หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านเว็บไซต์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เวชสำอางสำหรับผิวแพ้ง่าย
คำสำคัญ	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล / การตลาดเชิงเนื้อหา / การสร้างมูลค่าเพิ่ม
ชื่อนักศึกษา	รังสิมา จุลยานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านเว็บไซต์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เวชสำอางสำหรับผิวแพ้ง่าย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์การออกแบบเว็บไซต์และการสร้างเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์เวชสำอางสำหรับผิวแพ้ง่ายในประเทศไทยจำนวน 5 เว็บไซต์ รวม 50 บทความโดยใช้ วิธีบันทึกข้อมูลลงในตารางรหัส (coding sheet) ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบกลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์ทั้ง3กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเข้าชมเว็บไซต์ กลยุทธ์การส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้า และกลยุทธ์การเอื้อต่อการครองหน้าแรกมีความสำคัญเท่ากัน คิดเป็น 100 % ทั้ง 3 กลยุทธ์ โดยเว็บไซต์ส่วนใหญ่ยังได้ออกแบบเว็บไซต์ให้มีระบบประมวลผลการวิเคราะห์เชิงลึกผ่านโปรแกรมตอบกลับอัตโนมัติเพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบ 2 ทางและมีการทำโฆษณาผ่านแบนเนอร์เว็บไซต์อีกด้วย 2) รูปแบบกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาทั้ง 3 กลยุทธ์พบว่า กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านอื่นๆอยู่เสมอมีความสำคัญมากที่สุดคิดเป็น 100 % รองลงมาคือกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาให้มีคุณค่ามากเพียงพอคิดเป็น 96 % และ กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาให้มีความน่าเชื่อถือคิดเป็น 81.2 % ตามลำดับโดยเว็บไซต์ส่วนใหญ่ยังได้สร้างเนื้อหาให้มีการเชื่อมโยงบทความกับตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ และมีการเชื่อมโยงบทความกับการขายอีกด้วย

SPU CHONBURI

Thesis Title	A Study of Digital Marketing Strategies Through Website to Increase the Value of Cosmeceutical Products for Sensitive Skin
Keywords	Digital marketing strategy / Content marketing / Value added
Student's Name	Rangsima Junyanon
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Phot Jaichansukkit
Degree	Master of Communication Arts
Faculty/University	Communication Arts, Sripatum University at Chonburi Campus
Academic Year	2021

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze digital marketing strategies through websites to increase the value of cosmeceutical products for sensitive skin. This is a qualitative research by analyzing website' s designed and content creation on 5 websites of cosmeceutical products for sensitive skin in Thailand, totaling 50 articles by means of saving data in a coding sheet. The result found that 1) Three websites' s designed strategies: the Creating a good experience in website traffic strategy, the Image building strategy and the Conducive to occupying the first Google page strategy are equally important, accounting for 100% of all 3 strategies. Moreover, most websites also designed an automated processing system to in-depth analysis and manage advertisements through website banners. 2) Three websites's content creation strategies: the Extra value-added strategy is the most important strategy accounting for 100% follow with the Valuable content creation strategy accounting for 96 % and the Credible content creation strategy accounting for 81.2 %, respectively. Most websites also connected articles to brands and products and connected articles to sales as well.

SPU CHONBURI