

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ : การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Konvy.com สำหรับธุรกิจเครื่องสำอางของ
ผู้จำหน่ายในประเทศไทย

ผู้วิจัย : เพ็ญรวดี มณีขันธ์

สาขาวิชา : สื่อและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณีภรณ์ พลวัน

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับธุรกิจเครื่องสำอางของผู้ประกอบการ Konvy.com 2) เพื่อวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง Konvy.com จากมุมมองของผู้บริโภค 3) เพื่อวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการจากผู้ประกอบการ Konvy.com ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านผู้ประกอบการ Konvy.com จำนวนทั้งสิ้น 397 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (IOC) มีค่ามากกว่า 0.67 ทุกข้อในแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า Konvy.com ทำการสื่อสารโดยผ่านทางเฟซบุ๊กเป็นส่วนมาก มีการแบ่งส่วนการใช้สื่ออย่างชัดเจน โดยส่วนใหญ่ผู้เข้าชมไม่แสดงความคิดเห็นบนรูปภาพหรือวิดีโอที่ทางเพจ (Page) โพสต์ แต่ทางเพจมีการสื่อสารกับผู้เข้าชมที่โพสต์มาที่เพจ หากต้องการซื้อสินค้า ทางเพจจะสร้างทางเชื่อมเพื่อเข้าสู่เว็บไซต์หลัก เพื่อซื้อสินค้าต่อไป โดยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านความสบาย ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความสำเร็จ ในการตอบสนองความต้องการ โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ปัญหา และกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการค้นหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ และในส่วน of กระบวนการตัดสินใจซื้อด้านทัศนคติหลังซื้อ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

The Title : Social Media Usage Of Konvy.com for Cosmetic Business Dealer In
Thailand

The Author : Phianwadee Maneekhat

Program : Media and Strategic Communication

Independent Study Advisors

: Asst. Prof. Dr. Kamolnut Pholwan

Chairman

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to study Facebook usage for the cosmetics business of Konvy.com. 2) to analyze the marketing strategies on social media of Konvy.com from consumers' perspective. 3) to analyze the cosmetic buying decision process via the social media distribution channel of Konvy.com Facebook page. The populations in this study were 397 consumers who use the service from Konvy.com Facebook page by using simple sampling. The IOC quality was more than 0.67 in the questionnaire. The statistics for data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The results of the study were as follows: The communication of consumer and distributor was mostly via the Facebook page. Communication between them was clearly divided. The consumer did not comment on picture media or video media. The Q&A was communicated on post to page feature and admin had a rapid response in every consumer post. If consumers need to order the cosmetic, Facebook page of Konvy.com had a feature which link to their main website. The marketing strategies on social media of Konvy.com from consumer perspective overall score was in high satisfaction. Those strategies were Customer value, Cost to customer, Convenience, Comfort, Communication, Caring and Completion. The buying decision process which ranked highest was problem recognition. The processes which ranked high were alternative choice assessment, searching and buying decision. As for decision process after purchasing, the respondents' answer ranked in the medium.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณีภู่ พลวัน อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ดูแลเอาใจใส่การจัดทำเอกสาร การศึกษาค้นคว้าอิสระ และให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มานพ ชุ่มอ่อน อาจารย์ ดร.เรืองวิทย์ นนทภา และ อาจารย์ ดร. สุนันชัย ออนตะไคร้ ที่กรุณาเสียสละเวลาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และให้คำแนะนำ ปรึกษาเป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ ผู้บริ โภคและผู้ให้บริการเว็บไซต์ Konvy.com และ Page Facebook Konvy.com ที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลา ในการทำแบบสอบถามทำให้ขั้นตอนในการเก็บ รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และได้จำนวนแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณ Page Facebook Konvy.com ที่ช่วยเหลือในการให้พื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในการ ทำงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ระดับปริญญาโทให้กับ ผู้วิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่ช่วยประสานงานให้ความสะดวกแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ผู้เป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัย และเป็นทุก สิ่งทุกอย่างให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชา พระคุณบิดา มารดา ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือ และขอน้อมบูชาท่าน บูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ด้วยความรักและเมตตา