

เกศรินทร์ รัตนพรพรทอง : การวิเคราะห์เนื้อหาสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. (CONTENT ANALYSIS OF MARKETING PUBLIC RELATIONS MESSAGE OF CONSUMER PRODUCTS ON FACEBOOK FANPAGE) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ. ดร. นววรรณ ตันติเวชกุล, 138 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของสินค้าอุปโภคบริโภค (2) เพื่อศึกษาปริมาณของประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดและแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กที่จำแนกตามประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้วิธีวิจัยแบบวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหลัก โดยแจกแจงเป็นค่าความถี่และร้อยละ ศึกษาเฉพาะเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคหมวด FMCG ของประเทศไทย จำนวน 3 ตราสินค้าแรกที่มีคนกดไลค์สูงสุด ได้แก่ ICHITAN, Pepsithai, และ Oishi Drink Station ทำการเก็บข้อมูลย้อนหลังเป็นระยะเวลา 90 วันต่อแต่ละตราสินค้า ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555 – 31 ธันวาคม พ.ศ. 2555 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัยพบว่า (1) มีการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดครบทั้ง 5 ประเภทบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป โฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เน้นการตลาดการส่งเสริมการขายออนไลน์ และการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์โดยพบสารประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์มากที่สุด (ร้อยละ 78.54) รองลงมา คือ สารประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์และสารประเภทการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เน้นการตลาด ตามลำดับ (2) มีการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก 3 แอปพลิเคชัน คือ ลิงก์ รูปภาพและการอัปเดตสถานะ โดยพบการใช้แอปพลิเคชันลิงก์และรูปภาพผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดทุกประเภท โดยเป็นการใช้ผ่านสารประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์มากที่สุด ในขณะที่แอปพลิเคชันการอัปเดตสถานะมีการใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์เพียงประเภทเดียว ด้านการทดสอบสมมติฐานไม่พบความเกี่ยวข้องระหว่างแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกับประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ ลายมือชื่อนิติ..... เกศรินทร์ รัตนพรพรทอง

ปีการศึกษา 2555 ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก..... นววรรณ ตันติเวชกุล

##5484656328: MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: CONTENT ANALYSIS / MARKETING PUBLIC RELATIONS / CONSUMER PRODUCT/
FACEBOOK FANPAGE

KESSARIN RATTANAPHANTHONG: CONTENT ANALYSIS OF MARKETING PUBLIC RELATIONS MESSAGE OF CONSUMER PRODUCTS ON FACEBOOK FANPAGE. ADVISOR: ASST. PROF. NAPAWAN TANTIVEJAKUL, Ph.D., 138 pp.

The objectives of this research were (1) to study types of marketing public relations message of consumer products on facebook fan pages. (2) to study quantity of types of marketing public relations message and facebook applications used through type of marketing public relations message on consumer product's facebook fan pages. This quantitative content analysis employed systematic random sampling method and results were analyzed based on frequency distribution and percentage. This research studied top three of FMCG consumer good's facebook fan pages: ICHITAN, Pepsithai, and Oishi Drink Station. The data were collected for 90 days from 1 October 2012 – 31 December 2012.

Results were as follows: (1) There were five types of marketing public relations message used on consumer products' facebook fan pages: basic information, online advertising, online marketing public relations, online sales promotion, and online relationship communication. Online sales promotion was the most prevalent type of marketing public relations message used by the three brands. (2) There were three facebook applications used by the three brands: Links, Photos, and Status Updates. Among these three facebook applications, links and photos were used for all type of marketing public relations message, mainly found as online sales promotion type. Status updates was used through only online relationship communication. The hypothesis testing found that facebook applications were not related to types of marketing public relations message of consumer products on facebook fan pages.

Field of Study: Communication Arts Student's Signature: *กษกร รัตนพันธ์ทอง*

Academic Year: 2012 Advisor's Signature: *Napawan Tantivejakul*