

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อธุรกิจขายตรงบริษัท สุพรีมเวลด์ไวด์ จำกัด
ชื่อผู้เขียน	นายเจษฎา ลีลาภิจกุล
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อธุรกิจขายตรงบริษัท สุพรีมเวลด์ไวด์ จำกัด มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารของบริษัท สุพรีมเวลด์ไวด์ จำกัด และ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารธุรกิจขายตรงของบริษัท สุพรีมเวลด์ไวด์ จำกัด โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้บริหารสูงสุด และผู้นำระดับสูงทั้งหมด 6 คน

ผลจากการศึกษาพบว่า บริษัท สุพรีมเวลด์ไวด์ จำกัด ใช้การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยมีช่องทางในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ Facebook Line และ Website ในส่วน Website ผู้บริโภคที่เข้ามาหาข้อมูลใน Website ส่วนใหญ่นั้นจะหาข้อมูลภาพรวมของบริษัทสุพรีมเวลด์ไวด์ จำกัด เป็นหลัก ในส่วนของ Facebook มีความสำคัญในการสร้างสังคมออนไลน์ให้กับบริษัท ผู้บริโภคที่เข้ามาหาข้อมูลใน Facebook จะถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เจาะจงมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทในการสร้างเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ในส่วนของ Line จะมีความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับบริษัท เช่น กิจกรรมเก็บคะแนนสะสมแต้ม เป็นต้น โดยบริษัทมองว่าทุกช่องทางออนไลน์ของบริษัทเองมีความสำคัญ ในส่วนของเว็บไซต์กลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นลูกค้าใหม่ และในส่วนของ Facebook

Page และ Line ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเก่าที่รู้จักบริษัทและผลิตภัณฑ์ที่อยู่แล้วในระดับหนึ่ง ซึ่งทั้งกลุ่มลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าล้วนมีความสำคัญกับบริษัท เนื่องจากบริษัทไม่สามารถหาลูกค้าใหม่เพียงอย่างเดียวและเสียลูกค้าเก่าไปได้ หรือบริษัทจะไม่สามารถมีลูกค้าเก่าเพียงอย่างเดียวและไม่มีการลูกค้าใหม่เลย จึงทำให้ทุกช่องทางออนไลน์ของแบรนด์เองมีความสำคัญทั้งหมด

นอกจากนี้ในส่วนกลยุทธ์ บริษัท สุพรีมเวลดี้ไวด์ จำกัด ใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบการตลาดเชิงเนื้อหา 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่ 1) กลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหา (Content marketing) ด้านที่ 2) รูปแบบการนำเสนอการตลาดเชิงเนื้อหา ด้านที่ 3) ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารในรูปแบบของการกดถูกใจ (Like) การแบ่งปันเนื้อหา (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) ด้านที่ 4) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และด้านที่ 5) เทคนิคการทำตลาดเชิงเนื้อหา

ข้อเสนอแนะ บริษัท สุพรีมเวลดี้ไวด์ จำกัด ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับฝึกอบรมและจัด Function การอบรม เพื่อพัฒนาองค์กรจากความเข้าใจของบุคลากร และควรเพิ่มการจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาสื่อทางการตลาดให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงควรให้ความสำคัญในการฝึกอบรมบุคลากรให้เกิดความรู้พื้นฐานในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และร่วมมือของการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้การดำเนินธุรกิจโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

คำสำคัญ : บริษัท สุพรีมเวลดี้ไวด์ จำกัด, ปัจจัยการสื่อสาร, กลยุทธ์การสื่อสาร, ธุรกิจขายตรง

คณะนิเทศศาสตร์และบัณฑิตการศึกษารังสิต

ABSTRACT

Title of Independent Study Communication factors affecting the company's direct selling business Supreme WorldWide Co.,Ltd.

Author Chesada Leelakijkul

Degree Master of Arts (Communication and Innovation)

Year 2021

Research Communication Factors Affecting the Company's Direct Selling Business Supreme World Wide Company Limited has the following research objectives:

1) To study the communication factors of the Company; Supreme World Wide Co., Ltd. and 2) To study communication strategies. Company's direct sales business Supreme World Wide Co., Ltd. using qualitative research methodology by using In-Depth Interview of the top management and a total of 6 senior leaders

The results of the study reveal that Supreme Worldwide Company Limited uses online communication as the main channel for communication to target consumers. There are 3 types of communication channels through social media, namely Facebook, Line and Website. In the Website section, most consumers who come to search for information on the Website mainly seek information about Supreme Worldwide Company Limited. As for Facebook, it is important to create an online community for the company. Consumers who search for information on Facebook will ask for more information about a more specific product. This will benefit the company in creating content that meets the needs of the

target consumer group. The Line sector will be important in building a relationship between consumers and the company, such as activities to collect points, etc. The company realizes that every online channel in the company is important. As for the website, the main target group will be new customers and in the part of Facebook Page and Line, most of them will be old customers who already know the company and its products to some extent. Both new and old customers are important to the company. Because the company can't just find new customers and lose old customers. Or the company will not be able to have only old customers and no new customers at all. Therefore, every online channel of the brand itself is all important.

In addition to the strategy, Supreme Worldwide Co., Ltd. uses a content marketing communication strategy in 5 aspects, consisting of 1) content marketing strategy; 2) marketing presentation format. Content 3) the response of the audience in the form of likes (Like), content sharing (Share) and comment (Comment), 4) the use of social networks, and 5) Content Marketing Techniques

Recommendations: Supreme Worldwide Company Limited should pay attention to training and training functions to develop the organization based on the understanding of the personnel. and should increase the allocation of budget to develop marketing materials to be more attractive It should also focus on training personnel to gain basic knowledge in the use of information technology. and cooperation of communication both within and outside the organization to make business operations by using information technology of personnel get along with the common and relevant direction.

Keywords: Supreme Worldwide Company Limited, communication factors, communication strategy, direct sales business