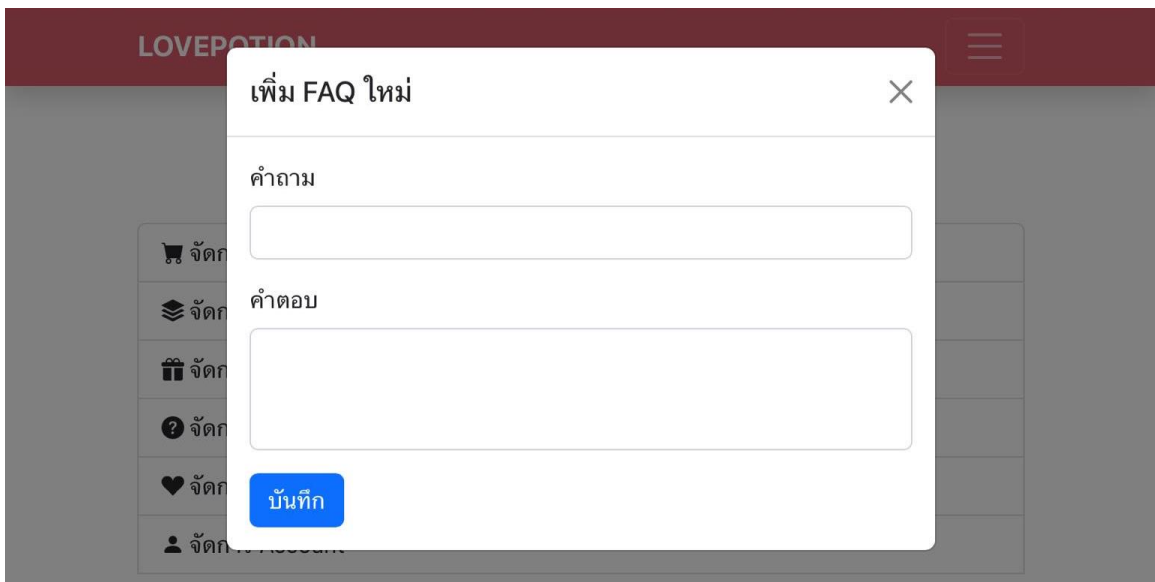
### ภาพที่4.11 หน้าจัดการFAQ

ภาพที่4.11 แสดงหน้าFAQ โดยเจ้าของร้านสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลคำถามคำตอบได้



ภาพที่4.12 หน้าแก้ไขคำถามและคำตอบ

จากภาพที่4.12 แสดงหน้าแก้ไขคำถามและคำตอบโดยเจ้าของร้านสามารถแก้ไขคำถามและคำตอบได้



ภาพที่4.13 หน้าเพิ่มFQAใหม่

จากภาพที่4.13 แสดงหน้าเพิ่มFQAใหม่โดยเจ้าของร้านสามารถเพิ่มคำถามและคำตอบได้



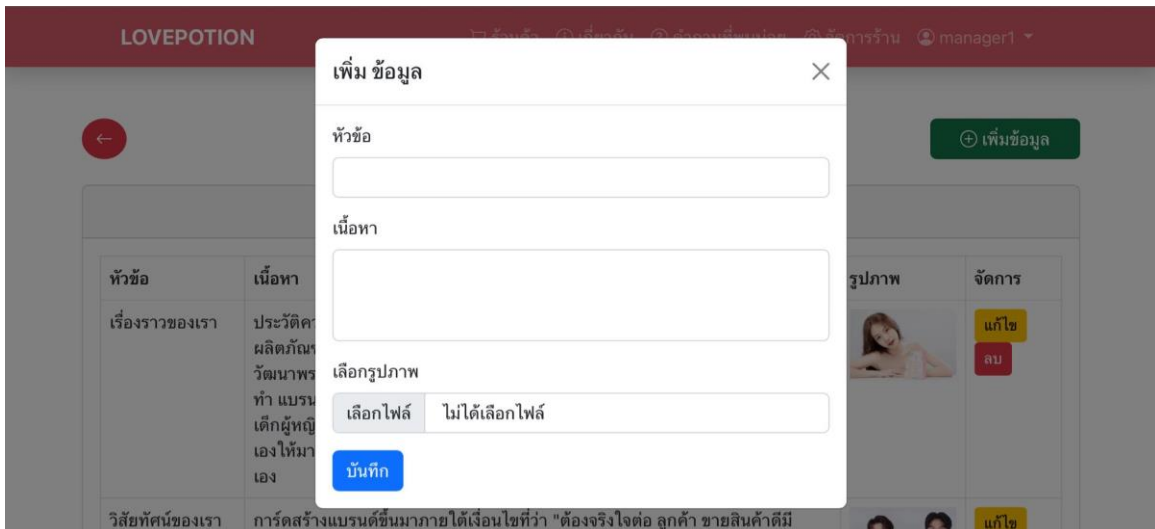
+ เพิ่มข้อมูล

## ♥ About us

หัวข้อ	เนื้อหา	รูปภาพ	จัดการ
เรื่องราวของเรา	ประวัติความเป็นมา LOVE POTION COMPANY เป็นแบรนด์ธุรกิจที่ทำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ความสวยความงาม ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2557 โดย นางสาวณัฐชยานันท์ สุขวัฒนาพร หรือที่เราเรียกกันว่า การ์ด บุคคลที่เป็นที่รู้จักกันในโลกออนไลน์ การ์ดเริ่มทำแบรนด์ตั้งแต่ อายุ 17 ปี จุดเริ่มต้นที่ทำให้การ์ดเปิดแบรนด์เองก็คือ การ์ดเป็นเด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่ชอบเข้าสู่วัยรุ่นก็เริ่มรักสวยรักงาม เลย พยายามที่จะดูแลตัวเองให้มากขึ้นแต่งเครื่องสำอางไปเท่าไร ก็รู้สึกว่าจะไม่พอใจ เลยเลือกที่จะผลิตใช้เอง		แก้ไข ลบ
วิสัยทัศน์ของเรา	การ์ดสร้างแบรนด์ขึ้นมาภายใต้เงื่อนไขที่ว่า "ต้องจริงจังต่อ ลูกค้า ขายสินค้าดีมีคุณภาพ ราคาจับต้องได้" แบรนด์ LOVE POTION เติบโตอย่างมั่นคงตลอด 9 ปี เห็นได้จากเสียงตอบรับ ของลูกค้าและยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นทั้งทางแบรนด์และทางตัวแทน ก่อนที่จะออกผลิตภัณฑ์แต่ละตัว การ์ดได้ลองมาเยอะ มาก ศึกษาสรรพคุณ สารสกัดทุกอย่าง เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้ ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพที่ดีที่สุด การเลือกโรงงานที่ดี แลปที่มี คุณภาพการันตีด้วยมาตรฐาน GMP ถือเป็นอีกหัวใจสำคัญที่จะทำให้เราได้ผลิตสิ่งที่ดีมีคุณภาพและมั่นใจในประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ของ LOVE POTION ทำ มาเพื่อผู้ที่มีผิวแพ้ง่าย อ่อนโยน ต่อผิวและปลอดภัยอย่างแน่นอน		แก้ไข ลบ
กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา ตั้งแต่อายุ 13 ปี จนถึง ช่วงอายุ 29 ปี โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ที่ชื่นชอบการดูแลตัวเองและต้องการใช้สินค้าที่มีคุณภาพ โดรมีค่า ล้าง ซัก ลินด้วยตนเองค่าของสินค้าที่คิดว่า		แก้ไข ลบ

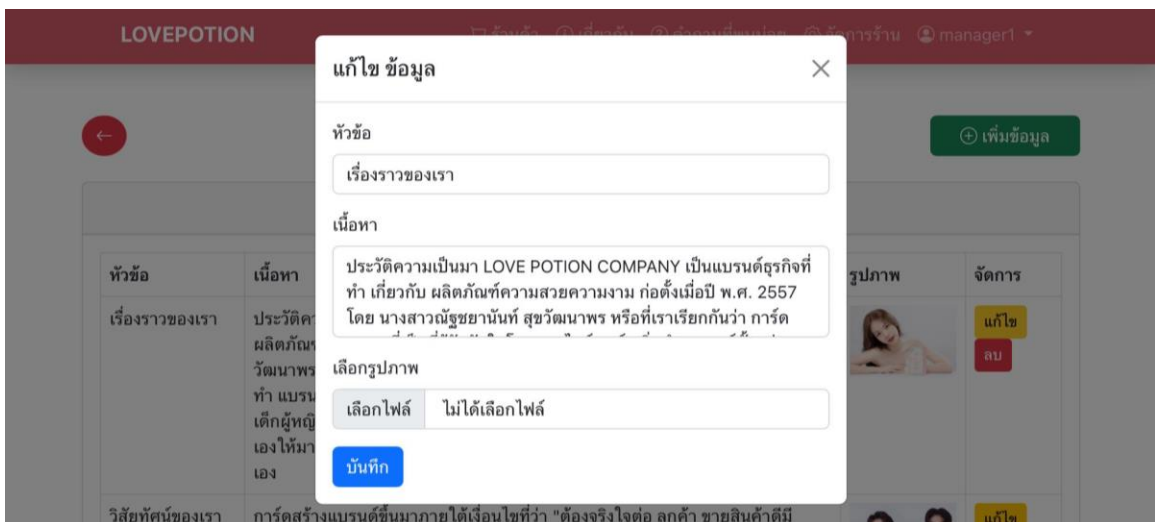
## ภาพที่ 4.14 หน้าจัดการเกี่ยวกับ

ภาพที่ 4.14 แสดงหน้าเกี่ยวกับ โดยเจ้าของร้านสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลหัวข้อ เนื้อหา และรูปภาพได้



ภาพที่4.15 หน้าเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับ

ภาพที่4.15 แสดงหน้าเพิ่มเกี่ยวกับ โดยเจ้าของร้านสามารถเพิ่มข้อมูลหัวข้อ เนื้อหาและรูปภาพได้



ภาพที่4.16 หน้าแก้ไขข้อมูลเกี่ยวกับ

ภาพที่4.16 แสดงหน้าแก้ไขเกี่ยวกับ โดยเจ้าของร้านสามารถแก้ไขข้อมูลหัวข้อ เนื้อหาและรูปภาพได้



ภาพที่4.17 หน้าจัดการบัญชีและข้อมูลผู้ใช้

จากภาพที่4.17 แสดงหน้าจัดการบัญชีและข้อมูลผู้ใช้ โดยเจ้าของร้านสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลชื่อผู้ใช้ รหัสผ่าน บทบาท ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ได้

LOVEPOTION

เพิ่ม/แก้ไขบัญชี

ชื่อผู้ใช้  
manager1

รหัสผ่าน  
●●●●●●

บทบาท  
Manager

ชื่อ  
วิชญา

นามสกุล  
ถิ่นจอม

ที่อยู่  
81 ต.ช้างเผือก อ. เมือง จ.เชียงใหม่ 52000

เบอร์โทรศัพท์  
080-3904-676

บันทึก

ภาพที่4.18 หน้าแก้ไขบัญชีและข้อมูลผู้ใช้

จากภาพที่4.18 แสดงหน้าจัดการบัญชีและข้อมูลผู้ใช้ โดยเจ้าของร้านสามารถแก้ไข ข้อมูล ชื่อผู้ใช้ รหัสผ่าน บทบาท ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ได้

The image shows a mobile application interface with a modal form for adding or editing a user account. The form is titled "เพิ่ม/แก้ไขบัญชี" (Add/Edit Account) and is overlaid on a background that shows a list of users, including one named "manager1". The form contains the following fields:

- ชื่อผู้ใช้** (Username): Text input field with placeholder "กรุณาใส่ชื่อผู้ใช้"
- รหัสผ่าน** (Password): Text input field with placeholder "กรุณาใส่รหัสผ่าน"
- บทบาท** (Role): Dropdown menu with "เลือกบทบาท" (Select Role) and a downward arrow.
- ชื่อ** (Name): Text input field with placeholder "กรุณาใส่ชื่อ"
- นามสกุล** (Surname): Text input field with placeholder "กรุณาใส่นามสกุล"
- ที่อยู่** (Address): Text input field with placeholder "กรุณาใส่ที่อยู่"
- เบอร์โทรศัพท์** (Phone Number): Text input field with placeholder "กรุณาใส่เบอร์โทรศัพท์"

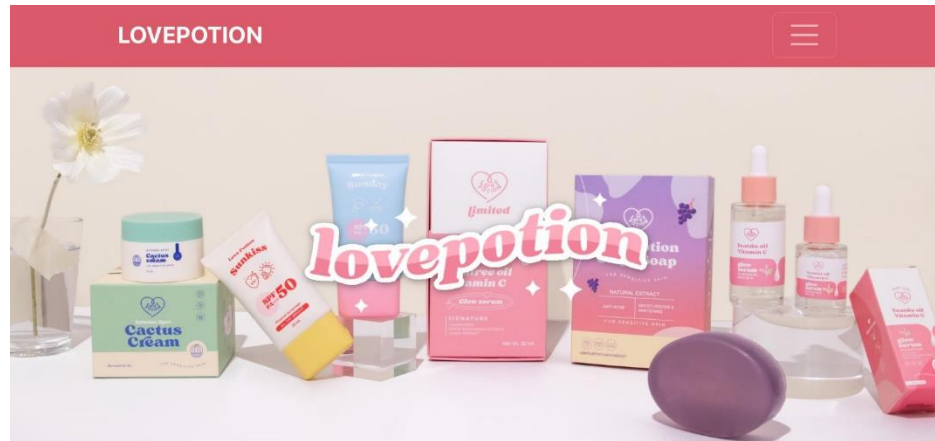
At the bottom of the form is a blue button labeled "บันทึก" (Save). In the background, there are buttons for "จัดการ" (Manage), "แก้ไข" (Edit), and "ลบ" (Delete).

ภาพที่4.19 หน้าเพิ่มบัญชีและข้อมูลผู้ใช้

จากภาพที่4.19 แสดงหน้าจัดการบัญชีและข้อมูลผู้ใช้ โดยเจ้าของร้านสามารถเพิ่ม ข้อมูล ชื่อผู้ใช้ รหัสผ่าน บทบาท ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ได้



## 2) ส่วนของลูกค้า



### Lovepotion Promotions

"โปรโมชั่นพิเศษสุดสำหรับคุณ รับส่วนลดและข้อเสนอสุดคุ้ม"

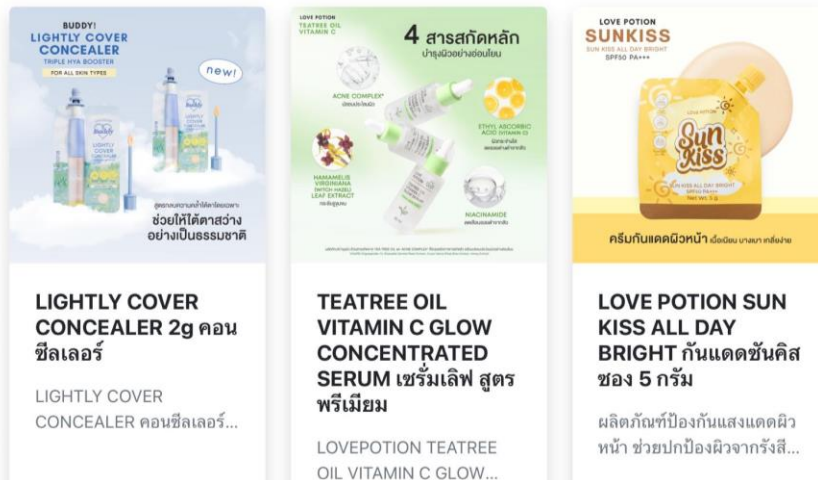


### ภาพที่4.20 หน้าแรกของเว็บไซต์

จากภาพที่4.20 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์ โดยสามารถดูข่าวสารโปรโมชั่นได้เป็นต้น

## Lovepotion Products

"สินค้าของเราพร้อมกับคุณภาพและการบริการที่ดีที่สุด"



ภาพที่4.21 หน้าร้านค้า

จากภาพที่4.21 แสดงหน้าร้านค้า โดยสามารถเลือกดูสินค้าและค้นหาสินค้าที่ต้องการได้

**NEW CACTUS CREAM ครีมน้แคะดัส ลดรอย 30g**

LOVEPOTION CACTUS CREAM ครีมน้แคะดัส กระปุกใหม่ ใช้ง่ายขึ้น บีบแล้วปาด ลดการปนเปื้อนระหว่างใช้งาน เนื้อบางเบา เกลี่ยง่ายขึ้น ปริมาณ 30g ราคาเดิม 390 บาท คุณสมบัติหลักของ LOV... อ่านเพิ่มเติม

ประเภท : สกินแคร์

ราคา : **390.00** ต่อชิ้น

🛒 ซื้อสินค้า

📺 Tiktok

**ภาพที่4.22 หน้าสั่งซื้อสินค้า**

จากภาพที่4.22 แสดงหน้าสั่งซื้อสินค้าโดยสามารถอ่านรายละเอียดสินค้าแล้วคลิกลิงค์เพื่อสั่งซื้อสินค้าตามแพลตฟอร์มที่ลูกค้าสะดวกได้

## About Us

### เรื่องราวของเรา

ประวัติความเป็นมา LOVE POTION COMPANY เป็นแบรนด์ธุรกิจที่ทำเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ความสวยความงาม ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2557 โดย นางสาวณัฐชยานันท์ สุขวัฒนาพร หรือที่เราเรียกกันว่า การ์ด บุคคลที่เป็นที่รู้จักกันในโลกออนไลน์ การ์ดเริ่มทำแบรนด์ตั้งแต่ อายุ 17 ปี จุดเริ่มต้นที่ทำให้การ์ดเปิดแบรนด์เองก็คือ การ์ดเป็น เด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่ชอบเข้าสู่วงวัลย์รุ่นก็เริ่มรักสวยรักงาม เลย พยายามที่จะดูแลตัวเองให้มากขึ้นแต่ลองใช้สกินแคร์ไปเท่าไร ก็รู้สึกว่าจะไม่พอใจ เลยเลือกที่จะผลิตใช้เอง



### ภาพที่4.23 หน้าAbout

จากภาพที่4.23 แสดงหน้าAbout โดยสามารถศึกษาเรื่องราวของแบรนด์ วิสัยทัศน์ของแบรนด์ กลุ่มเป้าหมายของแบรนด์

## Frequently Asked Questions

How can we help you?

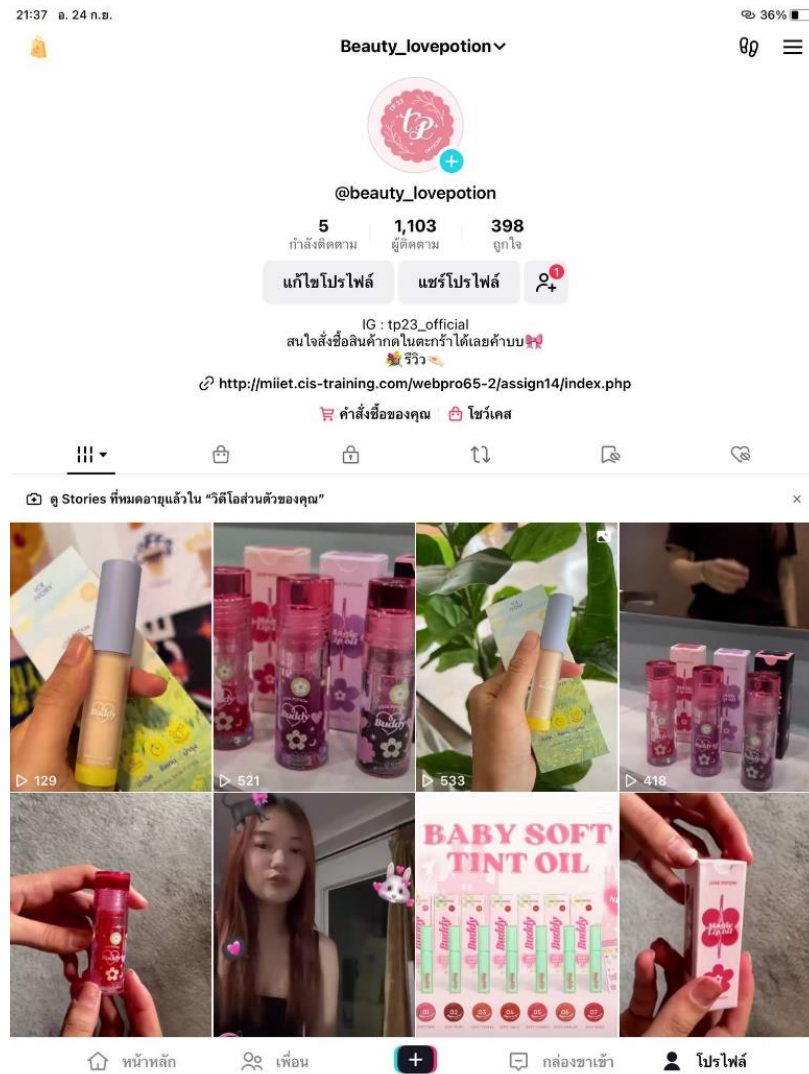
### คำถามที่พบบ่อย

วิธีการสั่งซื้อ?	∨
สินค้าของคุณมีอะไรบ้าง?	∨
ช่องทางการชำระเงินมีอะไรบ้าง?	∨
สินค้าจัดส่งภายในกี่วัน?	∨
นโยบายการคืนสินค้าเป็นยังไง?	∨

### ภาพที่4.24 หน้าคำถามที่พบบ่อย

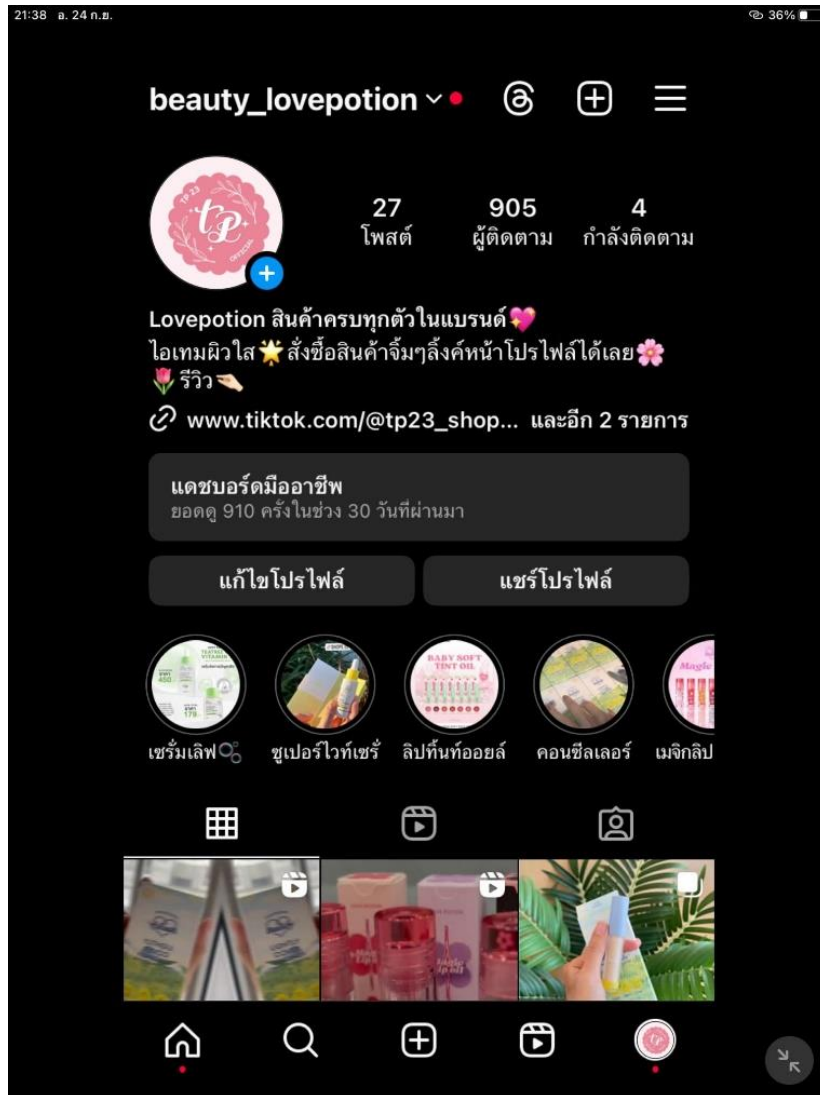
#### 4.1.2 ด้านการดำเนินธุรกิจ

##### 1) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม Tiktok



ภาพที่4.25 ช่องทางการจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม Tiktok

## 2) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม Instagram



ภาพที่ 4.26 ช่องทางการจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม Instagram

3) ติดตามและวัดผลโดยวัดผลจากผู้ติดตามของ Instagram และ Tiktok จากจำนวนผู้ติดตาม 300 ผู้ติดตาม



ภาพที่4.27 หน้าผู้ติดตาม Tiktok

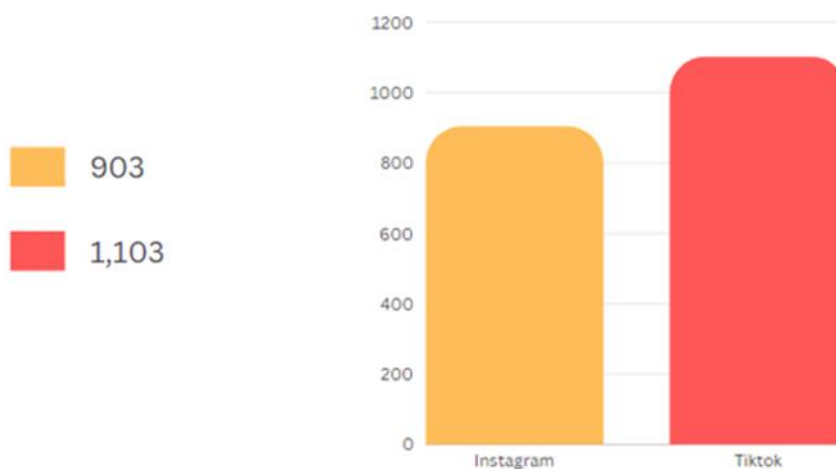
จากภาพที่4.27 นำยอดผู้ติดตามของแพลตฟอร์ม Tiktok มาคิดเป็นเปอร์เซ็นต์



ภาพที่4.28 หน้าผู้ติดตาม Instagram

จากภาพที่4.28 นำยอดผู้ติดตามของแพลตฟอร์ม Instagram มาคิดเป็นเปอร์เซ็นต์

## ติดตามและวัดผลโดยวัดผล



จากผู้ติดตามของ *Instagram* และ *Tiktok*

**ภาพที่4.29** วัดผลจากผู้ติดตามของ InstagramและTiktok

จากจำนวนผู้ติดตาม 300 ผู้ติดตาม

จากภาพที่4.29 พบว่าตลอด 4 เดือนที่ผ่านมา มีผู้ติดตามช่อง Instagram ทั้งหมด 903 ผู้ติดตาม ช่อง Tiktok มีผู้ติดตามทั้งหมด 1,103 ผู้ติดตาม



4) เปรียบเทียบข้อมูลยอดค่าคอมมิชชั่นสินค้าจาก Instagram จากระบบหลังบ้านของ Shopee และ เปรียบเทียบข้อมูลยอดค่าคอมมิชชั่นสินค้าจาก Tiktok shop 500 บาท

รายได้ของฉัน	
<b>฿613.73</b>	
รายละเอียดรายได้	ดูเพิ่ม >
โซเซียลมีเดีย	฿613.73
ทั้งหมด	รอดำเนินการ    ทำการจ่ายเรียบร้อยแล้ว    ทำ
Bill for commission completed 16 ส.ค. - 31 ส.ค.	฿2.14 > ไม่สามารถทำจ่ายได้
Bill for commission completed 01 ส.ค. - 15 ส.ค.	฿8.30 > ไม่สามารถทำจ่ายได้
Bill for commission completed 01 ก.ค. - 15 ก.ค.	฿10.13 > ไม่สามารถทำจ่ายได้

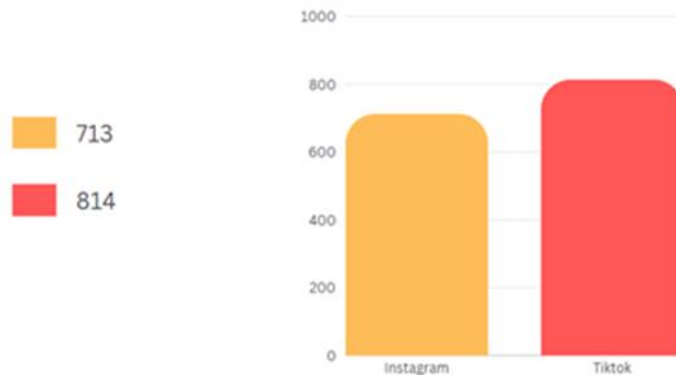
ภาพที่ 4.30 รายได้ค่าคอมมิชชั่นจากระบบหลังบ้าน Shopee

จากภาพที่ 4.30 จำนวนเงินในบิลที่ยังไม่ถึงยอดขั้นต่ำในการทำจ่าย (฿100.00) ยอดที่ต่างจากรอบที่ไม่ผ่านจะถูกสะสมและไปทบรวมเพื่อทำจ่ายในรอบที่จำนวนเงินถึงยอดขั้นต่ำ

ค่านายหน้า	การชำระเงิน	การละเมิด
ก.ย. 27		฿10.74 > 1 รายการ
ก.ย. 26		฿79.08 > 2 รายการ
ก.ย. 26		฿46.71 > 3 รายการ
ก.ย. 5		฿14.45 > 1 รายการ
ส.ค. 21		฿5.77 > 1 รายการ
ส.ค. 17		฿46.68 > 1 รายการ
ส.ค. 12		฿19.94 > 1 รายการ
ก.ค. 28		฿5.37 > 1 รายการ
ก.ค. 19		฿34.80 > 1 รายการ
ก.ค. 16		฿1.69 > 1 รายการ
ก.ค. 16		฿45.60 > 1 รายการ
ก.ค. 15		฿10.64 > 7 รายการ

ภาพที่ 4.31 รายได้ค่าคอมมิชชั่นจากระบบหลังบ้าน Tiktok

## เปรียบเทียบข้อมูลยอดค่าคอมมิชชั่นสินค้า



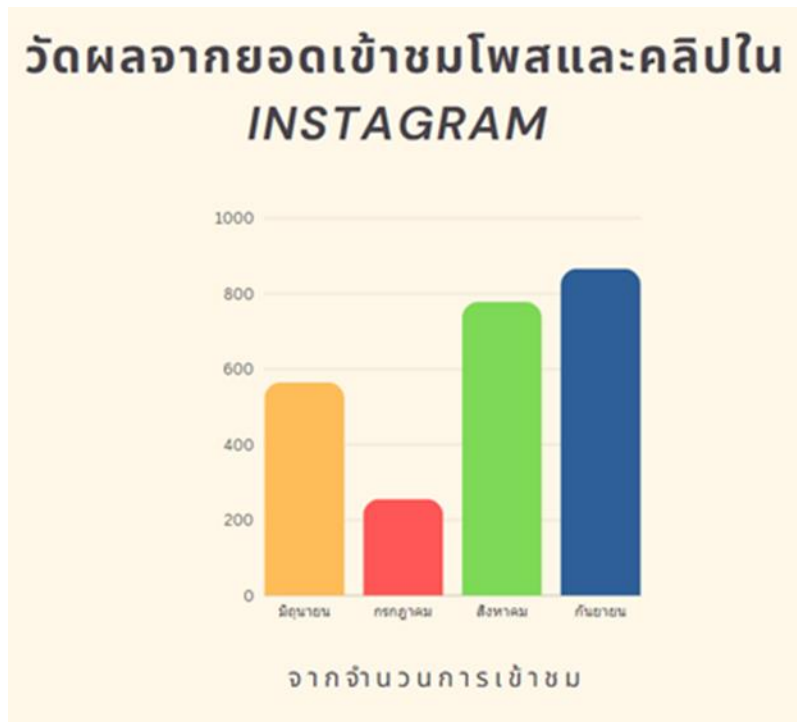
จาก Instagram จากระบบหลังบ้านของ Shopee ที่ใช้ในการเก็บยอดค่าคอมมิชชั่นที่มาจากช่องทาง Instagram

ภาพที่ 4.32 เปรียบเทียบข้อมูลยอดค่าคอมมิชชั่นสินค้าจาก Instagram จากระบบหลังบ้านของ Shopee และเปรียบเทียบข้อมูลยอดค่าคอมมิชชั่นสินค้าจาก Tiktok shop 500 บาท จากภาพที่ 4.32 พบว่าตลอด 4 เดือนที่ผ่านมา ช่อง Instagram มียอดค่าคอมมิชชั่นทั้งหมด 713 บาท ช่อง Tiktok มียอดค่าคอมมิชชั่นทั้งหมด 814 บาท

5) ติดตามและวัดผลจากยอดเข้าชมโพสต์และคลิปใน Instagram และ Tiktok จากจำนวนการเข้าชม 300 ผู้เข้าชมต่อเดือน

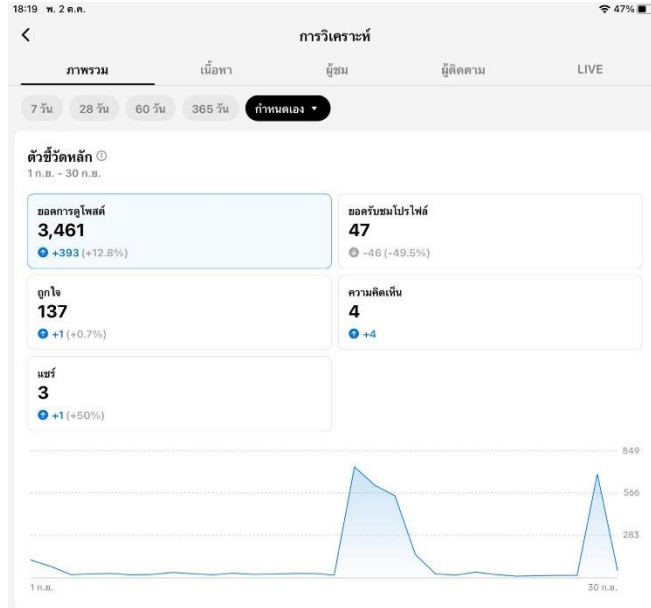


ภาพที่ 4.33 ตัวอย่างยอดเข้าชมจากระบบหลังบ้าน Instagram



ภาพที่ 4.34 วัดผลจากยอดเข้าชมโพสต์และคลิปใน Instagram จากจำนวนการเข้าชม 300 ผู้เข้าชม ต่อเดือน

จากภาพที่ 4.34 พบว่าช่วงเดือนมิถุนายนมีจำนวนผู้เข้าชมโพสต์และคลิป 565 ยอดดู เดือนกรกฎาคมมีจำนวนเข้าชมโพสต์และคลิป 256 ยอดดู เดือนสิงหาคมมีจำนวนเข้าชมโพสต์และคลิป 778 ยอดดู เดือนกันยายนมีจำนวนเข้าชมโพสต์และคลิป 866 ยอดดู



ภาพที่ 4.35 ตัวอย่างยอดเข้าชมจากระบบหลังบ้าน Tiktok



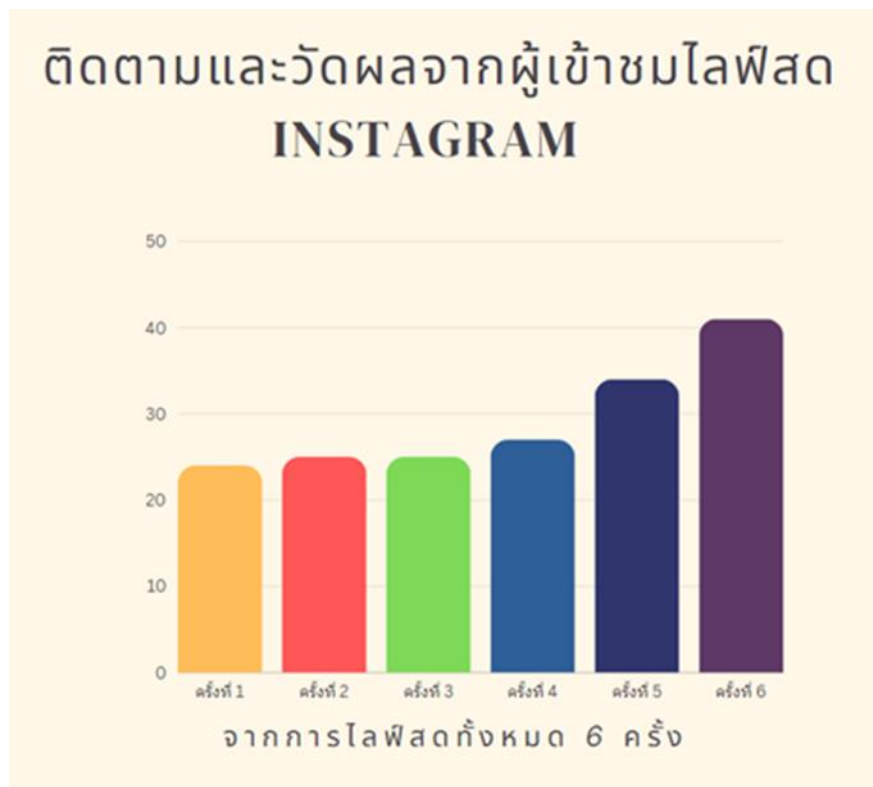
ภาพที่ 4.36 วัดผลจากยอดเข้าชมโพสต์และคลิปใน Tiktok จากจำนวนการเข้าชม 300 ผู้เข้าชมต่อเดือน

จากภาพที่4.36 พบว่าช่วงเดือนมิถุนายนมีจำนวนผู้เข้าชมโพสต์และคลิป 291 ยอดดู เดือนกรกฎาคมมีจำนวนเข้าชมโพสต์และคลิป 373 ยอดดู เดือนสิงหาคมมีจำนวนเข้าชมโพสต์และคลิป 3,069 ยอดดู เดือนกันยายนมีจำนวนเข้าชมโพสต์และคลิป 3,461 ยอดดู

6) ติดตามและวัดผลจากผู้เข้าชมไลฟ์สด Instagram จากจำนวนการเข้าชม 100 ผู้ชมจากการไลฟ์สดทั้งหมด 6 ครั้ง



ภาพที่4.37 ตัวอย่างยอดเข้าชมไลฟ์สดจากระบบหลังบ้าน Instagram



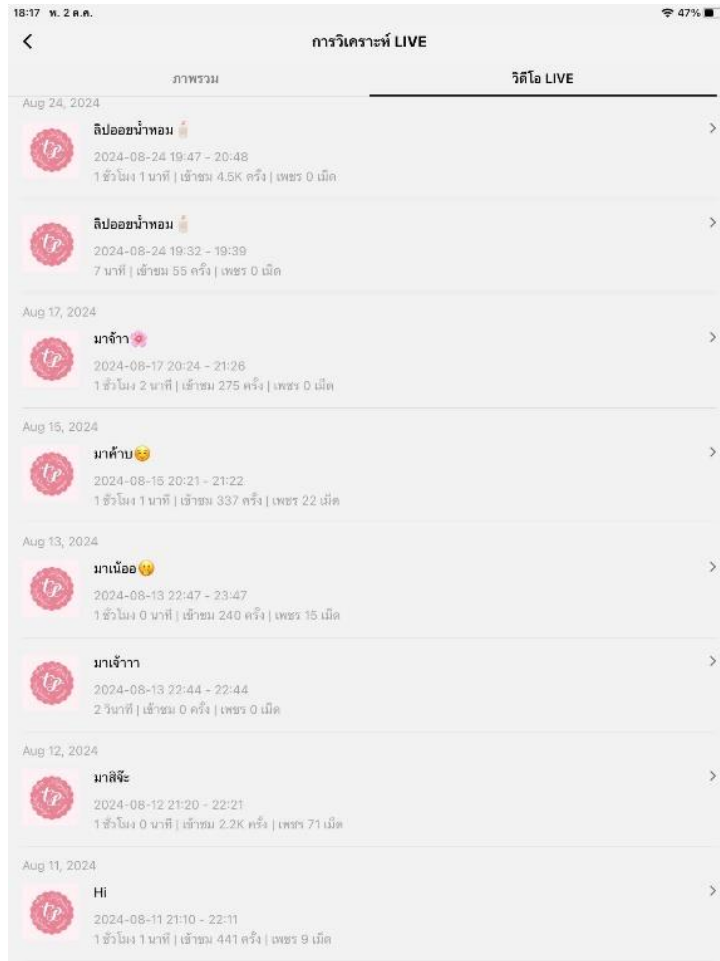
**ภาพที่ 4.38** วัดผลจากผู้เข้าชมไลฟ์สด Instagram

จากจำนวนการเข้าชม 100 ผู้ชมจากการไลฟ์สดทั้งหมด 6 ครั้ง

จากภาพที่ 4.38 พบว่าครั้งที่ 1 มีผู้เข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 24 คน ครั้งที่ 2 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 25 คน ครั้งที่ 3 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 25 คน ครั้งที่ 4 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 27 คน ครั้งที่ 5 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 34 คน ครั้งที่ 6 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 41 คน



7) ติดตามและวัดผลจากผู้เข้าชมไลฟ์สด Tiktok จากจำนวนการเข้าชม 300 ผู้ชมจากการไลฟ์สดทั้งหมด 6 ครั้ง



ภาพที่ 4.39 ตัวอย่างยอดเข้าชมไลฟ์สดจากระบบหลังบ้าน Tiktok



**ภาพที่ 4.40** วัดผลจากผู้เข้าชมไลฟ์สด Tiktok

จากจำนวนการเข้าชม 100 ผู้ชมจากการไลฟ์สดทั้งหมด 6 ครั้ง

จากภาพที่ 4.40 พบว่าครั้งที่ 1 มีผู้เข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 441 คน ครั้งที่ 2 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 2,200 คน ครั้งที่ 3 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 240 คน ครั้งที่ 4 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 337 คน ครั้งที่ 5 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 275 คน ครั้งที่ 6 มีจำนวนเข้าชมไลฟ์ทั้งหมด 4,500 คน

7) ติดตามและวัดผลจากการโปรโมทคลิปใน Instagram และ Tiktok จากคลิปที่ทำการโปรโมท

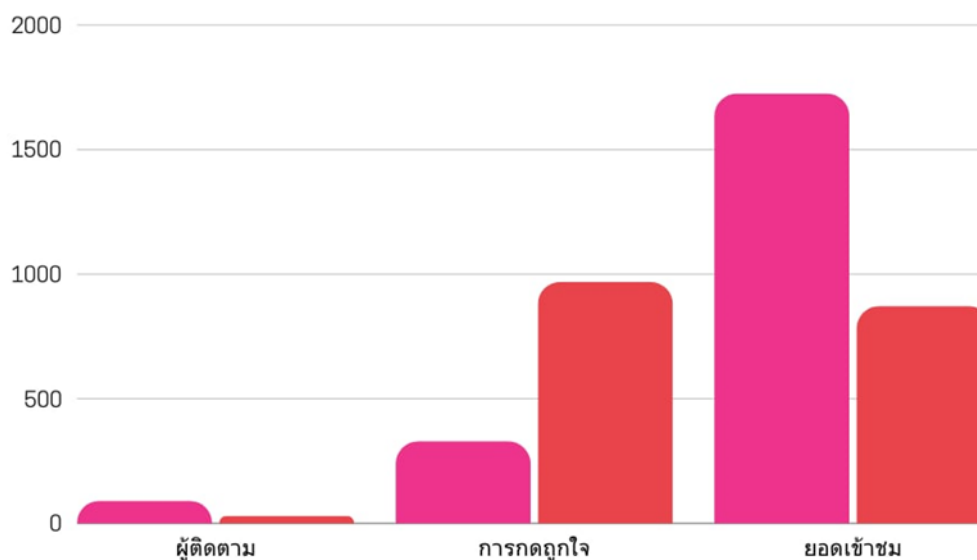


ภาพที่ 4.41 ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกในการโปรโมทคลิปใน Instagram



ภาพที่ 4.42 ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกในการโปรโมทคลิปใน Tiktok

## ติดตามและวัดผลจากการโปรโมทคลิป Instagram และ Tiktok จากคลิปที่ทำการโปรโมท



ภาพที่ 4.43 วัดผลจากการโปรโมทคลิปใน Instagram และ Tiktok  
จากคลิปที่ทำการโปรโมท

จากภาพที่ 4.43 สีชมพูคือการโปรโมทใน Instagram มีผู้ติดตามใหม่จากการโปรโมท 9 ผู้ติดตามและมีการกดถูกใจ 33 ใจมียอดเข้าชม 1,726 ครั้ง สีแดงคือการโปรโมทใน Tiktok มีผู้ติดตามใหม่จากการโปรโมท 3 ผู้ติดตามและมีการกดถูกใจ 97 ใจมียอดเข้าชม 872 ครั้ง

## 4.2 อภิปรายผล

มิติที่ 1 จากการเปรียบเทียบทั้ง 4 กลยุทธ์ ได้แก่ การยิงแอดหรือโฆษณา การทำคอนเทนต์ การจัดโปรโมชันและการไลฟ์สด พบว่าแต่ละกลยุทธ์มีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน การยิงแอดหรือโฆษณาเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างผลลัพธ์ได้รวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากในระยะสั้น โดยเฉพาะเมื่อต้องการขยายฐานลูกค้าหรือเพิ่มการรับรู้แบรนด์ทันที ข้อได้เปรียบหลักคือความสามารถในการปรับแต่งกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมตามลักษณะตลาด เช่น อายุ เพศ ความสนใจ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าที่มีแนวโน้มจะสนใจสินค้า/บริการโดยตรง แต่ข้อเสียคือมีค่าใช้จ่ายสูงและอาจไม่เหมาะสมสำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่มีงบประมาณจำกัด อีกทั้งหากการตั้งค่าไม่แม่นยำอาจทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ไม่ตรงเป้าหมาย

การทำคอนเทนต์จากการใช้กระแสนิยมคือการที่คอนเทนต์สามารถกลายเป็น "ไวรัล" ได้อย่างรวดเร็ว เพราะผู้ชมมักจะแชร์เนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของพวกเขาในช่วงเวลานั้น เช่น การทำวิดีโอตามเทรนด์ TikTok หรือการใช้ฟิลเตอร์ใน Instagram ที่เป็นที่นิยมจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ นี่คือการเพิ่มระดับการมีส่วนร่วม ซึ่งส่งผลให้คอนเทนต์มีความน่าสนใจมากขึ้นและได้รับการเผยแพร่ในวงกว้างผ่านการแชร์และการบอกต่อ การตอบสนองทันทีและการมีบทสนทนากับผู้ชมในคอมเมนต์ยังช่วยสร้างความผูกพันระหว่างผู้สร้างคอนเทนต์และผู้ชมมากขึ้น ดังนั้นการทำคอนเทนต์ที่ผสมผสานกระแสนิยมและการปฏิสัมพันธ์จึงเป็นกลยุทธ์ที่สร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเพิ่มทั้งการเข้าถึง การสร้างความไว้วางใจ และการเผยแพร่ในวงกว้างผ่านการบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี ปิ่นเจริญ และนิธนา ฐานิตธนกร (2560) ที่พบว่า ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านความบันเทิง การมีปฏิสัมพันธ์ ด้านกระแสนิยมด้านการตอบสนองความต้องการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคเพราะภาพหรือสื่อในรูปแบบของเสียง จะช่วยทำให้ผู้บริโภคเข้าใจข้อมูลและวิธีการใช้งาน รวมถึงผู้ขายสามารถให้ข้อมูลและตอบสนองความต้องการ ไขข้อสงสัยหรือตอบโต้บทสนทนาของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

การจัดโปรโมชันสามารถกระตุ้นยอดขายได้ทันทีในระยะสั้น ทำให้เป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงในกรณีที่ต้องการสร้างยอดขายเร่งด่วนหรือดึงดูดลูกค้าใหม่เข้ามา แต่ข้อเสียคืออาจทำให้ธุรกิจมีกำไรลดลง และหากจัดโปรโมชันบ่อยครั้งอาจทำให้ลูกค้ารอซื้อเฉพาะช่วง

โปรโมชั่นเท่านั้น ทำให้ลดความสำคัญของการสร้างมูลค่าของสินค้าในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (ณัฐกานต์ กองแก้ว, 2559) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้มากที่สุดคือช่วงที่แอปพลิเคชันมีโปรโมชั่นส่วนลดและในส่วนของการเลือกร้านค้า ผู้บริโภคใช้การดูรีวิวสินค้าจากผู้ซื้อ และยอดการกดติดตามของร้านค้าเป็นหลัก ในด้านของโอกาสที่ผู้บริโภคเข้าไปซื้อสินค้า จะใช้ช่วงเวลาที่ตนเองว่างเข้าไปดูคลิปวิดีโอ หรือดู TikTok Live หากเจอสินค้าที่สนใจหรือถูกใจก็จะทำการสั่งซื้อ หรือบางครั้งการพบเห็นคลิปวิดีโอซ้ำๆ ก็ทำให้เกิดการอยากลองซื้อสินค้าได้

การไลฟ์สดเป็นกลยุทธ์ที่มีความโดดเด่นในด้านการมีส่วนร่วมของลูกค้าแบบเรียลไทม์ ช่วยให้แบรนด์สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างตรงไปตรงมา ทำให้ลูกค้ามีโอกาสเห็นสินค้าและตัดสินใจซื้อได้ทันที อย่างไรก็ตามการไลฟ์สดต้องการการเตรียมพร้อมและการวางแผนที่ดี เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสร้างยอดขาย แต่การไลฟ์สดจะได้ผลดีเมื่อแบรนด์มีฐานลูกค้าที่ติดตามอยู่แล้วหรือมีผู้ชมเพียงพอ กลยุทธ์ที่ดีที่สุดจะขึ้นอยู่กับเป้าหมายของธุรกิจ หากต้องการยอดขายทันที การจัดโปรโมชั่นและการไลฟ์สด อาจจะเป็นที่ดีที่สุด แต่ถ้าเน้นการสร้างแบรนด์ในระยะยาว การทำคอนเทนต์และการยิงแอดหรือโฆษณา จะมีประโยชน์มากกว่า

มิติที่ 2 ผลลัพธ์จากการวัดผลการตลาดในช่วง 4 เดือนที่ผ่านมาแสดงให้เห็น การเปรียบเทียบระหว่างช่องทาง Instagram และ Tiktok พบว่าทั้งสองแพลตฟอร์มมีความสำเร็จและการเติบโตในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป เริ่มจากจำนวนผู้ติดตาม Instagram และ Tiktok โดยในระยะเวลา 4 เดือน Instagram มีผู้ติดตาม 903 คน ส่วน Tiktok มีผู้ติดตาม 1,103 คน แสดงให้เห็นว่า Tiktok มีการเติบโตที่รวดเร็วกว่าเล็กน้อย

ยอดค่าคอมมิชชั่นของทั้งสองช่องทางจะใกล้เคียงกัน โดย Instagram ทำยอดขายได้ 713 บาท และ Tiktok ได้ 814 บาท ซึ่งอาจสะท้อนถึงการที่ Tiktok สามารถสร้างรายได้ที่สูงกว่าในระยะยาวเท่ากัน แม้ยอดติดตามจะไม่แตกต่างกันมากนัก

เมื่อพิจารณาจากยอดการเข้าชมโพสต์และคลิปในแต่ละเดือน Instagram มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในเดือนสิงหาคมและกันยายน โดยมียอดสูงสุดที่ 866 ยอดดูในเดือนกันยายน ในขณะที่ Tiktok มียอดเข้าชมที่พุ่งสูงขึ้นอย่างชัดเจนในเดือนสิงหาคมและกันยายน โดยเฉพาะเดือนกันยายน

ที่มียอดดูถึง 3,461 ยอดดู การเข้าถึงเนื้อหาใน Tiktok นั้นชัดเจนว่ามีความเป็นไวรัลและเข้าถึงได้ง่ายกว่า Instagram ซึ่งส่งผลให้มีการเข้าชมที่สูงกว่าในหลายเดือน

นอกจากนี้ การไลฟ์สดของ Tiktok ก็มีผู้เข้าชมที่มากกว่า Instagram อย่างมาก โดยเฉพาะครั้งที่ 6 ที่มีผู้เข้าชมถึง 4,500 คน เมื่อเทียบกับ 41 คนใน Instagram

การโปรโมทคลิปก็เป็นอีกจุดที่น่าสนใจ Instagram สามารถสร้างผู้ติดตามใหม่ได้มากกว่าจากการโปรโมทคลิป 9 ผู้ติดตามเทียบกับ 3 ผู้ติดตามใน Tiktok แต่ Tiktok มีการกดถูกใจและการเข้าชมคลิปที่มากกว่าเล็กน้อย ซึ่งอาจชี้ให้เห็นว่าผู้ชมใน Tiktok มักจะมีส่วนร่วมกับเนื้อหามากกว่า ข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าทั้งสองแพลตฟอร์มมีข้อดีและข้อจำกัดของตน การใช้ประโยชน์จากทั้งสองช่องทางควบคู่กันอาจเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดในการสร้างฐานลูกค้าและการขายที่แข็งแกร่งขึ้น ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌ็อง-ฌัก ลูซเจอร์ญู (2564) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่า TikTok มีความสามารถในการดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้ได้มากกว่าพื้นที่อื่น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบการนำเสนอที่สนุกสนานและไวรัลซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับกรณีที่ TikTok สามารถทำให้ยอดเข้าชมสูงขึ้นในช่วงเวลาที่รวดเร็วและการเข้าถึงเนื้อหาของ TikTok ที่มีจำนวนสูง