



# การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการระดับชาติ “ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ 21”

ครั้งที่ 13

วันศุกร์ ที่ 20 มกราคม 2560

ณ โรงแรมวังคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

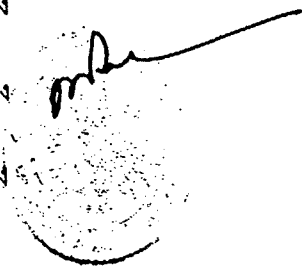


สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รหัสไปรษณีย์ 57100  
โทร: (053) 702-870 ต่อ 102 อีเมล : dreemriver.2011@gmail.com

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย  
โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓  
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”  
แนบท้ายคำสั่งที่ ๖๖๔๗/๒๕๕๔

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความระดับชาติ (ภายนอก)

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี พิริยะกุล  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปัญญรัตน์  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์  
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. รองศาสตราจารย์ปกรณ์ภัทร จันทะไชย  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวพันธ์  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ อุทัยทรัพย์  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทราวัฒน์  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๒. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนชัยบุญ  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง  
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความระดับชาติ (ภายใน)

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ธนะชัยพันธ์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพิสุทธิ์ ใจสนิท

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๓. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บูรณาวาทย

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๔. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย คำแสน

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรณ ไซยานนท์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต นางแล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลห์ล่า ตรีเอกานุกูล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อ่องอาจ อินทนิเวศ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๓. อาจารย์ ดร.สหทัยา สิทธิวิเศษ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๔. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๕. อาจารย์ ดร.สุตาพร ปัญญาพฤษ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๖. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ

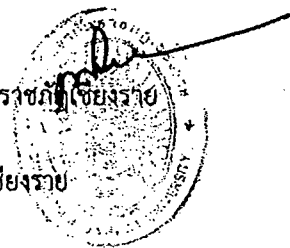
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๗. อาจารย์ ดร.สฤทธิพร วิทย์ผดุง

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๑๘. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๑๙. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๐. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ ดร.จิรนนท์ ไชยงาม นอกซ์

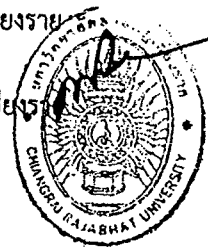
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

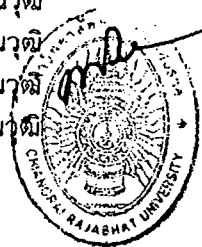
๒๔. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ  
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓  
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”  
แบบท้ายคำสั่งที่ ๖๖๔๘/๒๕๕๙

- |  |               |
|--|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธุ์ วงษ์บุรณาวาทย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ธนะชัยขันธ           | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล              | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง        | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอกานุกูล   | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา        | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง              | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์               | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์               | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. อาจารย์ ดร.ปริมินทร์ อริเดช                | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ                | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัฒน์             | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.สฤทธิพร วิทยผดุง                | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม               | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์                  | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.จิรนนท์ ไชยงาม นอกซ์            | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น                  | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย                   | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว            | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี                         | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๖๖๕๐/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)

งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓

“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”

ด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓ “ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- |                                    |                            |
|------------------------------------|----------------------------|
| ๑. อาจารย์ ดร.จිරันต์ ไชยงาม นอกซ์ | ประธานกรรมการ              |
| ๒. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย        | กรรมการ                    |
| ๓. อาจารย์อดิวัชร พนาพงศ์ไพศาล     | กรรมการ                    |
| ๔. อาจารย์จามรี พระสุนิล           | กรรมการ                    |
| ๕. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ          | กรรมการ                    |
| ๖. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์  | กรรมการ                    |
| ๗. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา       | กรรมการและเลขานุการ        |
| ๘. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์   | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาครั้งก่อนจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี  
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๖ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพล อารีนิจ)

อธิการบดี

## ประสบนการณการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ประเภทเครื่องสำอาง ของกลุ่มนผู้ใชแอฟพลีเคชั่น Shopee

มนทกานต์ ลี้มสกุล<sup>1</sup> ฤษณิศา อร่ามศรี<sup>2</sup> และนภนนต์ หอมสุต<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องประสบนการณการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางของกลุ่มนผู้ใชแอฟพลีเคชั่น Shopee เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาการศึกษาประสบนการณในการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งก็คือผู้บริโภคที่ใชแอฟพลีเคชั่น Shopee จำนวน 10 คน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสบนการณในการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคของกลุ่มนผู้ใชแอฟพลีเคชั่น Shopee ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเลือกใชแอฟพลีเคชั่น Shopee เนื่องจากเป็นแอฟพลีเคชั่นได้รับการการันตี การใช้งานของแอฟพลีเคชั่น Shopee มีวิธีการใช้ที่ใช้งานง่าย ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย มีระบบการแจ้งเตือนในทุกๆการเคลื่อนไหว ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้งาน มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีสิทธิพิเศษให้ที่สามารถดึงดูดใจผู้ใชบริการอยู่ตลอดเวลา และถือเป็นจุดแข็งของแอฟพลีเคชั่นที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช

คำสำคัญ : ประสบนการณ ระบบออนไลน์ เครื่องสำอาง แอฟพลีเคชั่น

<sup>1</sup> นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>3</sup> สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัดเพชรบุรี  
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

Email: srpbow@gmail.com , mind\_1702@hotmail.com

## Experience in Purchasing of Cosmetics Product via Online Shopee Application

### Abstract

The research on experience in purchasing of cosmetic products via Shopee online application was a qualitative research. The data were collected by interviews with key informants who used to purchase via Shopee online application for 10 persons. The purpose of this study was to describe the experience in purchasing of cosmetic products via Shopee online application. The study found that the majority reason of using Shopee online application because the application was a guarantee, easy to use, consisted of multiple choices of payment methods, and invested in notification system at whole processes which made the users felt safe. Moreover, the promotions were interesting, and privilege was also attracting the users all the times. Therefore, Shopee online application composed of strength points which customers decided to use.

Keywords : Experience, Online System, Cosmetic, Application

### บทนำ

ในปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ การนำเสนอสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจมาก เพราะนับวันก็ยังมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งส่งผลให้การค้าทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจในของการประกอบธุรกิจ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีหลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจ แต่ที่กำลังเป็นกระแสนิยมมากที่สุด คือ การทำธุรกิจการค้าในรูปแบบของแอปพลิเคชัน การดำเนินธุรกิจการค้าในรูปแบบของแอปพลิเคชันสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยง่าย เพราะแอปพลิเคชันในปัจจุบันนี้ มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย มีการพัฒนาเพื่อมาสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน และเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว เป็นเทคโนโลยีกำลังเป็นที่นิยมและเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสร้างรายได้ ดังนั้นแอปพลิเคชันจึงถูกเขียนและพัฒนาลงใน สมาร์ทโฟน Mobile Application, Tablet เหมาะสำหรับธุรกิจและองค์กรต่างๆ ในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมถึงขยายการให้บริการผ่านมือถือ สะดวกง่าย ทุกที่ ทุกเวลา การประยุกต์ใช้ เป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์ในธุรกิจเพื่อเป็นช่องทางการหารายได้ และใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ปัจจุบันมีการพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องจึงทำให้แอปพลิเคชันมีอิทธิพลกับชีวิตคนในปัจจุบันมาก แนวโน้มการใช้ งานแอปพลิเคชันจึงเพิ่มขึ้นอย่างมาก ธุรกิจในอนาคตกำลังเคลื่อนเข้าสู่สังคมบนอุปกรณ์ Smart Device อุปกรณ์โมบายจะมีอัตราถึง 1 ใน 4 จากช่องทางการเข้าถึงทั้งหมด และมีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้น (กิตติยา วงศ์นเรศสรณ์ , 2556) จากกระแส Mobile Commerce ที่มีสมาร์ทโฟนเป็นปัจจัยสำคัญ ทำให้ผู้ให้บริการเดินทางป้อนบริการแอปพลิเคชันเข้าสู่ตลาดข้อปึงออนไลน์ ซึ่งนับเป็นโอกาสดีสำหรับผู้ประกอบการที่จะใช้โมบายล์แอปพลิเคชันเพื่อเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงผู้บริโภค โดยเฉพาะธุรกิจที่มีฐานลูกค้าประจำ ที่ต้องเน้นการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขาย แอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมในการดำเนินธุรกิจการค้าในขณะนี้คือ แอปพลิเคชัน Shopee

แอปพลิเคชัน Shopee เป็นตลาดออนไลน์บนมือถือในรูปแบบแอปพลิเคชันแห่งใหม่ที่กำลังมาแรง เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าหลากหลายชนิด สินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ สินค้าประเภทเครื่องสำอาง เพราะมีสินค้ามีความปลอดภัยที่เรียกว่า Shopee การันตี ซึ่งจะช่วยให้ผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อและชำระค่าสินค้าได้อย่างมั่นใจ มีวิธีการชำระเงินที่ปลอดภัย มีระบบจัดส่งแบบครบวงจร อีกทั้งยังมีจุดเด่นในเรื่องการใช้ช่องทางโซเชียลในการสื่อสาร เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์การช้อปปิ้งที่มีความสะดวกสบายในการซื้อ-ขายสินค้าที่สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา และแอปพลิเคชัน Shopee นั้น เป็นโซเชียลคอมเมิร์ซ มีส่วนทำให้ผู้ขายและผู้ซื้อได้ปฏิสัมพันธ์กัน จนเกิดการจูงใจและความผูกพันในแบรนด์สินค้าหรือร้านค้า อีกทั้งยังเน้นการใช้งานให้ง่าย ตั้งแต่การสมัครสร้างบัญชี การลงทะเบียนผู้ใช้โดยไม่มีการเก็บค่าบริการ นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ผ่านทาง social media ด้วยฟังก์ชัน live chat ที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อกันได้โดยตรง

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบของการใช้แอปพลิเคชัน ได้ทราบถึงเหตุผลหลักที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน มีรูปแบบของกระบวนการใช้งานอย่างไรเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการที่สนใจทำธุรกิจผ่านทางแอปพลิเคชันได้มีการพัฒนาให้ทันยุคสมัย และผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐาน และเป็นแนวทางในการปรับปรุง วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ในส่วนของการทำการตลาดผ่านช่องทางแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านระบบออนไลน์ของผู้บริโภคของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee

### วิธีการดำเนินวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยวิธีการคือ กลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee จำนวน 10 คน มีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้บริโภคและประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านระบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ผู้วิจัย เป็นผู้มีความสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในพื้นที่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลและเป็นผู้ที่วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตัวเอง ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยที่เข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างลึกซึ้ง เพราะฉะนั้นผู้วิจัยต้องมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์อันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะศึกษาให้ได้มากที่สุด

2. แนวคำถามเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยการศึกษาประเด็นคำถาม จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ของ Kolb และทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ของ Honey และ Mumford Honey และ Mumford สร้างคำถามให้มีครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยที่ต้องการศึกษา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้มีการเรียงลำดับคำถาม เนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด

3. เครื่องมืออื่นๆ ได้แก่ 1.) เครื่องบันทึกเสียงใช้ในการบันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกรายบุคคลแล้วทำมาถอดเทป เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล 2.) สมุดจดบันทึกใช้บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยจดบันทึกรายละเอียดต่างๆ ชื่อผู้ให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน อายุและหมายเลขโทรศัพท์รวมทั้งที่อยู่ติดต่อและ 3.) กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ใช้สำหรับเก็บข้อมูลภาพในบรรยากาศขั้นตอนและกิจกรรม

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลการวิจัย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เป็นวิธีการที่สะท้อนให้เห็นว่า

ข้อมูลหลักฐานและผลการวิจัยที่วิเคราะห์จากข้อมูลหลักฐานที่เก็บรวบรวมได้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ตรงกับความเป็นจริงมีการเปรียบเทียบจากมุมมองหลายๆด้าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผลการวิเคราะห์ ตลอดจนผลของการวิจัย โดยการตรวจสอบความถูกต้องการเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่ง ทำให้ผู้วิจัยมั่นใจได้ว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง ข้อมูลด้านบุคคลตรวจสอบว่าบุคคลที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ เปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายๆ วิธีทั้งวิธีการเก็บข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนรวม โดยพิจารณาภิรยา ท่าทาง พฤติกรรม บรรยากาศต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อมาประกอบการแปลความหมายร่วมกับการถอดเทป และการเปรียบเทียบจากการใช้ทฤษฎีแนวคิดหลายๆ ชุดเพื่อเป็นกรอบแนวคิดหรือเป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจกับปัญหา การวางแผนเก็บข้อมูล ตลอดจนการวิเคราะห์และอภิปรายผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญและเพียงพอในการนำไปวิเคราะห์ ทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 10 คน โดยพิจารณาคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูล คือ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee และต้องเป็นสินค้าประเภทเครื่องสำอาง วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตนเอง และจะใช้วิธีการบันทึกและถอดเทประหว่างสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และผู้วิจัยจะได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษาอยู่เท่านั้น

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) คือ เมื่อผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาถอดเทปการสนทนาแบบคำต่อคำ (Verbatim) จากนั้นลงรหัส เพื่อมิให้ปะปนกันเนื่องจากมีผู้ให้ข้อมูลหลักหลายคน ผู้วิจัยใส่ตัวเลขลำดับที่ของข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลตามด้วยชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ แล้วยืนยันความถูกต้องของเนื้อหา และสำรวจภายในตัวเองของผู้วิจัย เพื่อว่าผู้วิจัยเองมีข้อสรุปที่คิดไว้ก่อนเกี่ยวกับสถานการณ์ที่ศึกษา ซึ่งผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจก่อนเริ่มวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยความเที่ยงตรง มีทัศนคติที่เปิดกว้างอย่างแท้จริง จึงแตกข้อมูลที่ศึกษา โดยการพิจารณาประเด็นหลักที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลักมาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อยและหัวข้อย่อย อันเป็นประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee และแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค เพื่อเป็นแนวทางพื้นฐานการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการที่เลือกใช้ออปพลิเคชันเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าให้ดีขึ้นในอนาคต

#### ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ตอบแนวคำถาม คือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี ยังอยู่ในช่วงวัยนักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทสำอางผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ประมาณ 2-3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งในแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 500-1,000 บาท

2. ประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee ผู้วิจัยจะนำเสนอในประเด็นดังต่อไปนี้

##### 1. ความเป็นมาของแอปพลิเคชัน Shopee

Shopee เป็นเว็บไซต์ขายของน้องใหม่ที่กำลังเปิดตัวไปไม่นานมานักในประเทศไทย แต่ในหลายๆ ประเทศ เว็บไซต์ Shopee คือศูนย์รวมของผู้ประกอบการที่อยากขายของออนไลน์โดยไม่ต้องลงทุนจำนวนมาก จนเรียกได้ว่าเป็นตลาดออนไลน์ของคนรุ่นใหม่ที่ยากเริ่มทดลองขายของ แอปพลิเคชัน Shopee ได้เข้ามาใน

ประเทศไทยครั้งแรกเมื่อ 2 ธันวาคม 2558 ซึ่งถือว่าการสร้างปรากฏการณ์ใหม่โดยเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าหลากหลายชนิด มีวิธีการชำระเงินที่ปลอดภัย มีระบบจัดส่งแบบครบวงจร

## 2. ประสบการณ์ในการเลือกใช้แอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง

ประสบการณ์การเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ที่เลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันเพราะแต่ละร้านภายในแอปพลิเคชัน Shopee ได้รับการการันตีโดยแอปพลิเคชัน Shopee คือ มีการเลือกชำระเงินด้วยบัตรเครดิต หรือโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร และเงินจำนวนนั้นจะเข้ามาอยู่ที่บัญชีของ Shopee ก่อนที่จะโอนไปยังผู้ประกอบการ เมื่อผู้บริโภคได้ยืนยันว่าได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว จึงเลือกใช้บริการเว็บไซต์นี้ก็ยืนยันได้ว่าปลอดภัย และมีการแบ่งหมวดหมู่ที่ชัดเจนทำให้ง่ายต่อการค้นหาสินค้า

## 3. ประสบการณ์ในการรู้ถึงคุณค่า คุณประโยชน์ของแอปพลิเคชัน Shopee

เป็นแอปพลิเคชันที่ให้ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า สามารถเลือกซื้อของได้หลากหลายประเภท มีการแบ่งหมวดหมู่ประเภทสินค้าที่ชัดเจน มีการแบ่งหัวข้อย่อยๆ ในแต่ละหมวดหมู่ ทำให้ผู้บริโภคสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น เป็นแอปพลิเคชันที่สามารถไว้วางใจได้ มีความน่าเชื่อถือจากผู้ประกอบการในเรื่องของการได้รับสินค้า และหากเกิดข้อผิดพลาดก็สามารถที่จะขอค่าชดเชยคืนได้

## 4. ประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากได้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee

หลังจากที่ผู้บริโภคได้ใช้งานพบว่าแอปพลิเคชัน Shopee มีความสะดวกในการใช้งาน มีความปลอดภัยในการชำระเงิน เป็นช่องทางการเลือกซื้อสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคประหยัดเวลา สินค้าภายในแอปพลิเคชันราคาโดยส่วนใหญ่ค่อนข้างถูกและผู้บริโภคได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว มีส่วนลดและสิทธิพิเศษที่คุ้มค่ากว่าช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าแหล่งอื่นๆ แต่ผู้บริโภคบางรายก็เกิดปัญหาหลังจากการใช้งาน คือผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee บางราย ไม่ส่งสินค้าตามระยะเวลาที่แอปพลิเคชัน Shopee กำหนดไว้ ทำให้ผู้บริโภคต้องเลือกทำรายการขอเงินคืน สร้างความไม่ประทับใจหลังจากการใช้แอปพลิเคชัน Shopee ในการเลือกซื้อสินค้า แต่ด้วยระบบการชำระเงินของแอปพลิเคชันนั้นมีความปลอดภัยในการชำระเงินในกรณีที่ผู้บริโภคยังไม่ได้รับสินค้า

## 5. ประสบการณ์การเรียนรู้วิธีการใช้งานของแอปพลิเคชัน Shopee

ผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าเป็นแอปพลิเคชันที่มีวิธีการใช้ที่ง่ายในแต่ละขั้นตอนมีความเข้าใจง่าย มีการแสดงคำแนะนำในการใช้งานที่เข้าใจง่าย ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้เพราะมีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย มีบริการชำระเงินผ่านช่องทางที่หลากหลายและสามารถชำระได้หลายธนาคาร มีการแจ้งเตือนในทุกๆ การเคลื่อนไหวในส่วนของการชำระเงิน และทำให้รู้สึกว่าผู้ใช้บริการจะได้รับสินค้าจริงและไม่โกง ในแอปพลิเคชันจะมีการแจ้งเตือนความเคลื่อนไหวของการสั่งซื้อสินค้า เช่น ระบบของแอปพลิเคชันที่มีการได้รับชำระเงิน การแจ้งเตือนไปยังผู้ขายในส่วนของการชำระเงินของผู้ซื้อ และการแจ้งเตือนการส่งสินค้าของผู้ขาย ทำให้ผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชัน Shopee เลือกที่จะกลับมาใช้บริการในการเลือกซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee อีกครั้ง

## 6. ประสบการณ์ในการได้รับสิทธิพิเศษจากแอปพลิเคชัน Shopee

แอปพลิเคชัน Shopee มีหลากหลายโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ส่วนลดในการซื้อสินค้าครั้งแรก มีระบบส่วนลดราคาสำหรับการจัดส่ง โดยมีส่วนลดค่าจัดส่งสูงสุดถึง 60 บาท มีโค้ดส่วนลดและรหัสโปรโมชั่น ผู้บริโภคสามารถประหยัดเงินได้ตลอดเวลาที่ซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee เพราะมีส่วนลดมากมายสามารถนำโค้ดดังกล่าวมาใส่ในหน้าชำระเงิน โดยแต่ละโค้ดนั้นมีเงื่อนไขการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป มีส่วนลดประจำเดือน จะมีหลากหลายสินค้าที่มีเปอร์เซ็นต์ส่วนลดอยู่เป็นช่วงๆ เรียกได้ว่าแอปพลิเคชัน Shopee มีสิทธิพิเศษให้ที่สามารถดึงดูดใจผู้ใช้บริการอยู่ตลอดเวลา และถือเป็นจุดแข็งของแอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์แอปพลิเคชัน Shopee โดยเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง เช่น เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า รองพื้น แป้งฝุ่นและแป้งอัดแข็ง ลิปสติก บลัชออน เป็นต้น ซึ่งเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเลือกใช้แอปพลิเคชัน Shopee ได้แก่ การที่ร้านค้าภายในแอปพลิเคชันได้รับการการันตี คือ มีการเลือกชำระเงินด้วยบัตรเครดิต หรือโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร และเงินจำนวนนั้นจะเข้ามาอยู่ที่บัญชีของ Shopee ก่อนที่จะโอนไปยังผู้ประกอบการ เมื่อผู้บริโภคได้ยืนยันว่าได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว จึงเลือกใช้บริการเว็บไซต์นี้ก็ยืนยันได้ว่าปลอดภัยเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน นอกจากนี้การใช้งานของแอปพลิเคชัน Shopee มีวิธีการใช้ที่ง่ายในแต่ละขั้นตอน มีการแสดงคำแนะนำในการใช้งาน ในส่วนของช่องทางการชำระเงินมีบริการชำระเงินผ่านช่องทางที่หลากหลายและสามารถชำระได้หลายธนาคาร มีการแจ้งเตือนในทุกๆ การเคลื่อนไหว ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่า จะได้รับสินค้าจริงและไม่ถูกโกง แอปพลิเคชัน Shopee มีหลากหลายโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลดในการซื้อสินค้าครั้งแรก ระบบส่วนลดราคาสำหรับการจัดส่ง โค้ดส่วนลดและรหัสโปรโมชั่น เรียกได้ว่ามีสิทธิพิเศษให้ที่สามารถดึงดูดใจผู้ใช้บริการอยู่ตลอดเวลา และถือเป็นจุดแข็งของแอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้ ในทางกลับกันผู้บริโภคบางรายก็ประสบปัญหาหลังจากการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน กล่าวคือผู้ประกอบการบางราย ไม่ส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้บริโภคต้องเลือกทำการขอยกเงินคืน สร้างความไม่ประทับใจหลังจากการใช้แอปพลิเคชันในการเลือกซื้อสินค้า และอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคไม่กลับมาใช้บริการแอปพลิเคชันอีก

## อภิปรายผลการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีรูปแบบการเรียนรู้ของ Honey และ Mumford Honey และ Mumford อภิปรายผลการศึกษาในการวิจัย ได้ดังนี้

1. การได้รับประสบการณ์ (Having an Experience) ผู้บริโภคมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์โดยใช้แอปพลิเคชัน Shopee โดยผ่านกระบวนการการเรียนรู้วิธีการใช้งาน ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำและเข้าใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน เนื่องจากการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันนั้นง่ายต่อการใช้งาน
2. การทบทวนประสบการณ์ (Reviewing the Experience) หลังจาก que ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์จากการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้บริโภคมีความประทับใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee ด้วยคุณสมบัติเฉพาะของแอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการใช้งาน มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้เนื่องจากมีระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย ประหยัดเวลาในการเลือกซื้อ และได้รับสินค้าอย่างรวดเร็วและถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภคตามที่แอปพลิเคชันได้การันตีไว้
3. การสรุปจากประสบการณ์ (Concluding) จากประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจะต้องมีความเข้าใจในแต่ละขั้นตอนในการเลือกซื้อ โดยในแต่ละขั้นตอนนั้นมีความง่ายต่อการใช้งาน สะดวก รวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือและสามารถสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และมีการดึงดูดผู้บริโภคด้วยการให้สิทธิพิเศษและส่วนลดจากการเลือกซื้อสินค้า
4. การวางแผนการปฏิบัติในขั้นต่อไป (Planning) หลังจาก que ผู้บริโภคได้มีประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันแล้ว พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดความชื่นชอบในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำ กลับมาใช้บริการในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee อีกครั้ง

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ผลจากการศึกษา ประสพการณ์การเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee โดยสรุปได้ดังนี้

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่ามีสาเหตุบางประการที่ทำให้ผู้บริโภคไม่กลับมาใช้บริการแอปพลิเคชันอีกหลังการได้มีประสบการณ์ในการเลือกใช้ออปพลิเคชัน คือ ผู้ประกอบการบางราย ไม่ส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้บริโภคต้องเลือกทำการขอเงินที่ชำระคืน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าแอปพลิเคชันควรมีนโยบายในการควบคุมกฎระเบียบเงื่อนไขระหว่างแอปพลิเคชันกับผู้ประกอบการให้มีความเข้าใจตรงกันในเรื่องของการทำการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภครู้สึกได้รับความปลอดภัยในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน

สำหรับวิจัยที่น่าสนใจครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรเปลี่ยนแปลงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษา เช่น เปลี่ยนประเภทของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee ในการเลือกซื้อสินค้าประเภทอื่น เพื่อให้ทราบถึงประสบการณ์ในการเลือกใช้ออปพลิเคชันซื้อสินค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นในการนำมาพัฒนาและวางกลยุทธ์ในอนาคต
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการใช้แอปพลิเคชัน Shopee กับช่องทางออนไลน์อื่นๆ เช่น Facebook Instagram เป็นต้น เพื่อให้ทราบประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางอื่นๆว่ามีความแตกต่าง มีข้อดีและข้อเสียอย่างไร

### เอกสารอ้างอิง

- ณัฐ ฉันทพิริย์พันธ์.(2541). ความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.(ระบบสารสนเทศ). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา).
- เสาวภา วิชาด.(2011). รูปแบบการเรียนรู้ของผู้เรียนในมุมมองของทฤษฎีการเรียนรู้แบบประสบการณ์ Learners' Learning Styles: The Perspectives from the Theory of Experiential Learning. ค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2016, จาก [www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/jan\\_mar\\_11/pdf/aw24.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw24.pdf)
- วนิดา วงศ์โสภ. ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงประสบการณ์. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2016. จาก <https://wanidawongsopa.wordpress.com>
- สุทธิสา สิงห์แรง. (2555). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- Honey, P.,& Mumford,A.(1992). The manual of learning styles (2nded.). Maidenhead, UK :Peter Honey and Alan Mumford.
- ii-Pai. (2016). แอปโมบายล์ช้อปปิ้งใหม่.. ที่เร็วกว่า ถูกกว่า ปลอดภัยกว่า และถูกใจคุณมากที่สุด. ค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2016. จาก <http://kaigog.com/tag/shopee/>
- Kolb, D.A. (1984). Experiential learning: Experience as the source of learning and development. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kolb, D.A., Rubin, I.M. & Osliand, J. (1991). Organization behavior reader. Englewood Cliffs, NJ: Practice-Hal
- K-BenZ. (2015). เปิดตัว Shopee แอปฯซื้อขายออนไลน์สำหรับคนชอบแลกเปลี่ยนสินค้าและความคิดเห็น. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2016. จาก <http://www.aripfan.com/shopee-thailand/>