

## บทที่ 4

### ผลการดำเนินงาน

#### 4.1 ผลการดำเนินงาน

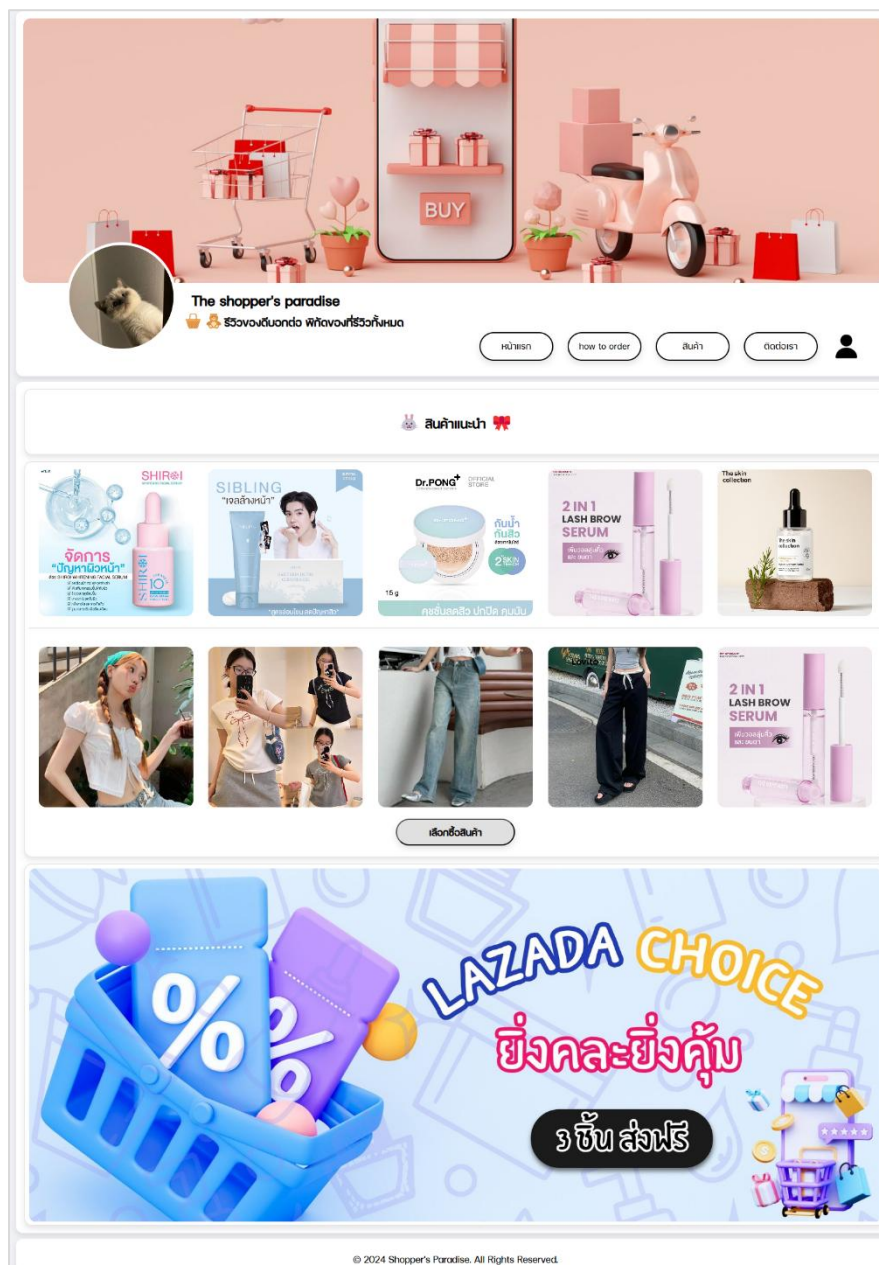
จากการพัฒนาเว็บไซต์และการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่าน Lemon8 และ TikTok กรณีศึกษา การทำ Affiliate Marketing ของ Shopee และ Lazada ได้นำแนวคิด กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อบริหารจัดการคำสั่งซื้อ และสร้างช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ที่ช่วยส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยแพลตฟอร์ม TikTok และ Lemon8 ทั้งนี้ การวัดผลจะใช้การเก็บสถิติยอดคำสั่งซื้อจาก Shopee และ Lazada ยอดกดใจและยอดเข้าชมจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ได้กำหนดขอบเขตไว้ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการติดตามความสำเร็จ และปรับแก้ไขให้โครงการสามารถพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ด้านการพัฒนาเว็บไซต์ มีการพัฒนาเว็บไซต์เป็นตัวกลางในการนำสู่ร้านค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee และ Lazada พัฒนาโดยใช้ภาษา PHP, HTML, CSS และมีระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL ในการจัดเก็บข้อมูล ในการจัดการข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ และการทำการตลาดออนไลน์บนแพลตฟอร์ม TikTok และ Lemon8 ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

จากการพัฒนาเว็บไซต์และการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่าน TikTok และ Lemon8 กรณีศึกษา การทำ Affiliate Marketing ของ Shopee และ Lazada เป็นระบบที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลที่นำเสนอได้ ลดข้อผิดพลาดและง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น โดยเจ้าของสามารถเข้าสู่ระบบได้โดยการใช้ชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านในการจัดการสินค้าและข้อมูลต่าง ๆ ตามขอบเขต และด้านลูกค้าสามารถดูสินค้าและทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านลิงก์ที่ให้มา ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์การซื้อที่สะดวกและมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

#### 4.1.1 ด้านการพัฒนาเว็บไซต์

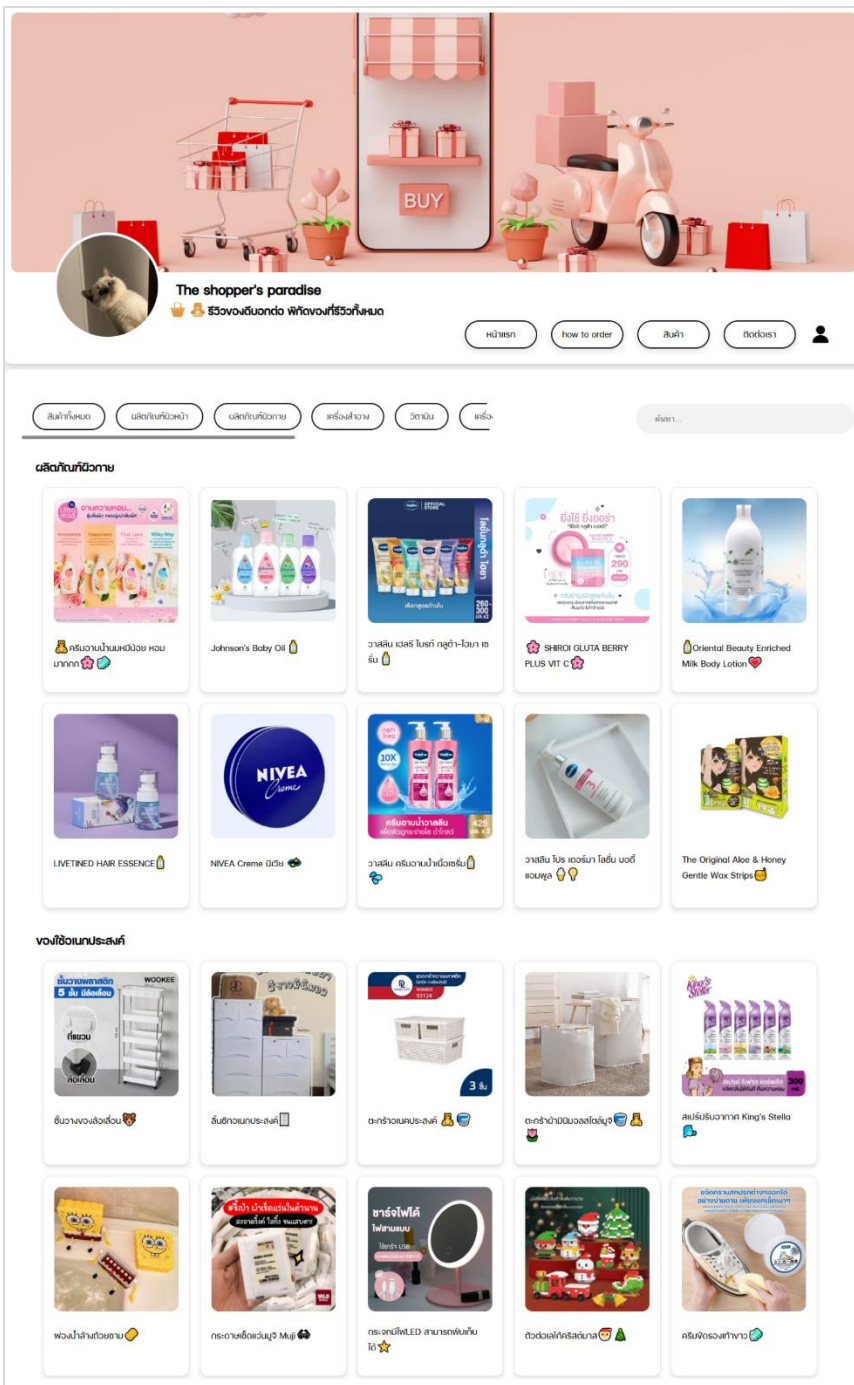
การเผยแพร่เว็บไซต์สู่อินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 4.1 หน้าเว็บไซต์

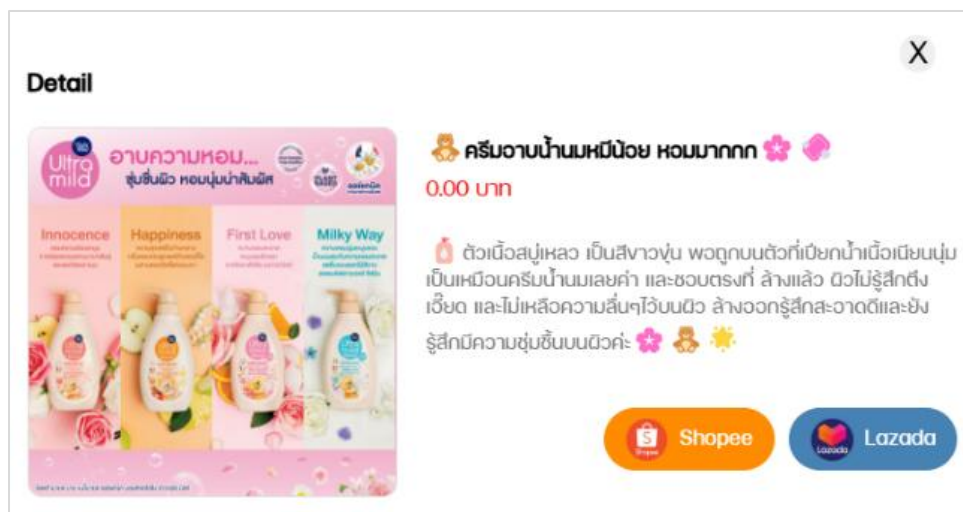
จากภาพที่ 4.1 แสดงถึงหน้าแรกของเว็บไซต์ ซึ่งเป็นหน้าที่ผู้ใช้จะพบเมื่อเข้ามายังเว็บไซต์ โดยจะมีปุ่มนำทางต่าง ๆ ให้เลือกใช้งาน





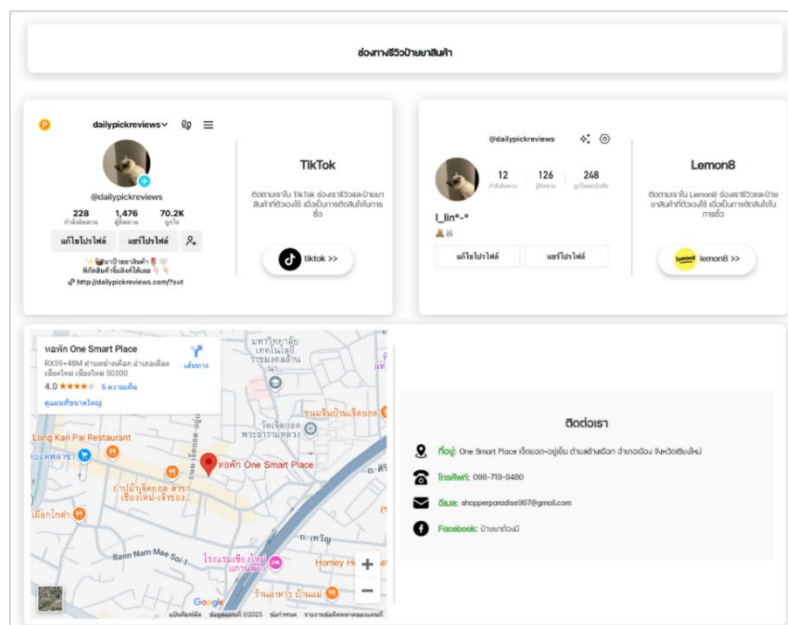
ภาพที่ 4.3 หน้าสินค้า

จากภาพที่ 4.3 แสดงหน้าสินค้า จะแสดงรายการสินค้าของทางร้าน ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือก  
ดูสินค้าได้ตามต้องการ



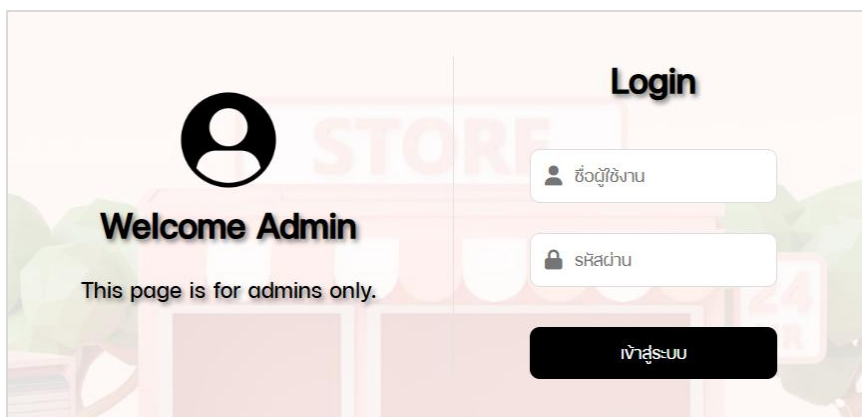
ภาพที่ 4.4 หน้ารายละเอียดสินค้า

จากภาพที่ 4.4 แสดงหน้ารายละเอียดของสินค้า เมื่อผู้ใช้คลิกที่สินค้าจะมีหน้าต่างป๊อปอัพขึ้นมาเพื่อแสดงรายละเอียดของสินค้าเพิ่มเติม



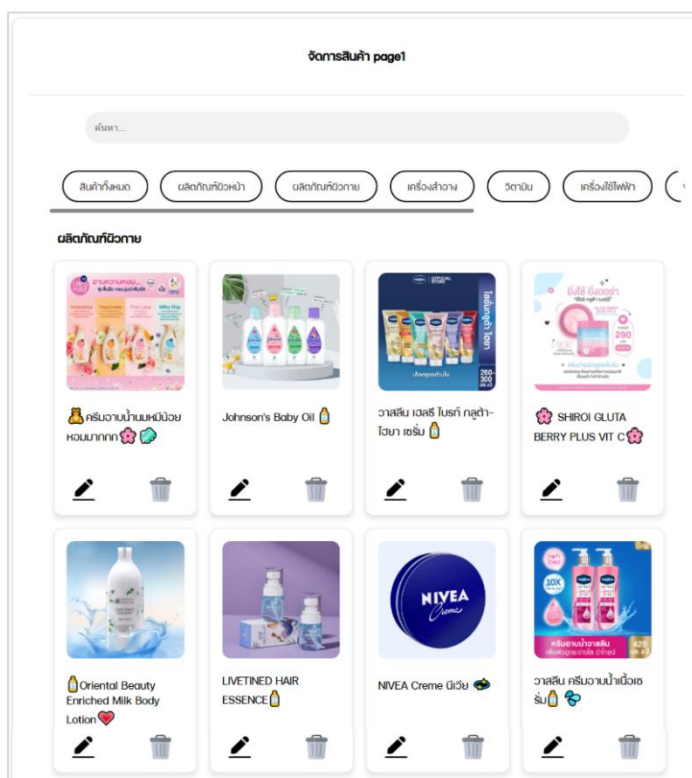
ภาพที่ 4.5 หน้าช่องทางการติดต่อ

จากภาพที่ 4.5 แสดงหน้าช่องทางการติดต่อ ซึ่งเป็นหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อร้านค้า ผู้ใช้สามารถติดต่อเราได้ผ่านหน้านี้



ภาพที่ 4.6 หน้าเข้าสู่ระบบสำหรับผู้ดูแลระบบ

จากภาพที่ 4.6 แสดงหน้าจอเข้าสู่ระบบสำหรับผู้ดูแลระบบ (Admin) โดยผู้ดูแลระบบจะต้องมีชื่อผู้ใช้ (Username) และรหัสผ่าน (Password) เพื่อเข้าสู่ระบบและทำการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ได้



ภาพที่ 4.7 หน้าจัดการสินค้า

จากภาพที่ 4.7 แสดงหน้าจัดการสินค้า โดยผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข รายการสินค้าได้

**ฟอร์มเพิ่มข้อมูลสินค้า**

**\*ชื่อสินค้า:**

**รายละเอียดสินค้า:**

**\*ราคา:**

บาท

**หมวดหมู่:**

เลือกหมวดหมู่ ▾

**ลิงค์ Shopee:**

**ลิงค์ Lazada:**

**รูปภาพสินค้า:**

ไม่ได้อัปโหลด

**หน้า:**

page ▾

**ภาพที่ 4.8** หน้าเพิ่มสินค้า

จากภาพ 4.8 แสดงหน้าเพิ่มข้อมูลสินค้า เป็นหน้าที่ผู้ดูแลระบบใช้ในการเพิ่มรายการสินค้าลงเว็บไซต์



**ฟอร์มแก้ไขข้อมูลสินค้า**

**\*ชื่อสินค้า:**

ครีมอาบน้ำเบบี๋มายด์ วัลตรามายด์ ออร์แกนิก

**รายละเอียดสินค้า:**

ครีมอาบน้ำนมหมื่นน้อย หอมมากกก  
ตัวเนื้อสบู่อะเลว เป็นสีงาวฟู่น พวดูกับตัวที่เปียกน้ำเนื้อเนียนนุ่มเป็นเหมือนครีมบ้านเมเลย  
ค่า และชอบตรงที่ ล้างแล้ว ตัวไม่รู้สึกตึงเจียด และไม่แห้งผิวความชุ่มชื้นไว้บนผิว ล้างออก  
รู้สึกสะอาดดีและยังรู้สึกมีความชุ่มชื้นบนผิวค่ะ

**\*ราคา:**

0.00

บาท

**หมวดหมู่:**

ผลิตภัณฑ์ผิวกาย

**ลิงค์ Shopee:**

<https://s.shopee.co.th/1B4vEgyrGU>

**ลิงค์ Lazada:**

[https://c.lazada.co.th/t/c.YcAZBe?sub\\_id3=website](https://c.lazada.co.th/t/c.YcAZBe?sub_id3=website)

**รูปภาพสินค้า:**

ไม่ได้เลือกไฟล์

**หน้า:**

page

#### ภาพที่ 4.9 หน้าแก้ไขข้อมูลสินค้า

จากภาพที่ 4.9 แสดงหน้าแก้ไขข้อมูลสินค้า โดยผู้ดูแลระบบสามารถแก้ไขชื่อสินค้า รายละเอียดสินค้า หมวดหมู่ ลิงก์ URL สำหรับซื้อสินค้าได้



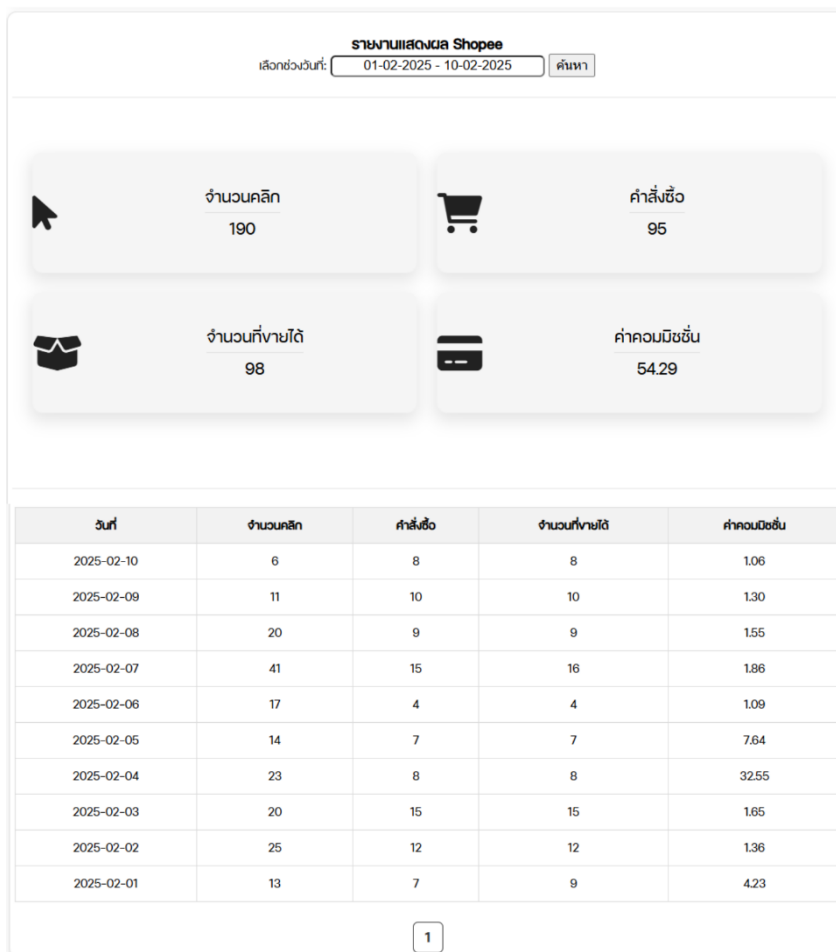
ภาพที่ 4.10 หน้าจัดการข้อมูลส่วนตัว

จากภาพที่ 4.10 แสดงหน้าจัดการข้อมูลส่วนตัวของผู้ดูแลระบบ สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้

ประเภทคลิก	จำนวนคลิก
TikTok	213
Lemon8	99
อื่นๆ	70
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>382</b>

ภาพที่ 4.11 หน้าแสดงยอดการเข้าชมเว็บไซต์

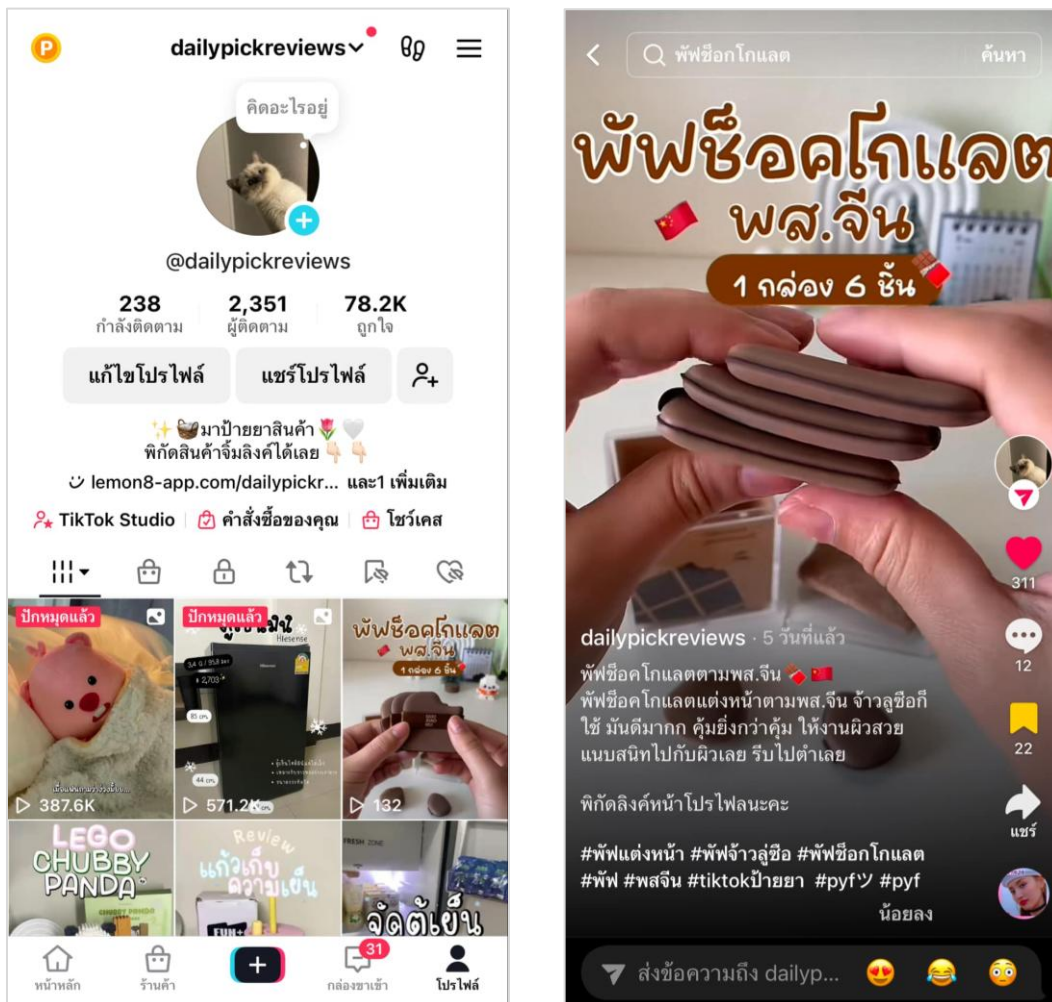
จากภาพที่ 4.11 แสดงหน้ายอดการเข้าชมเว็บไซต์ ผู้ดูแลระบบสามารถดูการเข้าชมจากแพลตฟอร์ม TikTok, Lemon8 และแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้



**ภาพที่ 4.12** หน้ารายงานแสดงผล

จากภาพที่ 4.12 แสดงหน้ารายงานแสดงผล โดยผู้ดูแลระบบสามารถเข้าดูจำนวนคลิก คำสั่งซื้อ จำนวนที่ขายได้ และค่าคอมมิชชั่นได้ทั้งแบบรายวันและรายเดือน

### 4.1.2 ด้านการดำเนินงานธุรกิจ



ภาพที่ 4.13 ช่องทางการโปรโมตสินค้าแพลตฟอร์ม TikTok

จากภาพที่ 4.13 แสดงช่องทางการโปรโมตผ่านทาง TikTok ที่ผู้จัดทำเปิดเพื่อการโปรโมตสินค้าและตัวอย่างการโพสต์สินค้า



ภาพที่ 4.14 ช่องทางการโปรโมตสินค้าแพลตฟอร์ม Lemon8

จากภาพที่ 4.14 แสดงช่องทางการโปรโมตผ่านทาง Lemon8 ที่ผู้จัดทำเปิดเพื่อการโปรโมตสินค้าและตัวอย่างการโพสต์สินค้า

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok เดือนพฤศจิกายน 2567

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	ครีมขจัดรองเท้าตัวตั้ง หลักลิป ตีจริงหรือ(?)	พ.ย. 2567	การรีวิว	2,489	49	8
2	เซรั่มที่จริงใจต้อง The skin collection	พ.ย. 2567	การรีวิว	133	16	0
3	ไอเทมเด็ด!! ที่คนใส่แว่นต้องมี	พ.ย. 2567	การรีวิว	127	15	0
4	ป้ายยาลิปดูโอ้ 4U2Better Half Duo Lip	พ.ย. 2567	การรีวิว	784	66	0
5	เจลล้างหน้าลดสิว ผิวมัน   Acne Aid สีแดง	พ.ย. 2567	การรีวิว	131	17	2
6	nivea crem ตลับน้ำเงิน ไอเทมสารพัดประโยชน์ ตลับเดียวเอาอยู่	พ.ย. 2567	การรีวิว	122	15	2
7	ไอเทมชะลอวัย โกงอายุ หน้าเด็ก!! วิตามินโกงอายุผิว ด้วยAstraxanthin	พ.ย. 2567	การรีวิว	716	77	4
8	ตะกร้าอเนกประสงค์ Double Lock 1 set	พ.ย. 2567	การรีวิว	1,404	107	5
9	ไอเท็มเด็กหอ ตะกร้าผ้ามีนิมอล สไตล์มูจิ	พ.ย. 2567	การรีวิว	1,222	90	2
10	ลดรอยของ puricas อันนี้ดีมากกก ใช้แล้วจึ้ง	พ.ย. 2567	การรีวิว	147	15	0
11	ป้ายยาลิปครีจันท์ ไฮยา เหลือ 38฿	พ.ย. 2567	การรีวิว	1,196	255	0
12	HOW TOช้อปยังงั้ให้ลดเยอะ	พ.ย. 2567	คอนเทนต์	143	25	0
<b>รวม</b>				<b>8,614</b>	<b>747</b>	<b>23</b>

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok เดือนธันวาคม 2567

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	ลิ้นชักอเนกประสงค์ สีขาวมินิมอล	ธ.ค. 2567	การรีวิว	2,231	160	7
2	ชั้นวางรองเท้า	ธ.ค. 2567	การรีวิว	980	28	17
3	พีเจอร์ใหม่ของ Lazada	ธ.ค. 2567	การรีวิว	148	15	0
4	โฟมนม SCENTIO MILK PLUS สูตรใหม่	ธ.ค. 2567	การรีวิว	268	16	2
5	กระจกแต่งหน้ามินิมอล	ธ.ค. 2567	การรีวิว	188	17	2
6	พัดลมพกพา ไอเทมของคนขี้ร้อน	ธ.ค. 2567	การรีวิว	175	15	0
7	Overnight Mask Skinoxy ไอเทมของคนเป็นสิว	ธ.ค. 2567	การรีวิว	238	16	4
8	unbox ของจาก Choice	ธ.ค. 2567	คอนเทนต์	173	14	1
9	มาร์คหน้าเปปไทด์ตัวช่วยกู้ผิวเร่งด่วน	ธ.ค. 2567	การรีวิว	883	23	4
10	เซรั่มขนตาที่จริงจัง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	1,430	38	16
11	เปลี่ยนผมพัง ให้เป็นผมปัง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	1,064	36	16
12	กลูต้าเม็ดดำ (Black magic+)	ธ.ค. 2567	การรีวิว	804	175	11
13	กางเกงยีนส์ที่ต้องมีติดตู้!!	ธ.ค. 2567	การรีวิว	9,128	893	16
14	เลโก้แต่งห้องวันคริสต์มาส	ธ.ค. 2567	การรีวิว	1,709	286	10
15	ขวดหัวปั๊มอเนกประสงค์	ธ.ค. 2567	การรีวิว	182	17	3
16	Christmas or kiss me ดีคะปีนี้	ธ.ค. 2567	การรีวิว	179	23	0
17	เลือกกลิ่นสุดคิวท์	ธ.ค. 2567	การรีวิว	1,575	326	8
18	เลือกยี่ดจาก lovito	ธ.ค. 2567	การรีวิว	185	14	2
19	เลือกครอบแขนตุ๊กตา	ธ.ค. 2567	การรีวิว	1,950	1,399	12
20	คุชชั่นลดสิ่ว Dr.pong+	ธ.ค. 2567	การรีวิว	154	13	5
21	ลิปซอส ปากแซบ !!!!	ธ.ค. 2567	การรีวิว	175	13	0
22	ใช้คู่กันแล้วปังมาก!! (วาสลิน)	ธ.ค. 2567	การรีวิว	202	15	2

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok เดือนธันวาคม 2567(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
23	คอมไฟแพนด้านอนพุงป่องง ไม่ได้ อ้วนนะแค่มีพุง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	258	19	0
24	จบปัญหาการหยิบเศษผมในห้องน้ำ	ธ.ค. 2567	การรีวิว	248	12	1
25	บอกลาที่โกนด้วยแผ่นแว็กซ์พร้อมใช้	ธ.ค. 2567	การรีวิว	192	16	0
26	ตัวช่วยเวลาแต่งหน้า	ธ.ค. 2567	การรีวิว	145	17	2
27	กล้วยต้าแบล็คเมจิ สูตรใหม่ ผิวดี X2	ธ.ค. 2567	การรีวิว	385	95	7
28	เปิดกรุอาหารเสริมดูแลผิวขาวใส ลด สิว	ธ.ค. 2567	การรีวิว	174	12	5
29	ป้ายยาเสื้อยืด baby tee สุดน่ารัก	ธ.ค. 2567	การรีวิว	175	11	4
30	พลุที่สวยงาม อบจเชียงใหม่ “Charming Chaingmai Flower Festival”	ธ.ค. 2567	คอนเทนต์	1,422	22	2
31	กางเกงขากระบอก   lovito	ธ.ค. 2567	การรีวิว	209	17	2
32	หน้าหนาวแล้วมี Sweatshirt กันริ้วยัง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	198	77	3
33	กระดาษต้นไม้ สำหรับคนขี้เกียจรด น้ำ	ธ.ค. 2567	การรีวิว	158	15	3
34	ซื้อเป้าเลือกกลิ่นหลักสิบ!!	ธ.ค. 2567	การรีวิว	176	15	2
35	แวนจัมที่จริงใจ	ธ.ค. 2567	การรีวิว	157	422	7
36	เสื้อน่ารัก ๆ ที่ควรมีติดตู้	ธ.ค. 2567	การรีวิว	180	14	4
37	เลือกกลิ่นแต่งลูกไม้	ธ.ค. 2567	การรีวิว	154	14	0
<b>รวม</b>				<b>28,252</b>	<b>4,330</b>	<b>180</b>



ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok เดือนมกราคม 2568

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	กางเกงขาสั้นราคาหลักสิบ	ม.ค. 2568	การรีวิว	230	20	4
2	OOTD   เสื้อยืดทรง Baby สไตส์น่ารัก ที่ใส่ได้ทุกวัน	ม.ค. 2568	การรีวิว	1,727	42	9
3	Ootd แשרเสื้อลายดอกไม้ตัวโปรด	ม.ค. 2568	การรีวิว	1,467	232	6
4	ของใช้เด็กหัดต้องมี	ม.ค. 2568	การรีวิว	657	58	16
5	สาวข้อมือเล็กถูกใจสิ่งนี้	ม.ค. 2568	การรีวิว	1,080	204	2
6	พิกัด   กางเกงนอน ราคาหลักสิบ	ม.ค. 2568	การรีวิว	235	19	0
7	เสื้อยืด   ไอเทมคู่ใจสำหรับวันสบาย	ม.ค. 2568	การรีวิว	169	17	0
8	กางเกงขายาวลายสก็อต	ม.ค. 2568	การรีวิว	1,831	223	0
9	พิกัดกางเกงขาสั้น ต้อนรับsummer!	ม.ค. 2568	การรีวิว	2,052	450	8
10	คู่มือใส่ไรลิว	ม.ค. 2568	การรีวิว	173	15	8
11	พิกัด   เสื้อยืดพอดีตัว ผ่านนุ่มใส่สบาย	ม.ค. 2568	การรีวิว	165	15	0
12	เสื้อยืด everyday look   เสื้อยืดที่แมท ง่าย	ม.ค. 2568	การรีวิว	169	17	4
13	กางเกงขาสั้น ทรงสวย งบไม่ถึง 100	ม.ค. 2568	การรีวิว	192	15	5
14	Ootd   กางเกงขายาวลายทาง	ม.ค. 2568	การรีวิว	186	17	2
15	ไอเทมที่ ต้อง มี ตัว ช่วย ปวด ประจำเดือน	ม.ค. 2568	การรีวิว	288	21	6
16	ป้ายยา   สายเดี่ยวคอวีสุดคิวท์	ม.ค. 2568	การรีวิว	342	41	4
17	เสื้อสายเดี่ยวอะไรน่ารักขนาดนี้	ม.ค. 2568	การรีวิว	213	17	6
18	ป้ายยาสายเดี่ยวดอกไม้จิ๋ว	ม.ค. 2568	การรีวิว	252	18	8
19	เสื้อสายเดี่ยวแต่งลูกไม้ เซ็กซี่เบา ๆ	ม.ค. 2568	การรีวิว	290	16	6
20	ป้ายยา : กางเกงยีนส์สี fade สวย มาก!	ม.ค. 2568	การรีวิว	3,929	1,207	13

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok เดือนมกราคม 2568(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
21	Showder filter   จัดการปัญหาสิว แก้ได้ด้วยน้ำสะอาด	ม.ค. 2568	การรีวิว	216	16	8
22	ป้ายยา   ชุดเซตซันล่อม	ม.ค. 2568	การรีวิว	317	17	10
23	ป้ายยา   กระเป๋าใบจิ๋ว	ม.ค. 2568	การรีวิว	1,845	268	17
24	Ootd เสื้อไหมพรมลายทาง	ม.ค. 2568	การรีวิว	167	21	7
25	ยีนส์กระบอก Retro blue (สนิม)	ม.ค. 2568	การรีวิว	257	20	17
26	ทำไมน่ารักขนาดนี้!	ม.ค. 2568	การรีวิว	175	21	10
27	ป้ายยา   สายเดี่ยวปักโบว์	ม.ค. 2568	การรีวิว	130	19	8
28	ป้ายยา   เครื่องดูดฝุ่น Simplus	ม.ค. 2568	การรีวิว	159	15	7
29	OOTD   เสื้อไหมพรมลายทาง	ม.ค. 2568	การรีวิว	132	250	16
<b>รวม</b>				<b>19,843</b>	<b>3,311</b>	<b>207</b>

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok เดือนกุมภาพันธ์ 2568

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	แจกพิกัด   เสื้อครอป ราคาหลักร้อย	ก.พ. 2568	การรีวิว	252	19	5
2	รีวิวมาร์คโคลนผิวกาย ใช้แล้วไม่เทา	ก.พ. 2568	การรีวิว	3,558	71	17
3	พวงกุญแจเจ้าหมาขนฟู	ก.พ. 2568	การรีวิว	261	11	5
4	Oversize   น่องมะเขือเทศ	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,300	195	12
5	พิกัดสลีเปอร์ไอ้ตัวขนฟู	ก.พ. 2568	การรีวิว	406	21	1
6	ใช้ตามอินฟลู Shiori Serum	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,285	94	12
7	กินกล้วยยังไงให้เห็นผลไวขึ้น	ก.พ. 2568	การรีวิว	589	25	6
8	Puffer Bag ใบเดียวจบ! แมทซ์ได้ทุกลุค	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,247	201	21
9	Simplus   ไตรเป่าผม จิวแต่แจ๋ว	ก.พ. 2568	การรีวิว	244	14	9
10	น้ำยาทำความสะอาดตู้เย็น	ก.พ. 2568	การรีวิว	225	12	7

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok เดือนกุมภาพันธ์(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
11	เลือกครอบสายเดี่ยว	ก.พ. 2568	การรีวิว	360	19	12
12	เคส iphone น่ารักน้องแมวมาลี	ก.พ. 2568	การรีวิว	2,044	517	17
13	คอมไฟตุ๊กตา	ก.พ. 2568	การรีวิว	284	20	11
14	จัดตู้เย็นฉบับเด็กหอ ที่ไม่ทำอาหาร	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,585	171	8
15	ของมันต้องมี แก้วเก็บความเย็นสุดคิ้วท์	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,282	183	34
16	เลโก้   ตัวก้อนหมีแพนด้า	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,313	177	11
17	พัฟช็อคโกแลตตามพส.จีน	ก.พ. 2568	การรีวิว	2,606	451	18
18	พัคลมพกพา Goojodoq	ก.พ. 2568	การรีวิว	342	20	10
19	ป้ายยา   เลือุปาดไหล่แขนยาว	ก.พ. 2568	การรีวิว	208	23	7
20	เลือกสายเดี่ยวดีไซน์สุดเก๋	ก.พ. 2568	การรีวิว	247	20	9
21	ชุดทำความสะอาด 8in1	ก.พ. 2568	การรีวิว	173	12	1
22	รีวิว Powerbank หลังจากใช้งานมา 1 ปี	ก.พ. 2568	การรีวิว	186	14	6
23	ป้ายยาสร้อยคอจิ้งจอก	ก.พ. 2568	การรีวิว	271	16	2
24	ป้ายยากระเป๋า chares&keith	ก.พ. 2568	การรีวิว	159	34	3
<b>รวม</b>				<b>20,382</b>	<b>2,340</b>	<b>244</b>

จากตารางข้อมูลที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok แสดงกลยุทธ์ที่ใช้ ยอดการเข้าชม ยอดการกดใจ ยอดการคอมเมนต์ ของโพสต์ที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม TikTok

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงข้อมูลการโพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 เดือนพฤศจิกายน 2567

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	ครีมขจัดรองเท้าตัวตั้ง หลักลิป ตีจริงหรือ(?)	พ.ย. 2567	การรีวิว	390	242	17
2	เซรั่มที่จริงใจต้อง The skin collection	พ.ย. 2567	การรีวิว	170	8	2
3	ไอเทมเด็ด!! ที่คนใส่แว่นต้องมี	พ.ย. 2567	การรีวิว	211	10	6
4	ป้ายยาลิปดูโอ้ 4U2Better Half Duo Lip	พ.ย. 2567	การรีวิว	268	13	6
5	เจลล้างหน้าลดสิว ผิวมัน   Acne Aid สีแดง	พ.ย. 2567	การรีวิว	173	8	2
6	nivea crem ตลับน้ำเงิน ไอเทมสารพัดประโยชน์ ตลับเดียวเอาอยู่	พ.ย. 2567	การรีวิว	412	9	2
7	ไอเทมชะลอวัย โกงอายุ หน้าเด็ก!! วิตามินโกงอายุผิว ด้วยAstraxanthin	พ.ย. 2567	การรีวิว	187	9	2
8	ตะกร้าอเนกประสงค์ Double Lock 1 set	พ.ย. 2567	การรีวิว	317	9	13
9	ไอเท็มเด็กหอ ตะกร้าผ้ามีนิมอล สไตล์มูจิ	พ.ย. 2567	การรีวิว	390	9	4
10	ลดรอยของ puricas อันนี้ดีมากกก ใช้แล้วจึ้ง	พ.ย. 2567	การรีวิว	454	10	6
11	ป้ายยาลิปครีจันท์ ไฮยา เหลือ 38฿	พ.ย. 2567	การรีวิว	461	15	3
12	HOW TOช้อปยังไงให้ลดเยอะ	พ.ย. 2567	คอนเทนต์	190	9	0
<b>รวม</b>				<b>3,623</b>	<b>351</b>	<b>63</b>

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงข้อมูลการโพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 เดือนธันวาคม 2567

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	ลิ้นชักอเนกประสงค์ สีขาวมินิมอล	ธ.ค. 2567	การรีวิว	406	82	3
2	ชั้นวางรองเท้า	ธ.ค. 2567	การรีวิว	340	69	1
3	พีเจอร์ใหม่ของ Lazada	ธ.ค. 2567	คอนเทนต์	255	69	0
4	โฟมนม SCENTIO MILK PLUS สูตรใหม่	ธ.ค. 2567	การรีวิว	254	70	0
5	กระจกแต่งหน้ามินิมอล	ธ.ค. 2567	การรีวิว	498	67	2
6	พัฒลมพกพา ไอเทมของคนขี้ร้อน	ธ.ค. 2567	การรีวิว	204	68	2
7	Overnight Mask Skinoxy ไอเทมของคนเป็นสิว	ธ.ค. 2567	การรีวิว	546	70	2
8	unbox ของจาก Choice	ธ.ค. 2567	คอนเทนต์	208	68	1
9	มาร์คหน้าเปปไทด์ตัวช่วยกู้ผิวเร่งด่วน	ธ.ค. 2567	การรีวิว	435	69	1
10	เซรั่มขนตาที่จริงจัง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	893	217	10
11	เปลี่ยนผมพัง ให้เป็นผมปัง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	393	71	4
12	กลูต้าเม็ดดำ (Black magic+)	ธ.ค. 2567	การรีวิว	661	294	4
13	กางเกงยีนส์ที่ต้องมีติดตู้!!	ธ.ค. 2567	การรีวิว	609	72	2
14	เลโก้แต่งห้องวันคริสต์มาส	ธ.ค. 2567	การรีวิว	303	72	17
15	ขวดหัวปั๊มอเนกประสงค์	ธ.ค. 2567	การรีวิว	628	68	2
16	ไอเดียแต่งโต๊ะวันคริสต์มาส	ธ.ค. 2567	คอนเทนต์	338	69	3
17	เลือกกลิ่นสุดคิวท์	ธ.ค. 2567	การรีวิว	171	68	1
18	เลือกยี่ดจาก lovito	ธ.ค. 2567	การรีวิว	424	9	3
19	เลือกครอบแขนตุ๊กตา	ธ.ค. 2567	การรีวิว	206	257	6
20	คุชชั่นลดสิ่ว Dr.pong+	ธ.ค. 2567	การรีวิว	123	6	2
21	ลิปซอส ปากแซ่บ !!!!	ธ.ค. 2567	การรีวิว	446	9	1
22	ใช้คู่กันแล้วปังมาก!! (วาสลีน)	ธ.ค. 2567	การรีวิว	406	10	2

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงข้อมูลการโพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 เดือนธันวาคม 2567(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
23	โคมไฟแพนด้านอนพุงป่องง ไม่ได้ อ้วนนะแค่มีพุง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	113	8	3
24	จบปัญหาการหยิบเศษผมในห้องน้ำ	ธ.ค. 2567	การรีวิว	248	7	1
25	บอกลาที่โกนด้วยแผ่นแว็กซ์พร้อมใช้	ธ.ค. 2567	การรีวิว	378	11	1
26	ตัวช่วยเวลาแต่งหน้า	ธ.ค. 2567	การรีวิว	106	7	3
27	กล้วยต้าแบล็คเมจิ สูตรใหม่ ผิวดี X2	ธ.ค. 2567	การรีวิว	311	12	2
28	เปิดกรุอาหารเสริมดูแลผิวขาวใส ลด สิว	ธ.ค. 2567	การรีวิว	118	6	1
29	ป้ายยาเสื้อยืด baby tee สุดน่ารัก	ธ.ค. 2567	การรีวิว	142	7	1
30	พลุที่สวน อบจเชียงใหม่ "Charming Chaingmai Flower Festival"	ธ.ค. 2567	คอนเทนต์	136	7	0
31	กางเกงขากระบอก   lovito	ธ.ค. 2567	การรีวิว	123	5	2
32	หน้าหนาวแล้วมี Sweatshirt กันริย้ง	ธ.ค. 2567	การรีวิว	101	9	4
33	กระถางต้นไม้ สำหรับคนขี้เกียจรด น้ำ	ธ.ค. 2567	การรีวิว	114	6	7
34	ซื้อเป้าเลือกกล่องหลักสิบ!!	ธ.ค. 2567	การรีวิว	104	6	3
35	แว่นจัมที่จริงใจ	ธ.ค. 2567	การรีวิว	130	7	2
36	เสื้อน่ารัก ๆ ที่ควรมีติดตู้	ธ.ค. 2567	การรีวิว	102	5	2
37	เลือกกล่องแต่งลูกไม้	ธ.ค. 2567	การรีวิว	53	8	2
<b>รวม</b>				<b>11,551</b>	<b>1,965</b>	<b>103</b>

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 เดือนมกราคม 2568

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือนปี	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	กางเกงขาสั้นราคาหลักสิบ	ม.ค. 2568	การรีวิว	214	33	4
2	OOTD   เสื้อยืดทรง Baby สไตส์น่ารัก ที่ใส่ได้ทุกวัน	ม.ค. 2568	การรีวิว	501	268	9
3	Ootd แשרเสื้อลายดอกไม้ตัวโปรด	ม.ค. 2568	การรีวิว	531	34	6
4	ของใช้เด็กหัดต้องมี	ม.ค. 2568	การรีวิว	163	32	11
5	สาวข้อมือเล็กถูกใจสิ่งนี้	ม.ค. 2568	การรีวิว	223	33	7
6	พิกัด   กางเกงนอน ราคาหลักสิบ	ม.ค. 2568	การรีวิว	413	33	1
7	เสื้อยืด   ไอเทมคู่ใจสำหรับวันสบาย	ม.ค. 2568	การรีวิว	204	9	2
8	กางเกงขายาวลายสก็อต	ม.ค. 2568	การรีวิว	430	10	1
9	พิกัดกางเกงขาสั้น ต้อนรับsummer!	ม.ค. 2568	การรีวิว	1217	42	10
10	คู่มือใส่ไรลิว	ม.ค. 2568	การรีวิว	197	33	8
11	พิกัด   เสื้อยืดพอดิตัว ฟ่านุ่มใส่สบาย	ม.ค. 2568	การรีวิว	256	46	4
12	เสื้อยืด everyday look   เสื้อยืดที่แมท ง่าย	ม.ค. 2568	การรีวิว	256	43	16
13	กางเกงขาสั้น ทรงสวย งบไม่ถึง 100	ม.ค. 2568	การรีวิว	162	67	3
14	Ootd   กางเกงขายาวลายทาง	ม.ค. 2568	การรีวิว	728	66	5
15	ไอเทมที่ ต้อง มี ตัว ช่วย ปวด ประจำเดือน	ม.ค. 2568	การรีวิว	246	66	3
16	ป้ายยา   สายเดี่ยวคอวีสุดคิวท์	ม.ค. 2568	การรีวิว	194	53	3
17	เสื้อสายเดี่ยวอะโรนาร์กขนาดนี้	ม.ค. 2568	การรีวิว	273	32	4
18	ป้ายยาสายเดี่ยวดอกไม้จิ๋ว	ม.ค. 2568	การรีวิว	372	33	2
19	เสื้อสายเดี่ยวแต่งลูกไม้ เซ็กซี่เบา ๆ	ม.ค. 2568	การรีวิว	431	55	2
20	ป้ายยา : กางเกงยีนส์สี fade สวย มาก!	ม.ค. 2568	การรีวิว	485	45	4



**ตารางที่ 4.7** ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 เดือนมกราคม 2568

(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือน	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
21	Shower filter   จัดการปัญหาสิว แก้ได้ด้วยน้ำสะอาด	ม.ค. 2568	การรีวิว	117	7	3
22	ป้ายยา   ชุดเซตชั้นส้อม	ม.ค. 2568	การรีวิว	114	8	9
23	ป้ายยา   กระเป๋าใบจิ๋ว	ม.ค. 2568	การรีวิว	113	8	3
24	Ootd เสื้อไหมพรมลายทาง	ม.ค. 2568	การรีวิว	221	9	8
25	ยีนส์กระบอก Retro blue (สนิม)	ม.ค. 2568	การรีวิว	126	9	6
26	ทำไมน่ารักขนาดนี้!	ม.ค. 2568	การรีวิว	73	9	7
27	ป้ายยา   สายเดี่ยวปักโบว์	ม.ค. 2568	การรีวิว	73	8	8
28	ป้ายยา   เครื่องดูดฝุ่น Simplus	ม.ค. 2568	การรีวิว	65	9	4
29	OOTD   เสื้อไหมพรมลายทาง	ม.ค. 2568	การรีวิว	46	8	6
<b>รวม</b>				<b>8,444</b>	<b>1,108</b>	<b>159</b>

**ตารางที่ 4.8** ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 เดือนกุมภาพันธ์ 2568

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือน	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
1	แจกพิกัด   เสื้อครอป ราคาหลักร้อย	ก.พ. 2568	การรีวิว	207	7	2
2	รีวิวมาร์คโคลนผิวกาย ใช้แล้วไม่เทา	ก.พ. 2568	การรีวิว	976	15	6
3	พวงกุญแจเจ้าหมาขนฟู	ก.พ. 2568	การรีวิว	247	7	6
4	versize   น้องมะเขือเทศ	ก.พ. 2568	การรีวิว	207	7	4
5	พิกัดสลีปเปอร์ไอ้ตัวขนฟู	ก.พ. 2568	การรีวิว	366	11	8
6	ใช้ตามอินฟลู Shiori Serum	ก.พ. 2568	การรีวิว	329	9	4
7	กินกลูต้ายังงัยให้เห็นผลไวขึ้น	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,261	16	4
8	Puffer Bag ใบเดียวจบ! แมทซ์ได้ทุกลุค	ก.พ. 2568	การรีวิว	1,055	240	18
9	Simplus   ไดร้เป่าผม จี๋วแต่แจ๋ว	ก.พ. 2568	การรีวิว	294	9	4

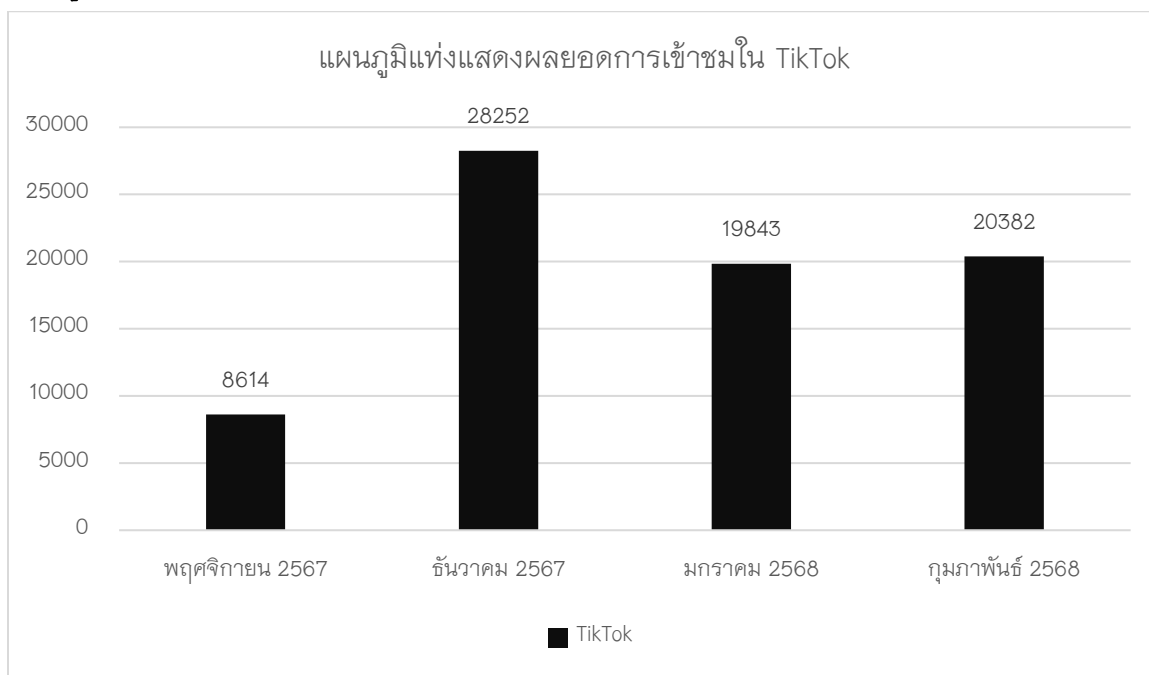
**ตารางที่ 4.8** ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 เดือนกุมภาพันธ์ 2568

(ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิป	เดือน	กลยุทธ์	เข้าชม	กดใจ	คอมเมนต์
10	น้ำยาทำความสะอาดตู้เย็น	ก.พ. 2568	การรีวิว	234	10	4
11	เสื้อครอปสายเดี่ยว	ก.พ. 2568	การรีวิว	342	10	4
12	เคส iphone น่ารักน้องแมวมาลี	ก.พ. 2568	การรีวิว	250	10	6
13	โคมไฟตุ๊กตา	ก.พ. 2568	การรีวิว	129	9	10
14	จัดตู้เย็นฉบับเด็กหอ ที่ไม่ทำอาหาร	ก.พ. 2568	การรีวิว	460	10	4
15	ของมันต้องมี แก้วเก็บความเย็นสุดคิ้วท์	ก.พ. 2568	การรีวิว	177	479	19
16	เลโก้   ตัวก้อนหมีแพนด้า	ก.พ. 2568	การรีวิว	170	38	4
17	พัฟช็อคโกแลตตามพส.จีน	ก.พ. 2568	การรีวิว	323	29	6
18	พัฒนาพกพา Goojodoq	ก.พ. 2568	การรีวิว	167	37	11
19	ป้ายยา   เสื้อปาดไหล่แขนยาว	ก.พ. 2568	การรีวิว	229	19	7
20	เสื้อสายเดี่ยวดีไซน์สุดเก๋	ก.พ. 2568	การรีวิว	156	32	7
21	ชุดทำความสะอาด 8in1	ก.พ. 2568	การรีวิว	130	26	8
22	รีวิว Powerbank หลังจากใช้งานมา 1 ปี	ก.พ. 2568	การรีวิว	215	23	6
23	ป้ายยาสร้อยคอจิ้งจอก	ก.พ. 2568	การรีวิว	119	32	16
24	ป้ายยากระเป๋า chares&keith	ก.พ. 2568	การรีวิว	94	29	6
<b>รวม</b>				<b>8,137</b>	<b>1,114</b>	<b>174</b>

จากตารางข้อมูลที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8 แสดงกลยุทธ์ที่ใช้ ยอดการเข้าชม ยอดการกดใจ ยอดการคอมเมนต์ ของโพสต์ที่โพสต์ลงแพลตฟอร์ม Lemon8

### แผนภูมิแท่งแสดงผลยอดการเข้าชมใน TikTok



ภาพที่ 4.15 แผนภูมิแท่งแสดงผลยอดการเข้าชมใน TikTok

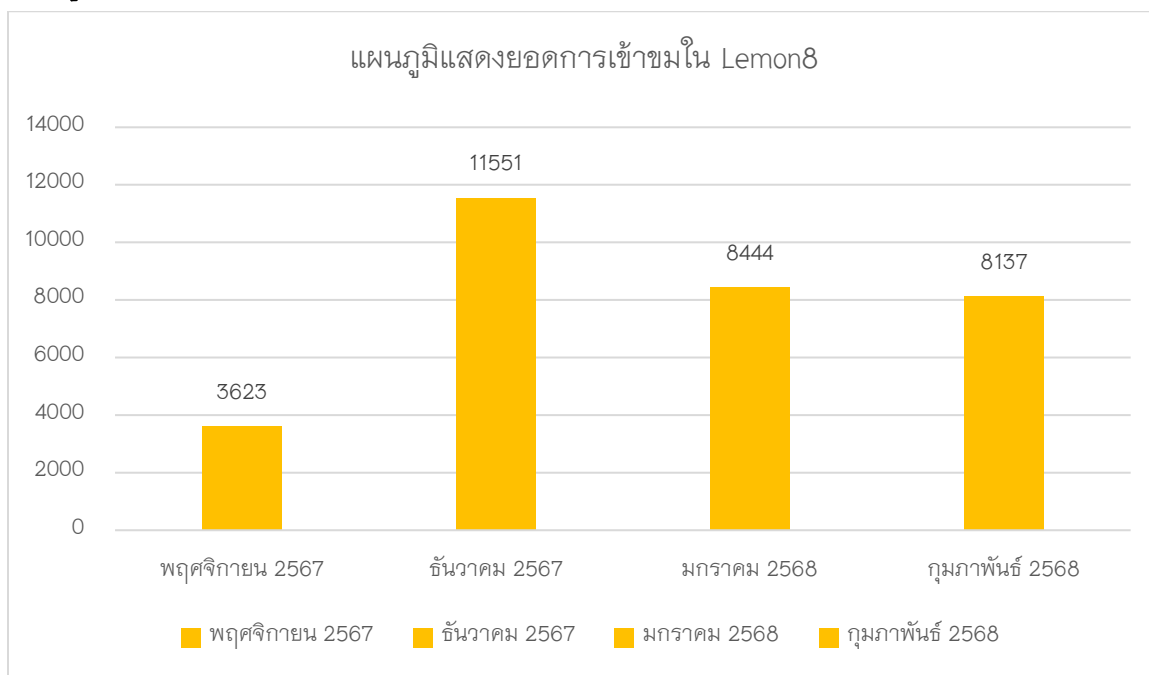
จากภาพที่ 4.15 จะแสดงให้เห็นว่ายอดการเข้าชมบนแพลตฟอร์ม TikTok จะเห็นว่ายอดการเข้าชม เดือนพฤศจิกายน 2567 จำนวน 8,614 ครั้ง เดือนธันวาคม 2567 จำนวน 28,252 ครั้ง เดือนมกราคม 2568 จำนวน 19,843 ครั้ง และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 จำนวน 20,382 ครั้ง

### ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงยอดรวมของการเข้าชมแพลตฟอร์ม TikTok

เดือน	จำนวนการเข้าชม(ครั้งต่อเดือน)	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ (%)
พฤศจิกายน 2567	8,614	17.23%
ธันวาคม 2567	28,252	56.50%
มกราคม 2568	19,843	39.69%
กุมภาพันธ์ 2568	20,382	40.76%
<b>รวม</b>	<b>77,091</b>	<b>154.18%</b>

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลยอดการเข้าชมในแพลตฟอร์ม TikTok ในแต่ละเดือน

### แผนภูมิแท่งแสดงผลยอดการเข้าชมใน Lemon8



ภาพที่ 4.16 แผนภูมิแท่งแสดงผลยอดการเข้าชมใน Lemon8

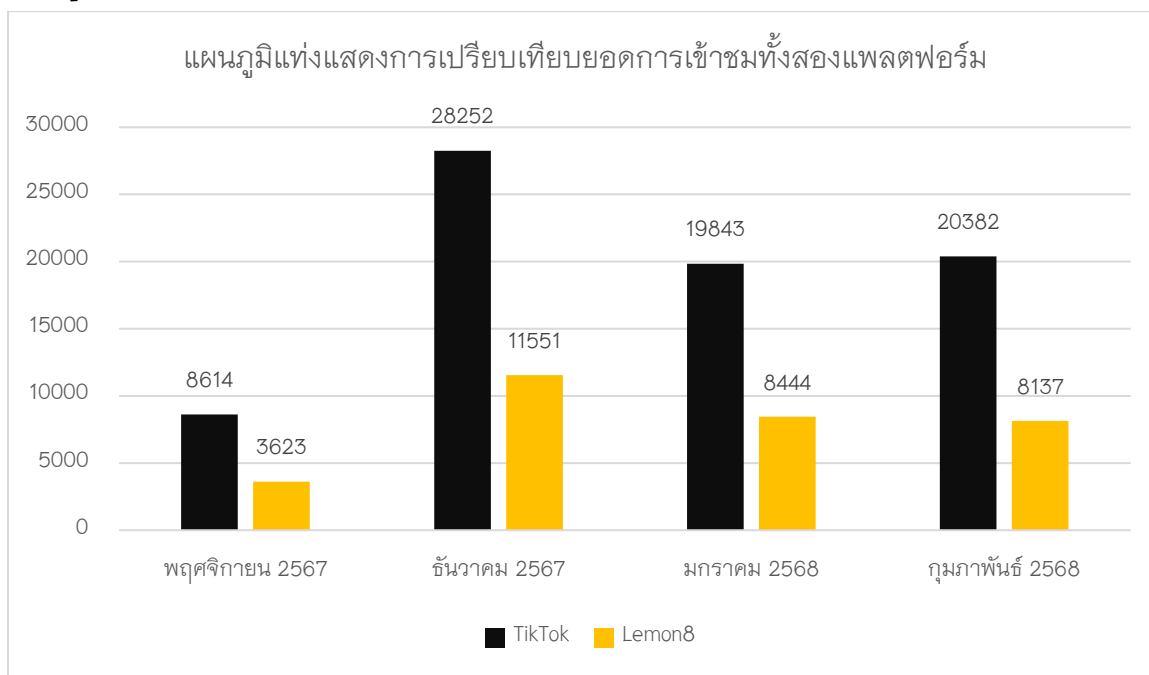
จากภาพที่ 4.16 จะแสดงให้เห็นว่ายอดการเข้าชมบนแพลตฟอร์ม Lemon8 จะเห็นว่ายอดการเข้าชม เดือนพฤศจิกายน 2567 จำนวน 3,623 ครั้ง เดือนธันวาคม 2567 จำนวน 11,551 ครั้ง เดือนมกราคม 2568 จำนวน 8,444 ครั้ง และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 จำนวน 8,137 ครั้ง

ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงยอดรวมของการเข้าชมแพลตฟอร์ม Lemon8

เดือน	จำนวนการเข้าชม(ครั้งต่อเดือน)	คิดเป็นร้อยละ (%)
พฤศจิกายน 2567	3,623	7.24%
ธันวาคม 2567	11,551	23.10%
มกราคม 2568	8,444	16.90%
กุมภาพันธ์ 2568	8,137	16.27%
<b>รวม</b>	<b>31,755</b>	<b>63.51%</b>

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลยอดการเข้าชมในแพลตฟอร์ม Lemon8 ในแต่ละเดือน

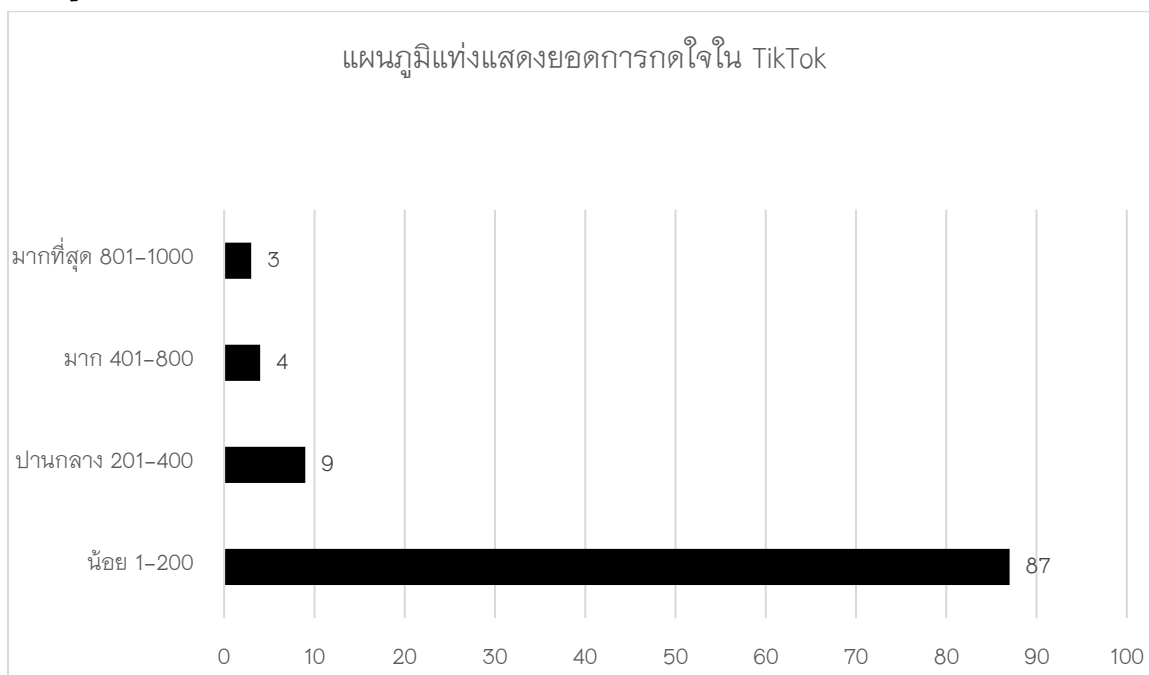
### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดการเข้าชมทั้งสองแพลตฟอร์ม



ภาพที่ 4.17 แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดการเข้าชมทั้งสองแพลตฟอร์ม

จากภาพที่ 4.17 จะแสดงให้เห็นยอดการเปรียบเทียบการเข้าชมบนทั้งสองแพลตฟอร์ม จะเห็นได้ว่าตั้งแต่เดือนที่ 1 ยอดการเข้าชมในแพลตฟอร์ม TikTok มียอดการเข้าชมมากกว่าแพลตฟอร์ม Lemon8 เนื่องจาก TikTok เป็นแอปที่มีความนิยมสูงทั่วโลก ด้วยฐานผู้ใช้ที่กว้างและเน้นการสร้างเนื้อหาวิดีโอสั้นที่ดึงดูดผู้ใช้จากหลากหลายกลุ่มอายุ แอปนี้มีฟีเจอร์ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างคอนเทนต์ที่หลากหลายและสร้างสรรค์ได้ง่าย เช่น ฟิลเตอร์ เพลง และเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ซึ่งช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น นอกจากนี้ หากสามารถสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจและเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้ TikTok ได้ดี จะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จบนแพลตฟอร์มนี้ได้อย่างแน่นอน

### แผนภูมิแท่งแสดงยอดการกดใจใน TikTok ต่อคลิป



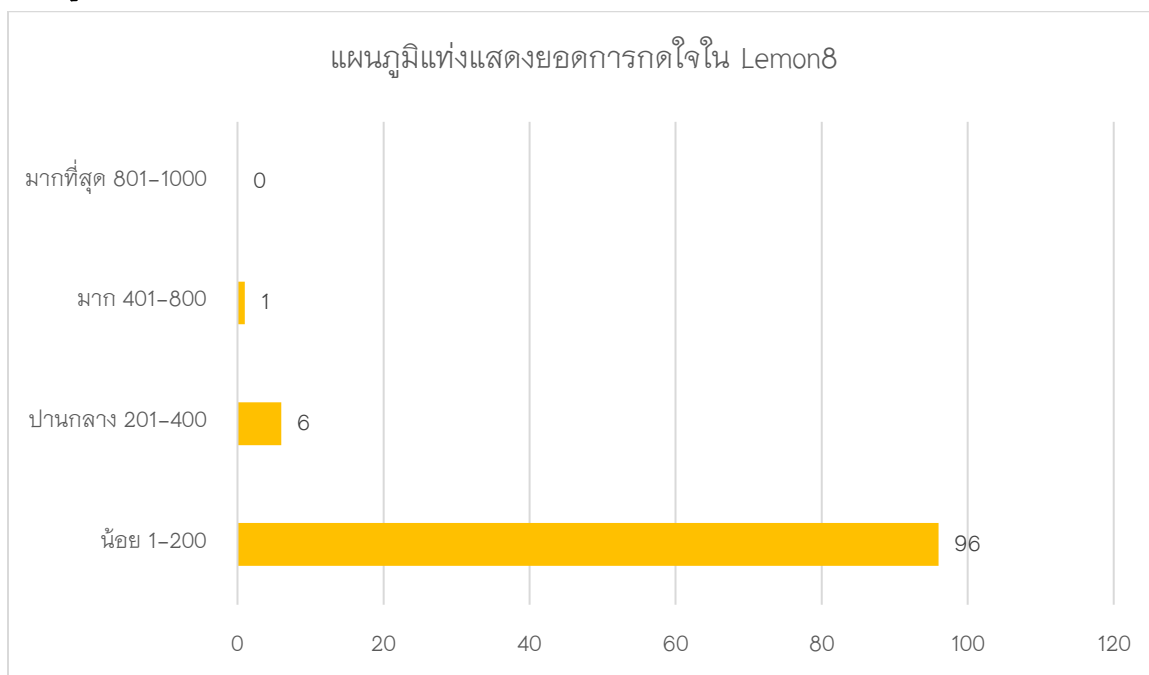
ภาพที่ 4.18 แผนภูมิแท่งแสดงยอดการกดใจใน TikTok ต่อคลิป

จากภาพที่ 4.18 มีการแบ่งระดับการกดใจเป็น 4 ระดับ คือ

1. มากที่สุด (801-1,000 กดใจ)
2. มาก (401-800 กดใจ)
3. ปานกลาง (201-400 กดใจ)
4. น้อย (1-200 กดใจ)

พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ TikTok จากการวัดผลจำนวนการกดใจใน TikTok จะเห็นได้ว่า มียอดการกดใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 4 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 9 คลิป และยอดการกดใจที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 87 คลิป ยอดที่ได้การกดใจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้มีจำนวน 2 คลิป คือ 1,399 และ 1,207 การกดใจ

### แผนภูมิแท่งแสดงยอดการกดใจใน Lemon8 ต่อโพสต์



ภาพที่ 4.19 แผนภูมิแท่งแสดงยอดการกดใจใน Lemon8 ต่อโพสต์

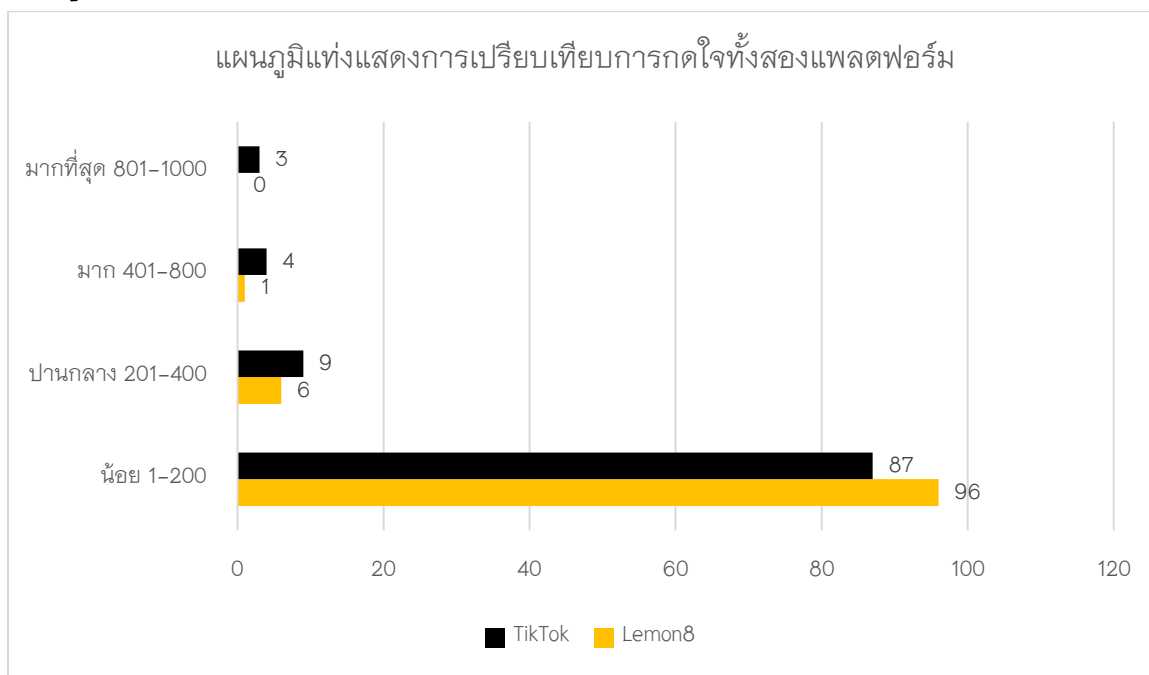
จากภาพที่ 4.19 มีการแบ่งระดับการกดใจเป็น 4 ระดับ คือ

1. มากที่สุด (801-1,000 กดใจ)
2. มาก (401-800 กดใจ)
3. ปานกลาง (201-400 กดใจ)
4. น้อย (1-200 กดใจ)

พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ Lemon8 จากการวัดผลจำนวนการกดใจใน Lemon8 จะเห็นได้ว่า มียอดการกดใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 0 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 6 คลิป และยอดการกดใจที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 96 คลิป ไม่มีคลิปที่ได้ยอดการกดใจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้



### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบการกดใจทั้งสองแพลตฟอร์ม



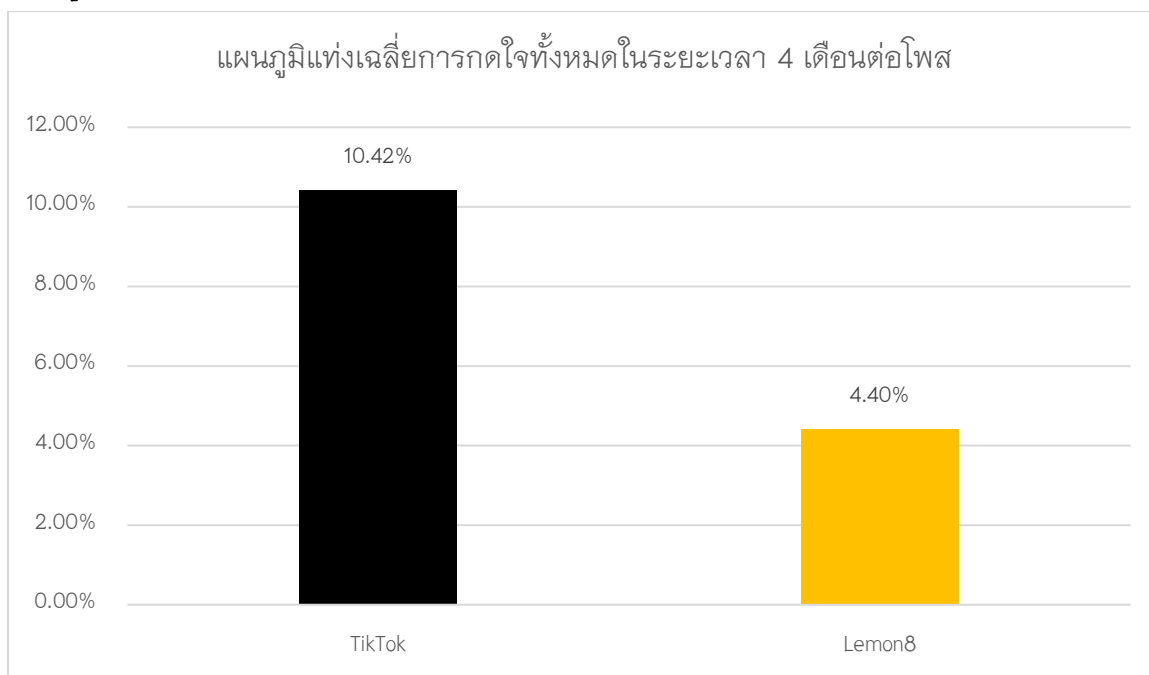
ภาพที่ 4.20 แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบการกดใจทั้งสองแพลตฟอร์ม

จากภาพที่ 4.20 มีการแบ่งระดับการกดใจเป็น 4 ระดับ คือ

1. มากที่สุด (801-1,000 กดใจ)
2. มาก (401-800 กดใจ)
3. ปานกลาง (201-400 กดใจ)
4. น้อย (1-200 กดใจ)

พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ TikTok และ Lemon8 จากการวัดผลจำนวนการกดใจใน TikTok จะเห็นได้ว่า มียอดการกดใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 4 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 9 คลิป และยอดการกดใจที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 87 คลิป ยอดที่ได้การกดใจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้มีจำนวน 2 คลิป คือ 1,399 และ 1,207 การกดใจ และเมื่อวัดผลจำนวนการกดใจใน Lemon8 จะเห็นได้ว่า มียอดการกดใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 0 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 คลิป ยอดการกดใจที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 6 คลิป และยอดการกดใจที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 96 คลิป ไม่มีคลิปที่ได้ยอดการกดใจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

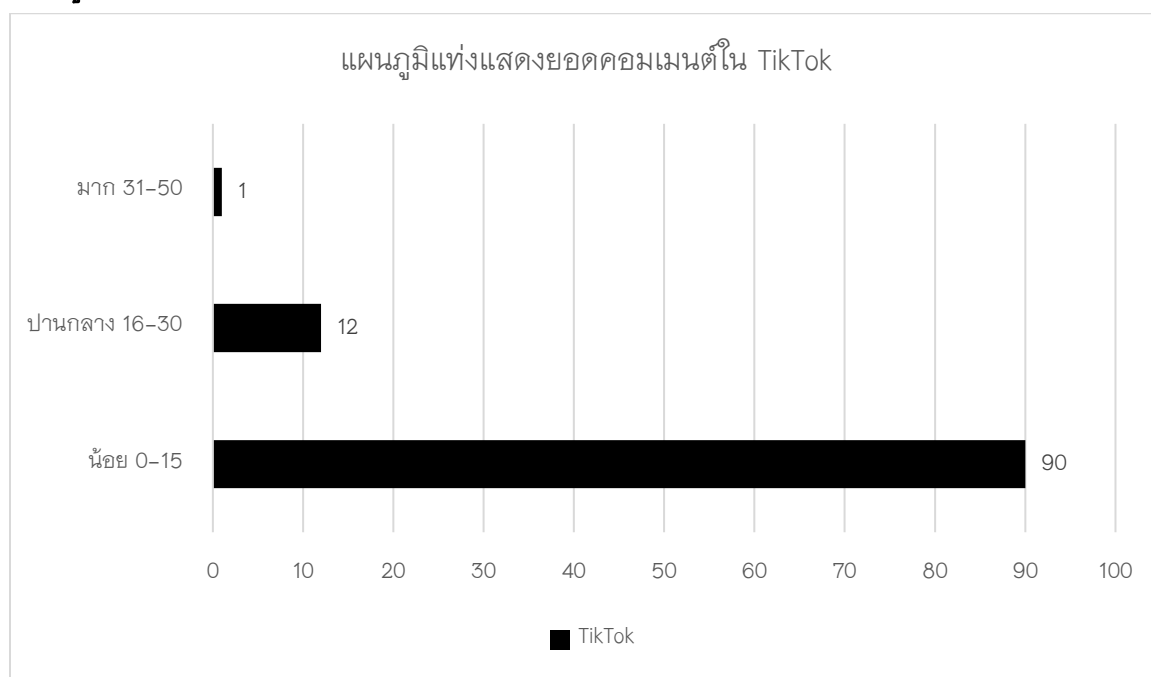
### แผนภูมิแท่งเฉลี่ยการกดใจทั้งหมดในระยะเวลา 4 เดือนต่อโพสต์



**ภาพที่ 4.21** แผนภูมิแท่งเฉลี่ยการกดใจทั้งหมดในระยะเวลา 4 เดือนต่อโพสต์

จากภาพที่ 4.21 พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ TikTok และ Lemon8 ทั้งหมด TikTok ได้ค่าเฉลี่ยการกดใจต่อคลิปเท่ากับ 10.42% ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งคือ 1,000 การกดใจต่อคลิป และ Lemon8 ได้ค่าเฉลี่ยการกดใจต่อคลิปเท่ากับ 4.40% ของเป้าหมายเดียวกัน จากการเปรียบเทียบนี้ TikTok มีประสิทธิภาพในการดึงดูดการกดใจมากกว่า Lemon8 โดยที่ TikTok ทำได้ 10% ของเป้าหมายการกดใจ ในขณะที่ Lemon8 ทำได้เพียง 4% ของเป้าหมาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า TikTok มีการตอบรับจากผู้ใช้งานที่สูงกว่า Lemon8 ในแง่ของการกดใจต่อคลิปที่ตั้งเป้าไว้ และสามารถบรรลุเป้าหมายได้มากกว่าอย่างเห็นได้ชัด

### แผนภูมิแท่งแสดงยอดคอมเมนต์ใน TikTok ต่อคลิป



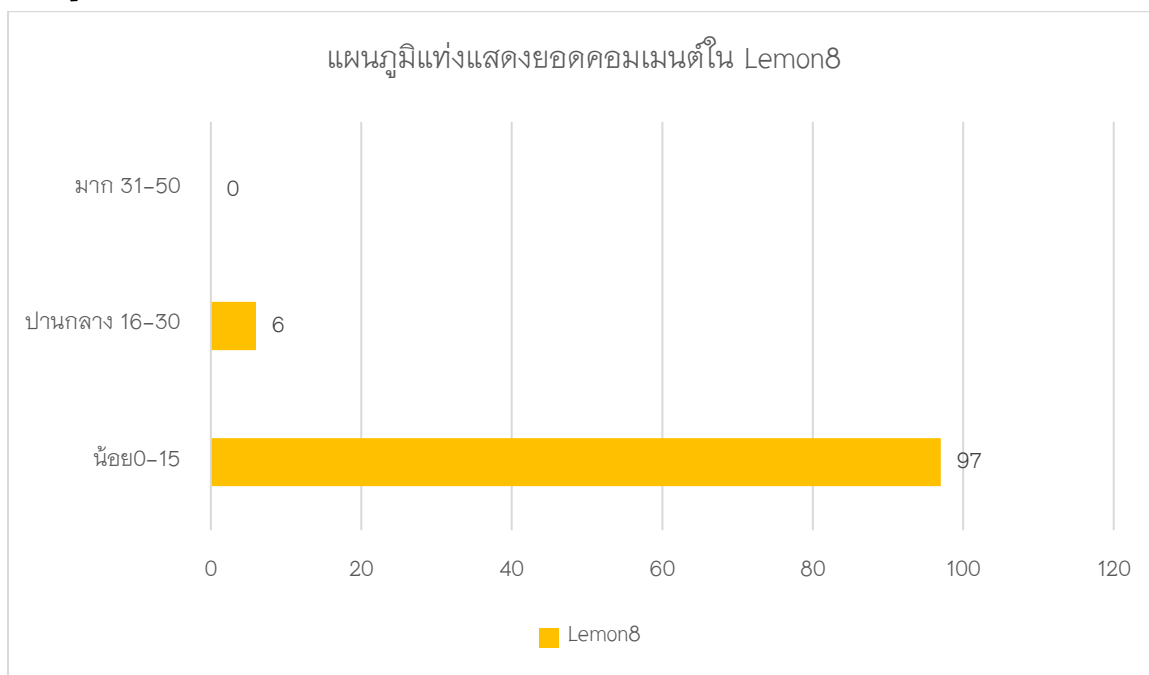
**ภาพที่ 4.22** แผนภูมิแท่งแสดงยอดคอมเมนต์ใน TikTok ต่อคลิป

จากภาพที่ 4.22 มีการแบ่งระดับการกระตือรือร้นเป็น 4 ระดับ คือ

1. มาก (31-50 คอมเมนต์)
2. ปานกลาง (16-30 คอมเมนต์)
3. น้อย (0-15 คอมเมนต์)

พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ TikTok จากการวัดผลจำนวนคอมเมนต์ใน TikTok จะเห็นได้ว่า มียอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 คลิป ซึ่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 12 คลิป และยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 90 คลิป

### แผนภูมิแท่งแสดงยอดคอมเมนต์ใน Lemon8 ต่อโพสต์



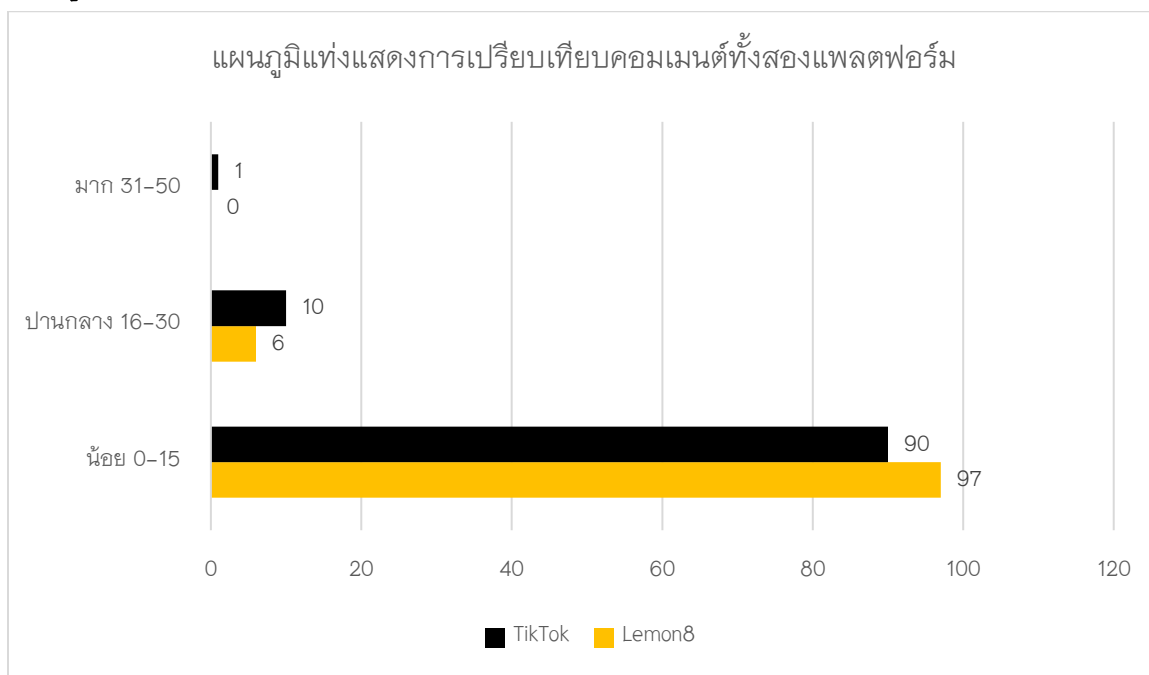
**ภาพที่ 4.23** แผนภูมิแท่งแสดงยอดคอมเมนต์ใน Lemon8 ต่อโพสต์

จากภาพที่ 4.23 มีการแบ่งระดับการกระตือรือร้นเป็น 4 ระดับ คือ

1. มาก (31-50 คอมเมนต์)
2. ปานกลาง (16-30 คอมเมนต์)
3. น้อย (0-15 คอมเมนต์)

พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ Lemon8 จากการวัดผลจำนวนคอมเมนต์ใน Lemon8 จะเห็นได้ว่า มียอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 0 คลิป ซึ่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 6 คลิป และยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 97 คลิป

### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบคอมเมนต์ทั้งสองแพลตฟอร์ม



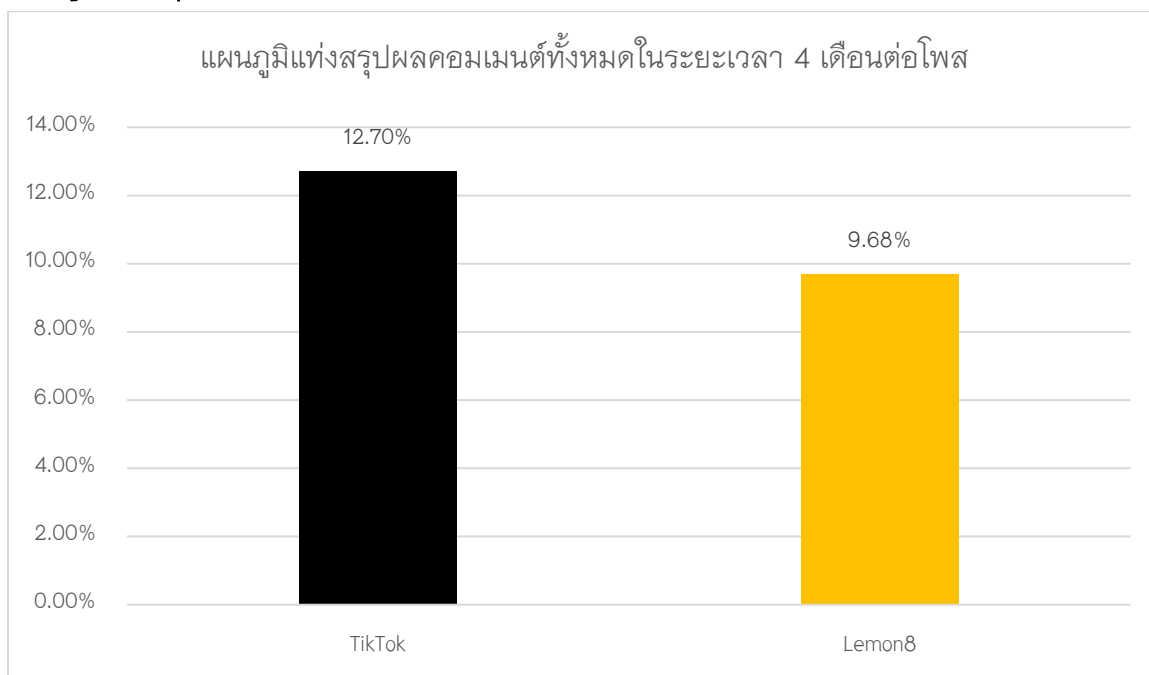
ภาพที่ 4.24 แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบคอมเมนต์ทั้งสองแพลตฟอร์ม

จากภาพที่ 4.24 มีการแบ่งระดับการก่อกวนเป็น 4 ระดับ คือ

1. มาก (31-50 คอมเมนต์)
2. ปานกลาง (16-30 คอมเมนต์)
3. น้อย (0-15 คอมเมนต์)

พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ TikTok และ Lemon8 จากการวัดผลจำนวนคอมเมนต์ใน TikTok จะเห็นได้ว่า มียอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 คลิป ยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 12 คลิป และยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 90 คลิป และเมื่อวัดผลจำนวนคอมเมนต์ใน Lemon8 จะเห็นได้ว่า มียอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับมาก มีจำนวน 0 คลิป ยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 6 คลิป และยอดคอมเมนต์ที่อยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 97 คลิป ซึ่งยอดคอมเมนต์ทั้งสองแพลตฟอร์มไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

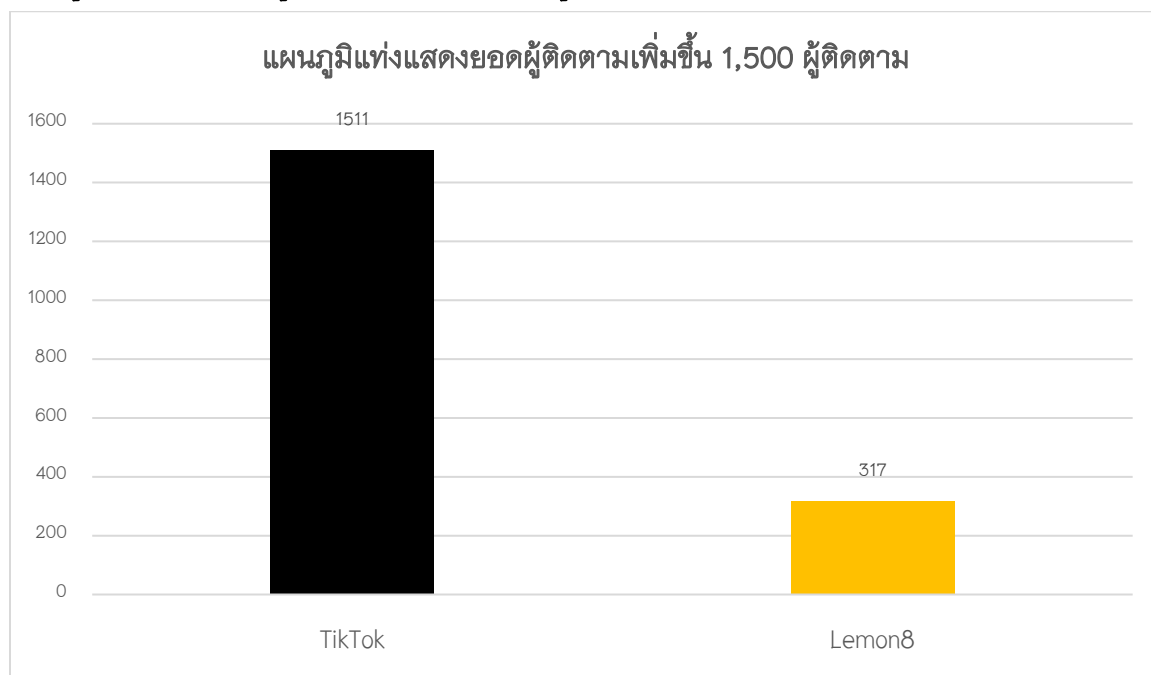
### แผนภูมิแท่งสรุปผลคอมเมนต์ทั้งหมดในระยะเวลา 4 เดือนต่อโพสต์



**ภาพที่ 4.25** แผนภูมิแท่งสรุปผลคอมเมนต์ทั้งหมดในระยะเวลา 4 เดือนต่อโพสต์

จากภาพที่ 4.25 พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์ TikTok และ Lemon8 ทั้งหมด TikTok มียอดคอมเมนต์รวม 654 คอมเมนต์ จำนวน 103 คลิป ยอดค่าเฉลี่ยคอมเมนต์อยู่ที่ 6.35 คอมเมนต์ต่อคลิป กับเป้าหมายที่ตั้งไว้ 50 คอมเมนต์ต่อคลิป พบว่า TikTok ทำได้ประมาณ 12.70% ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ และ Lemon8 มียอดคอมเมนต์รวม 499 คอมเมนต์ จำนวน 103 คลิป ยอดค่าเฉลี่ยคอมเมนต์อยู่ที่ 4.84 คอมเมนต์ต่อคลิปกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ 50 คอมเมนต์ต่อคลิป พบว่า Lemon8 ได้ 9.68% ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งทั้งสองแพลตฟอร์มถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมายอย่างมาก แต่ก็ยังมีความพยายามที่จะสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้ในแพลตฟอร์มได้บ้าง

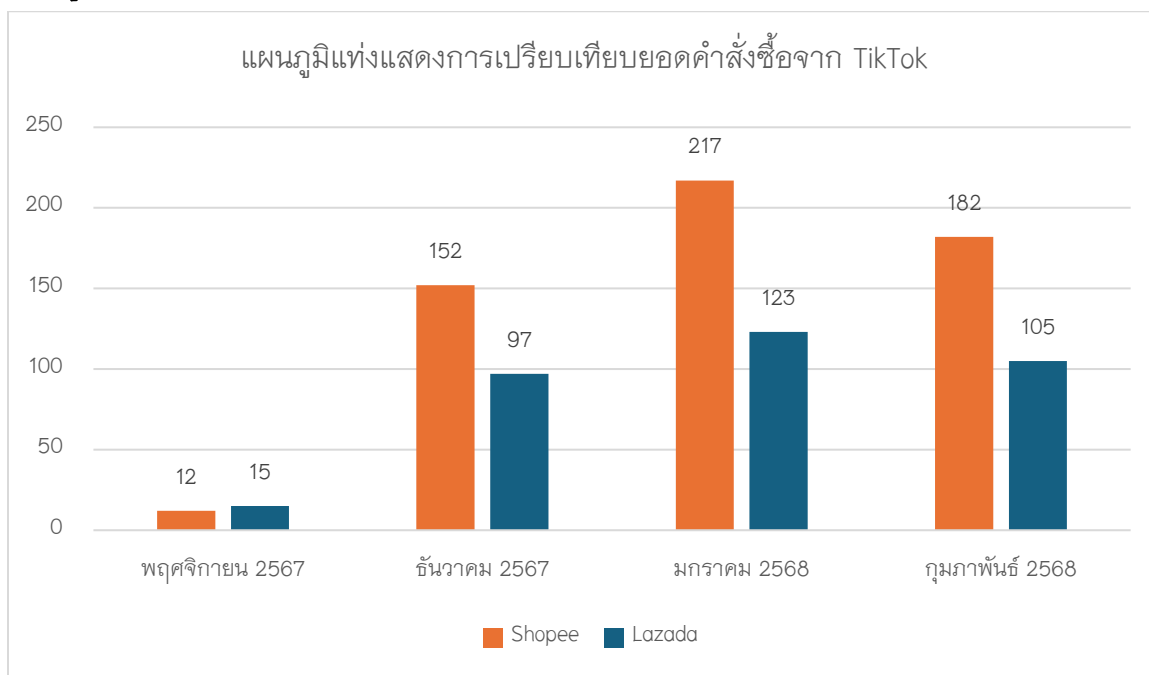
### แผนภูมิแท่งแสดงยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น 1,500 ผู้ติดตาม



**ภาพที่ 4.26** แผนภูมิแท่งแสดงยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น 1,500 ผู้ติดตาม

จากภาพที่ 4.26 พบว่าระยะเวลา 4 เดือน ผู้ติดตามเพิ่มขึ้น 1,500 คน พบว่า TikTok ได้ผู้ติดตามทั้งหมด 1,511 คน คิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับ 100% ของผู้ติดตาม 1,500 คน และ Lemon8 ได้ยอดผู้ติดตามทั้งหมด 317 คน คิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับ 21.13% ของผู้ติดตาม 1,500 คน

### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok

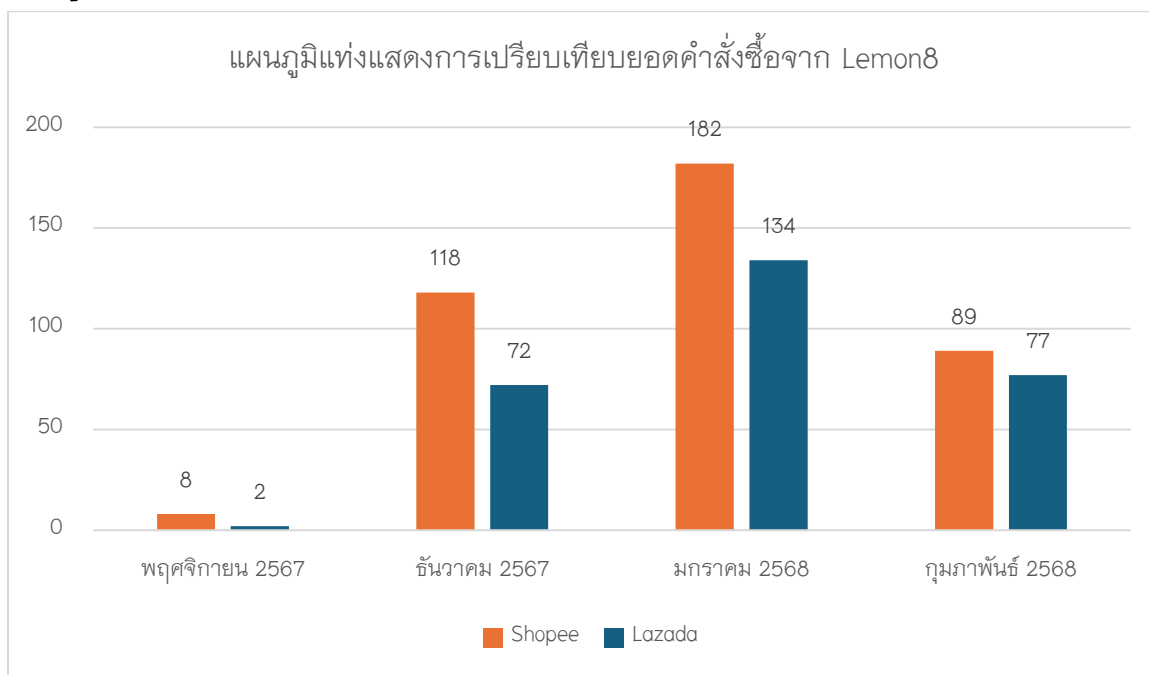


**ภาพที่ 4.27** แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok

จากภาพที่ 4.27 แสดงยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok จะเห็นได้ว่าในเดือนพฤศจิกายน 2567 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 12 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 15 ออเดอร์ เดือนธันวาคม 2567 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 152 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 97 ออเดอร์ เดือนมกราคม 2568 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 217 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 123 ออเดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 182 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 105 ออเดอร์



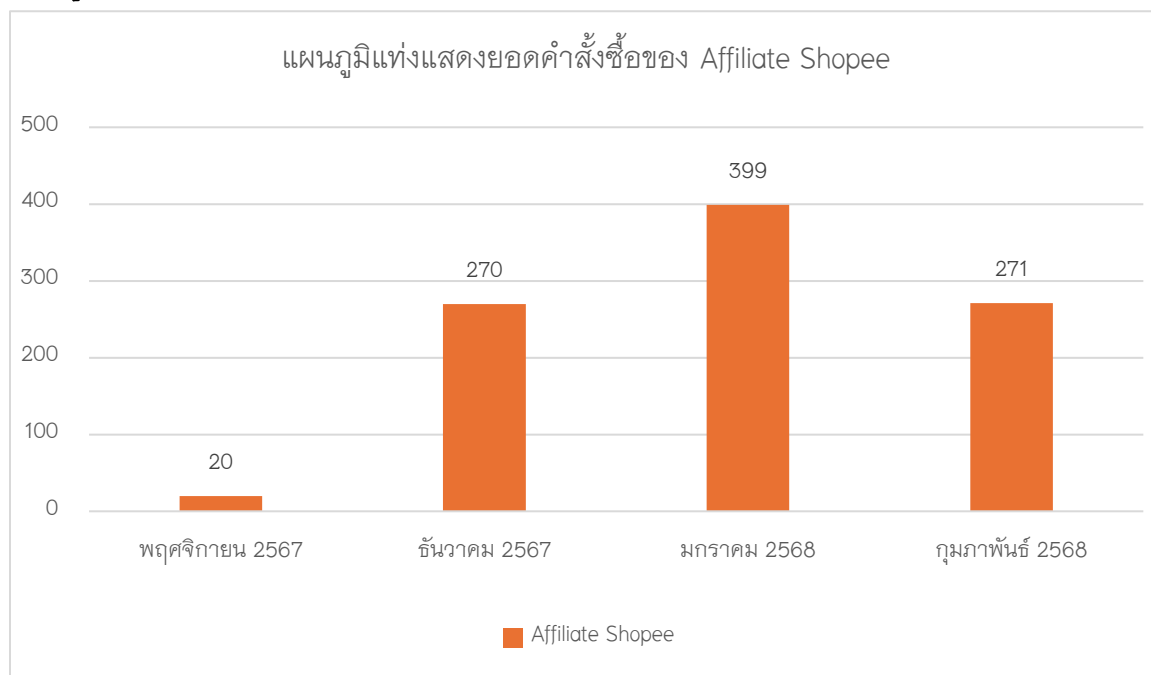
### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8



**ภาพที่ 4.28** แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8

จากภาพที่ 4.28 แสดงยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8 จะเห็นได้ว่าในเดือนพฤศจิกายน 2567 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 8 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 2 ออเดอร์ เดือนธันวาคม 2567 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 118 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 72 ออเดอร์ เดือนมกราคม 2568 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 182 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 134 ออเดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 Shopee มีจำนวนออเดอร์ 89 ออเดอร์ Lazada มีจำนวนออเดอร์ 77 ออเดอร์

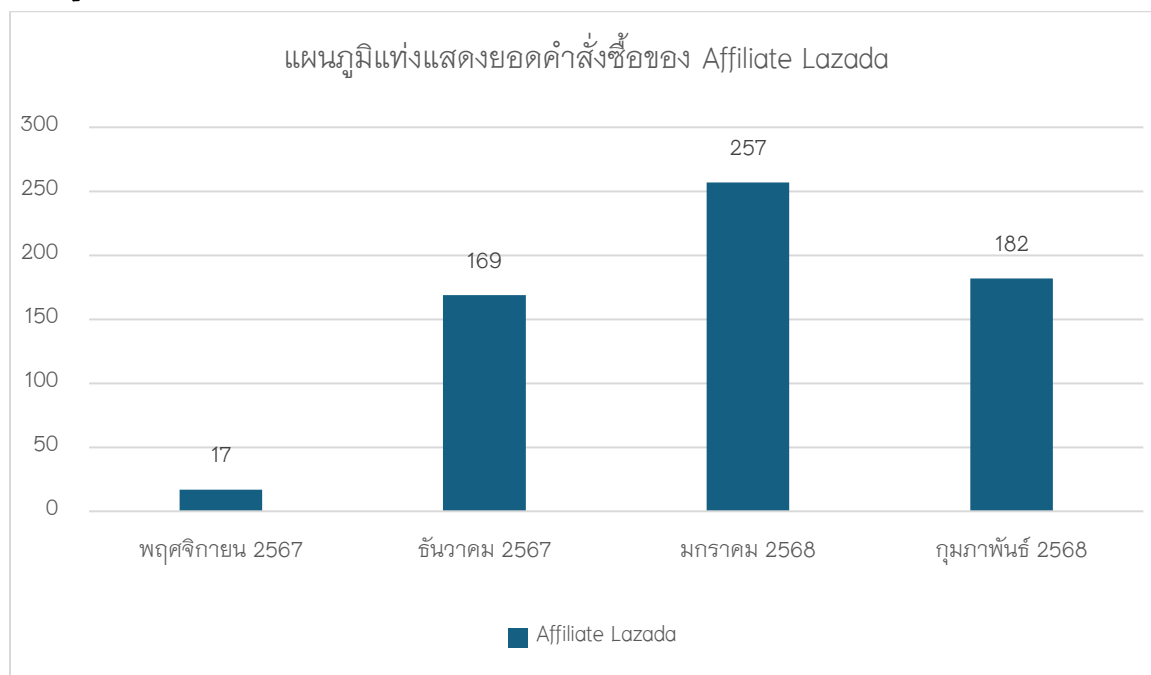
### แผนภูมิแท่งแสดงยอดคำสั่งซื้อของ Affiliate Shopee



**ภาพที่ 4.29** แผนภูมิแท่งแสดงยอดคำสั่งซื้อของ Affiliate Shopee

จากภาพที่ 4.29 จะแสดงยอดคำสั่งซื้อบนแพลตฟอร์ม Shopee จะเห็นได้ว่ายอดคำสั่งซื้อในเดือนพฤศจิกายน 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 20 ออร์เดอร์ เดือนธันวาคม 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 270 ออร์เดอร์ เดือนมกราคม 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 399 ออร์เดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 271 ออร์เดอร์

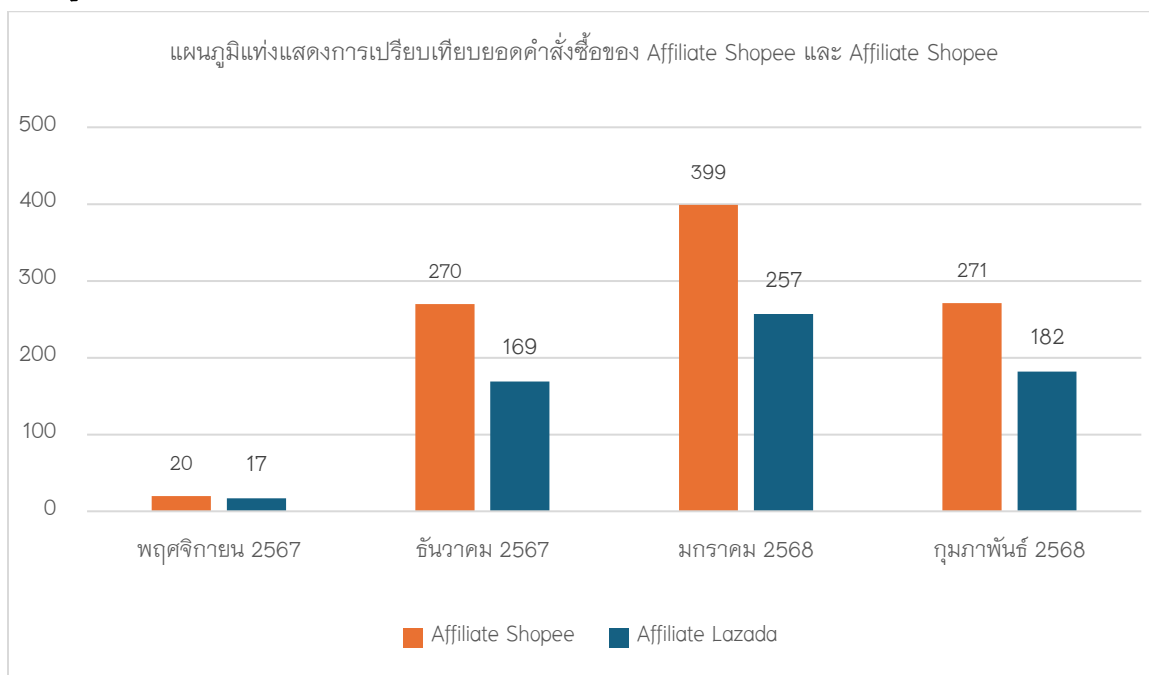
### แผนภูมิแท่งแสดงยอดคำสั่งซื้อของ Affiliate Lazada



**ภาพที่ 4.30** แผนภูมิแท่งแสดงยอดคำสั่งซื้อของ Affiliate Lazada

จากภาพที่ 4.30 จะแสดงยอดคำสั่งซื้อบนแพลตฟอร์ม Lazada จะเห็นได้ว่ายอดคำสั่งซื้อในเดือนพฤศจิกายน 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 17 ออร์เดอร์ เดือนธันวาคม 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 169 ออร์เดอร์ เดือนมกราคม 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 257 ออร์เดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 182 ออร์เดอร์

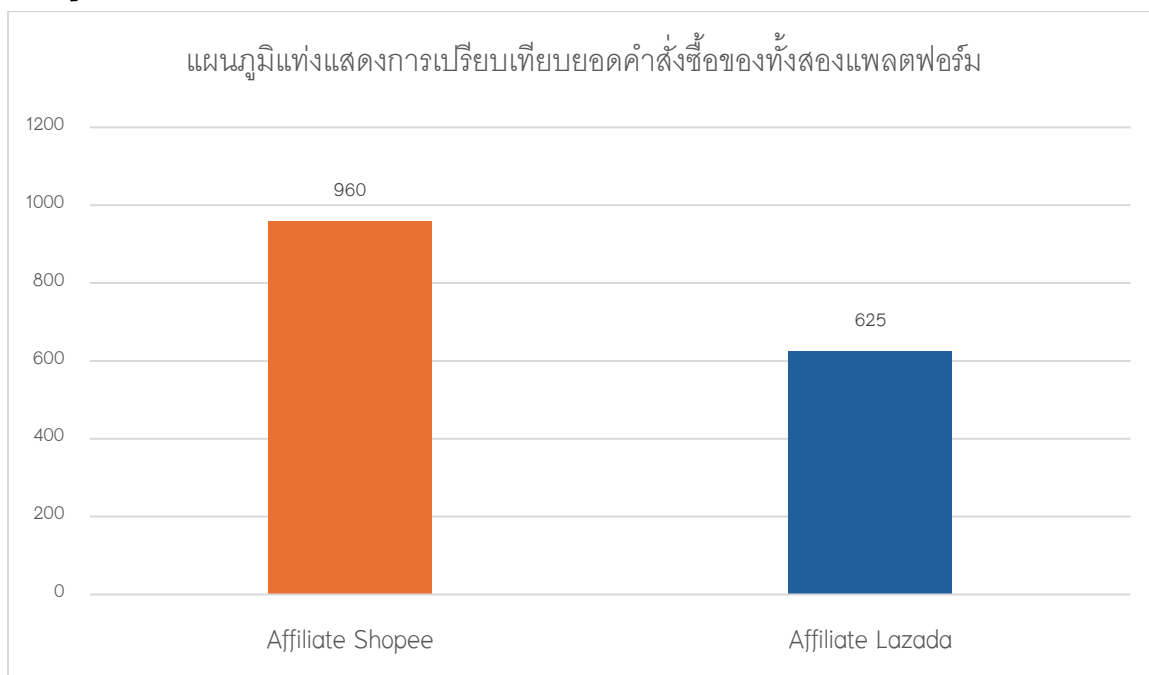
### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อของ Affiliate Shopee และ Affiliate Shopee



ภาพที่ 4.31 แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อของ Affiliate Shopee และ Affiliate Shopee

จากภาพที่ 4.31 แสดงยอดคำสั่งซื้อจากแพลตฟอร์ม Shopee จะเห็นได้ว่ายอดคำสั่งซื้อในเดือนพฤศจิกายน 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 20 ออร์เดอร์ เดือนธันวาคม 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 270 ออร์เดอร์ เดือนมกราคม 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 399 ออร์เดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 271 ออร์เดอร์ และยอดคำสั่งซื้อจากแพลตฟอร์ม Lazada จะเห็นได้ว่ายอดคำสั่งซื้อในเดือนพฤศจิกายน 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 17 ออร์เดอร์ เดือนธันวาคม 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 169 ออร์เดอร์ เดือนมกราคม 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 257 ออร์เดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 182 ออร์เดอร์

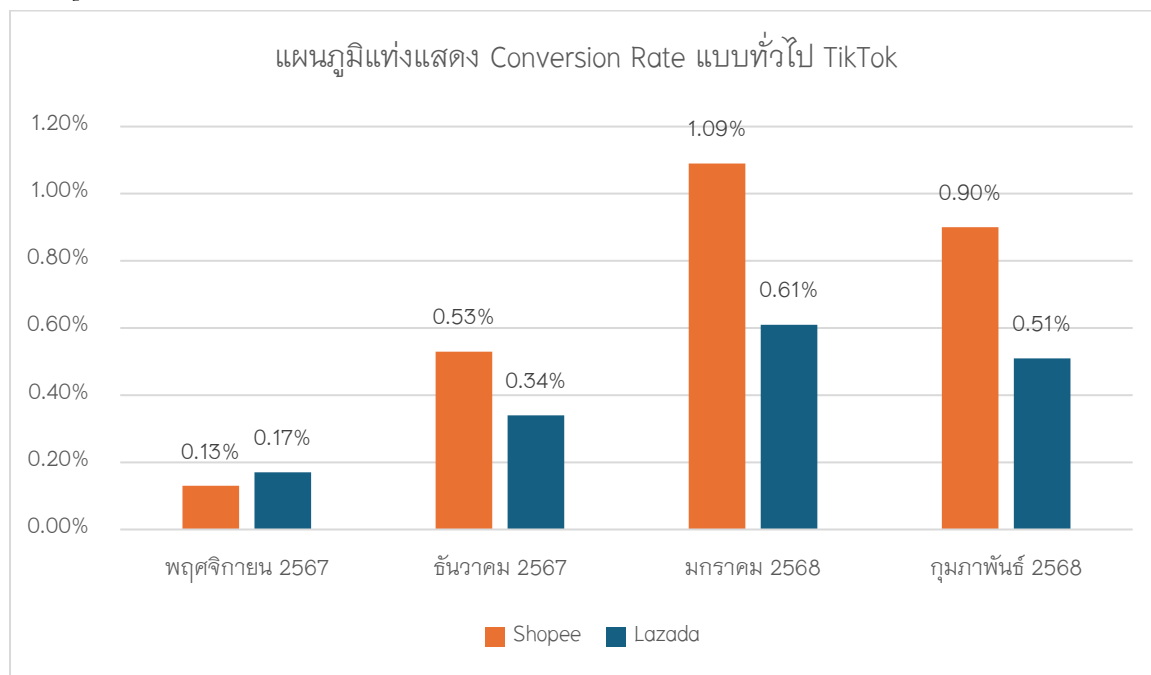
### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อของทั้งสองแพลตฟอร์ม



**ภาพที่ 4.32** แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อของทั้งสองแพลตฟอร์ม

จากภาพที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อของทั้งสองแพลตฟอร์ม พบว่า Affiliate Shopee มียอดคำสั่งซื้อ 960 ออร์เดอร์ ค่า Conversion Rate Affiliate เท่ากับ 44.65% และ Affiliate Lazada มียอดคำสั่งซื้อ 625 ออร์เดอร์ ค่า Conversion Rate Affiliate เท่ากับ 47.06% จากยอดคำสั่งซื้อ Shopee Affiliate และ Lazada Affiliate ทำยอดคำสั่งซื้อเกินเป้าหมายอย่างดีเยี่ยม แม้จะมีความแตกต่างในยอดที่ทำได้ แต่ทั้งสองแพลตฟอร์มยังคงแสดงถึงความสำเร็จที่น่าพอใจ โดย Shopee Affiliate มียอดคำสั่งซื้อเกินเป้าหมาย 460 คำสั่งซื้อ ขณะที่ Lazada Affiliate ก็ทำยอดคำสั่งซื้อเกินเป้าหมาย 125 คำสั่งซื้อ แม้ว่ายอดของ Shopee จะสูงกว่าแต่ Lazada ก็ยังสามารถทำยอดได้เกินเป้าหมาย แสดงให้เห็นว่าแคมเปญของทั้งสองแพลตฟอร์มประสบความสำเร็จอย่างดี ทั้งในแง่ของยอดคำสั่งซื้อที่เกินเป้าหมาย และการกระตุ้นการซื้อจากลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

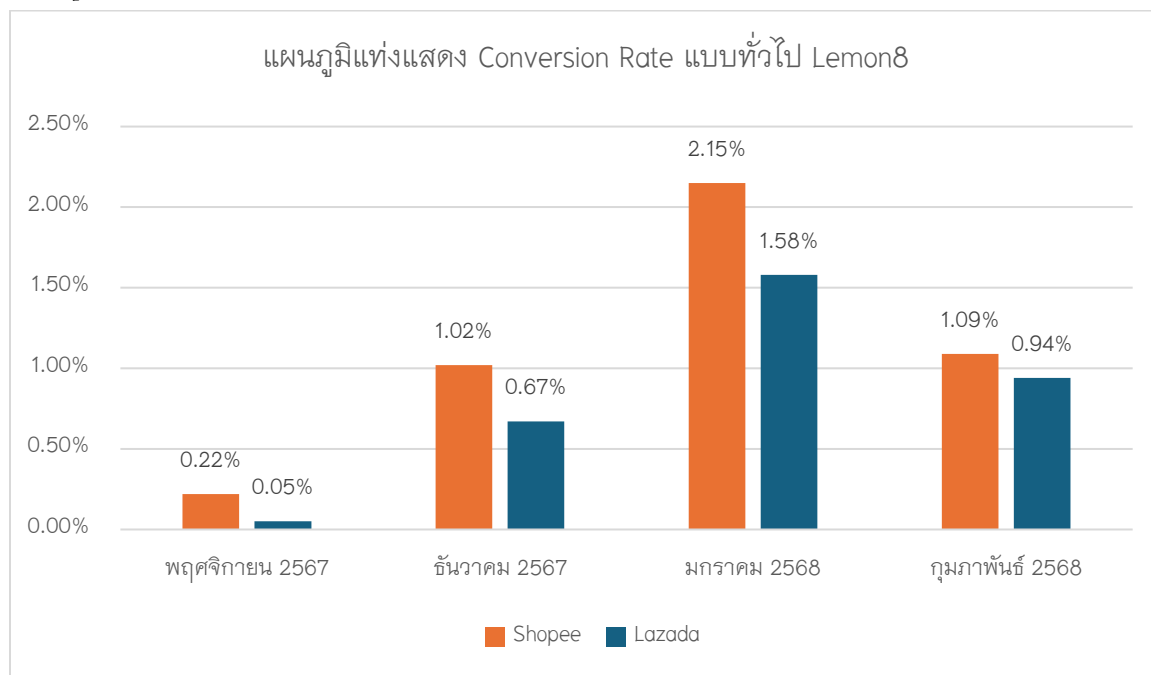
### แผนภูมิแท่งแสดง Conversion Rate แบบทั่วไป TikTok



ภาพที่ 4.33 แผนภูมิแท่งแสดง Conversion Rate แบบทั่วไป TikTok

จากภาพที่ 4.33 แสดง Conversion Rate แบบทั่วไป TikTok จะเห็นได้ว่าเดือนพฤศจิกายน 2567 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 0.13% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 0.17% เดือนธันวาคม 2567 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 0.53% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 0.34% เดือนมกราคม 2568 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 1.09% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 0.61% และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 0.90% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 0.51%

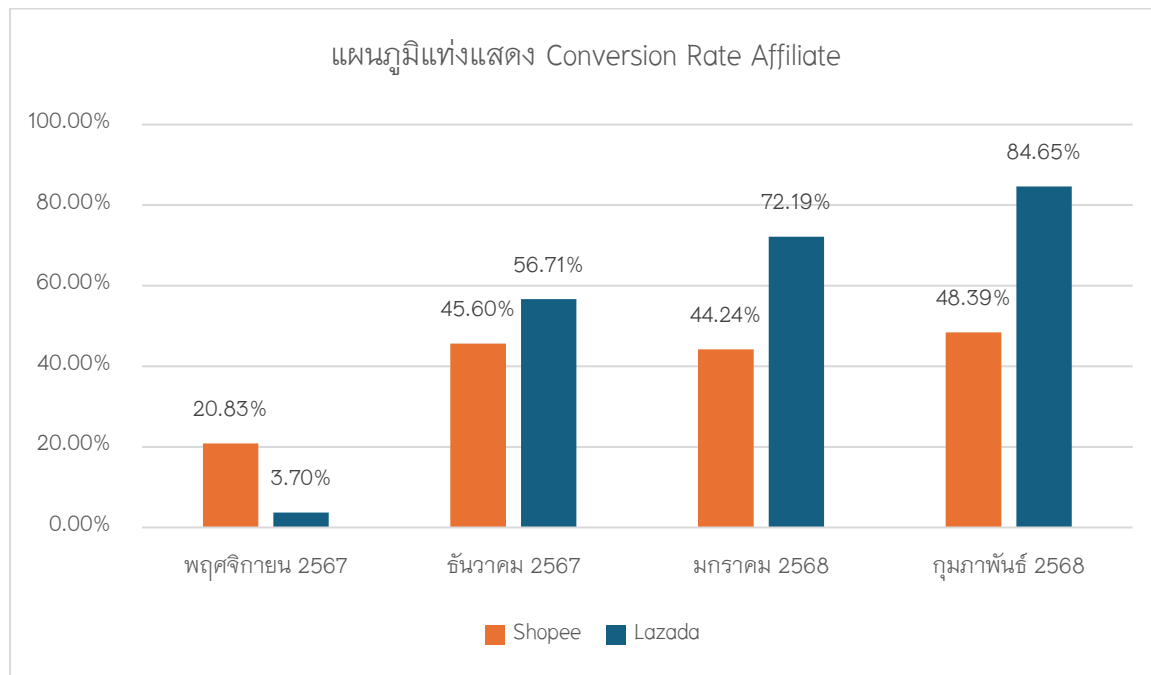
### แผนภูมิแท่งแสดง Conversion Rate แบบทั่วไป Lemon8



**ภาพที่ 4.34** แผนภูมิแท่งแสดง Conversion Rate แบบทั่วไป Lemon8

จากภาพที่ 4.34 แสดง Conversion Rate แบบทั่วไป Lemon8 จะเห็นได้ว่าเดือนพฤศจิกายน 2567 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 0.22% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 0.05% เดือนธันวาคม 2567 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 1.02% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 0.67% เดือนมกราคม 2568 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 2.15% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 1.58% และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 1.09% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 0.94%

### แผนภูมิแท่งแสดง Conversion Rate Affiliate

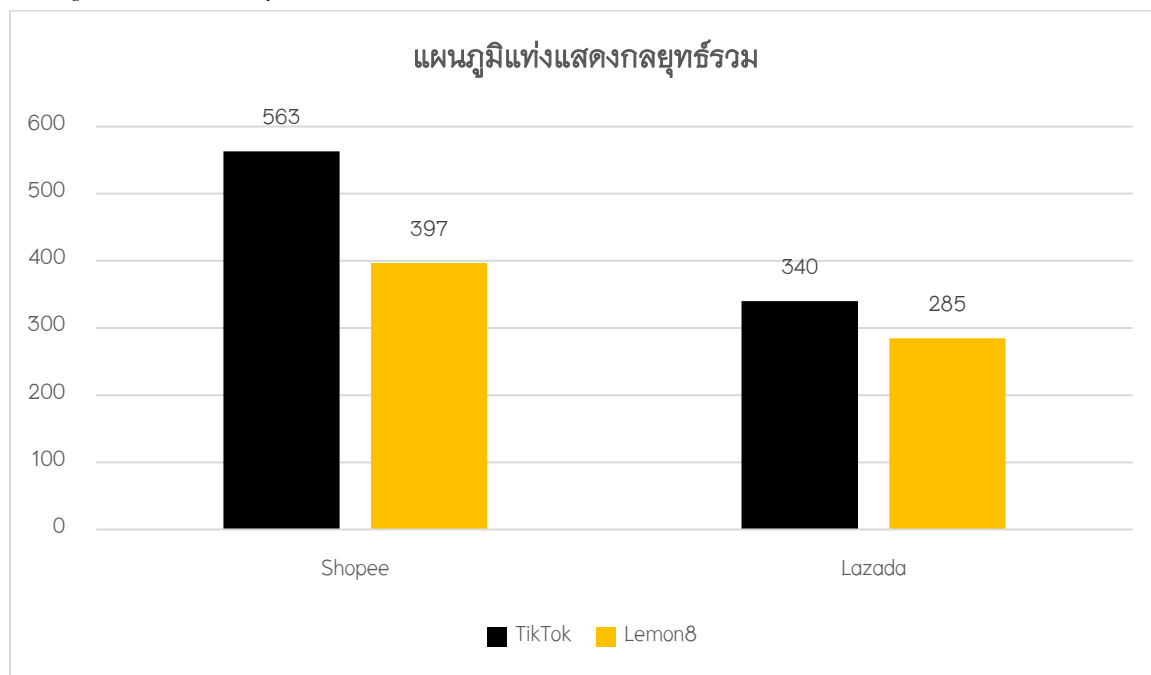


ภาพที่ 4.35 แผนภูมิแท่งแสดง Conversion Rate Affiliate

จากภาพที่ 4.35 แสดง Conversion Rate Affiliate จะเห็นได้ว่าเดือนพฤศจิกายน 2567 Shopee มีค่า Conversion Rate Affiliate ที่ 20.80% Lazada มีค่า Conversion Rate Affiliate ที่ 3.70% เดือนธันวาคม 2567 Shopee มีค่า Conversion Rate Affiliate ที่ 45.60% Lazada มีค่า Conversion Rate Affiliate ที่ 56.71% เดือนมกราคม 2568 Shopee มีค่า Conversion Rate Affiliate ที่ 44.24% Lazada มีค่า Conversion Rate Affiliate ที่ 72.19% และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 Shopee มีค่า Conversion Rate ที่ 48.39% Lazada มีค่า Conversion Rate ที่ 84.65%



### แผนภูมิแท่งแสดงกลยุทธ์รวม



ภาพที่ 4.36 แผนภูมิแท่งแสดงกลยุทธ์รวม

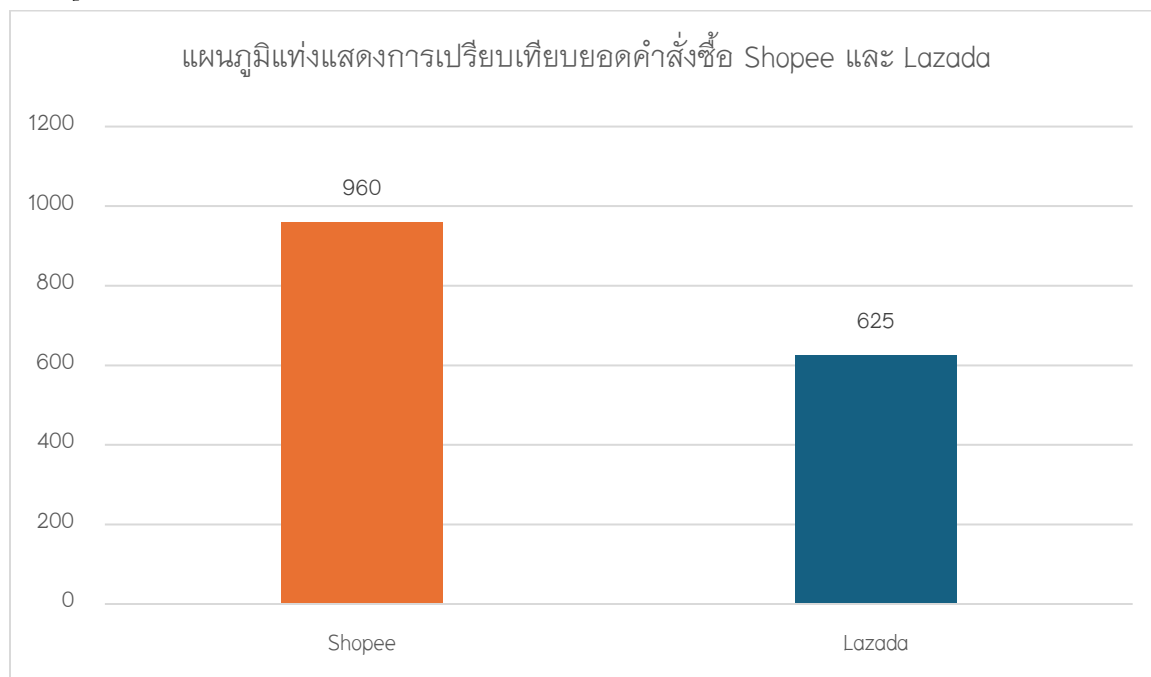
จากภาพที่ 4.36 แสดงแผนภูมิแท่งแสดงกลยุทธ์รวม พบว่า Shopee มียอดคำสั่งซื้อมาจาก TikTok จำนวน 563 ออร์เดอร์ และจาก Lemon8 จำนวน 397 ออร์เดอร์ ส่วน Lazada มียอดคำสั่งซื้อมาจาก TikTok 323 ออร์เดอร์ และจาก Lemon8 280 ออร์เดอร์

### ตารางที่ 4.11 แผนภูมิแท่งแสดงกลยุทธ์รวม

	TikTok	Lemon8
Shopee	563	397
Lazada	340	285

จากตารางที่ 4.11 แสดงกลยุทธ์รวม

### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ Shopee และ Lazada



ภาพที่ 4.37 แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ Shopee และ Lazada

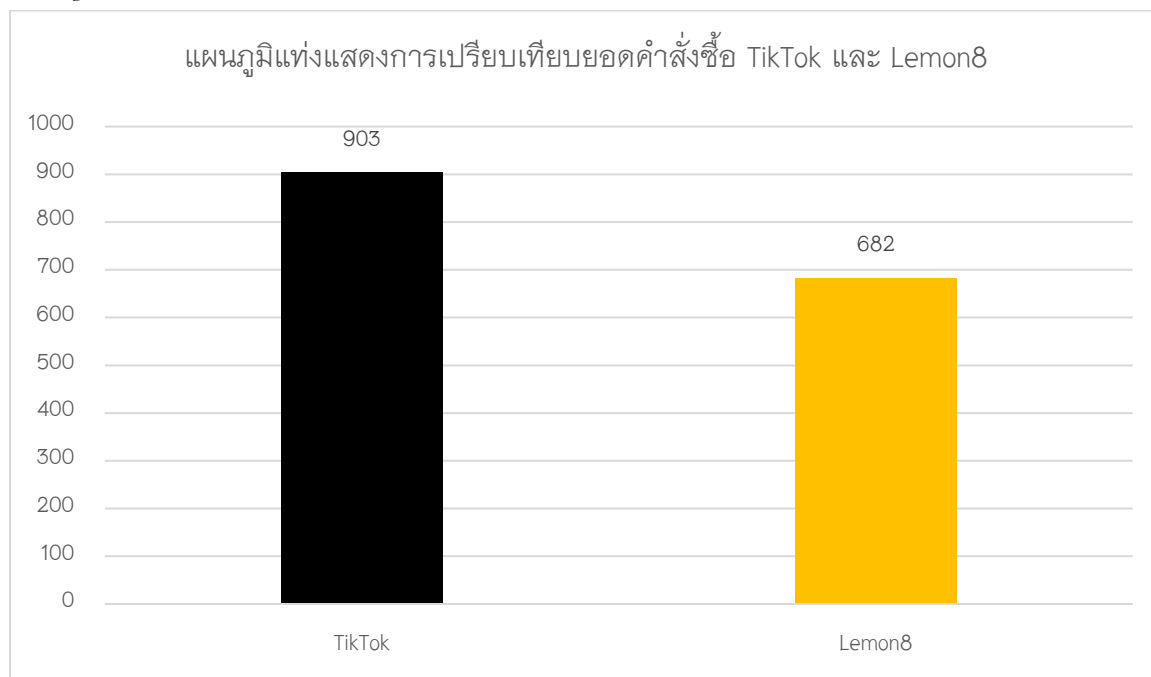
จากภาพที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ Shopee และ Lazada พบว่า Shopee มียอดคำสั่งซื้อ 960 ออร์เดอร์ และ Lemon8 มียอดคำสั่งซื้อ 625 ออร์เดอร์

### ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ Shopee และ Lazada

Shopee	Lazada
960	625

จากตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ Shopee และ Lazada

### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ TikTok และ Lemon8



**ภาพที่ 4.38** แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ TikTok และ Lemon8

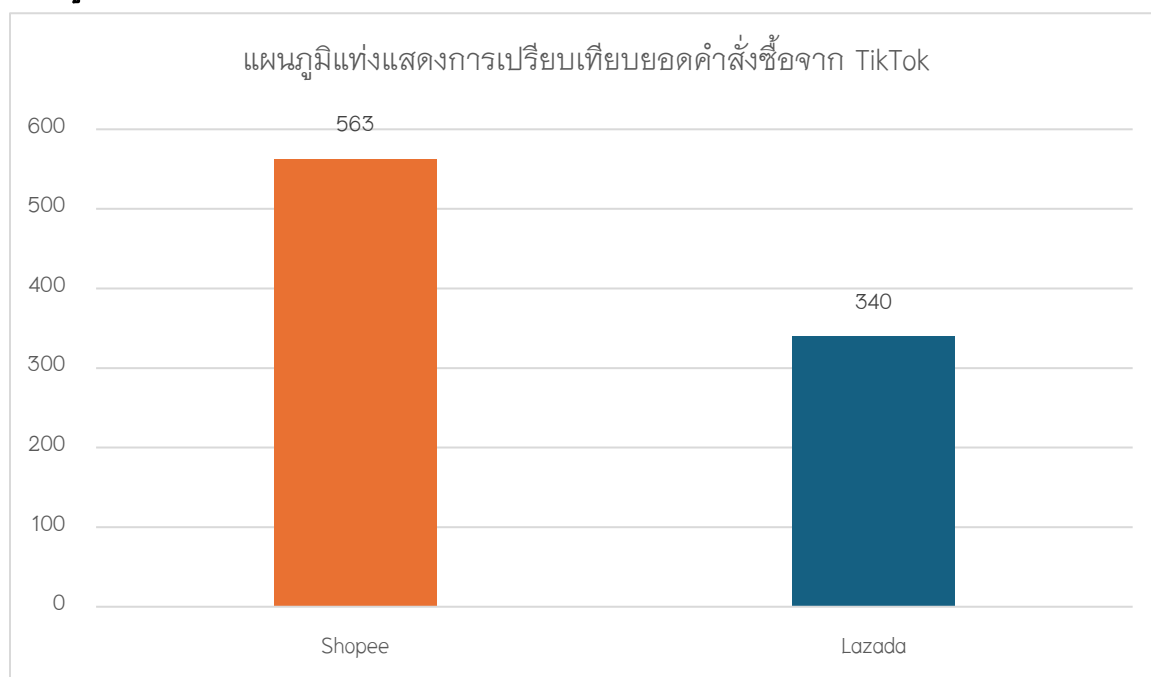
จากภาพที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ TikTok และ Lemon8 พบว่า TikTok มียอดคำสั่งซื้อ 903 ออร์เดอร์ และ Lemon8 มียอดคำสั่งซื้อ 682 ออร์เดอร์

**ตารางที่ 4.13** ตารางแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ TikTok และ Lemon8

TikTok	Lemon8
903	682

จากตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อ TikTok และ Lemon8

### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok



**ภาพที่ 4.39** แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok

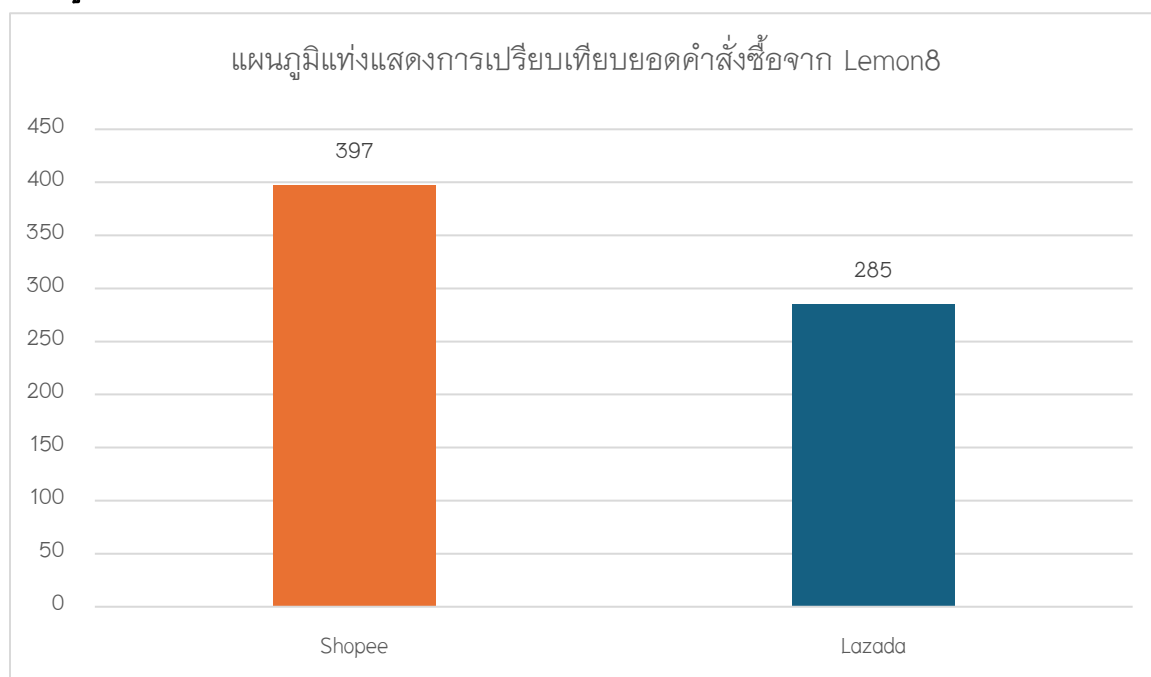
จากภาพที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok พบว่า Shopee มียอดคำสั่งซื้อ 563 ออร์เดอร์ และ Lazada มียอดคำสั่งซื้อ 340 ออร์เดอร์

### ตารางที่ 4.14 ตารางเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok

Shopee	Lazada
563	340

จากตารางที่ 4.14 แสดงตารางเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก TikTok

### แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8



**ภาพที่ 4.40** แผนภูมิแท่งแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8

จากภาพที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8 พบว่า Shopee มียอดคำสั่งซื้อ 397 ออร์เดอร์ และ Lazada มียอดคำสั่งซื้อ 285 ออร์เดอร์

**ตารางที่ 4.15** ตารางแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8

Shopee	Lazada
397	385

จากตารางที่ 4.15 ตารางแสดงการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Lemon8

#### 4.1.3 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล

มิติที่ 1 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแต่ละกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล ด้วยแพลตฟอร์ม TikTok และ Lemon8

1) วัดผลจากยอดเข้าชมจาก TikTok และ Lemon8 สามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดได้ ดังนี้

ยอดเข้าชมของคลิปและโพสต์ เมื่อได้เปรียบเทียบทั้ง 2 แพลตฟอร์มแล้วผลลัพธ์ที่มียอดเข้าชมมากที่สุดคือ TikTok เป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินการเข้าถึงของเนื้อหา ยอดเข้าชมแสดงถึงจำนวนครั้งที่เนื้อหาของคุณปรากฏต่อผู้ชม ซึ่งสามารถสะท้อนความนิยมและการเข้าถึงของโพสต์ได้

จากการวัดผล พบว่าระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์คลิปและรูปภาพจากการวัดผลยอดการเข้าชมใน TikTok มียอดการเข้าชมเดือนพฤศจิกายน 2567 จำนวน 8,614 ครั้ง เดือนธันวาคม 2567 จำนวน 28,252 ครั้ง เดือนมกราคม 2568 จำนวน 19,843 ครั้ง และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 จำนวน 20,382 ครั้ง และเมื่อวัดผลจำนวนการเข้าชมใน Lemon8 เดือนพฤศจิกายน 2567 จำนวน 3,623 ครั้ง เดือนธันวาคม 2567 จำนวน 11,551 ครั้ง เดือนมกราคม 2568 จำนวน 8,444 ครั้ง และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 จำนวน 8,137 ครั้ง

สรุปผลเมื่อได้เปรียบเทียบทั้ง 2 แพลตฟอร์มแล้ว ผลลัพธ์ที่มียอดเข้าชมสูงสุด คือ TikTok มียอดการเข้าชมจำนวนการเข้าชมสูงสุดคือ เดือนธันวาคม 2567 มียอดเข้าชม 28,252 การเข้าชม และได้รับการสนใจมากกว่า Lemon8 ที่มียอดเข้าชมสูงสุดคือ เดือนธันวาคม 2567 มียอดการเข้าชม 11,551 ครั้ง เพราะ TikTok เป็นแอปที่มีความนิยมสูงทั่วโลก ด้วยฐานผู้ใช้ที่กว้างและเน้นการสร้างเนื้อหาวิดีโอสั้นที่ดึงดูดผู้ใช้จากหลากหลายกลุ่มอายุ แอปนี้มีฟีเจอร์ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างคอนเทนต์ที่หลากหลายและสร้างสรรค์ได้ง่าย ซึ่งช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น นอกจากนี้หากสามารถสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจและเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้ TikTok ได้ดี จะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จบนแพลตฟอร์มนี้ได้อย่างแน่นอน

2) วัดผลจากยอดกดใจจาก TikTok และ Lemon8 สามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดได้ ดังนี้

จากข้อมูลเชิงลึก TikTok และ Lemon8 เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดพื้นฐานที่ใช้ในการประเมินความสำเร็จของเนื้อหาคอนเทนต์ ซึ่งสะท้อนให้ยอดกดใจบ่งบอกถึงการตอบสนองจาก

ผู้ชมหากคลิปหรือโพสต์ที่ได้รับยอดกดใจสูง แสดงว่าผู้ชมชื่นชอบเนื้อหาการโปรโมตสินค้า เนื่องจากผู้ชมมักมองว่าคอนเทนต์ที่มียอดกดใจมากเป็นคอนเทนต์ที่น่าสนใจ และมีคุณค่าการวัดผลด้วยยอดกดใจจึงเป็นส่วนสำคัญในการติดตามการทำการตลาดหรือการเผยแพร่เนื้อหาในโซเชียลมีเดีย

จากการวัดผล พบว่าจากการวัดผลในระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์คลิปและรูปภาพทั้งหมด พบว่า TikTok ได้ยอดการกดใจทั้งหมด 10,728 ใจ และ Lemon8 ได้ยอดการกดใจทั้งหมด 4,538 ใจ

สรุปผล เมื่อได้เปรียบเทียบทั้ง 2 แพลตฟอร์มแล้ว ผลลัพธ์ที่มียอดกดใจตรงตามขอบเขตที่ได้กำหนดไว้สูงสุด คือ TikTok มียอดการกดใจมากกว่า 1,000 กดใจต่อ 1 โพสต์ จำนวน 2 คลิป คือ 1,399 และ 1,207 การกดใจ และได้รับการสนใจมากกว่า Lemon8 เพราะ TikTok เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่ดึงดูดสายตา อัลกอริทึมช่วยกระจายคอนเทนต์ไวและมีการมีส่วนร่วมสูง และ Lemon8 มียอดการกดใจต่อ 1 โพสต์สูงสุด คือ 479 ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ที่เข้าถึงส่วนใหญ่มาจากผู้ที่สนใจเนื้อหาวิวเชิงลึก ภาพสวยและข้อมูลที่เป็ประโยชน์

3) วัดผลจากคอมเมนต์จาก TikTok และ Lemon8 สามารถให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ในการประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดได้ ดังนี้

จากข้อมูลเชิงลึก TikTok เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดพื้นฐานที่ใช้ในการประเมินความสำเร็จของเนื้อหาคอนเทนต์ โดยยอดคอมเมนต์สะท้อนถึงระดับการมีส่วนร่วมและความคิดเห็นของผู้ชม หากคลิปหรือโพสต์ได้รับคอมเมนต์จำนวนมาก แสดงว่าผู้ชมสนใจเนื้อหา ต้องการแสดงความความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งช่วยให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น การวัดผลด้วยยอดคอมเมนต์จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการติดตามประสิทธิภาพของการตลาดและการสื่อสารบนโซเชียลมีเดีย

จากการวัดผลพบว่าจากการวัดผลในระยะเวลา 4 เดือนของการโพสต์คลิปและรูปภาพทั้งหมด พบว่า TikTok ได้ยอดคอมเมนต์ทั้งหมด 654 คอมเมนต์ และ Lemon8 ได้ยอดการคอมเมนต์ทั้งหมด 499 คอมเมนต์

สรุปผล เมื่อได้เปรียบเทียบทั้ง 2 แพลตฟอร์มแล้ว TikTok มียอดคอมเมนต์รวม 654 คอมเมนต์ มียอดค่าเฉลี่ยคอมเมนต์อยู่ที่ 6.35 คอมเมนต์ต่อคลิป กับเป้าหมายที่ตั้งไว้ 50 คอมเมนต์ต่อคลิป พบว่า TikTok ทำได้ประมาณ 12.70% ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ และ Lemon8 มียอดคอมเมนต์รวม 499 คอมเมนต์ มียอดค่าเฉลี่ยคอมเมนต์อยู่ที่ 4.84 คอมเมนต์ต่อคลิปกับ

เป้าหมายที่ตั้งไว้ 50 คอมเมนต์ต่อคลิป พบว่า Lemon8 ได้ 9.68% ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งทั้งสองแพลตฟอร์มถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมายอย่างมาก แต่ก็ยังมีความพยายามที่จะสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้ในแพลตฟอร์มได้บ้าง

#### 4) การวัดผลจากผู้ติดตามของแพลตฟอร์ม TikTok และ Lemon8

จากข้อมูลเชิงลึก พบว่า TikTok และ Lemon8 มีการดำเนินการโปรโมตสินค้าในรูปแบบที่เหมือนกัน โดยการลงคลิปวิดีโอสั้นและรูปภาพเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าถึงได้มากขึ้น และเนื้อหาคอนเทนต์ถูกลงในวันและเวลาเดียวกันเพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ ผู้ติดตามส่วนใหญ่จะติดตามใน TikTok มากกว่า Lemon8 เนื่องจาก TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมและมีรูปแบบคอนเทนต์ที่กระตุ้นการโต้ตอบแบบทันที ทำให้สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้มากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางมากกว่า

จากการวัดผลจากภาพที่ พบว่าระยะเวลา 4 เดือน ผู้ติดตามมากกว่า 1,500 คน พบว่า TikTok ได้ผู้ติดตามทั้งหมด 1,511 คน คิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับ 100% ของผู้ติดตาม 1,500 คน และ Lemon8 ได้ยอดผู้ติดตามทั้งหมด 317 คน คิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับ 21.13% ของผู้ติดตาม 1,500 คน

สรุปผล เมื่อได้เปรียบเทียบทั้ง 2 แพลตฟอร์มแล้ว ผลลัพธ์ที่มียอดผู้ติดตามตรงตามขอบเขตที่ได้กำหนดไว้คือ TikTok มียอดผู้ติดตามมากกว่า 1,500 คน ยอดผู้ติดตามสูงสุดคือ 1,511 ผู้ติดตาม คิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับ 100% ของขอบเขตที่กำหนดไว้ และ Lemon8 ได้รับความสนใจมากกว่า Lemon8 ที่มีผู้ติดตามทั้งหมด 317 ผู้ติดตาม คิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับ 21.13% ของขอบเขตที่กำหนดไว้ที่ TikTok ได้รับความสนใจมากกว่า Lemon8 เพราะ TikTok เน้นการนำเสนอคอนเทนต์ที่มีความบันเทิงและทันสมัย รวมถึงการโต้ตอบที่ง่ายดาย ทำให้ผู้ใช้รู้สึกมีส่วนร่วมและสามารถติดตามได้ทันที ส่วน Lemon8 ถึงแม้จะมีรูปแบบคล้ายกัน แต่ยังไม่ได้รับความนิยมในวงกว้างเท่ากับ TikTok จึงทำให้มีผู้ติดตามน้อยกว่า

#### 5) วัดผลจากการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Shopee และ Lazada

ผลการเปรียบเทียบยอดคำสั่งซื้อจาก Shopee และ Lazada พบว่า Shopee มียอดคำสั่งซื้อสูงสุด โดยผู้ชมส่วนใหญ่เข้ามาจากการกดลิงก์ในหน้าโปรไฟล์ที่เชื่อมโยงไปยัง Shopee และ Lazada ซึ่งเกิดจากการโปรโมตผ่าน TikTok และ Lemon8 การเปรียบเทียบนี้สามารถทำได้โดยการดึงข้อมูลจาก Shopee และ Lazada ที่แสดงแหล่งที่มาของยอดคำสั่งซื้อ โดยผู้โปรโมตสามารถติดตามข้อมูลเหล่านี้ได้ผ่านเครื่องมืออย่าง Shopee Affiliate และ Lazada Affiliate



ซึ่งจะแสดงข้อมูลสถิติต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ใช้โปรแกรมสามารถวิเคราะห์ยอดขายคำสั่งซื้อและปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวัดผล พบว่ายอดขายคำสั่งซื้อ Shopee เดือนพฤศจิกายน 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 20 ออร์เดอร์ เดือนธันวาคม 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 270 ออร์เดอร์ เดือนมกราคม 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 399 ออร์เดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 271 ออร์เดอร์ และยอดขายคำสั่งซื้อ Lazada เดือนพฤศจิกายน 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 17 ออร์เดอร์ เดือนธันวาคม 2567 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 169 ออร์เดอร์ เดือนมกราคม 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 257 ออร์เดอร์ และเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีจำนวนคำสั่งซื้อ 182 ออร์เดอร์ ยอดคำสั่งซื้อ Shopee Affiliate และ Lazada Affiliate ทำยอดขายคำสั่งซื้อเกินเป้าหมายอย่างดีเยี่ยม แม้จะมีความแตกต่างในยอดที่ทำได้ แต่ทั้งสองแพลตฟอร์มยังคงแสดงถึงความสำเร็จที่น่าพอใจ แม้ว่ายอดของ Shopee จะสูงกว่าแต่ Lazada ก็ยังสามารถทำยอดได้เกินเป้าหมาย แสดงให้เห็นว่าแคมเปญของทั้งสองแพลตฟอร์มประสบความสำเร็จอย่างดี ทั้งในแง่ของยอดขายคำสั่งซื้อที่เกินเป้าหมาย และการกระตุ้นการซื้อจากลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 4.2 อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการงานการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดผ่าน Lemon8 และ TikTok กรณีศึกษา การทำ Affiliate Marketing Shopee และ Lazada ผลการดำเนินงานสามารถแบ่งการอภิปรายออกเป็น 2 ส่วน

### 4.2.1 อภิปรายผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาเว็บไซต์

จะเห็นได้ว่าการดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์พบว่า การออกแบบระบบมีความเหมาะสมและสามารถใช้งานได้จริง รองรับทั้งผู้ดูแลระบบและผู้ใช้งานทั่วไป โดยผู้ใช้สามารถเรียกดูสินค้า รายละเอียดสินค้าและติดต่อร้านค้าได้ผ่านหน้าเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบของ Norman (2013) ที่เน้นประสิทธิภาพ ความสะดวกสบาย และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ เช่น การจัดการสินค้า การจัดการสินค้า จัดการรายละเอียดสินค้าและจัดการรายละเอียดส่วนตัวของผู้ดูแลระบบ ซึ่งระดับการใช้งานระบบแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่

- (1) ผู้ดูแลระบบสามารถลงชื่อเข้าใช้ระบบ จัดการสินค้า จัดการข้อมูลส่วนตัว จัดการข้อมูลรายงานแสดงผล และสามารถดูรายงานแสดงผลได้

- (2) ผู้ใช้งานทั่วไป สามารถเรียกดูสินค้า รายละเอียดสินค้าได้ คลิกลิงก์เพื่อเข้าไป  
 สั่งซื้อสินค้าในแอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada ได้ สามารถติดต่อกับ  
 ร้านค้าผ่านหน้าเว็บไซต์ได้

#### 4.2.1 อภิปรายผลการดำเนินงานด้านการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินงานและศึกษาด้านธุรกิจจะเห็นได้ว่า จากการเขียนแผนธุรกิจและการวิเคราะห์  
 ธุรกิจโดยใช้โมเดล SWOT พร้อมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านกลยุทธ์  
 4P นั้นได้ช่วยให้ธุรกิจมีคำสั่งซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้นจากช่องทางการจัดจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์  
 อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น  
 ยังส่งผลให้มีโอกาสในการขายสินค้าสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **ปัญญาวัฒน์ เตชะศิริเชษฐ์  
 (2563)** ที่พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์และกลยุทธ์ทางการตลาดมี ผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า  
 ออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มเพศหญิงที่มีแนวโน้มซื้อสินค้าสูงกว่าเพศชาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง  
 ความสำคัญของการทำตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและการใช้เทคโนโลยีในการสร้างความเชื่อมั่น  
 ให้กับผู้บริโภค

จากการดำเนินงานพบว่า การเลือกใช้กลยุทธ์รีวิวลินค้าผ่านการใช้งานจริงและวิดีโอรีวิวล  
 ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้มีส่วนร่วมมากขึ้น นอกจากนี้การเพิ่มเพลงประกอบ  
 ยอดนิยมยังช่วยสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชม ทำให้เกิดการจดจำและกระตุ้นให้เกิดการซื้อ  
 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **พัชรพร คำใส (2565)** ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็น  
 หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสื่อสาร  
 ปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) ที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจ  
 ซื้อสินค้า นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า Shopee เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมมากที่สุด  
 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่ต้องอาศัยปัจจัยด้าน  
 การตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น ราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการดำเนินงานพบว่า การใช้ Shopee เป็นช่องทางสำหรับ การตลาดแบบ Affiliate  
 สามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าได้โดยเริ่มจากการสร้างลิงก์ Affiliate เพื่อโปรโมตสินค้า  
 บนแพลตฟอร์ม หากโปรโมตหลายสินค้าพร้อมกันในลิงก์เดียว อาจทำให้ลูกค้าลังเลและไม่  
 ตัดสินใจซื้อในทันที แนวทางที่นำมาใช้คือการสร้างลิงก์แยกสำหรับแต่ละสินค้า พร้อมระบุ  
 รายละเอียดที่สำคัญ เช่น คุณสมบัติของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น การนำเสนอสินค้า  
 ที่ละรายการแบบเจาะจงช่วยลดความสับสนและกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้เร็วขึ้น จากการทดลองใช้

กลยุทธ์นี้ พบว่ายอดคลิกและคำสั่งซื้อผ่านลิงก์ Affiliate เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากลูกค้ารู้สึกสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลสินค้า และสามารถกดสั่งซื้อได้ทันทีโดยไม่ลังเล ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ชิสา โชติลดาศิตติกา (2561)** ในการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะต้องเน้นความสะดวกให้แก่ลูกค้า เพราะจากผลการวิจัยนี้ลูกค้าที่ซื้อของออนไลน์นั้นชอบตรงที่ความสะดวกสบายสามารถซื้อตอนที่ต้องการได้เลย ผู้จัดทำจึงจะนำเอาแนวคิดนี้ปรับใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคอนเทนต์และสิ่งที่สร้างนั้นจะต้องมีความดึงดูดน่าสนใจ และทำให้ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการซื้อมากขึ้น

จากการดำเนินงานพบว่า การใช้ TikTok และ Lemon8 เป็นเครื่องมือในการทำการตลาดแบบ Affiliate โดยมุ่งเน้นการโปรโมตสินค้าในลักษณะวิดีโอรีวิวก และคอนเทนต์ภาพที่สวยงาม เพื่อกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแพลตฟอร์ม TikTok ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าผ่านวิดีโอสั้น และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ทันทีผ่านลิงก์ Affiliate ในขณะที่ Lemon8 ถูกใช้เป็นช่องทางเสริมในการนำเสนอ ภาพรีวิวลินค้าแบบละเอียด ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า และกระตุ้นความต้องการซื้อ TikTok และ Lemon8 ยังช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้ามากขึ้น และส่งเสริมให้เกิดยอดคลิกผ่านลิงก์ Affiliate ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ **วรรณพร ไตงาม (2566)** พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok Shop ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Es) และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีโดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกในการสั่งซื้อและการได้เห็นสินค้าผ่านวิดีโอรีวิว รวมถึงโปรโมชั่นคูปองส่วนลดและค่าส่งฟรี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ