

ธนอนันต์ จันทร์ทิพย์. (2565). การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.ภุชพัฒน์ แก้วตาชนวัฒนา

ประธานกรรมการ

ปร.ค. (นิเทศศาสตร์นวัตกรรม)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ กังคะศรี

กรรมการ

ปร.ค. (การจัดการเทคโนโลยี)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะทางประชากรกับสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีที่เป็นกลุ่มประชากรจำนวน 46 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) และใช้สถิติ Chi-square หาความสัมพันธ์ลักษณะประชากรกับสื่อออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ทำการตลาดออนไลน์ผ่านเครื่องมือการสื่อสารการตลาดทั้ง 5 ด้านคือ ด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ และด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า มีการสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์มากที่สุด โดยลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีที่มีระดับรายได้ต่างกันจะมีการสื่อสารการตลาดออนไลน์แตกต่างกัน ทางด้านการโฆษณา และลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี มีความสัมพันธ์กับสื่อออนไลน์ ประเภทสื่อ Facebook มากที่สุด ได้แก่ ด้านอายุ ด้านรายได้ ด้านการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งจากผลงานวิจัยนี้ สถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็ก สามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินการปรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคแห่งการสื่อสารยุคใหม่ และยังเป็นการขยายฐานการเข้าถึง

ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ฟังของสถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนาสถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็กให้เติบโตขึ้นต่อไป

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาด, การตลาดออนไลน์, สถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็ก



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Tanaanun Chantip. (2022). **Online Marketing Communication of Small Radio Station Operators in Chanthaburi Province**. Thesis M.Com.Arts. (Master of Communication Arts). Chanthaburi: Rambhai Barni Rajabhat University.

Thesis Advisors

| | |
|---|----------|
| Dr. Puripat Keawtathanawattana Ph.D. (Innovative Communications) | Chairman |
| Assistant Professor Dr. Chamroen Kangkasri Ph.D. (Technology Management) | Member |

Abstract

This research aimed to study the online marketing communication of small radio station operators in Chanthaburi Province and the relationship between demographic variables and online media of small radio station operators in Chanthaburi Province. This research used quantitative research methodology by using a questionnaire to collect data from 46 small radio station operators in Chanthaburi Province. The statistics used in the data analysis were frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation, F-test, One-way ANOVA, Scheffe's method and Chi-square to find the relationship between demographic variables and online media.

The results of the research were found that small radio station operators in Chanthaburi Province market online through marketing communication tools in 5 areas; online advertising, online public relations, online promotion, online sales and online direct marketing at a high level. The most frequently used marketing communication tool was online public relations. Small radio station operators in Chanthaburi Province with different income levels employ different online marketing communication tools in advertising. The demographic characteristics most correlated with online media, specifically in Facebook age, income and education at the .05 level of significance. A small radio station operators can be understood as a guide to the process. Adjust marketing communication strategies to be able to cope with the changes in a new era of communication and also expanding their reach to targeted people to further increase their audience of small radio station operators and enable further growth.

Keywords: Marketing communication, Online marketing, Small Radio Station Operators