

**" Live Commerce Agency "**  
**Business Kit (2025 Edition)"**



## สารบัญ

บทนำและข้อจำกัดความรับผิดชอบ (Disclaimer)	[หน้า 1]
1. บทสรุปธุรกิจ (Business Summary)	[หน้า 1]
2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดแข็ง (Vision & Mission)	[หน้า 1]
3. บริการหลัก (Core Services)	[หน้า 2]
3.1 บริการ Live Stream แบบครบวงจร	
3.2 บริการเสริม (Add-on Services)	
4. อุปกรณ์และเครื่องมือระดับมืออาชีพ (Equipment & Tools)	[หน้า 2]
4.1 อุปกรณ์ Hardware	
4.2 ซอฟต์แวร์ที่ใช้	
5. โครงสร้างทีมงานและบทบาทหน้าที่ (Team Structure)	[หน้า 6]
6. แนวโน้มตลาด Live Commerce ปี 2025 (Market Trends)	[หน้า 7]
7. โครงสร้างราคาและแพ็กเกจ (Pricing Structure)	[หน้า 10]
8. คู่แข่งและการวิเคราะห์ตลาด (Competitor Analysis)	[หน้า 11]
9. แผนขยายสู่ตลาดต่างประเทศ (Global Roadmap)	[หน้า 12]
10. แผนการดำเนินงาน 3 ระยะ (Operational Plan)	[หน้า 13]
Phase 1: Before Live (เตรียมการ)	
Phase 2: During Live (ดำเนินการ)	
Phase 3: After Live (สรุปผล)	
บรรณานุกรมและแหล่งอ้างอิง (References)	

# Live Stream Agency

## Business Proposal / Business Plan

คำแนะนำ: "เอกสารนี้เป็นเพียงแนวทางและโครงสร้างต้นแบบ (Framework) สำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจ Live Stream Agency ใน การกำหนดราคาและการดำเนินงานจริงขึ้นนี้ อยู่กับต้นทุน สภาวะตลาด และปัจจัยเฉพาะของแต่ละธุรกิจและอื่นๆ ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการรับผิดชอบต่อผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลไปใช้"

### 1. บทสรุปธุรกิจ (Business Summary)

[ชื่อ Live Stream Agency] บุกเบิกที่จะเป็นผู้นำด้านการให้บริการ Live Stream Production และ Live Commerce แบบครบวงจรในประเทศไทย โดยมีจุดแข็งที่โดดเด่นคือ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านการขายสินค้าแบบ Home Shopping ของกิมงาน ซึ่งจะช่วยยกระดับการนำเสนอสินค้าและขับเคลื่อนยอดขายให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง เราให้บริการตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์, การผลิต Live Stream คุณภาพสูง, การฝึกสอน Talent ตาม "มาตรฐาน 360 องศา" ที่เน้นการขายจริง, ไปจนถึงการวิเคราะห์ผลลัพธ์ เพื่อให้ลูกค้าบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ Live Commerce กำลังเติบโตอย่างก้าวกระโดด

### 2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดแข็งของ Agency

#### 2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

บุกเบิกเป็นผู้นำด้าน Live Stream Production & Live Commerce Solution ที่ครบวงจร สร้างผลลัพธ์ยอดขายที่ยั่งยืน และขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความสำเร็จในโลกออนไลน์

#### 2.2 พันธกิจ (Mission)

- สร้างสรรค์: นำเสนอ Live Stream ที่โดดเด่น น่าสนใจ และสร้างสรรค์
- ขับเคลื่อนการขาย: ด้วยกลยุทธ์และประสบการณ์ Home Shopping กว่า X ปี
- ครบวงจร: ดูแลทุกขั้นตอน ตั้งแต่แนวคิดสู่ผลลัพธ์
- ยกระดับมาตรฐาน: ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี เพื่อให้ทุก Live มีคุณภาพ 360 องศา

#### 2.3 จุดแข็งและข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Core Strengths & Competitive Advantage)

- ประสบการณ์ Home Shopping เข้มข้น: กิมงานมีประสบการณ์ตรงและเข้าใจกลไกการขายสินค้าผ่าน Live TV และ Online Home Shopping อย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญในการเปลี่ยนผู้รับชมให้เป็นลูกค้า
- "มาตรฐาน 360 องศา" ใน การฝึกสอน: เราไม่ได้แค่จัดหา Talent แต่เรายังโค้ชซึ่งและพัฒนา Talent (ทั้ง Talent ของเราเองและ Talent ของลูกค้า) ให้มีทักษะการนำเสนอ การสารทต และการปิดการขายที่แข็งแกร่งตามแบบฉบับ Home Shopping เพื่อเพิ่ม Conversion Rate อย่างมีนัยสำคัญ

- บริการครบวงจร: ให้บริการตั้งแต่ต้นเนื้อถึงปลายเนื้า ตั้งแต่การวิเคราะห์, วางแผน, พลิต Live ด้วยอุปกรณ์คุณภาพสูง, การจัดการ Talent, ไปจนถึงการวิเคราะห์และสรุปผลหลัง Live ทำให้ลูกค้าสะดวกสบายและได้งานที่มีคุณภาพ
- อุปกรณ์และเทคโนโลยีระดับมืออาชีพ: ลงทุนในอุปกรณ์ Production ที่กันสมัย เพื่อให้ได้คุณภาพภาพและเสียงระดับสูง ดีไซน์

### 3. บริการหลักของ Agency

เรามาเสนอชุดบริการที่ครอบคลุม เพื่อให้มั่นใจว่า Live Stream ของลูกค้าจะประสบความสำเร็จในทุกมิติ

#### 3.1 บริการ Live Stream แบบครบวงจร (Integrated Live Stream Services)

- 1. การวางแผนและสร้างสรรค์คอนเทนต์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Content Planning & Creation):
  - การวิเคราะห์เชิงลึก: ศึกษาธุรกิจ, สินค้า/บริการ, กลุ่มเป้าหมาย และคู่แข่งของลูกค้า เพื่อกำหนดกลยุทธ์ Live Stream ที่เหมาะสมและสร้างความแตกต่าง
  - การทำหน้าที่: ร่วมกับลูกค้าในการกำหนดเป้าหมายที่วัดผลได้ ( เช่น ยอดขาย, การเข้าถึง, การมีส่วนร่วม, การสร้าง Lead)
  - การพัฒนาคอนเซ็ปต์และรีบ: สร้างสรรค์แนวคิดและรีบ Live ที่น่าสนใจ, ดึงดูดผู้ชม, และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์
  - การเขียนสคริปต์และ Storyboard: จัดทำสคริปต์ที่ล่อใจ ครอบคลุมการเปิดตัว, การนำเสนอสินค้า ( เป็นจุดเด่นและประโยชน์), ช่วงกระตุนการขาย, ช่วงถาม-ตอบ, และการปิดการขายอย่างชัดเจน รวมถึง Storyboard เพื่อให้เห็นภาพการเคลื่อนไหวและบุกกล้อง
  - การจัดวางสินค้า (Product Placement) และจาก: ออกแบบการจัดวางสินค้าและองค์ประกอบของฉากให้สวยงาม น่าสนใจ และส่งเสริมการนำเสนอสินค้า
- 2. การผลิตและดูแลระบบ Live Stream (Live Production & Technical Management):
  - การเช็ตอัพสตูดิโอ: จัดเตรียมพื้นที่, แสง, เสียง, และอุปกรณ์ Live Stream กึ่งหนด (กล้องคุณภาพสูง 2-4 ตัว, เลนส์หลากหลาย, ระบบไฟสตูดิโอ, ไมโครโฟนหลากหลาย, อุปกรณ์สลับสัญญาณ (Video Switcher), คอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูง) ให้พร้อมใช้งาน
  - การควบคุมการถ่ายทอดสด: ทีม Producer และ Technical Director ควบคุมการสลับภาพจากกล้องหลายตัว, การปรับแสงและเสียง, การแสดงกราฟิก (Lower Thirds, Overlays, Promotions), และการนำคอมเมนต์ขึ้นหน้าจอแบบเรียลไทม์
  - การจัดการสัญญาณและอินเทอร์เน็ต: ตรวจสอบความเสถียรของสัญญาณอินเทอร์เน็ต (แนะนำ Fiber Optic) และระบบ Livestreaming Software ( เช่น OBS Studio, Streamlabs OBS, vMix) เพื่อให้การถ่ายทอดสดเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีสะดุด
  - แผนสำรองทางเทคนิค: เตรียมอุปกรณ์สำรองและระบบสำรองสำหรับกรณีเกิดปัญหาที่ไม่คาดฝัน

- 3. การคัดเลือก ฝึกสอน และจัดการ Talent/Host (Talent Management & Coaching):
  - การคัดเลือก Talent: คัดพิธีกร, Host ที่เหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า
  - การฝึกสอน Live Stream มาตรฐาน 360 องศา
    - เทคนิคการพูดและการนำเสนอการเสนออุปกรณ์ทางสื่อสารและทำทางน้ำเชื่อถือและดึงดูด
    - การสารทิ้งและรีวิวสินค้า: วิธีการโฆษณาให้เห็นชัดเจนทุกมุม, การเน้นคุณสมบัติและประโยชน์, การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
    - การโต้ตอบกับผู้ชม: การอ่านและตอบคอมเมนต์อย่างรวดเร็ว, การสร้างปฏิสัมพันธ์, การใช้ชื่อลูกค้า, การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม (Engagement)
    - การปิดการขาย (Closing Techniques): เทคนิคการนำเสนอโปรดีซัม, การสร้างความเร่งด่วน, การกระตุ้นการตัดสินใจซื้อในทันที
    - การรับมือการจัดการคำกล่าวโทษ, คอมเมนต์เชิงลบ, แก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ
    - การทำงานร่วมกับทีม Production: ทำความเข้าใจกับผู้ผลิต, สร้างความเข้าใจในงาน, และการประสานงานกับ Producer เพื่อให้ Live ไหลลื่น
  - การบริหาร Talent อย่างใกล้ชิด: เพื่อให้ Talent เข้าใจในสินค้า, โปรดีซัม, และเป้าหมายของ Live อย่างล่องแก๊ส
- 4. การวิเคราะห์และสรุปผลหลัง Live (Post-Live Analysis & Reporting):
  - รวบรวมข้อมูล: ยอดขายที่เกิดขึ้น, จำนวนผู้ชมสูงสุด/เฉลี่ย, ระยะเวลาการดูเฉลี่ย, Engagement Rate (Like, Share, Comment), จำนวนคลิกสั่งซื้อ
  - วิเคราะห์ผลลัพธ์: เปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้กับเป้าหมายที่ตั้งไว้, ระบุจุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุง
  - จัดทำรายงาน: นำเสนอข้อมูลเชิงลึกและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำไปปรับปรุง Live ครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

### 3.2 บริการเสริม (Add-on Services)

- การผลิตวิดีโอ/คลิปสั้น: ผลิตวิดีโอเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น:
  - คลิปโปรดีซัมก่อน Live: ดึงดูดผู้ชมให้มาชม Live Stream
  - คลิปแนะนำสินค้า/บริการ: วิดีโอสั้นเน้นจุดเด่นของสินค้าสำหรับช่องทางโซเชียลมีเดีย
  - วิดีโอรีวิว/Testimonial: คลิปจากผู้ใช้งานจริง หรือ Influencer
- การโฆษณาและโปรดีซัม Live Stream: บริหารจัดการแคมเปญโฆษณาบนแพลตฟอร์มต่างๆ (เช่น Facebook Ads, TikTok Ads) เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและจำนวนผู้ชม Live
- การให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ (Consulting): ให้คำแนะนำและวางแผนกลยุทธ์ Live Commerce ระยะยาวสำหรับธุรกิจของลูกค้า

## 4. อุปกรณ์และเครื่องมือสำคัญ (Key Equipment & Tools)

การลงทุนในอุปกรณ์และซอฟต์แวร์ที่กันสมัยเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาคุณภาพและสร้างความน่าเชื่อถือ

### 4.1 อุปกรณ์ Hardware

- กล้อง: กล้อง DSLR/Mirrorless คุณภาพสูง (เช่น Sony Alpha series, Canon EOS R series, Blackmagic Pocket Cinema Camera) จำนวนอย่างน้อย 2-4 ตัว เพื่อให้มีบุกกล้องหลากหลายและภาพคมชัดระดับ Full HD/4K
- เลนส์: เลนส์ Prime (เช่น 50mm f/1.8) สำหรับภาพบุคคลที่ซัดตื้น และเลนส์ Zoom (เช่น 24-70mm f/2.8) สำหรับความยืดหยุ่นในการถ่ายภาพ
- ไมโครโฟน:
  - ไมโครโฟนไร้สายแบบ Lavalier (ติดปกเสื้อ) สำหรับพิธีกร (เช่น Rode Wireless GO, DJI Mic) เพื่อเสียงที่ชัดเจน
  - ไมโครโฟน Shotgun สำหรับจับเสียงบรรยายภาคหรือเสียงจากระยะไกล (เช่น Rode VideoMic Pro)
  - ไมโครโฟนตั้งโต๊ะ สำหรับการสัมภาษณ์หรือการพูดคุย
- ระบบไฟ: ชุดไฟสตูดิโอ (เช่น Softbox, Ring Light, LED Panel) พร้อมขาตั้งและเจลสี (ถ้าจำเป็น) เพื่อให้ภาพสว่างสวยงามและปรับอุณหภูมิสีได้
- ขาตั้งกล้อง: ขาตั้งที่มั่นคงและปรับระดับได้สำหรับกล้องทุกตัว
- คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊กประสิทธิภาพสูง: สำหรับรันโปรแกรม Live Stream, ตัดต่อวิดีโอ, และกราฟิก (CPU Intel Core i7/i9 หรือ AMD Ryzen 7/9, RAM 16-32GB+, SSD, การ์ดจอ NVIDIA RTX Series)
- อุปกรณ์สลับสัญญาณ (Video Switcher/Video Mixer): (เช่น Blackmagic Design ATEM Mini Pro/Extreme) สำหรับสลับภาพจากกล้องหลายตัว, ใส่กราฟิก, และปรับแต่งภาพแบบเรียลไทม์
- การ์ดจับภาพ (Capture Card): สำหรับนำสัญญาณวิดีโอจากกล้องเข้าสู่คอมพิวเตอร์ (หากไม่ได้ใช้ Video Switcher ที่มีในตัว)
- อุปกรณ์บันทึกเสียง (Audio Mixer/Interface): สำหรับควบคุมและปรับคุณภาพเสียงจากไมโครโฟนหลายตัวและแหล่งเสียงอื่นๆ
- ระบบอินเทอร์เน็ต: Fiber Optic ที่มีความเร็วสูงและแบนด์วิดธ์สูง (Upload Speed อย่างน้อย 20-50 Mbps ขึ้นไป) พร้อมระบบสำรอง (เช่น Mobile Hotspot หรือ Dual WAN Router)
- อุปกรณ์เสริมอื่นๆ: ฉากหลัง (Green Screen/ผ้าดำ/ขาว), อุปกรณ์ตอกแต่งสตูดิโอ, Power Bank, สายไฟ, อะแดปเตอร์, ระบบสื่อสารภายในทีม (Intercom/Headsets)

## 4.2 ซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Live Streaming:
  - OBS Studio: (ฟรี, Open-source) ยืดหยุ่นสูง, ปรับแต่งได้มาก, เหมาะสำหรับมืออาชีพ
  - Streamlabs OBS: (ฟรี) ใช้งานง่ายกว่า OBS Studio, มีฟีเจอร์สำหรับ Streamer โดยเฉพาะ
  - vMix: (เสียเงิน) โปรแกรมระดับมืออาชีพสำหรับงาน Production ขนาดใหญ่, ฟีเจอร์ครบครัน
  - Wirecast: (เสียเงิน) โปรแกรม Live Streaming ที่ใช้งานง่ายและมีประสิทธิภาพสูง
- โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ:
  - Adobe Premiere Pro: (เสียเงิน, Subscription) มาตรฐานอุตสาหกรรม, ฟีเจอร์ครบถ้วน
  - DaVinci Resolve: (มีเวอร์ชันฟรี/เสียเงิน) ทรงพลังสำหรับงาน Color Grading และมีเครื่องมือตัดต่อที่ดี
  - Final Cut Pro: (เสียเงิน, สำหรับ Mac) ใช้งานง่าย, ประสิทธิภาพสูงบนระบบ Apple
  - CapCut : Free แต่เครื่องมือจำกัดการใช้งานอย่าง
- โปรแกรมกราฟิก:
  - Adobe Photoshop: (เสียเงิน, Subscription) สำหรับการสร้างและแก้ไขภาพบีบ
  - Adobe Illustrator: (เสียเงิน, Subscription) สำหรับการสร้าง Vector Graphic (โลโก้, ไอคอน)
  - Canva: (ฟรี/เสียเงิน) สำหรับการสร้างกราฟิกอย่างง่ายและรวดเร็ว

## 5. โครงสร้างทีมงานและบทบาทหน้าที่ (Team Structure & Roles)

ทีมงานที่แข็งแกร่งและมีความเชี่ยวชาญคือหัวใจสำคัญของ Agency

- 1. Livestream Producer (ผู้ควบคุมและกำกับ Live):
  - บทบาท: รับผิดชอบการรวมทั้งหมดของ Live Stream ตั้งแต่การวางแผน, การประสานงาน, การควบคุม การดำเนินงานแบบเรียลไทม์, การตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
  - คุณสมบัติ: มีความเข้าใจกลยุทธ์, มีทักษะการกำกับ, การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า, การสื่อสารที่ดีเยี่ยม
- 2. Technical Director / Engineer (ผู้ดูแลด้านเทคโนโลยี):
  - บทบาท: รับผิดชอบการเช็ตอัพ, ควบคุมการทำงานของอุปกรณ์ทั้งหมด (กล้อง, ไฟ, เสียง, Switcher, Software), ตรวจสอบคุณภาพสัญญาณ
  - คุณสมบัติ: มีความรู้ด้านเทคโนโลยี Live Stream อย่างลึกซึ้ง, มีความละเอียดรอบคอบ, สามารถแก้ปัญหาทาง เทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว

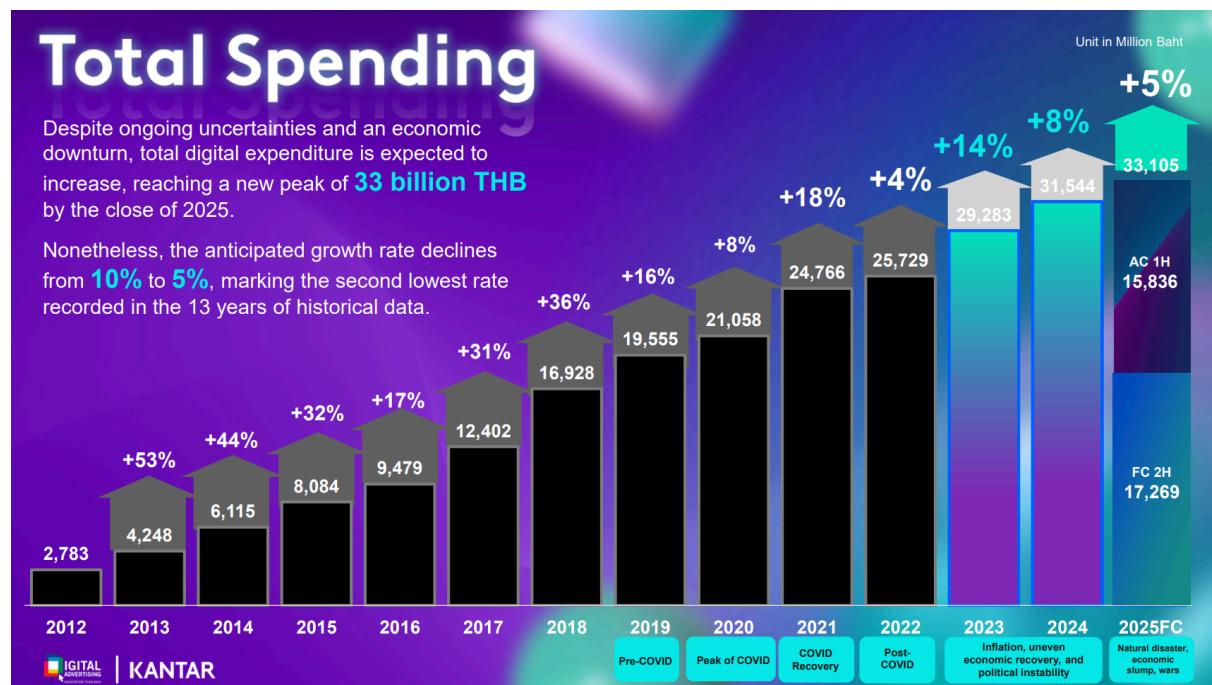
- 3. Content Creator / Scriptwriter (ผู้สร้างสรรค์คอนเทนต์และเขียนสคริปต์):
  - บทบาท: คิดคอนเซ็ปต์, วางแผนเนื้อหา, เขียนสคริปต์และ Storyboard, ออกแบบองค์ประกอบของ Live ให้ดึงดูดและสอดคล้องกับเป้าหมาย
  - คุณสมบัติ: มีความคิดสร้างสรรค์, ทักษะการเขียน, เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค
- 4. Talent / Host Manager (ผู้จัดการ Talent/Host):
  - บทบาท: คัดเลือก, บริหาร, โค้ชชิ่ง, และดูแล Talent/Host ให้พร้อมสำหรับการ Live กึ่งในด้านข้อมูลสินค้าและเทคนิคการนำเสนอตามมาตรฐาน 360 องศา
  - คุณสมบัติ: มีทักษะการสื่อสารและประสานงาน, มีความเข้าใจในการพัฒนาศักยภาพบุคคล
- 5. Video Editor / Graphic Designer (ผู้ตัดต่อวิดีโอและออกแบบกราฟิก):
  - บทบาท: สร้างสรรค์กราฟิกสำหรับ Live (Lower Thirds, Overlays, Promotions), ตัดต่อ Highlight Clip หรือวิดีโอโปรดิวซ์ก่อนและหลัง Live
  - คุณสมบัติ: มีความเชี่ยวชาญโปรแกรมตัดต่อและออกแบบกราฟิก, มีความคิดสร้างสรรค์
- 6. Live Admin / Moderator (ผู้ดูแลคอมเมนต์และปฏิสัมพันธ์):
  - บทบาท: ติดตามคอมเมนต์แบบเรียลไทม์, ตอบคำถามเบื้องต้น, คัดกรองและปักหมุดคอมเมนต์สำคัญ, รายงานปัญหาที่เกิดขึ้นใน Live
  - คุณสมบัติ: ไหวพริบดี, มีความเข้าใจในสินค้า, สามารถสื่อสารได้ดี
- 7. Sales & Marketing (ฝ่ายขายและการตลาด):
  - บทบาท: ติดต่อลูกค้า, นำเสนอดูแลการขาย, วางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับ Agency เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดลูกค้า
  - คุณสมบัติ: มีทักษะการขาย, การเจรจาต่อรอง, ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัล

## 6. แนวโน้มตลาด Live Stream และพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

ตลาด Live Stream ในประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยข้อมูลล่าสุดจากรายงาน DAAT Mid-Year 2025 ยืนยันว่าแบรนด์และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับช่องทางนี้สูงสุด

### 6.1 ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลปี 2025

เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลคาดการณ์ว่าจะเตะระดับสูงสุดใหม่ที่ **33,105 ล้านบาท** เติบโตขึ้น **+5%** แม้ในสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว สะท้อนให้เห็นว่าแบรนด์ยังคงทุ่มงบมาก่อนไลน์เป็นหลัก เพื่อสร้างยอดขายที่ดีที่สุด



แผนภูมิ: การใช้จ่ายโฆษณาดิจิทัลรวม (หน่วย: ล้านบาท)

## 6.2 สื่อที่มาแรงที่สุด: TikTok และ Live Commerce ครองแชมป์

จากการสำรวจเอjenซี่ชั้นนำ TikTok ถูกยกให้เป็นสื่อที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงสุดอันดับ 1 (85%) ตามมาด้วย Live/Live Commerce เป็นอันดับ 2 (68%) ซึ่งแซงหน้า E-Marketplace แบบเดิม แสดงให้เห็นว่า "การไลฟ์ขายของ" คือกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในปีนี้

รูปแบบการนำเสนอที่ผู้บริโภคนิยม เน้นความสนุกสนานและเป็นกันเอง, การโต้ตอบกับผู้ชม, การแสดงสินค้าอย่างชัดเจน, โปรแกรมชั้นพิเศษเฉพาะตอน Live, และ Talent/Host ที่มีเสน่ห์และน่าเชื่อถือ



แผนภูมิ: สื่อที่กำลังเป็นที่นิยมในอนาคต (จัดอันดับตามความสำคัญในปี 2025)

### 6.3 แพลตฟอร์ม Live Stream ยอดนิยม

Meta ยังคงเป็นแพลตฟอร์มชั้นนำสำหรับนักการตลาดที่ลงทุนในงบประมาณโฆษณาดิจิทัล ในขณะเดียวกัน TikTok มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยเกิน 6 พันล้านบาท และครองส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับสองในปี 2025 ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 13% ในปี 2024 เป็น 20% ในภาระการณ์ปี 2025 Creative ยังเป็นอีกหนึ่งทางเลือกยอดนิยมสำหรับนักการตลาดในการเผยแพร่โฆษณาดิจิทัลในปี 2025 ซึ่ง TikTok, Creative, LINE และแพลตฟอร์มอื่นๆ กำลังประสบความสำเร็จในการเติบโตที่โดดเด่น ในขณะที่ Social มีการลดลงอย่างมาก Meta (Facebook, Instagram) และดึงความก้าวหน้าที่สำคัญๆ ให้กับแพลตฟอร์มเหล่านี้



ตาราง: การใช้จ่ายโฆษณาดิจิทัลแบ่งตามแพลตฟอร์ม (หน่วย: ล้านบาท)

"แพลตฟอร์มที่เบรนด์เลือกใช้: แม้ Meta (Facebook/Instagram) จะยังครองส่วนแบ่งงบโฆษณาสูงสุด (ประมาณ 8,451 ล้านบาท) แต่ TikTok Ads มีอัตราการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาที่น่าตกใจถึง +63% (แตะระดับ 6,776 ล้านบาท) ในขณะที่แพลตฟอร์มอื่นเติบโตเพียงเล็กน้อยหรือติดลบ"

### 6.4 การใช้จ่ายตามอุตสาหกรรมในปี 2025 (Industry Spending in 2025)

ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skin-care preparations) ยังคงเติบโตแซงหน้าอุตสาหกรรมอื่นๆ อย่างมาก ในขณะที่เครื่องดื่มน้ำ而非แอลกอฮอล์ (Non-alcoholic beverages) และอัตราการเติบโตที่แข็งแกร่งถึง 22% ในปี 2025

#### Top Spenders 2025

- สกินแคร์ (Skin-care): ครองแชมป์ปีอันดับ 1 ด้วยงบกว่า 5,249 ล้านบาท (เติบโตต่อเนื่อง)
- เครื่องดื่มน้ำ而非แอลกอฮอล์ (Non-Alcoholic Beverages): มาแรงมาก เติบโตขึ้นถึง +22%
- ยานยนต์ (Motor Vehicles): (มีการชะลอตัวลง -17%)
- กลุ่มสื่อสาร (Communications): เติบโต +17%
- ผลิตภัณฑ์นม (Dairy Products): เติบโต +11%

**Insight :** ปีนี้กลุ่ม เครื่องสำอาง (Cosmetics) กลับมาเติบโตพุ่งพรวดถึง +80% และกลุ่ม ร้านอาหาร (Food Outlets) โต +40% เป็นโอกาสของสำหรับ Live Stream Agency ที่จะเจาะลูกค้ากลุ่มนี้"

## 7. โครงสร้างราคาริการ (Draft Pricing Structure)

การกำหนดราคาสำหรับ Live Stream Agency ขึ้นอยู่กับระยะเวลา, ความซับซ้อน, จำนวนบุคลากร, อุปกรณ์, และบริการเสริมที่ลูกค้าต้องการ โดยอ้างอิงจากราคาเฉลี่ยของ Agency ในตลาด (ทั้งในและต่างประเทศ)

### 7.1 แนวคิดในการกำหนดราคา

- Based on Duration: คิดตามจำนวนชั่วโมงหรือครั้งของ Live
- Based on Complexity: ขึ้นอยู่กับจำนวนกล้อง, คุณภาพอุปกรณ์, จำนวนบุคลากร, การใช้เทคโนโลยี
- Based on Service Package: แบ่งเป็นแพ็คเกจพื้นฐาน, กลาง, และพรีเมียม
- Value-Based Pricing: อาจพิจารณาจากมูลค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ( เช่น ยอดขายที่คาดการณ์ )

### 7.2 ตัวอย่างโครงสร้างราคา (Draft)

- 1. แพ็คเกจ Live Stream (Standard Live Commerce / Entertainment):
  - หมายสำหรับ: แบรนด์หรือธุรกิจที่ต้องการ Live Stream เพื่อขายสินค้าหรือให้ความบันเทิงเบื้องต้น
  - บริการ: ทีมงานหลัก (Producer, Technical), อุปกรณ์พื้นฐาน (กล้อง 2 ตัว, ไฟ, ไมโครโฟน), การถ่ายและระบบพื้นฐาน, รายงานผลสัปดาห์
  - ช่วงราคาโดยประมาณ: ₩25,000 - 50,000 บาท/ครั้ง (ไม่รวม Talent)
    - (รวม Talent/Host พื้นฐาน: ₩35,000 - 70,000 บาท/ครั้ง)
- 2. แพ็คเกจ Live Stream (Professional Live Commerce / Brand Focus):
  - หมายสำหรับ: แบรนด์ที่ต้องการ Live Stream คุณภาพสูง, เน้นภาพลักษณ์, และยอดขายจริงจัง
  - บริการ: ทีมงานครบ (Producer, Technical Director, Sound Engineer, Talent Manager), อุปกรณ์คุณภาพสูง (กล้อง 3-4 ตัว, ระบบไฟเต็มรูปแบบ, Video Switcher มืออาชีพ), การวางแผนเชิงลึก (สมาร์ต, Graphic Designer), รายงานผลเชิงลึกพร้อมข้อเสนอแนะ, รวมบริการ "การฝึกสอน Live Stream มาตรฐาน 360 องศา" สำหรับ Talent ของลูกค้า (หากมี)
  - ช่วงราคาโดยประมาณ: ₩60,000 - 150,000 บาท/ครั้ง (ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนและชื่อเสียงของ Talent)

- 3. แพ็คเกจ Live Event / Concert / Workshop (High-End Production):
  - เหนาฯสำหรับ: องค์กร, ศิลปิน, หรือแบรนด์ที่ต้องการ Live Event ขนาดใหญ่, มีหลายบุกกล้อง, ใช้เทคโนโลยีสูง
  - บริการ: Full Production Service, ทีมงานขนาดใหญ่, อุปกรณ์เกรดออกอากาศ, ระบบเสียงมืออาชีพ, Multi-Platform Streaming, การสำรองระบบ
  - ช่วงราคาโดยประมาณ: เริ่มต้น ₩150,000 บาทขึ้นไป (และอาจสูงถึงหลายแสนบาท ขึ้นอยู่กับขอบเขตงาน)
- 4. บริการเสริม (Add-on Services):
  - การผลิตวิดีโอ/คลิปสั้น: ₩5,000 - 30,000 บาท/คลิป (ขึ้นอยู่กับความซับซ้อน)
  - การหาและจัดการ Talent/Host: ₩5,000 - 20,000 บาท/Live (Talent พื้นฐาน), ₩50,000 - หลักแสนบาท /Live (Influencer/Celebrity)
  - การโฆษณา/โปรโมท Live: ตามงบประมาณลูกค้า
  - การให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ (Consulting): ₩5,000 - 15,000 บาท/ชั่วโมง หรือเป็นแพ็คเกจ

## 8. คู่แข่งและ Agency ในตลาด Live Stream Production

การทำความเข้าใจคู่แข่งจะช่วยให้เรากำหนดตำแหน่งทางการตลาดและชุดเครื่องของเรามาได้อย่างชัดเจน

### 8.1 กลุ่มที่ 1: Agency ที่เน้น Live Commerce โดยเฉพาะ / Creative Commerce

- Hypelive (by Any Mind Group): เน้นการสร้างยอดขายผ่าน Live Commerce ครบวงจร, มีสตูดิโอและทีมงาน, เตรียมพร้อม Host/MC
- Minimice Group: Digital Marketing Agency ที่มีบริการ Live Commerce, ทีม MC ภายใน, เน้นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

### 8.2 กลุ่มที่ 2: Agency ที่เน้น Video Production / Live Streaming Services (คุณภาพสูง)

- Lexicon Thai: เน้นงาน Video Production หลากหลาย รวมถึง Live Streaming สำหรับ Event และ Corporate
- Bangkok Production Company: Full-service video production company, เน้นงานโปรดักชันขนาดใหญ่
- Sphere Agency: เชี่ยวชาญด้าน Live Streaming ระดับ Broadcast Quality สำหรับองค์กรและ Agency

### 8.3 กลุ่มที่ 3: Studio Rental / Platform Provider

- HelloLive Studio by UnionSPACE: ให้บริการเช่าสตูดิโอสำหรับ Live Streaming พร้อมอุปกรณ์พื้นฐาน

### การวัดศักยภาพธุรกิจของคุณ:

จุดแข็งด้าน "กิจกรรมที่มีประสิทธิภาพในการขายสินค้า Home Shopping" ของคุณ เป็นจุดเด่นที่สำคัญและมีมูลค่าสูง ที่คู่แข่งส่วนใหญ่ไม่มี คุณขาย "Live" ที่กำลังได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งลูกค้า E-commerce ต้องการมากที่สุด

## 9. แผนการขยายสู่ตลาดต่างประเทศ - Cross-Border Live Commerce

การขยายตลาดไปต่างประเทศด้วย Live Commerce เป็นโอกาสที่ใหญ่และมีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าไทย

### 9.1 ประเทศและภูมิภาคที่น่าสนใจ

- เอเชียตะวันออกเฉียงใต้: เวียดนาม, อินโด네เซีย, มาเลเซีย, พิลิปปินส์, สิงคโปร์ (กลั่น, วัฒนธรรมคล้าย, ตลาดเติบโตเร็ว)
- สาธารณรัฐเช็กและโรมาเนีย: สาธารณรัฐเช็ก, สาธารณรัฐโรมาเนีย, เยอรมนี, ฝรั่งเศส (กำลังซื้อสูง, ตลาดใหญ่, สินค้าไทยมีเอกลักษณ์)
- จีน: (ตลาดใหญ่ที่สุด, แต่กฎระเบียบซับซ้อน, แพลตฟอร์มท้องถิ่นเฉพาะ)

### 9.2 แพลตฟอร์มที่แนะนำสำหรับ Cross-Border Live Commerce

- TikTok Shop: เติบโตสูงทั่วโลก, เข้าถึง Gen Z, อัลกอริทึมทรงพลัง
- Amazon Live: ความบ่าเชื่อถือของ Amazon, ฐานลูกค้าใหญ่, ระบบ Fulfillment
- Shopee Live / LazLive: ครอบคลุมตลาด SEA เป็นอย่างดี, ผู้บริโภคคุ้นเคย
- Facebook Live / Instagram Live / YouTube Live: เข้าถึงผู้ชมได้ทั่วโลก, ใช้ง่าย (แต่ต้องเชื่อมโยงระบบชำระเงิน/ขนส่งด้วยตัวเอง)

### 9.3 คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับการขยายสู่ Cross-Border Live Commerce

- ศึกษาตลาดและกฎระเบียบอย่างละเอียด: สินค้าที่อนุญาต, ภาษี, กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, กฎหมายข้อมูลส่วนบุคคลในแต่ละประเทศ
- การจัดการโลจิสติกส์และการชำระเงิน: เลือกระบบขนส่งระหว่างประเทศที่เหมาะสม (เช่น DHL, FedEx), รองรับการชำระเงินด้วยสกุลเงินท้องถิ่น
- การปรับแต่งคอนเทนต์และภาษา (Localization): ใช้ภาษาท้องถิ่น หรือภาษาอังกฤษ, ปรับคอนเทนต์ให้เข้ากับวัฒนธรรมของผู้ชมในประเทศนั้นๆ
- หา Talent/Influencer ในท้องถิ่น: เพื่อช่วยสร้างการเข้าถึงและสร้างความบ่าเชื่อถือ
- สร้าง Storytelling ของสินค้าไทย: เน้นคุณภาพ, ความประณีต, และเรื่องราวเบื้องหลังเพื่อเพิ่มมูลค่า
- เริ่มต้นจากตลาดที่เล็กและเข้าใจง่ายก่อน: เช่น ประเทศใน AEC เพื่อเรียนรู้และปรับปรุงระบบ

## 10. Live Stream Planning: แผนการดำเนินงานแบบครบวงจร

แผนนี้คือ Road Map สำหรับทุก Live Stream ที่เราจะให้บริการลูกค้า เพื่อให้มั่นใจในประสิทธิภาพและผลลัพธ์

### Phase 1: Before Live (การวางแผนและเตรียมการ)

#### 1. การกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์

- 1.1 กำหนดเป้าหมายที่ต้องการ: (เช่น เพิ่มยอดขาย X%, Brand Awareness X%)
- 1.2 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย: (เพศ, อายุ, ความสนใจ, พฤติกรรม)
- 1.3 วิเคราะห์สินค้า/บริการ: (จุดเด่น, คุณสมบัติ, ประโยชน์, FAQs)
- 1.4 เลือกแพลตฟอร์ม: (Facebook, TikTok, Shopee, etc. ตามกลุ่มเป้าหมาย)

#### 2. การสร้างสรรค์คอนเทนต์

- 2.1 พัฒนาคอนเซปต์และรีม: (สร้างเรื่องราวที่น่าสนใจ, สอดคล้องแบรนด์)
- 2.2 การเขียนสคริปต์: (โครงสร้างเปิด-นำเสนอด้วย-Q&A-ปิดขาย, คำพูดกระตุ้นการขาย)
- 2.3 ออกแบบกราฟิกและภาพประกอบ: (Lower Thirds, Product Graphics, Promotion Overlays, Background)

#### 3. การเตรียม Talent/Host

- 3.1 คัดเลือก Talent: (บุคลิก, ความเข้าใจสินค้า)
- 3.2 การบูรณะและฝึกสอน (มาตรฐาน 360 องศา): (เทคนิคการพูด, ภาษาถ่ายทอด, สารานุกรม, ตอบคำถามที่คาดไม่ถึง)

#### 4. การเตรียมอุปกรณ์และระบบ

- 4.1 ตรวจสอบอุปกรณ์: (กล้อง, ไมค์, ไฟ, คอมพิวเตอร์, Switcher, etc.)
- 4.2 Setup สถานที่: (จัดวางกล้อง, แสง, ฉาก)
- 4.3 การเชื่อมต่อและทดสอบระบบ: (อินเทอร์เน็ต, โปรแกรม Live Stream, อุปกรณ์สำรอง)

#### 5. การโปรโมท Live Stream

- 5.1 สร้าง Content โปรโมท: (คลิปสั้น, รูปภาพ, โพสต์)
- 5.2 ช่องทางโปรโมท: (Social Media, Website, Email, Influencer)
- 5.3 กำหนดวันและเวลา: (ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย)

## Phase 2: During Live (การดำเนินการ Live Stream)

### 1. การบริหารจัดการและควบคุม Live

- 1.1 ผู้กำกับ Live (Producer/Director): (ควบคุมภาพรวม, ให้สัญญาณ, ตัดสินใจเฉพาะหน้า)
- 1.2 Technical Control: (สลับกล้อง, ควบคุมเสียง, ใส่กราฟิก, ตรวจสอบความเสถียร)
- 1.3 การจัดการ Comment & Engagement (Moderator/Admin): (คัดกรอง, ตอบคำถาม, ปักหมุด, จัดการ Spam)

### 2. การนำเสนอของ Talent/Host

- 2.1 สร้าง Energy และ Engagement: (รักษาพลังงาน, สร้างบรรยายกาศ, เรียกชื่อผู้ชม)
- 2.2 การนำเสนอสิบคำ: (สาธิต, ร็อว์, เน้นจุดเด่น)
- 2.3 การตอบโต้: (ตอบคำถามรวดเร็ว, ขอบคุณ)
- 2.4 การปิดการขาย: (ย้ำโปรโมชั่น, สร้างความเร่งด่วน, ซื้อของทางซื้อ)

## Phase 3: After Live (การสรุปผลและปรับปรุง)

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

- 1.1 รวบรวมข้อมูล: (ยอดขาย, ผู้ชม, Engagement, ที่มา)
- 1.2 วิเคราะห์ผลลัพธ์เกียบกับเป้าหมาย: (บรรลุหรือไม่, เพราะอะไร)
- 1.3 สรุปผลและจัดทำรายงาน: (ข้อมูลเชิงลึก, ข้อเสนอแนะ)

### 2. การนำเสนอเนื้อหาหลัง Live

- 2.1 ตัดต่อ Highlight Clip: (ช่วงโปรโมชั่น, ช่วงสำคัญ)
- 2.2 Upload VOD (Video On Demand): (Live ฉบับเต็ม)
- 2.3 สร้าง Short-Form Content: (สำหรับ TikTok, Reels, Shorts)

### 3. การประเมินและปรับปรุง

- 3.1 ประชุมทีม (Post-Mortem Meeting): (จุดแข็ง, จุดอ่อน, บทเรียนที่ได้)
- 3.2 วางแผนสำหรับ Live ครั้งต่อไป: (นำ Feedback ไปปรับปรุง)

## ข้อแนะนำเพิ่มเติมเพื่อความสำเร็จ

- สร้างและรักษามาตรฐานคุณภาพ: สำหรับ Talent, Technical Production, และ Content อย่างสม่ำเสมอ
- สร้าง Brand Story และ Personal Branding: บอกเล่าเรื่องราวของ Agency, และผลงานที่เน้น "ผลลัพธ์" การขาย, สร้าง Presence บน Online ของ Agency เอง
- การบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากร: พัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง, สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี, ระบบค่าตอบแทนที่จูงใจ
- การจัดการความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน: เตรียมแผนสำรองสำหรับอินเทอร์เน็ต, อุปกรณ์, Talent, และแพลตฟอร์ม
- การใช้ประโยชน์จากข้อมูลและ AI: วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก, ทำ A/B Testing, ใช้ AI Tools เพื่อประสิทธิภาพ
- การสร้าง Ecosystem และ Partnership: ร่วมมือกับ E-commerce Enablers, Influencer Network, Payment Gateway, และเข้าร่วมสมาคมต่างๆ

**หมายเหตุ:** "เอกสารนี้เป็นเพียงแนวการทำงานและโครงสร้างต้นแบบ (Framework) จัดทำโดย iDEAS365 ที่เน้นข้อมูลเชิงกลยุทธ์และปฏิบัติการในการกำหนดราคาและการดำเนินงานจริงขึ้นอยู่กับต้นทุน สถานะตลาด และปัจจัยเฉพาะของแต่ละธุรกิจ อาจจำต้องเพิ่มเติมในส่วนของ "แผนการเงิน" และ "แผนการบริหารความเสี่ยง" ที่ละเอียดยิ่งขึ้นในอนาคต ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการรับผิดชอบต่อผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลไปใช้"

**คำชี้แจง" (Disclaimer):** "เอกสารนี้เป็นเพียงแนวการทำงานและโครงสร้างต้นแบบ (Framework) จัดทำโดย iDEAS365 ที่เน้นข้อมูลเชิงกลยุทธ์และปฏิบัติการในการกำหนดราคาและการดำเนินงานจริงขึ้นอยู่กับต้นทุน สถานะตลาด และปัจจัยเฉพาะของแต่ละธุรกิจ อาจจำต้องเพิ่มเติมในส่วนของ "แผนการเงิน" และ "แผนการบริหารความเสี่ยง" ที่ละเอียดยิ่งขึ้นในอนาคต ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการรับผิดชอบต่อผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลไปใช้"

เอกสารนี้จัดทำขึ้นด้วยความตั้งใจเพื่อคุณโดยเฉพาะ ขอความกรุณาสงวนสิทธิ์การใช้งานส่วนบุคคล ไม่ส่งต่อหรือเผยแพร่ในที่สาธารณะ เพื่อเป็นกำลังใจให้กับงาน iDEAS365 ผลิตผลงานเดียว ต่อไปนะครับ ขอบคุณครับ"

## ເອກສາຣ່ວ່າງອົງ (References)

ຂ້ອມູນລະແລະສົດຕິໃນເອກສາຣ່ວ່າງອົງນີ້ ໄດ້ຮັບກາຣຽບຮວມແລະວິເຄຣະກ່ຈາກແຫ່ລ່ງຂ້ອມູນຂັ້ນນໍາ ແລະກາຣັບຄັນຄວາມຂ້ອມູນຈາກສື່ອຕ່າງໆຮັບກັບປະສົບກາຣນີ້  
ຂອງຜູ້ອັດກຳໃນຊຸຮົກຈົນີ້ ເພື່ອຄວາມແມ່ນຍໍາແລະກັນຕ່ອສຄານກາຣນີ້ປັດຈຸບັນ:

1. DAAT Digital Advertising Spend Report (Mid-Year 2025)
  - ໄດຍ ສາມາຄນົ້າໂນໝາດິຈິຕັດ (ປະເທດໄກຍ) ຮ່ວມກັນ KANTAR
  - ຂ້ອມູນເນີດເຈັນໂນໝາດິຈິຕັດ ແນວໄນ້ນສື່ອ ແລະພຸດຕິກຣນາກໃຊ້ຈ່າຍຂອງແຕ່ລະອຸຕສາຫກຮຽນໃນປະເທດໄກຍ
2. Digital 2025: Thailand Overview
  - ໄດຍ We Are Social ແລະ Meltwater
  - ສົດຕິກາຣໃຊ້ຈ່າຍນັບເອົາເບີຕ ໂພເຊຍລົມເດີຍ ແລະພຸດຕິກຣນຜູ້ບົບໄກຄິດິຈິຕັດ
3. State of Video Marketing 2025
  - ໄດຍ Wyzowl
  - ແນວໄນ້ນແລະປະສົກລົງກາພຂອງກາຣກໍາກາຣຕລາດຜ່ານວິດີໂອໃນຮະຕັບໂລກ
4. e-Economy SEA Report
  - ໄດຍ Google, Temasek ແລະ Bain & Company
  - ຮາຍງານເຄຮມຊັກຈິດິຈິຕັດກູມປົກກາເອເຊຍຕະວັນອອກເລີຍໃຕ້

## "Live Commerce Agency Business Kit (2025 Edition)"

คุณจะได้:

- 1. คู่มือวางแผนธุรกิจ Live Stream Agency (PDF Ebook)
- 2. "แบบฟอร์ม Template วางแผนคอนเทนต์และกลยุทธ์ มูลค่า 590 บาท : Content Strategy Workbook "

## "Special Bonus for You" :

คลิกที่นี่ >>> เพื่อรับ Content Strategy Workbook (Google Sheet) >> coming soon

## "Strategic Template" ในแบบฉบับ iDEAS365 Smart Lazy Style

- มันคือเครื่องมือที่คุณสามารถ “ลงมือทำ” (Actionable) ได้ทันที
- มีช่องให้คุณสามารถกรอก Content Pillar , เจาะลึกถึง Audience Persona, Goals และ Interests ครบจบ แบบไม่จำเป็น Admin (ก็ได้บะ)