

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุปผลโครงการ

โครงการเรื่องการเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สดด้วยแพลตฟอร์ม TikTok กรณีศึกษาหมู่แปรรูปร้านครัวแม่พิมพ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สดด้วยแพลตฟอร์ม TikTok และเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดดิจิทัลของร้านครัวแม่พิมพ์ รวมถึงการเปรียบเทียบการโพสต์วิดีโอกับการไลฟ์สด การวัดผลยอดขาย การเข้าชม วัดผลยอดขายการกดใจ วัดผลยอดขายการแสดงความความคิดเห็น วัดผลยอดขายการแชร์ และวัดผลยอดขายจำนวนการสั่งซื้อ ระหว่างประสิทธิภาพกลยุทธ์ระหว่างการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สดด้วยแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อเพิ่มยอดขายของร้านครัวแม่พิมพ์

จากการศึกษาการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม TikTok พบว่าการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมสามารถช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นยอดขายสั่งซื้อได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลยุทธ์หลักที่มีประสิทธิภาพสูง ได้แก่ การสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจ และตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยไลฟ์สดคลิปวิดีโอที่ดึงดูดความสนใจ ตลอดจนการใช้ฟีเจอร์ไลฟ์สดเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์กับลูกค้า

โดยผู้จัดทำได้มีการไลฟ์สดและไลฟ์สดอย่างน้อย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เนื้อหาคอนเทนต์ที่น่าสนใจในรูปแบบของการโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมปักตะกร้า หรือช่องทางสั่งซื้อสินค้าของทางร้าน และสลับกับการไลฟ์สดเป็นเวลา 1-2 ชั่วโมง ซึ่งในระหว่างการไลฟ์สดก็จะมีการปักตะกร้าในขณะเดียวกัน TikTok จะมีภารกิจให้ร้านทำเพื่อให้ได้แคมเปญส่วนลดสินค้ามาเพิ่มการดึงดูดลูกค้าและประสิทธิภาพในการเข้าถึงของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อแสดงสินค้าอธิบายถึงร้านครัวแม่พิมพ์ที่ให้ความสำคัญกับสินค้าโดยมีการใช้งานแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

5.1.1 ผู้ดูแลระบบ สามารถเข้าสู่ระบบได้ สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข

5.1.2 ผู้ใช้งานระบบ สามารถเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ หรือสั่งซื้อสินค้า โดยมีแพลตฟอร์ม TikTok เป็นตะกร้าสินค้าของทางร้านครัวแม่พิมพ์

จากผลการศึกษาการเปรียบเทียบประสิทธิภาพกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม TikTok พบว่ากลยุทธ์การโปรโมตสินค้าด้วยแคมเปญส่วนลดใน TikTok และการโพสต์คลิปวิดีโอควบคู่กับการไลฟ์สดในช่วงเวลาใกล้เคียงกันช่วยกระตุ้นความต้องการของลูกค้าให้เกิดการสั่งซื้อมากขึ้น โดยเฉพาะการไลฟ์สดซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้ามากกว่าการโพสต์คลิปวิดีโอ เนื่องจากการไลฟ์สดมีความสะดวกและรวดเร็วในการสื่อสารกับลูกค้า พร้อมทั้งสามารถตอบคำถามและแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้าได้ทันที ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากเป้าหมายการตั้งจำนวนคำสั่งซื้อที่ 300 รายการ จากทั้งการโพสต์คลิปวิดีโอกับการไลฟ์สด พบว่าจำนวนคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจริงต่ำกว่าที่ตั้งไว้ โดยสาเหตุหลักเกิดจากความแตกต่างของราคาสินค้าในตลาดที่ส่วนใหญ่มีราคาต่ำกว่าของทางร้าน ซึ่งทำให้ร้านไม่สามารถให้ส่วนลดในระดับที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มียอดคำสั่งซื้อน้อยกว่าที่คาดหวัง ถึงแม้จะมีข้อจำกัดทางด้านราคาที่ไม่สามารถแข่งขันกับราคาตลาดได้ในทุก ๆ ครั้ง แต่ทางร้านยังคงพัฒนารูปแบบการโปรโมตสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มโอกาสในการกระตุ้นยอดขายในอนาคต

## 5.2 ปัญหาและอุปสรรคของโครงการ

5.2.1 เนื่องจากการแข่งขันการทำราคาสินค้าให้มีราคาที่ต่ำกว่าทุนที่สุด จึงทำให้การขายสินค้ามีคู่แข่งที่มากขึ้นในทุก ๆ วัน

5.2.2 บัญชีใหม่หรือบัญชีที่ยังไม่มีประวัติการขายมากพอ อาจถูกจำกัดฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น การใช้ TikTok Shop หรือการโฆษณาสินค้า

5.2.3 ต้องใช้ต้นทุนที่มีค่าใช้จ่ายสูง การสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพต้องลงทุนในอุปกรณ์ถ่ายทำ เช่น กล้อง ไฟ ไมโครโฟน รวมไปถึงสินค้าที่ต้องถ่ายทำ พร้อบ และฉากหลัง ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

5.2.4 ไม่ทราบต้นทุนของสินค้า เนื่องจากเป็นข้อมูลเฉพาะเจ้าของร้านเท่านั้น

5.2.5 เนื่องจากมีผู้ขายหลายคนเข้าร่วมในตลาดเดียวกัน การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และทำให้สินค้าให้โดดเด่นจึงเป็นเรื่องที่ท้าทาย

5.2.6 สาเหตุหนึ่งที่มีการเข้าถึงของผู้ซื้ลดลงและยอดขายลดลง เนื่องจากผู้ใช้ TikTok ได้สังเกตว่าอัลกอริทึมมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ หากมีการไลฟ์สดบ่อยครั้ง คลิปวิดีโอที่โพสต์ในบัญชี อาจถูกปิดกั้นการมองเห็นและในทางกลับกัน หากโพสต์คลิปวิดีโอบ่อยครั้งจนเกินไปก็อาจส่งผลให้การไลฟ์สดถูกปิดกั้นเช่นกัน

### 5.3 ข้อจำกัด

5.3.1 TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่ใช้อัลกอริทึมในการกระจายวิดีโอไปยังผู้ชม ซึ่งหมายความว่าไม่ใช่วิดีโอทุกคลิปจะได้รับความนิยมเสมอไป แม้ว่าผู้ขายจะผลิตเนื้อหาที่น่าสนใจและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แต่ปัจจัยต่าง ๆ เช่น เวลาโพสต์ ความถี่ในการโพสต์ และพฤติกรรมของผู้ใช้ TikTok อาจทำให้ยอดขายและการเข้าชมและยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

5.3.2 TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่มีศักยภาพสูงสำหรับการขายสินค้า แต่การพูดขายของบน TikTok ไม่สามารถทำได้อย่างอิสระเหมือนแพลตฟอร์มอื่น ๆ เนื่องจากมีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดเกี่ยวกับเนื้อหา คำพูดและพฤติกรรมของผู้ขาย หากไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด อาจส่งผลให้วิดีโอหรือไลฟ์สดถูกจำกัดการมองเห็น หรือในบางกรณีอาจทำให้บัญชีถูกแบนถาวร

5.3.3 สินค้าบางประเภทอาจต้องผ่านการตรวจสอบก่อนขึ้นขายบน TikTok Shop ทำให้เกิดความล่าช้าในการโปรโมต

5.3.4 เนื่องจากเนื้อหาบางส่วน of เว็บไซต์อาจไม่ได้รับการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้เว็บไซต์อาจมีความน่าสนใจน้อยลง

5.3.5 ถึงแม้ TikTok จะเป็นแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก แต่การขายของบน TikTok ต้องอาศัยการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจและมีคุณภาพ ซึ่งอาจใช้เวลาและความพยายามในการสร้างฐานผู้ติดตามและทำการตลาด

5.3.6 ผู้ขายอาจพบปัญหาในการตั้งราคาสินค้าบน TikTok เนื่องจากผู้ใช้ในแพลตฟอร์มนี้ มีความคาดหวังในราคาที่ไม่สูงมาก และมีการเปรียบเทียบราคาสินค้าจากหลายแหล่ง การตั้งราคาสินค้าจึงต้องแข่งขันกับราคาจากคู่แข่งในตลาด

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ทำการวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์การโพสต์ให้เหมาะสม โดยการศึกษาเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์ ความถี่ในการโพสต์ และการเลือกเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลจาก TikTok เพื่อจับเทรนด์จับพฤติกรรมผู้ใช้จะช่วยให้สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพของการโพสต์ และเพิ่มโอกาสในการได้รับความนิยมและยอดขายที่คาดหวัง

5.4.2 ศึกษากฎเกณฑ์และข้อบังคับต่าง ๆ ของ TikTok อย่างละเอียดเพื่อให้การโพรมิตสินค้าไม่ขัดแย้งกับข้อกำหนดของแพลตฟอร์ม อาจใช้วิธีการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพสูงและน่าสนใจ เช่น การเล่าเรื่องหรือการใช้วิธีการแสดงแทนการขายโดยตรง เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดข้อบังคับที่อาจส่งผลกระทบต่อการมองเห็น และการเข้าถึงของวิดีโอ

5.4.3 ควรวางแผนการโพรมิตสินค้าล่วงหน้าเพื่อให้สามารถจัดการกับกระบวนการตรวจสอบได้ทันเวลา โดยการเตรียมเอกสารและข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับสินค้าจะช่วยลดเวลาในการตรวจสอบให้สั้นลง โพรมิตสินค้าผ่านช่องทางอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อเสริมการเข้าถึงสินค้าก่อนที่สินค้าจะได้รับการอนุมัติจาก TikTok

5.4.4 ควรพัฒนาบัญชี TikTok ด้วยการโพสต์คอนเทนต์ที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบัญชีใหม่ และเพิ่มประวัติการขายให้มากขึ้น ควรใช้เวลาสร้างแบรนด์และพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ติดตามให้มั่นคงก่อน

5.4.5 ทำให้คอนเทนต์บน TikTok มีความสร้างสรรค์และเป็นเอกลักษณ์ พยายามทำให้คอนเทนต์ไม่เหมือนใคร โดยใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การใช้เพลงที่กำลังได้รับความนิยม การใช้เทรนด์ที่กำลังมาแรง หรือการสร้างความตลกขบขันที่ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงได้

5.4.6 เมื่อราคาสินค้าของกิจการเราสูงกว่าคู่แข่ง ควรเน้นที่การเสนอคุณค่าหรือคุณสมบัติพิเศษที่ทำให้สินค้าของเราโดดเด่นและคุ้มค่ากับราคาที่ตั้ง เช่น คุณภาพที่ดีกว่า หรือจุดเด่นพิเศษที่ไม่สามารถหาจากสินค้าของคู่แข่งได้