

## ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริการออนไลน์ในประเทศไทยของบริษัทต่างๆ บนเว็บไซต์พันทิป

### PROBLEMS AND SOLUTIONS OF ONLINE SERVICES IN THAILAND OF THE OTHER COMPANY ON PANTIP WEBSITE

อดิศักดิ์ แซ่เหลียง<sup>1</sup>

ภิเชก ชัยนิรันดร์<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขการบริการออนไลน์ในประเทศไทยของบริษัทต่างๆบนเว็บไซต์พันทิป โดยทำการคัดเลือกจากกระทู้ ที่ถูกการร้องเรียนปัญหา และการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือการบริการ ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรและภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้า จำนวน 10 ตัวอย่าง จากผลการศึกษาพบว่า บริษัทในประเทศไทยส่วนมากยังไม่เห็นความสำคัญในการบริการทางออนไลน์เท่าที่ควร ควรเข้าไปชี้แจงถึงเหตุการณ์ต่างๆพร้อมข้อมูลไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบ เอกสาร รูปภาพ หรือแม้กระทั่งเป็นตัวบุคคล และคอยแจ้งสถานะในการแก้ปัญหาพร้อมพูดคุยเพื่อที่จะสร้างสังคมออนไลน์ ดังนั้นแนวทางการแก้ไขปัญหาทางออนไลน์ เพื่อป้องกันการเกิดความรุนแรงทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้ 1.) ความรวดเร็วของบริษัทที่เข้ามาให้บริการออนไลน์ 2.) แก้ไขปัญหาให้ตรงจุด โดยอาศัยข้อมูลในการแก้ปัญหา 3.) แจ้งสถานะในการแก้ปัญหาเป็นระยะ 4.) สร้างสังคมออนไลน์โดยการพูดคุยกับสมาชิกให้คำปรึกษา ให้ความรู้ 5.) เมื่อแก้ปัญหาเสร็จสิ้นให้รีบขอโทษกับเรื่องทั้งหมดที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การเพิ่มความน่าเชื่อถือต่อสินค้าการ

**คำสำคัญ:** ฟอรัม ออนไลน์ แบนด์สินค้า

#### Abstract

This study aims to study problems and solutions of online services in Thailand of the other company on pantip website selected by the content which mentions complaints and criticisms of products or services to impact on an organization and the brand image of 10 samples. Results showed that the most companies in Thailand do not realize the important of online services as much as they should. Clarification of events and information should be done, whether in the form of documents, photos or even in person and discussing obvious status report on the problems at the same time to a social construct. Therefore, a set of online problem solutions to prevent violence by the social networks as shown 1.) The speed of the company to enter the online service. 2.) Fix the problems on the spot based on given information. 3.) Notify status report of the solutions continuously. 4.) Establish social society by communicate to the members giving them counsel. 5.) When the solution is accomplished, an apology needs to be given for the purpose to guide the company to success in the online services and lead to an increased reliability on products or services to serve forum at all times.

**Keywords:** forum online brand

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
อาคารสุนทร-อารยา อรุณานนท์ชัย 123 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002  
โทรศัพท์ 0-4336-2019, 0-4336-2021-2 E-mail : mamba@kku.ac.th

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย

## บทนำ

ในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่มักมีการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ที่มีความหลากหลายได้มากขึ้นโดยเฉพาะ ฟอรัม (Forum)[1] ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทย และในขณะเดียวกันเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็มีอิทธิพลต่อสื่อหลักอย่างมากไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ที่นำเอาข่าวจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจนำไปทำเป็นข่าวในรูปแบบต่างๆ ซึ่งนั่นทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็น นักเรียน นักศึกษา พนักงานประจำหรือแม้กระทั่งนักธุรกิจ ที่นำมาทำการกระจายข่าวต่างๆหรือทำการสื่อสารระหว่างเจ้าของสินค้ากับผู้ใช้บริการ และระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ใช้บริการด้วยกัน สามารถพูดคุยเกี่ยวกับทัศนคติของสินค้า ความชอบ ความสนใจ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสินค้าหรือการบริการ

ในความสำเร็จของการสื่อสารรับฟีดแบ็ก (Feedback) และตอบปัญหาจากลูกค้าในกรณีต่างๆผ่านทางสื่อออนไลน์ ผู้ดำเนินธุรกิจได้สังเกตเห็นประโยชน์และความสำคัญของเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบของฟอรัม จึงได้นำมาเป็นเครื่องมือเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand image) และตอบคำถามเกี่ยวกับปัญหาของสินค้าหรือการใช้บริการ พูดคุยสร้างเครือข่ายและรับฟังเสียงวิพากษ์วิจารณ์ในรูปแบบการต่างๆ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ นอกจากนี้ยังทำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) เพื่อให้ลูกค้าผู้ใช้บริการคุ้นเคยในแบรนด์สินค้าและทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความใกล้ชิดกับแบรนด์สินค้าให้มากขึ้นและทำให้เกิดการจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้า[2] การได้รับฟีดแบ็กจากบรรดาสมาชิกที่โพสต์ประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการที่ตัวกิจการเพิกเฉย หรือทำเป็นทองไม่รู้ร้อน เพราะถ้าเป็นเช่นนั้น อาจเกิดกระแสในทางลบ[3]

ดังนั้นจากเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยอยากที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบจึงได้ทำการรวบรวมวิธีคิด วิธีการแก้ไขปัญหาจากการรับฟังเสียงจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อนำไปแนวทางใช้ในการตอบปัญหา แก้ไขปัญหา หรือการวางแผน ของผู้ประกอบการทั้งรายย่อยและรายใหญ่ ตลอดจนผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหาทางสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดองค์กร

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้จากการรับฟังปัญหาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกการร้องเรียนที่มีผลต่อการดำเนินกิจการของกลุ่มลูกค้าบนเว็บไซต์พันทิป

## ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ศึกษาการแก้ปัญหาของตราสินค้าและตอบปัญหาดราสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่ใช้เว็บไซต์พันทิป โดยกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาคั้งนี้ใช้กรณีศึกษาจากเว็บไซต์พันทิปจำนวน 10 กรณีที่ถูกร้องเรียนที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อทำเป็นแนวทางในการตอบปัญหาในครั้งต่อไปของผู้ประกอบการที่สนใจ

## วิธีดำเนินงาน

### 1. กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบไปด้วยกรณีศึกษาบนเว็บไซต์ [www.pantip.com](http://www.pantip.com) ที่มีการกล่าวถึง การร้องเรียนปัญหา และการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือการบริการ ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรและภาพลักษณ์

ของแบรนด์สินค้า จำนวน 10 ตัวอย่าง

การศึกษาการทำวิจัยในครั้งนี้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้วิธีการสุ่มแบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ( Purposive sampling ) [4]

## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยทำการแบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลในการทำงานวิจัยได้ [5] ดังนี้

- 1) หนังสือทางวิชาการ ทบความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) บทความวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ จากข้อมูลได้จากเว็บต่างๆ รวมไปถึงสื่อสังคมออนไลน์

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการเลือกกรณีศึกษาที่มีการร้องเรียน ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้าทั้งหมด 10 ตัวอย่าง ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางการแก้ปัญหา ที่ได้จากการรับฟังผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้การร้องเรียน ที่มีผลต่อการดำเนินกิจการของกลุ่มลูกค้าบนเว็บไซต์พันทิป

## ผลการวิจัย

ทั้ง 10 บริษัท มีการแก้ไขปัญหาอยู่ใน 3 ระดับคือ 1) การแก้ปัญหาที่ดี 2) แก้ปัญหาที่ไม่ดี 3) การแก้ปัญหาที่ส่งผลทางด้านดีหรือไม่ดีที่ไม่ชัดเจน ตามลำดับดังนี้ บริษัทที่มีการแก้ปัญหาที่ดีมีอยู่ 2 บริษัท บริษัทแก้ปัญหาที่ไม่ดีมีอยู่ 3 บริษัท และบริษัทการแก้ปัญหาที่ส่งผลทางด้านดีหรือไม่ดีที่ไม่ชัดเจนมีอยู่ 5 บริษัท จากกลุ่มตัวอย่างจากเว็บไซต์พันทิปจำนวน 10 บริษัท

จากผลการศึกษาพบว่า การเข้าให้บริการออนไลน์ผ่านเว็บไซต์พันทิปของบริษัทภายในประเทศไทย บริษัทส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความสำคัญของการเข้ามาให้บริการทางออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่าง 10 บริษัท มีอยู่ 2 บริษัท เท่านั้นที่มีการแก้ปัญหาที่ดีเนื่องจากความรวดเร็วและการเข้ามาแก้ปัญหาได้ตรงจุด ทำให้เป็นที่พอใจของผู้ร้องเรียน บริษัทที่เข้ามาแก้ปัญหาที่ไม่ดีมีอยู่ 3 บริษัท เนื่องการเข้ามาแก้ปัญหามีความล่าช้า และไม่มีเอกสารอ้างอิง หรือรูปถ่ายใดๆ หรือการให้ข้อมูลที่ไม่เป็นจริงในบางส่วน และการเข้ามาแก้ปัญหาที่ไม่ตรงจุดทำให้ผู้ร้องเรียนเรื่องผ่านช่องทางเว็บไซต์พันทิปและบรรดาผู้ที่สนใจ ติดตาม มองว่าเป็นการแก้ตัวของบริษัท และสุดท้ายบริษัทที่มีการแก้ปัญหาที่ส่งผลทางด้านดีหรือไม่ดีที่ไม่ชัดเจน มีอยู่ถึง 5 บริษัท ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่จากทั้งหมด 10 ตัวอย่าง จะเห็นได้ชัดว่าบริษัทส่วนใหญ่ยังไม่มีการรับมือกับข้อร้องเรียนออนไลน์ [6]

ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึงได้รวบรวมข้อดีและข้อเสียของการแก้ปัญหาของตัวอย่างของบริษัททั้ง 10 บริษัท เพื่อทำรูปแบบแนวทางการแก้ไขปัญหาออนไลน์ผ่านช่องทางเว็บไซต์พันทิป เพื่อเป็นแนวทางการการแก้ปัญหาของการเข้าให้บริการออนไลน์ของผู้บริหารหรือบริษัท ตลอดจนผู้ที่ต้องการแก้ปัญหาออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่การประสบความสำเร็จ ดังนี้ 1) ความรวดเร็วของบริษัทที่เข้ามาให้บริการออนไลน์ 2) แก้ไขปัญหาให้ตรงจุด โดยอาศัยข้อมูลในการแก้ปัญหา 3) แจ้งสถานะในการแก้ปัญหาเป็นระยะ 4) สร้างสังคมออนไลน์โดยการพูดคุยกับสมาชิกให้คำปรึกษา ให้ความรู้ 5) เมื่อแก้ปัญหาเสร็จสิ้นให้รับขอโทษกับเรื่องทั้งหมดที่เกิดขึ้น

## สรุป

บริษัทส่วนมากในประเทศไทยยังไม่เห็นความสำคัญในการบริการทางออนไลน์เท่าที่ควร เนื่องจากทุกวันนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญมากในการใช้ชีวิตประจำวัน หากเกิดประเด็นต่างๆที่ทำให้บุคคลทั่วไปสนใจก็จะกลายเป็นข่าวประจำวันในวินาทีถัดไป แต่ถ้าหากเกิดขึ้นกับสินค้าหรือการบริการของบริษัทควรเข้าให้บริการทางออนไลน์ทันทีที่พบเห็น แต่ถ้าหากบริษัทเกิดการนิ่งเฉยไม่สนใจต่อเสียงวิพากษ์วิจารณ์ออนไลน์ อาจทำให้เกิดผลกระทบกับบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาวหรืออาจนำไปถึงการปิดกิจการ[7] ดังนั้นบริษัทไม่ควรนิ่งเฉยต่อการวิจารณ์ และการกล่าวถึง ควรเข้าไปชี้แจงถึงเหตุการณ์ต่างๆพร้อมข้อมูลไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบ เอกสาร รูปภาพ หรือแม้กระทั่งเป็นตัวบุคคล และคอยแจ้งสถานะในการแก้ปัญหาพร้อมพูดคุยเพื่อที่จะสร้างสังคมออนไลน์ไปด้วย ดังนั้นผู้วิจัยได้หาแนวทางการแก้ไขปัญหาทางออนไลน์ไว้ เพื่อป้องกันการเกิดความรุนแรงทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้ 1.) ความรวดเร็วของบริษัทที่เข้ามาให้บริการออนไลน์ 2.) แก้ไขปัญหาให้ตรงจุด โดยอาศัยข้อมูลในการแก้ปัญหา 3.) แจ้งสถานะในการแก้ปัญหาเป็นระยะ 4.) สร้างสังคมออนไลน์โดยการพูดคุยกับสมาชิกให้คำปรึกษา ให้ความรู้ 5.) เมื่อแก้ปัญหาเสร็จสิ้นให้รับขอโทษกับเรื่องทั้งหมดที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางของบริษัทที่ต้องการประสบความสำเร็จในการเข้าให้บริการออนไลน์และนำไปสู่การมีเพิ่มความน่าเชื่อถือต่อสินค้าหรือการบริการของบริษัท ที่คอยให้บริการอยู่ตลอดและไม่เพิกเฉยต่อการพูดถึงในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นผลที่ดีต่อบริษัทที่จะสามารถสร้างกำไรในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

สำหรับการศึกษาคั้งต่อไปผู้ศึกษาได้นำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาคั้งต่อไปให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นดังนี้

- 1) ในการดำเนินการศึกษาคั้งต่อไปควรเลือกบริษัทที่เข้ามาให้บริการทางออนไลน์ให้มีความหลากหลายประเภท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาการเข้าให้บริการทางออนไลน์ของเว็บไซต์อื่นๆ เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มีอยู่หลายรูปแบบ เพื่อเป็นแนวทางการเข้าบริการออนไลน์อย่างทั่วถึง และเกิดประโยชน์ต่อบริษัทสูงสุด
- 3) ควรมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าอยู่ตลอดและกระแสความนิยมและความรู้สึกรักของกลุ่มผู้บริโภคอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อมทางสังคม

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริการออนไลน์ของประเทศไทย กรณีศึกษา: เว็บไซต์พันทิป สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภิเชก ชัยนรินทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านเพื่อการแนะนำ อธิบาย ชี้แนวทาง ไขข้อสงสัย เพิ่มความกระจ่าง แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆและให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาให้กับผู้ศึกษาด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีเสมอมา ทางผู้ศึกษาจึงใคร่ขอขอบของพระคุณในความกรุณาที่ได้รับ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ให้คำแนะนำ ขอขอบคุณพ่อ คุณแม่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อนๆที่ๆน้องๆ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่เป็นกำลังใจในการศึกษามาโดยตลอด ขอขอบคุณแหล่งข้อมูลจากสถาบันต่างๆ ผู้เชี่ยวชาญ

ท้ายสุดนี้ หากมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ทางผู้ศึกษาขออ้อมรับและขอภัย เป็นอย่างสูงในข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้นมา ณ โอกาสนี้และทางผู้ศึกษาหวังอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ นักการตลาด ตลอดจนผู้สนใจ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- [2] ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2555). กลยุทธ์การตลาด (Social Media). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- [3] ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2552). กลเม็ดเคล็ดลับการตลาดออนไลน์ (Marketing Click). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- [4] สีนระวา ความดิษฐ, กมลทิพย์ อาร์ทอร์ส, กิตยากร อิศรางกูร ณ อยุธยา, เฉลิมสิน สิงห์สนอง, นภาพรณั จันทร์ศัพท์, ทัดดาว แนบเนียน. (2556). ระเบียบวิธีการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- [5] สรชัย พิศาลบุตร. (2551). การวิจัยทางธุรกิจ (Business Research). กรุงเทพฯ: วิทญพัฒนา.
- [6] อภิศิลป์ ตรุงกานนท์ (2557). แบนรด์ โมนิเตอร์ลิ่ง. ค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://macroart.net/2014/06/online-complaint-management-pantip/>
- [7] ฟอลส์, เจสัน. (2555). เผยกลยุทธ์จัดหนัก รุกตลาดอาณาจักรออนไลน์ ไม่เพื่อฝัน ไม่ตามกระแส เห็นผลทันตา!. (นิพนธ์ ไลพุลย์พรพงศ์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ทรูโลฟ.