

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | ญ |
| สารบัญภาพ..... | ฐ |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| ปัญหานำวิจัย..... | 6 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 6 |
| ข้อสมมติฐานการวิจัย..... | 7 |
| ขอบเขตการวิจัย..... | 7 |
| นิยามศัพท์..... | 7 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย..... | 10 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 11 |
| แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม..... | 11 |
| แนวคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด..... | 23 |
| แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน..... | 49 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 62 |

| | |
|--|-----|
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... | 67 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 67 |
| วิธีการสุ่มตัวอย่าง..... | 67 |
| เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือ..... | 69 |
| กรอบแนวคิด..... | 70 |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 72 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 72 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 74 |
| การนำเสนอข้อมูล..... | 74 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา..... | 75 |
| ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา..... | 75 |
| ส่วนที่ 2 การทดสอบข้อสมมติฐาน..... | 97 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ..... | 123 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 123 |
| การทดสอบข้อสมมติฐาน..... | 126 |
| อภิปรายผลการวิจัย..... | 127 |
| ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป..... | 132 |
| รายการอ้างอิง..... | 133 |
| ภาคผนวก..... | 135 |

ณ

หน้า

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 138

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า | |
|----------|---|----|
| 2.1 | แสดงสรุปรวมแอปพลิเคชันของเฟซบุ๊ก..... | 21 |
| 2.2 | แสดงกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด..... | 32 |
| 2.3 | แสดงเครื่องมือและกิจกรรมในการทำการประชาสัมพันธ์การตลาดอื่น..... | 38 |
| 2.4 | แสดงความรับผิดชอบเชิงหน้าที่ของการตลาด การประชาสัมพันธ์การตลาดและ การประชาสัมพันธ์องค์กร..... | 39 |
| 2.5 | แสดงประเภทของสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดบนเฟซบุ๊ก..... | 48 |
| 2.6 | แสดงเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการอื่นๆ..... | 58 |
| 2.7 | แสดงระดับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของ Duncan..... | 60 |
| 3.1 | แสดงอันดับเฟซบุ๊กแฟนเพจของสินค้าอุปโภคบริโภคประเภท FMCG ที่มี คนกดไลค์สูงสุดจำนวน 3 อันดับแรกและตรงตามเกณฑ์ที่ใช้ในการศึกษา..... | 69 |
| 3.2 | แสดงกรอบแนวคิดสำหรับบันทึกประเภทและปริมาณของสารประชาสัมพันธ์เพื่อ สนับสนุนการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ..... | 70 |
| 3.3 | แสดงกรอบความคิดการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของสินค้า อุปโภคบริโภคผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กแฟนเพจ..... | 71 |
| 3.4 | แสดงตารางแสดงวันที่ในการเก็บข้อมูล..... | 72 |
| 4.1 | แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Ichitan..... | 76 |
| 4.2 | แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 77 |

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.3 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดที่ปรากฏบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 78 |
| 4.4 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของประเภทสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดที่ปรากฏบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Ichitan Pepsithai และ Oishi Drink Station..... | 79 |
| 4.5 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของแอปพลิเคชันของเฟชบุ๊กที่ปรากฏบนเฟชบุ๊ก แฟนเพจ Ichitan..... | 82 |
| 4.6 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของแอปพลิเคชันของเฟชบุ๊กที่ปรากฏบนเฟชบุ๊ก แฟนเพจ Pepsithai..... | 83 |
| 4.7 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของแอปพลิเคชันของเฟชบุ๊กที่ปรากฏบนเฟชบุ๊ก แฟนเพจ Oishi Drink Station..... | 84 |
| 4.8 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของแอปพลิเคชันของเฟชบุ๊กที่ปรากฏบนเฟชบุ๊ก แฟนเพจ Ichitan Pepsithai และ Oishi Drink Station..... | 85 |
| 4.9 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดผ่านแอปพลิเคชันเฟชบุ๊กบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Ichitan..... | 88 |
| 4.10 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดผ่านแอปพลิเคชันเฟชบุ๊กบนเฟชบุ๊กแฟนเพจPepsithai..... | 90 |
| 4.11 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดผ่านแอปพลิเคชันเฟชบุ๊กบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... | 92 |
| 4.12 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดผ่านแอปพลิเคชันเฟชบุ๊กบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Ichitan Pepsithai และ Oishi Drink Station..... | 94 |

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กบนเฟซบุ๊กแฟนเพจIchitan..... | 97 |
| 4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กบนเฟซบุ๊กแฟนเพจPepsithai..... | 98 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 1.1 แสดงสถิติจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก พ.ศ. 2555 จำแนกตามทวีป..... | 1 |
| 1.2 แสดงการพัฒนาของระบบเว็บ..... | 3 |
| 2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดและการประชาสัมพันธ์..... | 27 |
| 3.1 แสดงอันดับเฟซบุ๊กแฟนเพจของสินค้าอุปโภคบริโภคประเภท FMCG ที่มีจำนวนคนกดไลค์สูงสุดจำนวน 10 อันดับแรก..... | 68 |
| 4.1 แสดงเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์เกี่ยวกับการชิงรางวัลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Ichitan..... | 100 |
| 4.2 แสดงเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์ในรูปแบบการเล่นเกมส์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจIchitan..... | 101 |
| 4.3 แสดงเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจPepsithai..... | 102 |
| 4.4 แสดงเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 103 |
| 4.5 แสดงเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านกิจกรรมประเภทดนตรีบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 104 |
| 4.6 แสดงเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 104 |
| 4.7 แสดงเอกสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เน้นการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจPepsithai..... | 105 |

| ภาพที่ | หน้า |
|--------|---|
| 4.8 | แสดงสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการส่งเสริมการขาย ออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... 106 |
| 4.9 | แสดงสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ ออนไลน์ที่มีความเชื่อมโยงกับความเป็นญี่ปุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... 107 |
| 4.10 | แสดงแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กประเภทลิงก์และรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Ichitan..... 109 |
| 4.11 | แสดงแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กประเภทลิงก์ที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดประเภทข้อมูลทั่วไปบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Ichitan..... 110 |
| 4.12 | แสดงแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กประเภทรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อ สนับสนุนการตลาดประเภทการโฆษณาออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Ichitan..... 111 |
| 4.13 | แสดงแอปพลิเคชันลิงก์ที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... 112 |
| 4.14 | แสดงแอปพลิเคชันลิงก์ที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เน้นการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... 113 |
| 4.15 | แสดงแอปพลิเคชันลิงก์ที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... 114 |
| 4.16 | แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทข้อมูลทั่วไปบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... 115 |

| ภาพที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.17 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทโฆษณาออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 115 |
| 4.18 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เน้นการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจPepsithai..... | 116 |
| 4.19 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 116 |
| 4.20 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 117 |
| 4.21 แสดงแอปพลิเคชันการอัปเดตสถานะที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน การตลาดประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Pepsithai..... | 117 |
| 4.22 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทข้อมูลทั่วไปบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... | 118 |
| 4.23 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทโฆษณาออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... | 119 |
| 4.24 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เน้นการตลาดบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... | 119 |
| 4.25 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... | 120 |
| 4.26 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด ประเภทการมีปฏิสัมพันธ์ออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station..... | 120 |

ภาพที่

หน้า

4.27 แสดงแอปพลิเคชันรูปภาพที่ใช้ผ่านสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด
ประเภทการส่งเสริมการขายออนไลน์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Oishi Drink Station.....121