

การศึกษาเชิงเปรียบเทียบของรูปแบบสื่อบนเฟซบุ๊ก: กรณีศึกษาในผลิตภัณฑ์กล้องวงจรปิดติดรถยนต์

COMPARATIVE STUDY OF COMMUNICATION MEDIA ON FACEBOOK: CASE STUDY OF CAR DVR PRODUCTS

สุชาติ วิไลตระกูล 5636632 EGIT/M

วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : สุภาภรณ์ เกียรติสิน, Ph.D., โยชภัทรรัตต ธรรมบุญดี, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ได้นำเสนอวิธีการทำโฆษณาบนเฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง เพื่อหารูปแบบในการทำการตลาดที่ได้กำไรสูงสุด ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้ใช้การโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ ประเภทสินค้าที่ทำการโฆษณาคือกล้องวงจรปิดติดรถยนต์ที่ขายโดยบริษัทแห่งหนึ่ง โดยใช้คุณสมบัติ Facebook Insights และ ADS Manager ในการเก็บข้อมูลการโฆษณาเพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงรูปแบบการโฆษณาระหว่างเนื้อหาประเภทรูปภาพ และ วิดีโอ ซึ่งจากการทดลองแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการโฆษณาโดยใช้เนื้อหาประเภทรูปภาพมีประสิทธิภาพในการทำให้เกิดยอดขายเฉลี่ย และมีการกดไลค์เพจเฉลี่ยมากที่สุดเมื่อเทียบกับการเข้าถึงทั้งหมด จากงานวิจัยนี้เราสามารถนำรูปแบบการทำโฆษณาขายสินค้าประเภทกล้องวงจรปิดติดรถยนต์ด้วยเนื้อหาประเภทรูปภาพมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบการทำโฆษณาบนเฟซบุ๊ก เพื่อทำให้เกิดการโฆษณาบนเฟซบุ๊กที่ทำให้ได้กำไรสูงสุด งานวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดได้กับธุรกิจอื่นๆที่ใช้เฟซบุ๊ก เป็นสื่อในการโฆษณา ซึ่งสามารถนำรูปแบบการทำโฆษณาโปรโมทโพสต์ที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้ไปพัฒนา และปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบการโฆษณาสินค้าประเภทต่างๆต่อไปในอนาคต