

โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการจัดงานแสดง
(MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGIES ON INTERNET FOR EVENT ORGANIZING)
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ยุบลวรรณ ปิติพัฒน์โมเชิด : 181 หน้า, ISBN 974-17-0595-6

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหา และ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของเว็บไซต์ที่มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงจำนวน 6 เว็บไซต์ ในด้านของผู้ส่งสาร หรือผู้จัดทำเว็บไซต์ และเพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของการประชาสัมพันธ์การตลาดบนอินเทอร์เน็ต ของผู้เข้าชมงานแสดง

ขั้นตอนการทำวิจัยจะแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ได้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้จัดทำเว็บไซต์ทั้ง 6 เว็บไซต์ ส่วนที่สองทำการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เข้าชมงานแสดง และผู้ที่ตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมงานแสดง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบ และเนื้อหาของเว็บไซต์ที่มีการประชาสัมพันธ์งานแสดงนั้น มีลักษณะเป็นการจัดหมวดหมู่เรื่องราวต่างๆ ในด้านบันเทิง ซึ่งมีวัตถุประสงค์การจัดทำเว็บไซต์สองประเภทคือ จัดทำเว็บไซต์เพื่อรองรับธุรกิจหลักที่ดำเนินอยู่ และจัดทำเว็บไซต์เป็นธุรกิจหลัก มีหมวดหมู่บันเทิงเป็นส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์งานแสดง โดยใช้การนำเสนอในรูปแบบ ข้อความ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว และให้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่เห็นหน้ากัน เช่นการสนทนาบนอินเทอร์เน็ต การตั้งกระทู้ เพื่อเป็นรูปแบบการสื่อสารแนวใหม่บนเวปดิวด์เว็บ
2. กลยุทธ์การทำธุรกรรมเกี่ยวกับงานแสดงครบวงจร บนเว็บไซต์เดียว ซึ่งเป็นกลยุทธ์ของ <http://www.thaiticketmaster.com> คือเว็บไซต์มีรายละเอียดงานแสดงครบถ้วน และสามารถซื้อบัตรเข้าชมงานแสดงได้ เป็นกลยุทธ์ที่มีผลให้กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าชมงานแสดงมากที่สุด ในเว็บไซต์อื่น ๆ ได้มีการใช้กลยุทธ์การปรับรูปแบบกิจกรรมของเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับงานแสดง และผู้เข้าชม กลยุทธ์การรวบรวมเนื้อหา ข้อมูลการแสดงไว้ในเว็บไซต์มากที่สุด และกลยุทธ์การสร้างคุณค่าให้กับศิลปิน ซึ่งแต่ละกลยุทธ์จะแตกต่างกันตามการวางแผนงานของผู้จัดทำเว็บไซต์
3. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งานแสดงบนอินเทอร์เน็ตยังอยู่ในระดับต่ำ ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างมากเท่าสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงมากที่สุด

##4385223028 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD : MARKETING PUBLIC RELATIONS / EVENT ORGANIZING

CHOAKCHAI EAIMRITTIKRAI : MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGIES ON
INTERNET FOR EVENT ORGANIZING

THESIS ADVISER: ASSO. PROF. UBOLWAN PITIPATTANACOSIT

The objectives of this research are to study the patterns, contents, and Marketing Public Relation strategies of the six web sites that had been promoted event organizing from the senders or web site administrator's standing point, as well as to study the perception of the audience on the Marketing Public Relations on Internet

The process of this research will be divided into two parts. The first part is to conduct "Qualitative Research" by analyzing patterns and contents of the web site, then apply the information or data resulted from the analysis to be the guideline for the in-depth interview of all the web site administrators of these 6 web sites. The second part is to conduct "Survey Research" by studying from a total of 200 samples of audiences and those who decided to purchase the show tickets. The tool used to gather the information are questionnaires, data analysis for frequency, percentage, mean, which processing via SPSS computer program.

The results are shown as follows:

1. Patterns and contents of the web site that show on entertainment website. There are two types of the purpose of patterns and contents of the web site which promoted the events. First, creating the web site to support core business that is on process. Second, creating the web site itself as the main business, which particularly emphasize on the entertainment section to promote the events, by presenting the pattern, message, picture, sound and effect, as well as picture animation. This includes the interpersonal communication; for example, Internet chat room, web board, which will be the pattern of the modernized communication on World Wide Web.
2. Strategy of transaction for every event on one single integrated web site, which is the strategy of <http://www.thaiticketmaster.com>, is the web site that has complete event details and facilitates on-line event ticket purchasing. This is the most effective strategy that attracts great attention from the samples. Then the others website create more strategies such as ; Strategy of activity pattern combination for each events, Strategy of event website information center and Strategy of artist value added.
3. Acknowledgement of Public Relation for events on Internet is still at the low level, and is still unable to reach the samples as much as television media, which is the most influential medium for advertising and public relation of the event.