

2026 H2 Digital Marketing Forecast

วางแผนงบประมาณดิจิทัลไทย
ให้กำไรสูงสุดในยุคอัลกอริทึม

เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะเติบโตเพียง 0.9%
ต่ำสุดเป็นประวัติการณ์

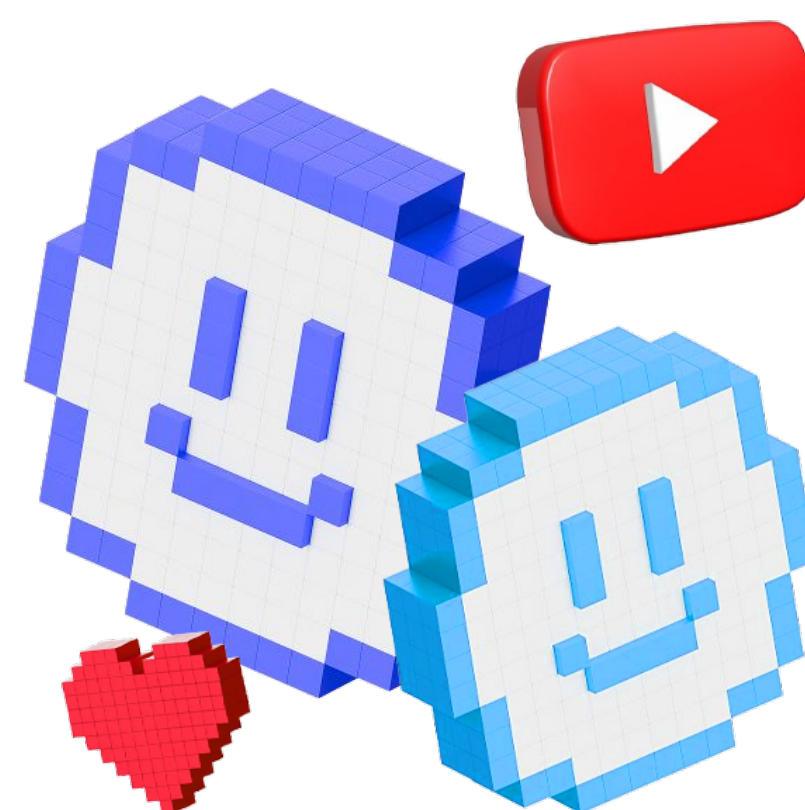
**แต่เศรษฐกิจดิจิทัลไทย
กลับโตสวนกระแส
4.2% และ 5.6 ล้านล้านบาท**

เกิดพฤติกรรม "Treatonomics" ซื้อสินค้าชิ้นเล็ก
เพื่อเยียวยาจิตใจ ดันยอดสกินแคร์โตพุ่ง 21%
มีมูลค่าทะลุ 6.13 พันล้านบาท ครองแชมป์
อุตสาหกรรมที่มีงบประมาณสูงสุด

เมื่อลูกค้าไม่ได้หาของแค่ใน Google อีกต่อไป



Gen Z
เริ่มหาของผ่านช่องทางค้นหาใน **TikTok**



กลุ่มครอบครัว
ดูรีวิวเชิงลึกจาก **YouTube**



กลุ่ม High Intent
75% ค้นหาสินค้าโดยตรงใน **Shopee**
และ 67% ใน **Lazada**

หมดยุคพึ่งพา SEO แบบเดิม แปรนัยต้องทำ GEO (Generative Engine Optimization)
ปรับแต่งเนื้อหาให้ "AI อ่านและสรุปได้" เพื่อไปโผล่ในทุกแพลตฟอร์ม

ถอดรหัสอัลกอริทึมครั้งปีหลัง 2026 ทำคอนเทนต์อย่างไรให้รอด?



Meta (Facebook & IG)

2026 Ranking Signals

กฎ 3 วินาทีแรก ธรรมชาติของอัลกอริทึมจัดให้วิดีโอทั้งหมดอยู่ภายใต้โครงสร้างของ Reels หากผู้ใช้งานเลื่อนผ่านภายใน 3 วินาทีแรก ระบบจะลดอันดับการมองเห็นทันที การปรับแต่งคอนเทนต์จึงต้องเข้าประเด็นหลักอย่างรวดเร็วตั้งแต่วินาทีแรก

อัตราการดูจบ ระบบให้คุณค่ากับวิดีโอสั้นความยาว 15 วินาทีที่ผู้ใช้รับชมจนจบ มากกว่าวิดีโอความยาว 1 นาทีที่มียอดคลิกสูงแต่ถูกปิดกลางคัน

การโต้ตอบที่มีความหมาย บนแพลตฟอร์ม Facebook เนื้อหาที่สามารถกระตุ้นให้เกิดข้อสนทนาที่มีการตอบโต้ไปมาอย่างต่อเนื่องระหว่างผู้ใช้ จะถูกผลักดันการมองเห็นในระดับที่กว้างขวางขึ้น

กำจัดเนื้อหาละเมิดและการคัดลอก ในปี 2026 Instagram ให้ความสำคัญสูงสุดกับเนื้อหาที่เป็น Original Content เนื้อหาที่มีลายน้ำจาก TikTok หรือเนื้อหาที่ถูกนำมารีโพสต์ จะถูกอัลกอริทึมจำกัดพื้นที่การมองเห็นอย่างเด็ดขาด



TikTok

TikTok & Affiliate Math

Watch Time & Completion Rate (น้ำหนัก 40-50%) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดวิดีโอที่ต้องการสปริงบอร์ดขึ้นสู่ระดับไวรัล ต้องมุ่งเป้าหมายการดูจบที่ระดับประมาณ 70% รวมถึงพฤติกรรม การดูซ้ำแบบวนลูป ที่ช่วยเพิ่ม Reach อย่างมหาศาล

Early Engagement (น้ำหนัก 25-35%) อัลกอริทึมประเมินความเร็วในการตอบสนองปฏิกิริยาของผู้ใช้ภายใน 1 ชั่วโมงแรกหลังการโพสต์มีความสำคัญอย่างยิ่ง

Engagement Quality (น้ำหนัก 15-20%) แพลตฟอร์มให้คุณค่ากับ Shares และ Saves เหนือกว่ายอดกดไลก์แบบดั้งเดิม เพราะเป็นสัญญาณถึงเนื้อหาที่มีประโยชน์ และผู้ใช้อยากส่งต่อให้เพื่อน

ระวังหลุมพรางจาก TikTok Affiliate

การทำงานร่วมกับ Affiliate Marketing เป็นกลไกที่ผลักดันยอดขายให้กับแบรนด์ในไทย ทว่านักการตลาดมักติดหล่มกับตัวเลขที่มองไม่เห็น อัตรา Commission Rate ในระบบเปิดจะอยู่ระหว่าง 10-30% ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า โดยค่าเฉลี่ยปี 2026 จะอยู่ที่ประมาณ 13.02%

ปัญหาใหญ่ที่ทำให้ผลกำไรของแบรนด์คือกลไกการดึงเงินคืน ซึ่งมีระยะเวลารอคอย 30-60 วัน หากครีเอเตอร์ได้รับคอมมิชชั่นที่ตั้งไว้ 20% แต่สินค้าตัวนั้นมี Return Rate จากลูกค้าสูงถึง 25% ค่าคอมมิชชั่นที่แบรนด์ต้องสูญเสียไปอย่างถาวรโดยไม่ได้ยอดขายจริง จะทำให้ต้นทุนคอมมิชชั่นที่แท้จริงดีดตัวขึ้นไปอยู่ที่ **26.6%**

เมื่อผนวกพร้อมกับโครงสร้างค่าธรรมเนียมของ TikTok Shop ในไทยที่ปรับขึ้น เช่น กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า ภายในบ้านที่ถูกเก็บค่าธรรมเนียมที่ 6.42% รวมกับค่าธรรมเนียมธุรกรรมอื่นๆ แบนด์อาจต้องแบกรับต้นทุนรวม สูงถึง 32% ก่อนที่จะหักต้นทุนสินค้า กลยุทธ์ที่ถูกต้องคือการปรับฐานคอนเทนต์แบบออร์แกนิกของแบรนด์เอง โดยประยุกต์ใช้กฎ 70-20-10 (ความบันเทิง 70%, การให้ความรู้ 20%, และโปรโมชั่นการขาย 10%) เพื่อเลี้ยงฐานผู้ชมโดยไม่ต้องพึ่งพาระบบซื้อสื่อและ Affiliate ล้วนๆ และนำวิดีโอที่มียอดสั่งซื้อแบบออร์แกนิกอยู่แล้ว มาป้อนเป็น Video Shopping Ads (VSA) ผ่านเครื่องมือโฆษณา รวมถึงการเพิ่มคีย์เวิร์ดในแคปชันเพื่อเจาะตลาด TikTok Search Ads ที่กำลังเติบโต

ค่าคอมมิชชั่นเฉลี่ยบน
TikTok Shop ในไทย
อยู่ที่ 13.02%



แต่ระวัง! เมื่อรวมค่า Platform Fees
และการตีกลับสินค้า ต้นทุนคอมมิชชั่นที่แท้จริง
อาจดีดตัวขึ้นไปสูงถึง 26.6%

ทะลวงคอขวดด้วย LINE Mini App เครื่องมือเก็บ First-Party Data

ในประเทศไทย LINE ครองสถิติประชากรบัญชีใช้งานกว่า 56 ล้านคน ทำให้ LINE ไม่ใช่แอปแชทอีกต่อไป แต่เป็นระบบปฏิบัติการย่อยสำหรับการทำธุรกิจ การเคลื่อนไหวที่สร้างแรงสั่นสะเทือนที่สุดของ LINE Thailand ในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 คือการเปิดตัวเทคโนโลยี "LINE Mini App" อย่างเต็มรูปแบบมินิแอปนี้คือ App-in-app ที่อนุญาตให้ผู้พัฒนาสร้างแอปบริการฝังลงในโครงสร้างของ LINE โดยตรงผู้บริโภครสามารถสแกน QR Code ดูเมนู สั่งสินค้า จองบริการ และชำระเงินจบในแพลตฟอร์มเดียว โดยไม่ต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพิ่มเติม

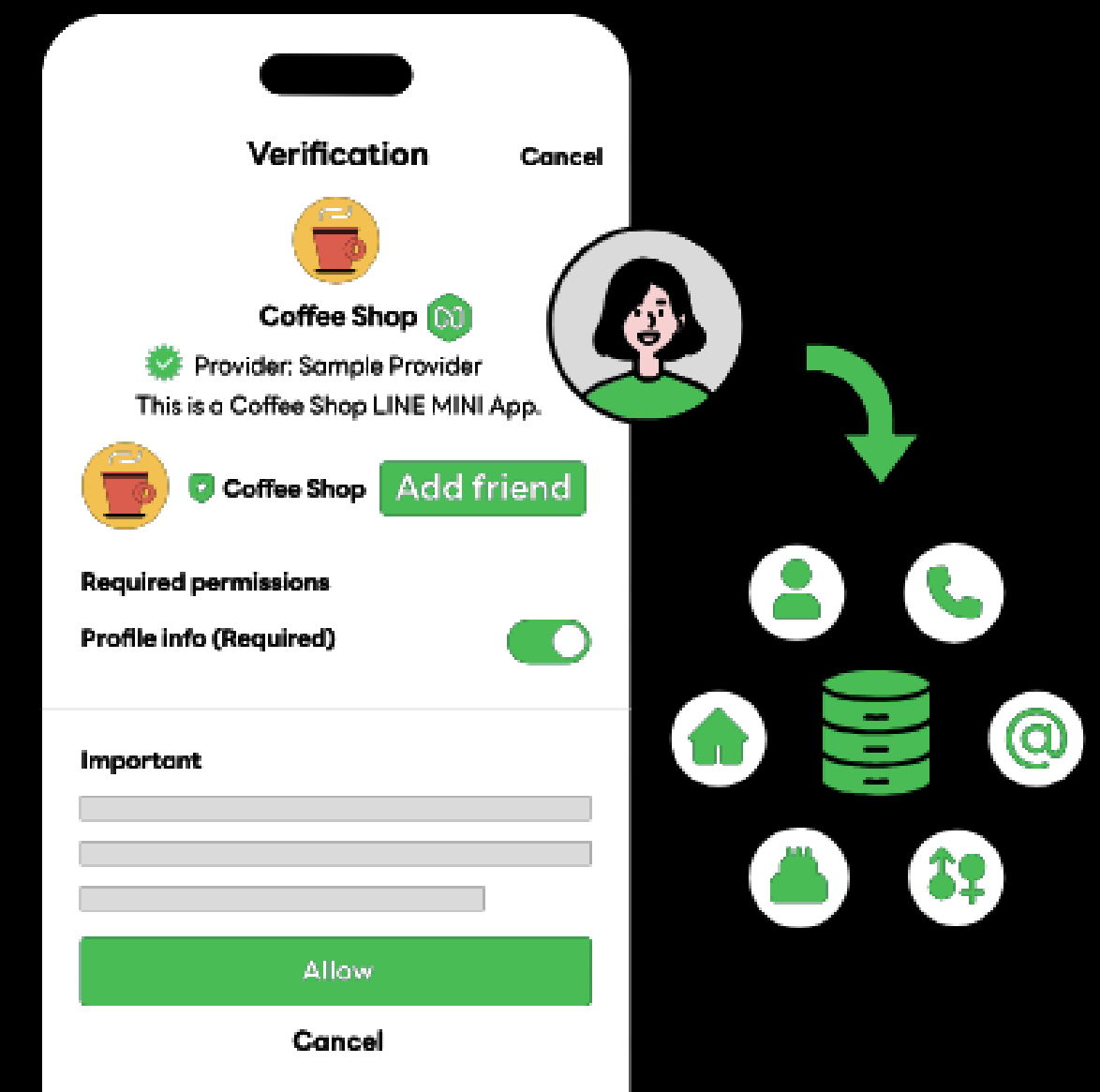
ผู้บริโภคน้อยลงกับการโหลดแอปใหม่และแบรนด์สามารถประหยัดงบประมาณการพัฒนาแอปพลิเคชันแบบสแตนด์อะโลนได้อย่างมหาศาล และที่สำคัญที่สุด มินิแอปกลายเป็น First-party Data แบบผูกขาดซึ่งมีความสำคัญเป็นทวีคูณในยุคที่ระบบ Third-party Cookies ล่มสลายและกฎหมายความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวเข้มงวดขึ้นทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ข้อมูลสนับสนุนความสำคัญของระบบจัดการ First-party data นี้ มาจากสถิติการสื่อสารของแบรนด์บน LINE OA ที่แม้จะมีการประเมินปริมาณการส่งข้อความรวมในปี 2025 สูงถึง 9 ล้านล้านข้อความ ทว่าในภาพรวม อัตราการยิงข้อความ Broadcast กลับหดตัวลงโดยเฉลี่ยกว่า 25% มีสาเหตุมาจากอัตราต้นทุนที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับผลลัพธ์โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีการขับเคลื่อนรุนแรงอย่างสินค้าหมวดสุขภาพและความงามที่แข่งขันกันยึดยึดโปรโมชั่นจนผู้ใช้เกิดความรำคาญ

กลยุทธ์ในปี 2026 จึงเปลี่ยนจากการส่งแบบหว่านแห เป็น Data-driven Marketing อาศัยการเชื่อมต่อแบบ API ผสานระบบ CRM เพื่อทำ Personalized Marketing นำเสนอโปรโมชั่นให้ถูกจังหวะและตรงกับพฤติกรรมลูกค้าเป็นรายบุคคล

LINE MINI App

Web Apps that running as an App-in-App inside LINE, giving developers the ability to deliver services and experiences instantly.



The dynamics of the 2026 algorithm

Platform	Rewarding Signals	Negative Signals/Red Flags
Meta (FB & IG)	<p>ความคิดเห็นแบบโต้ตอบยาวๆ</p> <p>Reels ความสดใหม่</p>	<p>วิดีโอที่คลายน้ำจากแอปอื่น</p> <p>เนื้อหาที่ดัดแปลงก็อปปี</p>
TikTok	<p>อัตราการดูจบ (>70%)</p> <p>ยอดแชร์, คีย์เวิร์ดในแคปชั่นตรงกับ Intent</p>	<p>วิดีโอที่เชิงงซ้ำใน 3 วินาทีแรก</p> <p>การใช้เสียงที่ไม่ได้มาจาก Original Audio</p>
Google	<p>ความลึกและความสมบูรณ์ของเนื้อหา</p> <p>โครงสร้าง Machine-legible</p>	<p>เนื้อหาและบทสรุปที่ฉาบฉวย</p> <p>การยัดคำค้นหาอย่างผิดบริบท</p>
LINE (Ecosystem)	<p>การเชื่อมต่อบริการผ่าน API/Mini App เพื่อให้จบ Transaction ในแอปเดียว</p>	<p>การบรอดแคสต์ถี่โดยไม่มีการจำแนก</p> <p>ประเภทฐานลูกค้า (Mass Spam)</p>

H2 2026 Industry ROI Benchmarks

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (KPIs)	ค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมเป้าหมาย (Benchmarks 2026)	กลุ่มอุตสาหกรรมที่โดดเด่น
Return on Ad Spend (ROAS)	4.0x - 8.0x (เกณฑ์เฉลี่ยภาพรวม)	ท่องเที่ยว/จองโรงแรม (สูงถึง 10.5x)
Customer Acquisition Cost (CAC)	ผันแปรตามหมวดหมู่ แต่กลุ่ม Food & Drink ทำได้ต่ำสุดที่ 20.47 ดอลลาร์สหรัฐ	Food & Drink สินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG)
Conversion Rate (Social Ads)	0.61% - 1.93% (ฟังก์คาลิปวีดีโอแบบ Short-form)	Food & Drink (1.54% - 1.93%) Home Decor (0.61%)
Click-Through Rate (CTR)	~2.06% สำหรับโพสต์ที่กระตุ้น Visual ได้ดี	ร้านอาหาร ธุรกิจบริการ

บทสรุปกลยุทธ์ครึ่งปีหลัง และสูตรงบประมาณ 70/20/10

ค่าเฉลี่ยงบการตลาดปี 2026 ควรอยู่ที่ 7.7% ของรายได้รวมองค์กร

10% สำรองไว้ทดสอบนวัตกรรมใหม่
(AI Tools, การพัฒนาระบบหลังบ้าน)

20% ลงทุนในเทรนด์มาแรง
(Retail Media, Micro-communities, Affiliate)

70% ลงในช่องทางที่การันตีผลลัพธ์
(Search/CRM/Shopping Ads)

พร้อมวางแผนงบประมาณดิจิทัลเพื่อแบรนด์ของคุณหรือยัง?
สแกน **QR Code** นี้เพื่อรับคำปรึกษาจากทีมผู้เชี่ยวชาญของเราได้ทันที



jenosize
digital group

Drive your **Next S-Curve**

Email: hello@jenosize.com

Tel: 096-395-6526, 096-241-5629

www.jenosize.com

แหล่งอ้างอิง

การเงินธนาคาร (Money & Banking). (2568). LINE เผยอินไซด์การใช้เครื่องมือการตลาด ชู LINE MINI App ลดต้นทุนธุรกิจ. แหล่งที่มา: <https://en.moneyandbanking.co.th/2025/200673/>

เดอะ เนชั่น (The Nation). (2026). TAT ramps up campaigns and mega events to attract tourists in 2026. แหล่งที่มา: <https://www.nationthailand.com/blogs/news/tourism/40058068>

เดอะ เนชั่น (The Nation). (2026). Thailand's digital ad market to grow despite economic slowdown. แหล่งที่มา: <https://www.nationthailand.com/business/economy/40048041>

บางกอกโพสต์ (Bangkok Post). (2026). LINE pivots to new role in digital economy. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokpost.com/business/general/3147644/line-pivots-to-new-role-in-digital-economy>

บางกอกโพสต์ (Bangkok Post). (2026). Traditional media stages 2026 comeback. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokpost.com/business/general/3204585/traditional-media-stages-2026-comeback>

สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (อ้างอิงจาก The Nation). (2026). Economy projected to grow only 0.9% in 2026. แหล่งที่มา: <https://www.nationthailand.com/business/economy/40058923>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDC). (2026). The Thai Economy in Q4/2025 and Outlook for 2026. แหล่งที่มา: <https://www.nesdc.go.th/en/download/press-release-47/?ddl=99987>

ไฮป์ไลฟ์ (HypeLive). (2026). ROAS แยกตามแพลตฟอร์ม 2025-2026. แหล่งที่มา: <https://www.hypelive.io/en/blog/marketing-kpi-roas-conversion-rate-thailand-2026>

Adamigo. (2026). Meta Ads Conversion Rate Benchmarks by Industry 2026. Source: <https://www.adamigo.ai/blog/meta-ads-conversion-rate-benchmarks-industry-2026>

ALM Corp. (2026). Digital Marketing News & Algorithm Updates 2026. Source: <https://almcorp.com/blog/digital-marketing-news-march-21-31-2026/>

Ampfluence. (2026). How the TikTok Algorithm Works in 2026. Source: <https://www.ampfluence.com/how-the-tiktok-algorithm-works-in-2026-and-how-to-beat-it-for-more-reach/>

Bain & Company, Google, Temasek. (2025). e-Conomy SEA 2025/2026 Report. Source: <https://www.bain.com/insights/e-conomy-sea-2025/>

Catalyst Communications. (2026). How the TikTok Algorithm Works in 2026. Source: <https://www.catalystcommunications.com.au/blog/how-the-tiktok-algorithm-works-in-2026>

Dashboardly. (2026). TikTok Shop Affiliate Commissions 2026: Payouts, Clawbacks & Profit Math. Source: <https://www.dashboardly.io/post/tiktok-shop-affiliate-commissions-2026-payouts-clawbacks-profit-math>

Dentsu. (2025). Global Ad Spend Forecasts 2026: Algorithmic Era Drives Global Advertising Spend. Source: <https://www.dentsu.com/news-releases/global-ad-spend-set-to-surpass-one-trillion-for-the-first-time-in-2026-as-the-algorithmic-era-redefines-growth>

Digitac Media. (2026). How the Instagram & Facebook Algorithm Works in 2026. Source: <https://digitac.media/how-the-instagram-facebook-algorithm-works-in-2026-and-what-to-post-to-beat-it/>

Digital Applied. (2026). Marketing Budget Allocation Guide 2026 by Channel. Source: <https://www.digitalapplied.com/blog/marketing-budget-allocation-guide-2026-by-channel>

Digital in Asia. (2026). Thailand's Digital Market in 2026: The Complete Overview. Source: <https://digitalinasia.com/2026/04/06/thailand-digital-market-overview-2026/>

DM Cockpit. (2026). Social Media Marketing Forecast 2026. Source: <https://www.dmcockpit.com/articles/social-media-marketing-forecast-2026>

Foundeast. (2026). Digital Marketing Shifts 2026: The New Rules of Effective Content Marketing in Thailand. Source: <https://foundeast.com/article/digital-marketing-shifts-2026/>

Gartner. (2026). CMO Spend Survey Data Snapshots. Source: <https://www.gartner.com/en/marketing/research/annual-cmo-spend-data-snapshots>

Improvado. (2026). Marketing Budget Allocation Analysis. Source: <https://improvado.io/blog/marketing-budget-allocation>

Kantar. (2026). Marketing Trends 2026. Source: <https://www.kantar.com/Campaigns/Marketing-Trends>

Krungsri Research. (2026). Thailand Industry Outlook 2026-2028. Source: <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/2026-2028>

LINE for Business. (2026). Success Stories & Overview of LINE for Business in Thailand. Source: https://www.lycorp.co.jp/en/story/20260106/lineth_forbusiness.html

McKinsey & Company. (2026). Reimagining tech infrastructure for (and with) agentic AI. Source: <https://www.mckinsey.com/capabilities/tech-and-ai/our-insights>

Meta. (2026). AI Drives Performance Across Meta. Source: <https://about.fb.com/news/2026/01/2026-ai-drives-performance/>

Mordor Intelligence. (2026). Thailand OOH And DOOH Market Size & Share Analysis. Source: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/thailand-oooh-and-doooh-market>

PostEverywhere. (2026). How the TikTok Algorithm Works. Source: <https://posteverywhere.ai/blog/how-the-tiktok-algorithm-works>

Relevant Audience. (2026). LINE Mini App Services & Case Studies. Source: <https://www.relevantaudience.com/line-mini-app-services/>

TikTok Seller Center. (2026). Considerations When Launching Your TikTok Shop Journey & Commission Fees. Source: https://seller-th.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=10014445&lang=en

Trading Economics. (2026). Thailand Consumer Confidence Index. Source: <https://tradingeconomics.com/thailand/consumer-confidence>

Travel Trade Journal. (2026). Thailand's Songkran Festival 2026 generates 30.35 billion Baht in tourism revenue. Source: <https://traveltradejournal.com/thailands-songkran-festival-2026-generates-30-35-billion-baht-in-tourism-revenue/>

WARC Media (via Roastbrief). (2026). Meta defies gravity, open web is moribund versus Q1 2026 benchmarks. Source: <https://roastbrief.us/meta-defies-gravity-open-web-is-moribund-versus-q1-2026-benchmarks/>

Whitehat SEO. (2026). Gartner CMO Spend Survey Outlook. Source: <https://whitehat-seo.co.uk/blog/info-articles/establish-optimal-marketing-budget-business/>