

การศึกษาการสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ออนไลน์บน
Facebook

ทศพล สุทธิศรีสังข์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิฐานนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2556

**The Study of Marketing Communication in Alcoholic Beverage Products
on FaceBook**

Toshsapol Suttisrisung

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree Master of Communication Arts
Department of Management of Marketing Communication
Faculty of Communication , Dhurakij Pundit University
2013**

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่ายด้วยกัน ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ รศ.ดร.กฤติพิชญ์ ศาสตราวุฒิจิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์ และ ผศ.ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว ที่คอยให้ข้อเสนอแนะต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่องานวิทยานิพนธ์

ทั้งนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) องค์กรภายใต้ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) ที่สนับสนุนทุนการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ คุณชลาสัย พงษ์ศิริและพีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุระต่างๆให้กับผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชายและน้องสาว ที่เป็นกำลังใจสำคัญ อันมีค่าและมีความหมายมากสำหรับผู้วิจัย ความรักจากทุกท่านในครอบครัวทำให้ผู้วิจัยผ่านอุปสรรคและปัญหา ต่างๆ ทุกคนเป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในทุกๆเรื่องของผู้วิจัยตลอดมา

ทศพล สุทธิศิริสังข์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	2
1.2 ปัญหาคำวิจัย.....	11
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	11
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	12
1.5 นิยามศัพท์.....	12
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.1 แนวคิดการตลาด 3.0 (Marketing 3.0).....	18
2.2 บทความแนวคิด การประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Public Relations : e-PR).....	23
2.3 แนวคิดเครื่องมือการติดต่อสื่อสารการตลาด(Integrated Marketing Communication-IMC).....	27
2.4 แนวคิดชุมชนเสมือน(Virtual Community).....	32
3. ระเบียบการวิจัย.....	38
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	39
3.2 วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	42
4.1 ส่วนที่1 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสื่อสารทางการตลาด สินค้าประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน www.facebook.com.....	42
4.2 ส่วนที่2 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนออนไลน์ของสินค้า ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้ www.facebook.com.....	108
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	168
5.2 สรุปผลการวิจัย.....	168
5.3 อภิปรายผล.....	191
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	200
5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป.....	201
บรรณานุกรม.....	202
ภาคผนวก.....	205
ประวัติผู้เขียน.....	224

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การตลาด3.0 ในอนาคต.....	20
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	39
4.1 องค์ประกอบของFacebookpageสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ Johnnie Walker Thailand ในการสื่อสารทางการตลาด.....	44
4.2 องค์ประกอบของFacebookpageสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ100PIPERSthailand ในการสื่อสารทางการตลาด.....	57
4.3 องค์ประกอบของ Facebookpage สินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ เบียร์ช้าง ในการสื่อสารทางการตลาด.....	70
4.4 องค์ประกอบของ Facebookpage สินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ เบียร์ช้าง ในการสื่อสารทางการตลาด.....	78
4.5 องค์ประกอบของ Facebookpage สินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการเบียร์ Asahi ในการสื่อสารทางการตลาด.....	87
4.6 องค์ประกอบของ Facebookpage สินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ วอดก้า Smirnoff ในการสื่อสารทางการตลาด.....	98
4.7 องค์ประกอบของFacebookpageสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ Johnnie Walker Thailand ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนออนไลน์.....	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 องค์ประกอบของFacebookpageสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ 100PIPERSthailand ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนออนไลน์	122
4.9 องค์ประกอบของ Facebookpage สินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ เบียร์ช้าง ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนออนไลน์.....	132
4.10 องค์ประกอบของFacebookpageสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ Singha ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนออนไลน์.....	141
4.11 องค์ประกอบของFacebookpageสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ เบียร์ Asahi ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนออนไลน์.....	151
4.12 องค์ประกอบของFacebookpageสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บน Facebook.com. ของผู้ประกอบการ วอดก้า Smirnoffในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างชุมชนออนไลน์.....	159

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 โมเดล3I.....	2
1.2 แสดงถึงการเติบโตของผู้ใช้ Social Network ในประเทศไทย ปี 2551.....	6
1.3 แสดงถึงจำนวนผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทย.....	7
1.4 ตัวอย่าง Facebook AD ของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทเบียร์ซึ่งเป็นการ โฆษณา เว็บไซต์ Social Network ของ Hineken green space เพื่อเชิญชวนให้ เข้าร่วมกิจกรรม.....	10
1.5 ตัวอย่าง Facebook Page ของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทเบียร์ ของ Asahi ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม และร่วมพูดคุยเกี่ยวกับตัวสินค้า.....	10
4.1 Facebook page Johnnie Walker Thailand.....	43
4.2 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้การโฆษณาใน การ การสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	46
4.3 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพ กิจกรรมเพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	47
4.4 การใช้ Picture cover เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอ ภาพของตราสินค้าในแต่ละช่วงเวลา เพื่อการโฆษณาในการสร้างการ ติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	48
4.5 การใช้ Profile Picture เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอ ภาพของตราสินค้า เพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	49
4.6 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมีส่วนของการแสดงความคิดเห็น.	50
4.7 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับกิจกรรม.....	51

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.8 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับการผสมเครื่องดื่มเกี่ยวกับการบริโภค.....	51
4.9 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมี ส่วนของการแสดงความ คิดเห็น.....	52
4.10 การใช้ imfo เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยแสดงถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับผู้ประกอบการในเชิงธุรกิจ.....	53
4.11 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยแสดงถึงภาพกิจกรรมที่ ผ่านของผู้ประกอบการที่จัดขึ้น.....	54
4.12 Facebook page 100PIPERSthailand.....	56
4.13 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้การโฆษณาใน การการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	58
4.14 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพ กิจกรรมเพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	59
4.15 การใช้ Picture cover เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอ ภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล เพื่อการโฆษณาในการสร้างการ ติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact)	60
4.16 การใช้ Profile Picture เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอ ภาพของตราสินค้า เพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตรา สินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	61

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.17 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมีส่วนของการแสดงความคิดเห็นและแจกของรางวัล.....	62
4.18 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับกิจกรรมที่ผ่านมา	63
4.19 การใช้ Picture cover เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล เพื่อการส่งเสริมการขาย.....	64
4.20 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในการการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) กีฬาฟุตบอล.....	65
4.21 การใช้ info เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยแสดงถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการในเชิงธุรกิจ.....	66
4.22 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล.....	67
4.23 การใช้ Picture cover เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล เพื่อการการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation).....	68
4.24 Facebook page ช้างชวนชิม.....	69
4.25 การใช้ Profile Picture เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพของตราสินค้า เพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	71
4.26 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมีส่วนของการแสดงความคิดเห็น.....	72

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.27 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่รับสินค้าของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง.....	73
4.28 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับร้านอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่รับสินค้าของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง โดยเสนอส่วนลดถ้าเข้ามาใช้บริการร้านอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหาร.....	73
4.29 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมี ส่วนของการแสดงความคิดเห็น.....	75
4.30 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยแสดงถึงภาพรายการอาหารของ ร้านอาหารของผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่รับสินค้าของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง.....	76
4.31 Facebook page Singha Biz Course.....	77
4.32 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้การโฆษณาในการการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	79
4.33 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพกิจกรรมเพื่อการโฆษณาโครงการที่ทางผู้ประกอบการสินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จัดขึ้น ในการการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	80

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.34 การใช้ Picture cover เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพและโครงการที่ทางผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้จัดขึ้น เพื่อเป็นการการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	81
4.35 การใช้ Profile Picture เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพของตราสินค้า เพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	82
4.36 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมี ส่วนของการแสดงความคิดเห็น.....	83
4.37 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยแสดงถึงภาพกิจกรรมที่ ผ่านมาของผู้ประกอบการที่จัดขึ้น.....	84
4.38 การใช้ Profile Picture เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพของตราสินค้า เพื่อการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยนำเสนอชื่อโครงการที่ผู้ประกอบการจัดขึ้น.....	85
4.39 Facebook page Asahi Super Dry Musical Fireworks Hanabi To Otono Kyouen	86
4.40 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้การโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	89

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.42 การใช้ Profile Picture เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพของตราสินค้า เพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	90
4.43 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมีส่วนของการจัดกิจกรรม และแจกของรางวัล.....	91
4.44 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับกิจกรรมที่ผ่านมา	93
4.45 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในการการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	95
4.46 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม.....	96
4.47 Facebook page Smirnoff Experience Thailand	97
4.48 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้การโฆษณาในการการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	100
4.49 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพกิจกรรมเพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact).....	101
4.50 การใช้ Picture cover เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพของตราสินค้าให้เข้ากับเทศกาล ต่างๆเพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	102

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.51 การใช้ Profile Picture เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด โดยนำเสนอภาพของตราสินค้า เพื่อการโฆษณาในการสร้างการติดต่อสื่อสาร ด้านตราสินค้า (Brand contact) โดยตรง.....	102
4.52 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมีส่วนของการแสดงความคิดเห็น.....	103
4.53 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับกิจกรรม.....	104
4.54 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) ในเสนอภาพถ่ายที่แสดงข้อความเกี่ยวกับการผสมเครื่องดื่มเกี่ยวกับการบริโภค.....	105
4.55 การใช้ Wall เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในการพูดคุยพูดคุยกัน และมีส่วนของการแสดงความคิดเห็น.....	106
4.56 การใช้ Photos เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) โดยแสดงถึงภาพกิจกรรมที่ผ่านของผู้ประกอบการที่จัดขึ้น.....	107
4.57 Facebook page Johnnie Walker Thailand	109
4.58 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL(ส่วนของการแสดงความคิดเห็น)ของผู้ประกอบการสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า Johnnie Walker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	111
4.59 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL(ส่วนของการแสดงความคิดเห็น)ของผู้ประกอบการสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า Johnnie Walker ที่ผู้บริโภคสามารถแบ่งปันให้กับบุคคลอื่นในหน้า WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของผู้บริโภคเอง.....	112

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.60 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของผู้บริโภคนและสามารถแบ่งปันให้กับบุคคลอื่นในหน้า WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของผู้บริโภคเอง.....	112
4.61 ภาพแสดงตัวอย่าง Info (ข้อมูลต่างๆของผู้ประกอบการ) ของผู้ประกอบการสินค้าเครื่องสำอางค์แอลกอฮอล์ ตราสินค้า JohnnieWalker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	113
4.62 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า JohnnieWalker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool)	114
4.63 ภาพแสดงตัวอย่าง Picture cover ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า JohnnieWalker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool)	115
4.64 ภาพแสดงตัวอย่าง Profile Picture ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า JohnnieWalker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	116
4.65 ภาพแสดงตัวอย่าง People who like ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า JohnnieWalker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	116
4.66 ภาพแสดงตัวอย่าง Content update ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า JohnnieWalker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	117
4.67 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า JohnnieWalker ที่ใช้ในการสร้างในการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	118

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.68 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ตราสินค้า Johnnie Walker ที่ ผู้บริโภคมารดแบ่งปันให้กับบุคคลอื่นในหน้า WALL(ส่วนของการแสดง ความคิดเห็น)ของผู้บริโภคเอง.....	119
4.69 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น).....	119
4.70 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มน้ำ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า Johnnie Walker ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	120
4.71 Facebook page 100PIPERSthailand.....	121
4.72 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL(ส่วนของการแสดงความคิดเห็น)ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้าง ในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	123
4.73 ภาพแสดงตัวอย่าง Info (ข้อมูลต่างๆของผู้ประกอบการ) ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ตราสินค้า100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้าง ในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool)	124
4.74 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มน้ำ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	125
4.75 ภาพแสดงตัวอย่าง Picture cover ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มน้ำ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดแนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	126
4.76 ภาพแสดงตัวอย่าง Profile Picture ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มน้ำ แอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	126

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.77 ภาพแสดงตัวอย่าง People who like ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการ สร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	127
4.78 ภาพแสดงตัวอย่าง Content update ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการ สร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	128
4.79 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์ แบบ แนวคิด Webs (มีเชื่อมโยงกับผู้บริโภคด้วยกัน).....	129
4.80 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการ สร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	130
4.81 Facebook page ช้างชวนชิม.....	131
4.82 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า ตราสินค้า เบียร์ ช้าง ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด บางอย่างร่วมกัน (Pool).....	133
4.83 ภาพแสดงตัวอย่าง Info (ข้อมูลต่างๆของผู้ประกอบการ) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง ที่ใช้ การสร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด แนวคิด บางอย่างร่วมกัน (Pool).....	134

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.84 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า ตราสินค้า เบียร์ช้าง ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	135
4.85 ภาพแสดงตัวอย่าง Profile Picture ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า 100PIPERSthailand ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	136
4.86 ภาพแสดงตัวอย่าง People who like ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	136
4.87 ภาพแสดงตัวอย่าง Content update ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	137
4.88 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง ที่ใช้ในการ สร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	138
4.89 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ช้าง ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	139
4.90 Facebook page Singha Biz Course.....	140
4.91 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้าง ในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	142

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.92 ภาพแสดงตัวอย่าง Info (ข้อมูลต่างๆของผู้ประกอบการ) ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้างในการการ สร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	143
4.93 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	144
4.94 ภาพแสดงตัวอย่าง Picture cover ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน.....	145
4.95 ภาพแสดงตัวอย่าง Profile Picture ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	145
4.96 ภาพแสดงตัวอย่าง People who like ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	146
4.97 ภาพแสดงตัวอย่าง Content update ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	147
4.98 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้าง ในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	148
4.99 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า Singha ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	149
4.100 Facebook page Asahi Super Dry.....	150

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.101 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้าเบียร์Asahi ที่ใช้ในการ สร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool)	152
4.102 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ Asahi ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	153
4.103 ภาพแสดงตัวอย่าง Profile Picture ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ Asahi ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	154
4.104 ภาพแสดงตัวอย่าง People who like ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้าเบียร์ Asahi ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	154
4.105 ภาพแสดงตัวอย่าง Content update ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ Asahi ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	155
4.106 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ Asahi ที่ใช้ใน การสร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	156
4.107 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตราสินค้า เบียร์ Asahi ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้างชุมชน ออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	157
4.108 Facebook page Smirnoff Experience Thailand.....	158
4.109 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตราสินค้าวอดก้าSmirnoff ที่ใช้ ในการสร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบแนวคิดบางอย่างร่วมกัน....	160

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.110 ภาพแสดงตัวอย่าง Info (ข้อมูลต่างๆของผู้ประกอบการ) ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ในการสร้างใน การการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	161
4.111 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	162
4.112 ภาพแสดงตัวอย่าง Picture cover ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	163
4.113 ภาพแสดงตัวอย่าง Profile Picture ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	163
4.114 ภาพแสดงตัวอย่าง People who like ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	164
4.115 ภาพแสดงตัวอย่าง Content update ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิดบางอย่างร่วมกัน (Pool).....	165
4.116 ภาพแสดงตัวอย่าง WALL (ส่วนของการแสดงความคิดเห็น) ของ ผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ ในการสร้างในการการสร้างชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	166
4.117 ภาพแสดงตัวอย่าง การใช้ Photos ของผู้ประกอบการ สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ วอดก้า Smirnoff ที่ใช้ในการสร้างในการการสร้าง ชุมชนออนไลน์แบบ แนวคิด Webs.....	167