

## บทที่ 5

### สรุปและขอเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุปผลโครงการ

จากการศึกษาและเปรียบเทียบประสิทธิภาพการนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบต่าง ๆ บนแพลตฟอร์ม TikTok กรณีศึกษาช่องน้องแหมวรีวิว พบว่ารูปแบบของวิดีโอส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนองของผู้ใช้และเป้าหมายทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยวิดีโอที่สามารถสร้างรายได้และค่าคอมมิชชั่นได้มากที่สุดคือ วิดีโอแบบไม่เห็นหน้า เนื่องจากเป็นการนำเสนอที่เน้นการรีวิวจากการใช้งานจริงโดยบุคคลจริง ทำให้ผู้ชมได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ตัดสินใจซื้อได้ง่าย และเข้าถึงตัวสินค้าได้อย่างตรงประเด็น ในขณะที่ วิดีโอแบบเห็นหน้า มีประสิทธิภาพรองลงมา โดยมีบทบาทสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือและความเป็นกันเองระหว่างผู้รีวิวกับผู้ชม

สำหรับ วิดีโอที่สร้างด้วย AI พบว่ามีพัฒนาการที่น่าสนใจอย่างยิ่ง แม้ในช่วงแรกจะมีประสิทธิภาพด้านการมีส่วนร่วมและยอดขายต่ำที่สุด แต่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โดยการแยกประเภทเนื้อหาให้ชัดเจน (Category Segmentation) ด้วยการสร้างช่องใหม่ที่ลงเฉพาะคอนเทนต์ AI โดยเฉพาะ และปรับรูปแบบเป็น ตัวการ์ตูน AI ให้ความรู้สอดแทรกการขาย พบว่ามียอดขายการมีส่วนร่วม (Engagement) เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด การแยกช่องเฉพาะนี้ช่วยให้อัลกอริทึมของ TikTok สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำที่สุด ไม่เกิดความสับสนระหว่างหมวดหมู่สินค้าที่ต่างกัน เช่น อาหาร ของใช้ หรือ สกินแคร์ ส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหาไปยังผู้ชมที่มีความสนใจเฉพาะตัวมีประสิทธิภาพสูงขึ้น และช่วยสร้างตัวตนบนแพลตฟอร์มได้อย่างดีเยี่ยม

นอกจากนี้ ความสำเร็จของการทำ TikTok Affiliate ยังขึ้นอยู่กับการใช้กลยุทธ์ TikTok SEO โดยการใส่คำสำคัญ (Keywords) ของสินค้าลงในแคปชั่น และการเลือกใช้แฮชแท็กที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 แฮชแท็ก เพื่อนำทางให้อัลกอริทึมจัดหมวดหมู่เนื้อหาได้ถูกต้อง ทั้งนี้ เพื่อรักษาการมองเห็นและสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุด นายหน้าควรลงคลิปวิดีโออย่างสม่ำเสมออย่างน้อยวันละ 1 คลิป โดยวางแผนลงสลับระหว่างวิดีโอที่มีการปักตะกร้าสินค้าเพื่อสร้างรายได้ และวิดีโอที่ไม่มีการปักตะกร้าเพื่อเน้นการให้ข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม

ซึ่งจะช่วยให้บัญชีมีความเคลื่อนไหวและเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาวพร้อมทั้งมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อแสดงสินค้าอธิบายถึงช่องทางของแอมวีวีวีที่ให้ความสำคัญกับสินค้าโดยมีการใช้งานแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

5.1.1 ผู้ดูแลระบบ สามารถเข้าสู่ระบบได้ สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข

5.1.2 ผู้ใช้งานระบบ สามารถเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ หรือสั่งซื้อสินค้า โดยมีแพลตฟอร์ม TikTok เป็นตะกร้าสินค้า

ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบของคอนเทนต์วิดีโอบนแพลตฟอร์ม TikTok มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมและการตอบสนองของผู้ใช้ โดยวิดีโอแบบไม่เห็นหน้าสามารถสร้างผลลัพธ์ได้โดดเด่นที่สุดในด้านยอดขาย เนื่องจากช่วยลดสิ่งรบกวนและทำให้ผู้ชมมุ่งความสนใจไปที่ตัวสินค้าและสาระสำคัญของเนื้อหาได้อย่างตรงประเด็น ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมและการคลิกตะกร้าสินค้าในระบบ TikTok Affiliate มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่วิดีโอแบบเห็นหน้าแม้จะช่วยเสริมภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือและความใกล้ชิดระหว่างผู้รีวีวีกับผู้ชมได้ดี แต่ในด้านการปิดการขายยังไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ได้เทียบเท่ากับวิดีโอแบบไม่เห็นหน้า

สำหรับการนำเสนอด้วยวิดีโอที่สร้างด้วย AI ซึ่งเดิมมีข้อจำกัดด้านความสมจริงและอารมณ์ร่วมจนส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในระดับต่ำนั้น เมื่อมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์มาใช้ตัวการ์ตูน AI ในการให้ความรู้สอดแทรกการขาย และแยกหมวดหมู่เนื้อหาไปในช่องทางที่ชัดเจน โดยเฉพาะ กลับพบว่าสามารถสร้างยอดการมีส่วนร่วม (Engagement) ได้สูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดและช่วยสร้างตัวตนบนแพลตฟอร์มได้เป็นอย่างดี

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงสามารถกล่าวได้ว่า แนวทางที่เหมาะสมที่สุดต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบ TikTok Affiliate คือการกำหนดให้วิดีโอแบบไม่เห็นหน้าที่เน้นการรีวีวีวีจริงเป็นรูปแบบหลักในการสร้างรายได้ โดยใช้วิดีโอแบบเห็นหน้าเป็นองค์ประกอบสนับสนุนด้านความเชื่อมั่น และใช้คอนเทนต์ AI รูปแบบใหม่ในการดึงดูดความสนใจและสร้างฐานผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมและการเปลี่ยนแปลงของอัลกอริทึมบนแพลตฟอร์ม TikTok ในปัจจุบัน

## 5.2 ปัญหาและอุปสรรคของโครงการ

5.2.1 ในด้านการบริหารจัดการบัญชีและการนำเสนอคอนเทนต์ พบว่าความผันผวนของอัลกอริทึมส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการเข้าชม โดยเฉพาะเมื่อมีการแยกช่องเฉพาะสำหรับคอนเทนต์ AI ทำให้ต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นในการดูแลความต่อเนื่องของแต่ละบัญชี นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือ AI ยังมีข้อจำกัดในกระบวนการผลิต เนื่องจากต้องอาศัยการทดลองสร้างวิดีโอหลายครั้งเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงตามความต้องการ ซึ่งในบางกรณีผลลัพธ์ที่ไม่สมบูรณ์ทำให้เสียสิทธิ์หรือเครดิตในการใช้งานโปรแกรมไปโดยเปล่าประโยชน์ ถือเป็นต้นทุนแฝงที่นายหน้าต้องแบกรับเองเพิ่มเติมจากต้นทุนค่าอุปกรณ์และสินค้าที่ใช้รีวิว

5.2.2 ในส่วนของระบบหลังบ้านและการวิเคราะห์ข้อมูล พบอุปสรรคสำคัญในการใช้งาน TikTok Shop Affiliate ผ่านคอมพิวเตอร์ (PC) เนื่องจากบางฟีเจอร์ที่เกี่ยวข้องกับยอดขายและรายได้ไม่สามารถเข้าถึงได้อย่างเต็มประสิทธิภาพบนหน้าจอ PC อีกทั้งยังมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถดาวน์โหลดข้อมูลในรูปแบบไฟล์ CSV หรือ Excel เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกต่อได้ โดยระบบมักแสดงผลได้เพียงข้อมูลพื้นฐานด้านการมีส่วนร่วมเท่านั้น ส่งผลให้การวางแผนกลยุทธ์การขายหรือการวิเคราะห์เพื่อทำโปรโมชั่นร่วมกับร้านค้าทำได้ไม่สะดวกเท่าที่ควร

5.2.3 อุปสรรคที่สำคัญที่สุดคือนโยบายและกฎระเบียบของแพลตฟอร์มที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ นายหน้าจำเป็นต้องติดตามและปฏิบัติตามกฎอย่างเคร่งครัด เนื่องจากหากเนื้อหาหรือการนำเสนอไม่เป็นไปตามข้อกำหนดล่าสุด จะส่งผลให้คลิปวิดีโอถูกปิดการมองเห็น และที่สำคัญอาจนำไปสู่การไม่อนุมัติหรือระงับสิทธิ์ในส่วนของ TikTok Affiliate ซึ่งกระทบต่อรายได้โดยตรง นอกจากนี้ นายหน้ายังไม่สามารถควบคุมราคาสินค้าหรือทราบต้นทุนที่แท้จริงจากร้านค้าได้ ทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคลดลงหากมีการแข่งขันด้านราคาจากร้านอื่นในตลาด

## 5.3 ข้อจำกัด

5.3.1 ข้อจำกัดของกลไกแพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งใช้อัลกอริทึมในการกระจายคอนเทนต์ไปยังผู้ชม ทำให้ผู้จัดทำไม่สามารถรับประกันได้ว่าวิดีโอทุกคลิปจะได้รับการมองเห็นในระดับสูงอย่างสม่ำเสมอ แม้ว่าจะเป็นคอนเทนต์ที่มีคุณภาพหรือปรับแต่งตามหลัก SEO แล้วก็ตาม เนื่องจากปัจจัยด้านช่วงเวลา ความถี่ในการโพสต์ และพฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเป็นตัวแปรสำคัญที่ควบคุมได้ยาก

5.3.2 ข้อจำกัดด้านนโยบายและกฎระเบียบ การทำการตลาดในรูปแบบ TikTok Affiliate ไม่สามารถนำเสนอหรือพูดคุยขายสินค้าได้อย่างอิสระ เนื่องจากต้องปฏิบัติตามกฎและ

นโยบายของแพลตฟอร์มที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมออย่างเคร่งครัด ความเข้มงวดนี้รวมไปถึงกระบวนการตรวจสอบสินค้าที่เข้าร่วมระบบ TikTok Shop ซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการนำสินค้ามาโปรโมตและกระทบต่อแผนการผลิตคอนเทนต์ที่วางไว้ นอกจากนี้ ในด้านการบริหารจัดการข้อมูล ผู้จัดทำยังพบข้อจำกัดทางเทคนิคที่ไม่สามารถเข้าถึงระบบวิเคราะห์ข้อมูลรายได้หรือยอดขายเชิงลึกผ่านคอมพิวเตอร์ (PC) ได้อย่างครบถ้วน รวมถึงไม่สามารถดาวน์โหลดข้อมูลในรูปแบบไฟล์เพื่อนำมาประมวลผลต่อได้สะดวก

5.3.3 ข้อจำกัดด้านการแข่งขันและอำนาจการตัดสินใจ นายหน้า TikTok ไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าได้เองเนื่องจากราคาถูกตั้งโดยร้านค้า ทำให้ในบางกรณีไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับร้านอื่นในตลาดได้ แม้จะมีการทำคอนเทนต์ที่ดีเพียงใดก็ตาม แต่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยังคงขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกอย่างราคาและความคุ้มค่าเป็นหลัก อีกทั้งการเป็นนายหน้าจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาและความต่อเนื่องในการสร้างฐานผู้ติดตามและความน่าเชื่อถือ จึงอาจไม่สามารถสร้างผลตอบแทนหรือยอดขายที่มั่นคงได้ในระยะสั้น

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ควรวิเคราะห์และปรับกลยุทธ์การโพสต์คอนเทนต์ให้เหมาะสม โดยศึกษาช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์ ความถี่ในการโพสต์ และการเลือกประเภทเนื้อหาที่สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลของ TikTok เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้และแนวโน้มของคอนเทนต์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้ชมและการคลิกตะกร้าสินค้า

5.4.2 นายหน้า TikTok ควรศึกษากฎระเบียบและนโยบายของแพลตฟอร์มอย่างละเอียด เพื่อให้การนำเสนอสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนด และลดความเสี่ยงในการถูกจำกัดการมองเห็นของคอนเทนต์ โดยสามารถใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะการเล่าเรื่อง การสาธิตการใช้งาน หรือการรีวิวเชิงประสบการณ์ แทนการขายโดยตรง

5.4.3 ควรวางแผนการโปรโมตสินค้าล่วงหน้า โดยเลือกสินค้าที่ผ่านการอนุมัติจาก TikTok Shop แล้ว หรือเตรียมข้อมูลสินค้าให้ครบถ้วน เพื่อช่วยลดความล่าช้าในการเริ่มโปรโมต พร้อมทั้งใช้ช่องทางอื่นในการสื่อสารควบคู่กัน เช่น เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้ชม

5.4.4 ควรพัฒนาบัญชี TikTok อย่างสม่ำเสมอด้วยการผลิตคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบัญชีนายหน้า โดยมุ่งเน้นการสร้างตัวตนของช่องและความสัมพันธ์กับผู้ติดตามก่อนการมุ่งหวังยอดขายในระยะสั้น

5.4.5 ควรพัฒนาคอนเทนต์ให้มีความสร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความแตกต่างจากนายหน้ารายอื่น เช่น การประยุกต์ใช้เทรนด์ เพลง หรือรูปแบบการนำเสนอที่กำลังได้รับความนิยม ให้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

5.4.6 ในกรณีที่ราคาสินค้าที่โปรโมตสูงกว่าสินค้าคู่แข่ง นายหน้า TikTok ควรมุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่า จุดเด่น หรือประโยชน์ของสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความคุ้มค่า แม้จะไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้โดยตรง

5.4.7 การต่อยอดกลยุทธ์ SEO และเอกลักษณ์ ควรให้ความสำคัญกับการทำ SEO อย่างต่อเนื่องผ่านคำสำคัญในแคปชั่นและบทพูด และควรมุ่งเน้นการสร้างคอนเทนต์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การใช้ AI ตัวละครการ์ตูน เพื่อสร้างความแตกต่าง

5.4.8 การบริหารจัดการหมวดหมู่สินค้า เพื่อผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในการนำเสนอของอัลกอริทึม ควรจัดโครงสร้างคอนเทนต์ให้สอดคล้องกับหมวดหมู่สินค้าอย่างชัดเจน และเน้นการสื่อสารคุณค่าของสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคแม้ในกรณีที่มีการแข่งขันด้านราคา