

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และรูปแบบการนำเสนอสารเพื่อการสื่อสารการตลาดในสื่อเฟสบุ๊คเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ที่ถูกโพสต์ในสื่อเฟสบุ๊คเพจตั้งแต่วันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2557 ตลอดจนการสัมภาษณ์เจ้าของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ สรุปผลวิจัยออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ

ตอนที่ 2 กลยุทธ์และรูปแบบการนำเสนอสารเพื่อการสื่อสารการตลาดในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ

ความเป็นมาของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เริ่มมาจากการที่คุณนาระ เอื้อทวิกุล และคุณกอบัว สงค์ประเสริฐ ซึ่งเป็นเพื่อนสมัยเรียนและทั้งคู่มีความชื่นชอบแมว จึงได้เกิดความคิดที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับแมว คุณนาระ เอื้อทวิกุล จึงได้เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นเพื่อสำรวจร้านคาเฟ่แมว และพบว่าส่วนใหญ่ร้านคาเฟ่แมวมักมีลักษณะค่อนข้างเล็ก มีบริการอาหารเครื่องดื่มและมีแมวให้เล่นภายในร้านเท่านั้น ดังนั้นคุณนาระ เอื้อทวิกุล จึงเกิดแรงบันดาลใจที่จะทำร้านคาเฟ่แมวเป็นของตนเอง ด้วยการร่วมหุ้นกับ คุณสาธนา สงค์ประเสริฐ และคุณกอบัว สงค์ประเสริฐ เพื่อที่จะตั้งร้านที่เป็นศูนย์กลางรวมทั้งคนเลี้ยงแมว บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการขายสินค้าอุปกรณ์เกี่ยวกับแมว บริการอาบน้ำและตัดขนแมว ตลอดจนบริการ โรงแรมแมวที่ให้บริการรับฝากแมวเข้าไว้ด้วยกัน ภายใต้ชื่อร้านว่า “Purr Cat Café Club” ที่มาของชื่อร้านมาจากคำว่า Purr ซึ่งเป็นเสียงสั้นในลำคอของแมวเมื่อแมว มีความสุข ร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ได้เปิดให้บริการ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยร้านตั้งอยู่ซอยสุขุมวิท 53 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ

ภายในร้านมีการจัดตกแต่งด้วยการใช้สีโทนที่อบอุ่น น้ำตาลเข้ม และมีเฟอร์นิเจอร์ระหว่างสไตล์ยุโรปและวินเทจ (Vintage) เข้าด้วยกัน เฟอร์นิเจอร์ภายในร้านเน้นให้มีความสอดคล้องกับลักษณะการใช้ชีวิตของแมวที่ชอบกระโดด ปีนป่าย เช่น บ้านแมวติดบริเวณผนัง และเสาด่าง ๆ เพื่อให้แมวสามารถเดินไปรอบ ๆ หรือที่บริเวณคู้หนึ่งสี่ก็จะมีช่องให้แมวสามารถมุดเข้า-ออก เป็นต้น พื้นที่ภายในร้านสามารถแบ่งออกเป็น 4 โซน ได้แก่

โซนที่ 1 ที่นั่งสำหรับรับประทานขนมและเครื่องดื่ม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย ๆ ส่วนแรกเป็นพื้นที่ภายในสุดของร้าน โดยที่บริเวณนี้ทางร้านจะปล่อยแมวออกมาให้ลูกค้าได้เล่นและถ่ายภาพ ส่วนที่สอง คือพื้นที่บริเวณก่อนที่จะไปในส่วนแรก เพื่อให้ลูกค้าสามารถนั่งรอคิวจนกว่าโต๊ะภายในส่วนแรกที่เป็นที่อยู่อาศัยของแมวจะว่าง ซึ่งทั้งสองส่วนนี้ลูกค้าสามารถสั่งอาหารและเครื่องดื่มมารับประทานได้

โซนที่ 2 คือ โซนที่อยู่อาศัยของแมวกันด้วยกระจก โดยรอบเพื่อให้ลูกค้าสามารถมองเห็นพฤติกรรมต่าง ๆ ของแมวได้ แต่ไม่สามารถสัมผัสได้ โซนนี้จะมีเครื่องเล่นต่าง ๆ สำหรับแมว

โซนที่ 3 คือ เคาน์เตอร์ชาลอนของแมว ซึ่งลูกค้าสามารถพาแมวของตนเองมาอาบน้ำตัดขน หรือพาแมวที่บ้านมาเล่นได้

โซนที่ 4 คือ บริเวณค่านอกร้าน โดยลูกค้าสามารถพาแมวของตนเองมาเที่ยวได้

กลุ่มเป้าหมายของร้าน มีด้วยกัน 2 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มคนทำงานหรือนักศึกษา และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พักอาศัยบริเวณใกล้เคียงกันที่มีความรักหรือสนใจเกี่ยวกับแมว กลุ่มเป้าหมายทั้งคู่จัดว่าค่อนข้างมีกำลังซื้อ เนื่องจากสินค้าและบริการต่าง ๆ ภายในร้านจะมีราคาค่อนข้างสูง ร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ มีช่องทางการสื่อสารการตลาดกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย 2 ช่องทาง คือ 1. อินสตาแกรม (Instagram) โดยคุณนาระ เอื้อทวิกุล รับผิดชอบในการโพสต์ข้อมูลข่าวสารและรูปภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแมวและร้าน 2. เฟสบุ๊คเพจของร้าน โดยทางร้านจะมีผู้ดูแลเพจด้วยกัน 3 ท่านคือ คุณนาระ เอื้อทวิกุล คุณสาธนา สงค์ประเสริฐ และคุณกอบัว สงค์ประเสริฐ ร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ได้เปิดเฟสบุ๊คเพจ เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ตามที่อยู่ www.facebook.com/PurrCatCafeClub ภายใต้แนวคิด “Purrfect For Your Furkids” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน ในปัจจุบันเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ นี้ มีจำนวนคนกดถูกใจสูงถึง 42,133 คน และมีจำนวนคนกำลังพูดถึงถึงถึง 6,293 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2557)



ภาพที่ 4-1 เฟสบุ๊คเพจร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ

จากการสำรวจผู้วิจัยพบว่า เฟสบุ๊คเพจของทางร้านเริ่มมีการโพสต์ข้อความเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารตั้งแต่เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา โดยผู้วิจัยได้ขอให้คุณสาธิตา สังกัดประเสริฐ ลองแบ่งระยะเวลาก่อนที่จะเฟสบุ๊คเพจของร้านได้รับความนิยม จนกระทั่งอยู่ในขั้นเป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ โดยคุณสาธิตาได้ทำการแบ่งช่วงเวลาต่าง ๆ ออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ

1. ช่วงที่ 1 เป็นช่วงก่อนเปิดร้าน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงเวลาที่ร้านยังไม่เปิดให้บริการกับลูกค้า แต่ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับร้านออกไปให้ลูกค้า/ สมาชิก ได้ทราบ
2. ช่วงที่ 2 เป็นช่วงหลังจากเปิดร้านระยะที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงมิถุนายน พ.ศ. 2556 ในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงขอดเข้าชม/ ไลค์ กำลังได้รับความนิยมในระดับหนึ่ง
3. ช่วงที่ 3 เป็นช่วงหลังจากเปิดร้านระยะที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงมกราคม พ.ศ. 2557 ในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงขอดเข้าชม/ ไลค์ อยู่ในช่วงได้รับความนิยมสูง

ตอนที่ 2 กลยุทธ์และรูปแบบการนำเสนอสารเพื่อการสื่อสารการตลาดในสื่อเฟสบุ๊คเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ

ร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ได้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟสบุ๊คเพจ ในการสื่อสารการตลาดกับลูกค้าเป็นหลักเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน ศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาในเฟสบุ๊คเพจของทางร้าน โดยแบ่งช่วงเวลากการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. ช่วงที่ 1 เป็นช่วงก่อนเปิดร้าน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2555
2. ช่วงที่ 2 เป็นช่วงหลังจากเปิดร้านระยะที่ 1 ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2556
3. ช่วงที่ 3 เป็นช่วงหลังจากเปิดร้านระยะที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึง มกราคม พ.ศ. 2557

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลยุทธ์และรูปแบบการนำเสนอสารในสื่อเฟสบุ๊คเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็นคือ กลยุทธ์สารในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านและรูปแบบการนำเสนอสารเพื่อการสื่อสารการตลาดในเฟสบุ๊คเพจของร้าน ประกอบด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ ประเภทของสารบนกระดานข้อความ และประเภทของรูปภาพ

ตารางที่ 4-1 จำนวนการโพสต์สารในแต่ละช่วงเวลาในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่
คลับ (N=804)

ช่วงเวลา	ผู้ดูแลเพจ		ลูกค้า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงที่ 1 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555						
ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555						
เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555	5	11.3	0	0.0	5	10.8
เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2555	3	6.8	0	0.0	3	6.5
เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2555	16	36.4	0	0.0	16	34.8
เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2555	8	18.2	0	0.0	8	17.4
เดือน กันยายน พ.ศ. 2555	1	2.3	0	0.0	1	2.2
เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2555	0	0.0	0	0.0	0	0.0
เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2555	11	25.0	2	100.0	13	28.3
รวม	44	100.0	2	100.0	46	100.0
ช่วงที่ 2 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึง						
เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556						
เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2555	24	12.3	2	1.0	26	6.7
เดือน มกราคม พ.ศ. 2556	18	9.3	33	17.3	51	13.2
เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556	24	12.4	23	12.0	47	12.2
เดือน มีนาคม พ.ศ. 2556	24	12.4	19	9.9	43	11.2
เดือน เมษายน พ.ศ. 2556	26	13.4	17	8.9	43	11.2
เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556	43	22.2	54	28.3	97	25.2
รวม	194	100.0	191	100.0	385	100.0
ช่วงที่ 3 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2556						
ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557						
เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2556	40	23.2	70	34.8	110	29.5
เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2556	24	14.0	34	16.9	58	15.5
เดือน กันยายน พ.ศ. 2556	14	8.1	31	15.4	45	12.1
เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2556	17	10.0	37	18.4	54	14.5

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ช่วงเวลา	ผู้ดูแลเพจ		ลูกค้า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2556	19	11.0	15	7.5	34	9.1
เดือน มกราคม พ.ศ. 2557	28	16.3	1	0.5	29	7.8
รวม	172	100.0	201	100.0	373	100.0
ผลรวมทั้งหมด	410	100.0	394	100.0	804	100.0

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนการโพสต์แต่ละช่วงเวลาในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ พบว่าตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 นั้น มีการโพสต์สารทั้งสิ้น 804 ครั้ง โดยเป็นโพสต์จากผู้ดูแลเพจจำนวน 410 ครั้ง ขณะที่ เป็นโพสต์จากลูกค้าจำนวน 394 ครั้ง เมื่อจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลาผลการวิจัยพบว่า

ในช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 มีจำนวนการโพสต์ทั้งหมด 46 ครั้ง โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 44 ครั้ง ลูกค้าโพสต์ทั้งสิ้น 2 ครั้งและเดือนที่ผู้ดูแลเพจโพสต์มากที่สุด คือ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555 มีจำนวนถึง 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.4 ในขณะที่ลูกค้ามีการโพสต์มากที่สุดในเดือนพฤศจิกายน มีจำนวน 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 100.0

ในช่วงที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 มีจำนวนการโพสต์ทั้งหมด 385 ครั้ง โดยผู้ดูแลเพจมีการโพสต์ทั้งสิ้น 194 ครั้ง ลูกค้าโพสต์ทั้งสิ้น 191 ครั้งและเดือนที่ผู้ดูแลเพจโพสต์มากที่สุด คือเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556 มีจำนวนถึง 43 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.2 ในขณะที่ลูกค้ามีการโพสต์มากที่สุดในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556 มีจำนวน 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.3

ในช่วงที่ 3 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 มีจำนวนการโพสต์ทั้งหมด 373 ครั้ง โดยผู้ดูแลเพจมีการโพสต์ทั้งสิ้น 172 ครั้ง ลูกค้าโพสต์ทั้งสิ้น 201 ครั้งและเดือนที่ผู้ดูแลเพจโพสต์มากที่สุด คือ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 มีจำนวนถึง 40 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.2 ในขณะที่ลูกค้ามีการโพสต์มากที่สุดในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 มีจำนวนการโพสต์ 70 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 4-2 จำนวนกลยุทธ์สารเพื่อการสื่อสารการตลาดที่ปรากฏในสื่อโซเชียลของร้านเพชร แคท คาเฟ่ คลับ (N=525)

ประเภทกลยุทธ์สาร	ช่วงที่ 1 (N=45)		ช่วงที่ 2 (N=241)		ช่วงที่ 3 (N=239)		รวม (N=525)	การกดถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความคิดเห็น		
	05/55-11/55	12/55-06/56	07/56-01/57	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. กลยุทธ์ทั่วไป (Generic strategy)	18	40.0	27	11.2	21	8.8	66	12.6	508.7	525.7	10.0	21.8	8.0	11.2
2. กลยุทธ์กล่าวอ้างก่อนคนอื่น (Pre-emptive strategy)	-	-	2	0.8	-	-	2	0.4	580.0	639.2	43.0	59.3	7.0	9.8
3. กลยุทธ์ให้การให้ข้อมูล (Informational strategy)	1	2.2	7	2.9	3	1.3	11	2.1	280.4	357.3	0.5	0.9	2.5	3.2
4. กลยุทธ์ความน่าเชื่อถือ (Credibility strategy)	16	35.6	160	66.4	152	63.6	328	62.5	1131.6	907.6	15.1	24.2	8.3	10.1
5. กลยุทธ์ทางอารมณ์ (Emotion strategy)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. กลยุทธ์การรวมกลุ่ม (Association strategy)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

	ช่วงที่ 1 (N=45)		ช่วงที่ 2 (N=241)		ช่วงที่ 3 (N=239)		รวม (N=525)		การกดถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความ ความคิดเห็น (Comment)		
	05/55-11/55	12/55-06/56	07/56-01/57	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ประเภทกลยุทธ์สาร	05/55-11/55	12/55-06/56	07/56-01/57												
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}												
	SD	SD	SD												
7. กลยุทธ์วิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle strategy)	-	-	2	0.8	2	0.4	1580.5	1331.4	7.5	7.7	6.5	9.1			
8. กลยุทธ์สิ่งจูงใจ (Incentive strategy)	-	2	6	2.5	8	1.5	658.6	426.4	14.7	20.1	7.7	6.6			
9. กลยุทธ์เตือนความจำ (Reminder strategy)	1	2.2	6	2.5	1	0.4	150.5	200.7	2.5	4.3	3.6	5.2			
10. กลยุทธ์การมีส่วนร่วม (Interactive strategy)	9	20.0	37	15.4	54	22.6	682.1	434.1	11.2	28.4	6.4	9.6			
รวม	45	100.0	241	100.0	239	100.0	525	100.0	-	-	-	-			

หมายเหตุ โพลล์ 1 ขึ้นในสื่อเฟสบุ๊ค สามารถถูกรงรหัสได้มากกว่า 1 กลยุทธ์

ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนของกลยุทธ์สารเพื่อการสื่อสารการตลาดในสื่อในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 มีจำนวนกลยุทธ์ที่ปรากฏในโพสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง โดยกลยุทธ์สารที่ถูกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กลยุทธ์ทางอารมณ์ มีจำนวน 328 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์การมีส่วนร่วม มีจำนวน 100 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.0 และอันดับสามกลยุทธ์การให้ข้อมูล มีจำนวน 66 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.6 เมื่อจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลาผลการวิจัยพบว่า

ในช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 กลยุทธ์สารเพื่อการสื่อสารการตลาดที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ มากที่สุด คือ กลยุทธ์การให้ข้อมูล จำนวน 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์ทางด้านอารมณ์ จำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.6 และกลยุทธ์การมีส่วนร่วม จำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 ในช่วงที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 กลยุทธ์สารเพื่อการสื่อสารการตลาดที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ มากที่สุด คือ กลยุทธ์ทางอารมณ์ จำนวน 160 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์การมีส่วนร่วม จำนวน 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 และกลยุทธ์การให้ข้อมูล จำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.2 และในช่วงที่ 3 เริ่มตั้งแต่เดือนเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 กลยุทธ์สารเพื่อการสื่อสารการตลาดที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ มากที่สุด คือ กลยุทธ์ทางอารมณ์ จำนวน 152 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์การมีส่วนร่วม จำนวน 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.6 และกลยุทธ์การให้ข้อมูล จำนวน 21 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.8

จะเห็นได้ว่าในช่วงที่ 1 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเปิดร้าน และยังไม่เปิดให้บริการกับลูกค้า ได้มีการใช้กลยุทธ์การให้ข้อมูลมากที่สุด เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นให้ลูกค้าทราบ แตกต่างกับช่วงที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็นช่วงที่ยอดเข้าชม/ไลค์ กำลังเติบโตขึ้น ได้มีการใช้กลยุทธ์ทางอารมณ์มากที่สุด เหมือนกันทั้งนี้ อาจเพื่อเป็นการสร้างอัตลักษณ์และความน่าสนใจในเนื้อหาทำให้มีผลต่อยอดเข้าชม/ไลค์ ที่เพิ่มขึ้น

ตัวอย่างกลยุทธ์สาร

กลยุทธ์กล่าวอ้างก่อนคนอื่น

ในจำนวนครั้งในการ โปสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์กล่าวอ้างก่อนคนอื่นในภาพรวม มีจำนวนทั้งหมด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และพบในช่วงที่ 2 เท่านั้น โดยมีจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 0.8 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 580.0 ค่า SD การกดถูกใจ 639.2 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 43.0 ค่า SD การแบ่งปัน 59.3 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 7.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 9.8



ประเภทกลยุทธ์: กลยุทธ์กล่าวอ้างก่อนคนอื่น

ข้อความ “วันนี้พาเจ้ามาร์กมาเป็นคาราหน้ากล้องลงปกหนังสือ Petple magazine ติดตามเซตแพชั่นน่ารัก ๆ กับน้องแมวเหมียวบ้าน Purr Cat Café Club ได้เดือนมีนา เล่มแรกค่า”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 14 มกราคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 738 แบ่งปัน(Share) 4 และแบ่งปัน(Share) 1

ภาพที่ 4-2 ตัวอย่างกลยุทธ์สารการกล่าวอ้างก่อนอ้างคนอื่น

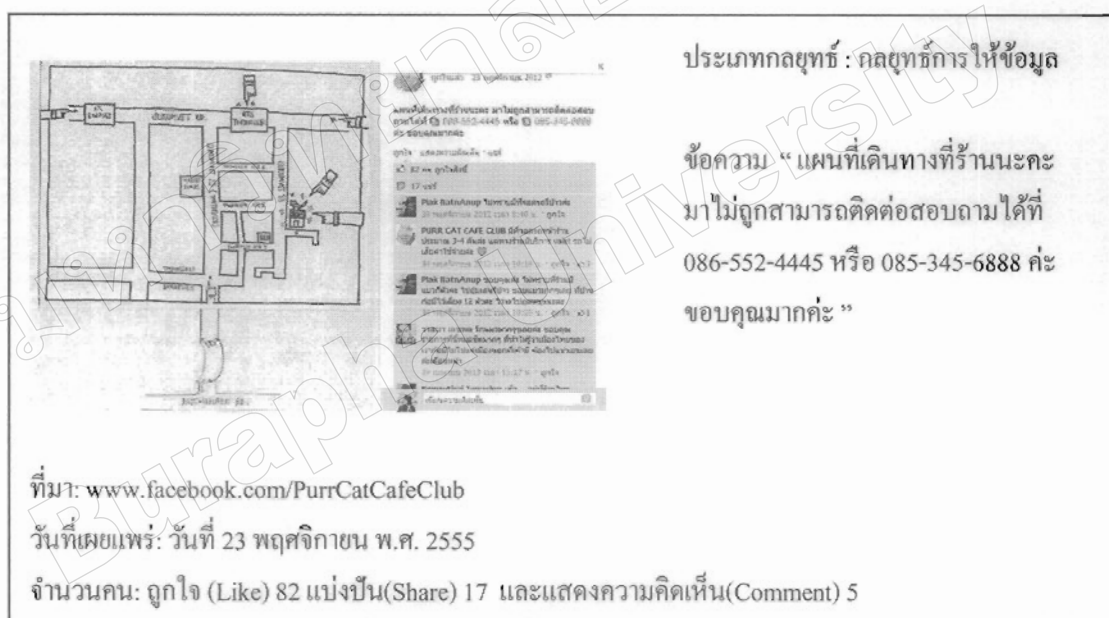
โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “วันนี้พาเจ้ามาร์กมาเป็นคาราหน้ากล้องลงปกหนังสือ Petple magazine ติดตามเซตแพชั่นน่ารัก ๆ กับน้องแมวเหมียวบ้าน เพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ได้เดือนมีนา เล่มแรกค่า” พร้อมทั้งนำเสนอถ่ายแบบระหว่างเจ้าของร้านและแมว โดยใช้สถานที่ถ่ายแบบที่ร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์กล่าวอ้างก่อนคนอื่น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติ หรือประโยชน์ของสินค้าอื่นที่กล่าวอ้างก่อนสินค้าของคู่แข่งในประเภทเดียวกัน โดยในโพสต์นี้ได้กล่าวอ้างว่ามีการถ่ายรูปแฟชั่นกับแมวในหนังสือ Petple magazine เป็นฉบับแรกในเดือน มีนาคม 2556 ซึ่งนิตยสารดังกล่าวเป็นนิตยสารสัตว์เลี้ยงแจกฟรี

รายเดือน โดยมีนางแบบเป็นเจ้าของร้าน คือ คุณนาระ เอื้อทวีกุล และแมวภายในร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ซึ่งยังไม่มีร้านคาเฟ่แมวคู่แข่งรายใดเคยทำมาก่อน จากการที่ไม่มีใครเคยทำมาก่อนและเป็นการวางแผนนิตยสารเล่มแรกของ Petple magazine ส่งผลให้ลูกค้า/สมาชิกเกิดการรับรู้และชื่นชอบ เห็นได้จากจำนวนคนกดถูกใจที่มีถึง 738 คน

กลยุทธ์การให้ข้อมูล

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์การให้ข้อมูลในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 66 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.6 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.2 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 21 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.8 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 508.7 ค่า SD การกดถูกใจ 525.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 10.0 ค่า SD การแบ่งปัน 21.8 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 8.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 11.2



ประเภทกลยุทธ์ : กลยุทธ์การให้ข้อมูล

ข้อความ “แผนที่เดินทางที่ร้านนะคะ มาไม่ถูกสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ 086-552-4445 หรือ 085-345-6888 ค่ะ ขอขอบคุณมากค่ะ”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: วันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 82 แบ่งปัน (Share) 17 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 5

ภาพที่ 4-3 ตัวอย่างกลยุทธ์การให้ข้อมูล

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า “แผนที่เดินทางที่ร้านนะคะ มาไม่ถูกสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ 086-552-4445 หรือ 085-345-6888 ค่ะขอขอบคุณมากค่ะ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแผนที่ร้านที่วาดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์


จะเห็นว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์การให้ข้อมูลที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตราสินค้าและกลยุทธ์นี้มักจะถูกใช้กับสินค้าใหม่ โดยในโพสต์นี้มีการให้ข้อมูล

เกี่ยวกับแผนที่ของร้าน เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบ เนื่องจากเป็นร้านที่เพิ่งเปิดใหม่ทำให้ลูกค้าบางคน อาจมีข้อสงสัยหรือเดินทางมาไม่ถูก พร้อมทั้งให้ข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ร้านเพื่อให้ลูกค้าสามารถ ติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้

กลยุทธ์ความน่าเชื่อถือ

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์ความน่าเชื่อถือในภาพรวมมี จำนวนทั้งหมด 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.1 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.2 พบ ในช่วงที่ 2 จำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.9 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.3 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 280.4 ค่า SD การกดถูกใจ 357.3 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 0.5 ค่า SD การแบ่งปัน 0.9 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 2.5 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 3.2

ประเภทกลยุทธ์: กลยุทธ์ความน่าเชื่อถือ



ข้อความ “ บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับร้านเล็ก ๆ น้อย ๆ มาฝากคะ ”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
 วันที่เผยแพร่: 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2555
 จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 18 และแสดงความคิดเห็น(Comment) 1

ภาพที่ 4-4 ตัวอย่างกลยุทธ์สารความน่าเชื่อถือ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า “บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับร้านเล็ก ๆ น้อย ๆ มาฝากคะ” พร้อมทั้งนำเสนอ ลิงค์บทสัมภาษณ์ Daily-Manager Online-คลัง “แมว” จนได้(ดี) “เพชร นาระ”

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วย เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยในโพสต์นี้นำเสนอเนื้อหาผ่านบทสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ประสบการณ์และการทำธุรกิจร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ของคุณ นาระ เอื้อทวีกุล

(ดารา นักแสดง) สัมภาษณ์โดยหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ASTV ผู้จัดการรายวัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้า ทำให้สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าผ่านผู้มีชื่อเสียงและแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้

กลยุทธ์ทางอารมณ์

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์ทางอารมณ์ในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 328 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.5 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.6 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 160 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.4 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 152 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.6 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1131.6 ค่า SD การกดถูกใจ 907.6 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 15.1 ค่า SD การแบ่งปัน 24.2 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 8.3 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 10.1



ประเภทกลยุทธ์: กลยุทธ์ทางอารมณ์

ข้อความ “เด็กคือโดนจับ”

ที่มา: www.facebook.com/PurrrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 2,146 แบ่งปัน(Share) 109 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 65

ภาพที่ 4-5 ตัวอย่างกลยุทธ์ทางอารมณ์

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 โดยมีข้อความว่า “เด็กคือ โดนจับ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่กำลังโดนตำรวจใส่กุญแจมือ

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางอารมณ์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์เน้นการกระตุ้นความรู้สึกต่าง ๆ เช่น อารมณ์ขัน อารมณ์รัก อารมณ์กลัว เป็นต้น โดยในโพสต์นี้มีการนำเสนอภาพแมวภายในร้าน ที่มีสีหน้านิ่งเฉยกำลังโดนตำรวจใส่กุญแจมือ ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ขัดแย้งกับความเป็นจริงของตำรวจที่ปกติจะจับคนร้าย แต่ในภาพเป็นการจับแมวแทน จึงอาจทำให้

เกิดอารมณ์ขัน ชื่นชอบและกระจายข้อมูลข่าวสาร ได้ เห็น ได้จากจำนวนสมาชิกกดแบ่งปันภาพที่มีถึง 109 แชร์

กลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิต

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิตในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และพบในช่วงที่ 3 เท่านั้น โดยมีจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.8 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1580.5 ค่า SD การกดถูกใจ 1331.4 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 7.5 ค่า SD การแบ่งปัน 7.7 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.5 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 9.1



ภาพที่ 4-6 ตัวอย่างกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิต

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า "Pray for the Philippines" พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้าน ซึ่งมีกระดาษข้อความเขียนว่า Pray for the Philippines ติดบริเวณอก

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์วิธีการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ใช้การเชื่อมโยงกับสถานการณ์ โดยในโพสต์นี้นำเสนอภาพแมวพร้อมทั้งข้อความให้อธิษฐานเพื่อประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งขณะที่ทำการ โพสต์ข้อความนั้นประเทศฟิลิปปินส์กำลังประสบปัญหาภัยพิบัติจากพายุไต้ฝุ่น เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ถือได้ว่าการเชื่อมโยงสถานการณ์ปัจจุบันที่กำลังเกิดขึ้น ทั้งนี้อาจทำคนอ่านรู้สึกดีกับตราสินค้า

กลยุทธ์สิ่งจูงใจ

ในจำนวนครั้งในการ โฟสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์สิ่งจูงใจในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.8 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 658.6 ค่า SD การกดถูกใจ 426.4 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 14.7 ค่า SD การแบ่งปัน 20.1 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 7.7 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 6.6

ประเภทกลยุทธ์: กลยุทธ์สิ่งจูงใจ

ข้อความว่า “สำหรับลูกค้าที่มาร้านในวันพรุ่งนี้นี้จะได้รับ โปสเตอร์คําเองลายเออวินเป่าเทียนฟรีค้ะ เนื่องจากหมอนี้ครบรอบ 3 ขวบค้ะ กั๋ว ะ”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 3 กันยายน พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 774 แบ่งปัน(Share) 12 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 10

ภาพที่ 4-7 ตัวอย่างกลยุทธ์สิ่งจูงใจ

โฟสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “สำหรับลูกค้าที่มาร้านในวันพรุ่งนี้นี้จะได้รับ โปสเตอร์คําเองลายเออวินเป่าเทียนฟรีค้ะ เนื่องจากหมอนี้ครบรอบ 3 ขวบค้ะ กั๋ว ะ” พร้อมทั้งนำเสนอ โปสเตอร์คําเองดังกล่าว

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์สิ่งจูงใจ ที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มลูกค้าให้เกิดความรู้สึกแบบทันทีทันใด มีการให้ของรางวัลสำหรับการตอบสนองนั้น โดยในโฟสต์นี้มีการนำเสนอภาพของรางวัล (โปสเตอร์คําเองลายเออวินเป่าเทียน) เพื่อจูงใจและกระตุ้นกลุ่มลูกค้าให้เกิดการมาใช้บริการร้านตามวันเกิดของแมวในร้าน (แมวเออวิน)

กลยุทธ์เตือนความจำ

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์เตือนความจำในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.2 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 150.5 ค่า SD การกดถูกใจ 200.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 2.5 ค่า SD การแบ่งปัน 4.3 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 3.6 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 5.2

PURR CAT CAFE CLUB
29 เมษายน 2013 บริเวณ Bangkok

We are Purr Cat Cafe Club, the place of everything is made for cats and cat lover. "The Cafe", with fine bakery and drinks to be served with kitty atmosphere. Our lovely kittenish Purr Cats are to accompany during your relaxing time.

"The Club" is the playground for cats, this playing area is friendly welcomed you to bring your own house cat. Exclusively for cat lover, we provide wellness service...
ดูเพิ่มเติม

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

👍 144 🗨️ 6 📄 2

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 29 เมษายน พ.ศ. 2556

จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 144 แบ่งปัน (Share) 2 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 6

ประเภทกลยุทธ์: กลยุทธ์เตือนความจำ

ข้อความ "We are Purr Cat Café Club, the place of everything is made for cats and lover." "The Café", with fine bakery and drinks to be served with kitty atmosphere. Our lovely kittenish Purr Cats are to accompany during your relaxing time....."

ภาพที่ 4-8 ตัวอย่างกลยุทธ์เตือนความจำ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า "We are Purr Cat Café Club, the place of everything is made for cats and lover. "The Café", with fine bakery and drinks to be served with kitty atmosphere. Our lovely kittenish Purr Cats are to accompany during your relaxing time....."

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์เตือนความจำ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยรักษาดราสีนคำให้อยู่อันดับหนึ่งในใจของกลุ่มลูกค้า โดยในโพสต์นี้มีการเตือนความทรงจำของกลุ่มลูกค้าผ่านทางข้อความที่บอกเล่าประวัติ แนวคิด และความเป็นมาของร้าน โดยเจ้าของร้านจะมีการโพสต์ข้อความดังกล่าวใหม่อีก เพื่อตอกย้ำความทรงจำของสมาชิกเก่าและบอกเล่าข้อมูลให้กับสมาชิกใหม่ได้ทราบ

กลยุทธ์การมีส่วนร่วม

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 525 ครั้ง พบกลยุทธ์การมีส่วนร่วมในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 100 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.0 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.6 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 682.1 ค่า SD การกดถูกใจ 434.1 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 11.2 ค่า SD การแบ่งปัน 28.4 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.4 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 9.6



ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like)-193 แบ่งปัน (Share) 13 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 44

ประเภทกลยุทธ์ : กลยุทธ์การมีส่วนร่วม

ข้อความ “ พ้ม หน้าเป็นพื้ทองจริง ๆ ด้วย แอร์-ที่ Purr Cat Café Club ”

ภาพที่ 4-9 ตัวอย่างกลยุทธ์การมีส่วนร่วม

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟซบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “ พ้ม หน้าเป็นพื้ทองจริง ๆ ด้วย แอร์-ที่ Purr Cat Café Club ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่บริเวณเก้าอี้

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์การมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างการติดต่อสื่อสารแบบสองทางระหว่างเจ้าของร้านกับกลุ่มลูกค้า โดยทางร้านจะทำการพิจารณารูปภาพของกลุ่มลูกค้าที่ทำการโพสต์ภาพแมวภายในร้าน และทำการแบ่งปันภาพให้กลุ่มลูกค้าคนอื่น ๆ ได้เห็นภาพดังกล่าว โดยมุ่งหวังให้พวกเขารู้สึกชอบและอาจสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของร้านและลูกค้าที่โพสต์ภาพดังกล่าวด้วย

ตารางที่ 4-3 รูปแบบการนำเสนอสาร ประเภทของสวามิภักดิ์ตามข้อความที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊คเพจ ของร้านเพชร แคมป์ คัลป์ (N=529)

ประเภททกษุทธ์สาร	ช่วงที่ 1 (N=56)		ช่วงที่ 2 (N=242)		ช่วงที่ 3 (N=231)		รวม (N=529)		การกดถูกใจ (Like)	การแบ่งปัน (Share)	การแสดงความ ความคิดเห็น	(Comment)		
	จำนวน โพสต์	ร้อยละ	จำนวน โพสต์	ร้อยละ	จำนวน โพสต์	ร้อยละ	จำนวน โพสต์	ร้อยละ						
ประเภทของสารเพื่อสร้างอัต ลักษณ์ของตราสินค้า(Brand Identity)														
1. แคมเปญโฆษณา ข้อมูล ผลิตภัณฑ์ ผู้ให้การสนับสนุน	1	1.8	1	0.4	3	1.3	5	0.9	700.8	1001.2	6.6	13.6	6.6	11.0
2. ประวัติความเป็นมา ข่าว ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท	4	7.1	6	2.5	2	0.9	12	2.3	270.0	405.5	6.4	13.6	6.6	12.1
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อเพียง นักกีฬา กิตติกรรมประกาศ	1	1.8	1	0.4	-	-	2	0.4	364.0	489.3	0.5	0.7	6.0	7.0
4. กิจกรรมทางการตลาด	-	-	1	0.4	-	-	1	0.2	1213.0	-	15.0	-	21.0	-

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

	ช่วงที่ 1 (N=56)	ช่วงที่ 2 (N=242)	ช่วงที่ 3 (N=231)	รวม (N=529)	การกดถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความ ความคิดเห็น					
					\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD				
ประเภทกลยุทธ์สาร	05/55-11/55	12/55-06/56	07/56-01/57							(Comment)				
5. ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงลงในเฟซบุ๊กหรือเว็บไซต์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
6. ภาพถ่าย	17	30.4	164	87.8	159	68.8	340	64.3	1123.2	903.2	14.7	23.3	8.2	9.4
7. คลิปวิดีโอ	3	5.4	13	5.4	3	1.3	19	3.6	200.8	207.8	8.0	13.0	5.0	6.7
8. สื่อประเภทโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และอื่นๆ ที่ให้ความบันเทิง	-	-	1	0.4	1	0.4	2	0.4	97.5	82.7	1.0	1.4	1.0	1.4
9. กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม การกุศล การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ชุมชน	1	1.8	1	0.4	6	2.6	8	1.5	491.5	265.6	134.3	201.9	33.3	71.9

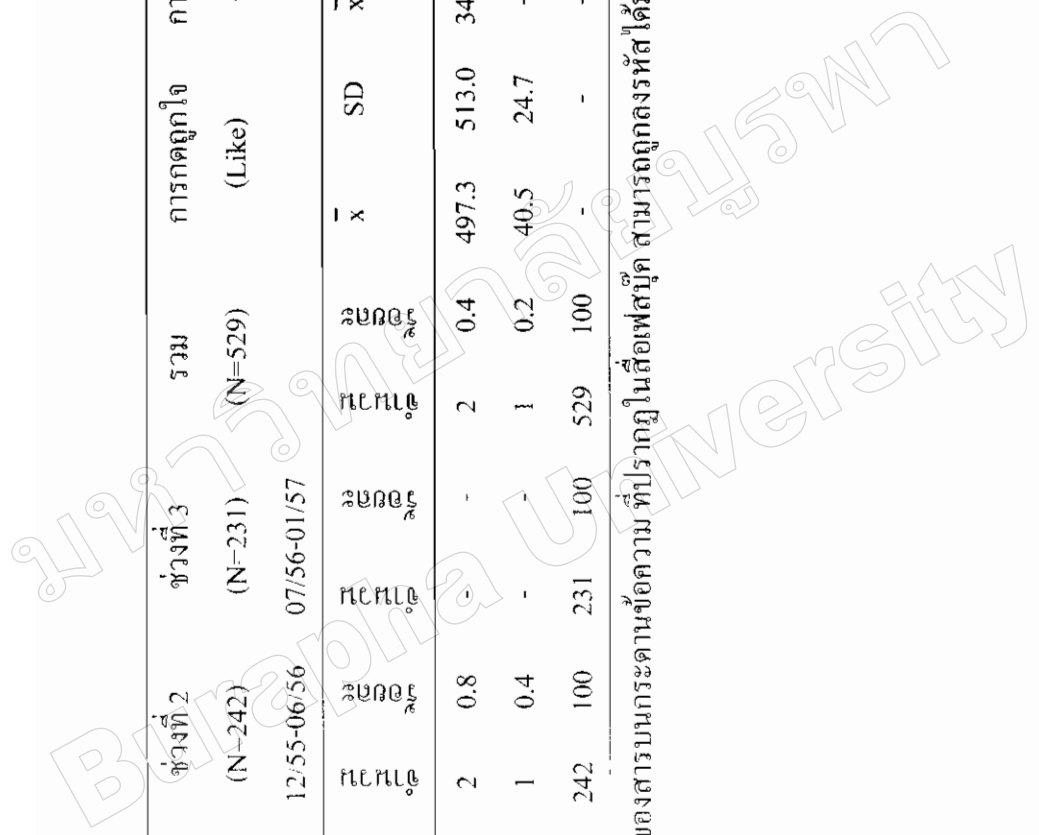
ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

	ช่วงที่ 1 (N=56)		ช่วงที่ 2 (N=242)		ช่วงที่ 3 (N=231)		รวม (N=529)		การกดถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความ ความคิดเห็น (Comment)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD
ประเภทกลยุทธ์สื่อสาร	05/55-11/55		12/55-06/56		07/56-01/57									
18. อีชีพ โลกาสทางธุรกิจ	9	16.1	2	0.8	4	1.7	15	2.8	97.5	82.7	1.0	1.4	1.0	1.4
19. ลิงค์	5	8.9	5	2.1	5	2.2	15	2.8	60.6	179.0	0.9	3.0	1.8	4.5
20. การส่งเสริมการขาย/ดูปอง/ ตัวอย่าง	-	-	-	-	6	2.6	6	1.1	405.5	511.9	15.1	23.8	4.0	3.6
21. ลิงค์วิดีโอ ยูทูบ ประเภทของสารอื่น ๆ	2	3.6	6	2.5	1	0.4	9	1.7	29.2	49.0	0.4	0.8	0.1	0.5
22. สไลด์แกน	1	1.8	-	-	-	-	1	0.2	7.0	-	-	-	1.0	-
23. เกร็ดความรู้	4	7.1	-	-	1	0.4	5	0.9	113.0	104.9	3.2	5.4	2.2	1.7
24. คำคม	1	1.8	-	-	-	-	1	0.2	45.0	-	3.0	-	-	-
25. เมอร์เนือหา หรือรูปภาพ	1	1.8	32	13.2	30	13.0	63	11.9	671.8	394.7	4.8	8.4	3.6	4.0

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

ประเภทกลยุทธ์สื่อสาร	ช่วงที่ 1 (N=56)		ช่วงที่ 2 (N=242)		ช่วงที่ 3 (N=231)		รวม (N=529)		การกดถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความคิดเห็น	
	05/55-11/55	12/55-06/56	07/56-01/57	จำนวนผู้ตอบ	จำนวนผู้ตอบ	จำนวนผู้ตอบ	จำนวนผู้ตอบ	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}
26. หนังสือ	-	2	0.8	2	0.8	-	2	0.4	497.3	513.0	34.0	44.9	7.0	7.0
27. ประกาศของหาย	-	1	0.4	1	0.4	-	1	0.2	40.5	24.7	-	-	2.0	-
รวม	56	100	242	100	231	100	529	100	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ: แต่ระบุประเภทของสารบนกระดานข้อความที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊ค สามารถถูกลบรหัสได้มากกว่า 1 ประเภท



ตารางที่ 4-3 แสดงรูปแบบการนำเสนอสาร ประเภทของสารบนกระดานข้อความ ที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊กเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 มีจำนวนประเภทของสารบนกระดานข้อความที่ปรากฏในโพสต์ 529 ครั้ง โดยประเภทของสารบนกระดานข้อความที่ถูกใช้มากที่สุด 3 อันดับได้แก่ ภาพถ่าย มีจำนวน 340 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาได้แก่ แชร์เนื้อหา หรือรูปภาพ มีจำนวน 63 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.9 และอันดับสามคือวิดีโอ มีจำนวน 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.6 เมื่อจำแนกเป็นประเภทของสารบนกระดานข้อความตาม 3 ช่วงเวลาผลการวิจัยพบว่า

1. ประเภทของสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand identity)

ประเภทของสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าที่ปรากฏในสื่อในสื่อเฟสบุ๊กเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ที่ถูกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาพถ่าย มีจำนวน 340 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาได้แก่ คลิปวิดีโอ มีจำนวน 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.6 และประวัติความเป็นมา ข่าว ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท มีจำนวน 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.3 เมื่อจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลาผลการวิจัยพบว่า

ในช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 56 ครั้ง และประเภทของสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ภาพถ่าย ถูกนำมาใช้มากที่สุด 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.4 ในช่วงที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 242 ครั้ง และประเภทของสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้า ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ภาพถ่าย ถูกนำมาใช้มากที่สุด 164 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 87.8 และในช่วงที่ 3 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 231 ครั้ง และประเภทของสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ภาพถ่าย ถูกนำมาใช้มากที่สุด 159 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 68.8

จะเห็นได้ว่าประเภทของสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าที่ถูกใช้มากที่สุดทั้ง 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ภาพถ่าย

2. ประเภทของสารเพื่อสร้างแสดงตัวตนในเฟสบุ๊ก (Facebook presence)

ไม่ปรากฏประเภทของสารเพื่อสร้างแสดงตัวตนในเฟสบุ๊กที่ปรากฏในสื่อในสื่อเฟสบุ๊กเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557

3. ประเภทของสารเพื่อสร้างบทสนทนาและความสัมพันธ์กับผู้บริโภค (Consumer relationship/ Conversation)

ประเภทของสารเพื่อสร้างบทสนทนาและความสัมพันธ์กับผู้บริโภค ที่ปรากฏในสื่อในสื่อเฟสบุ๊กเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม

พ.ศ. 2557 ที่ถูกใช้มากที่สุด ได้แก่ โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม มีจำนวน 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.4 และคำทักทายวันหยุดมีจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.7 เมื่อจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลาผลการวิจัยพบว่า

ในช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 56 ครั้ง และประเภทของสารเพื่อสร้างบทสนทนาและความสัมพันธ์กับ ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม มีจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.7 ในช่วงที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 242 ครั้ง และประเภทของสารเพื่อสร้างบทสนทนาและความสัมพันธ์กับผู้บริ โภคที่ถูกใช้มากที่สุด คือ โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม มีจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 และในช่วงที่ 3 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 231 ครั้ง และประเภทของสารเพื่อสร้างบทสนทนาและความสัมพันธ์กับผู้บริ โภคที่ถูกใช้มากที่สุด คือ โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม มีจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.6

จะเห็นได้ว่าทั้ง 3 ช่วง ได้มีการใช้ประเภทของสารบนกระดานข้อความประเภทโพสต์ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมมากที่สุดเหมือนกัน เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์และสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างเจ้าของสินค้ากับลูกค้า ทำให้เกิดความรู้สึกดีกับเพจและเกิดการกระจายข้อมูลข่าวสารผ่านการกดถูกใจ แบ่งปันและแสดงความคิดเห็น

4. ประเภทของสารการแบ่งปันข้อมูล (Sharing)

ประเภทของสารการแบ่งปันข้อมูล ที่ปรากฏในสื่อในสื่อเฟสบุ๊คเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ที่ถูกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อาชีพ โอกาสทางธุรกิจ รองลงมาได้แก่ ลิงค์ มีจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.8 เท่ากัน และลิงค์วิดีโอ ยูทูป มีจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.7 เมื่อจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลาผลการวิจัยพบว่า

ในช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 56 ครั้ง และประเภทของสารการแบ่งปันข้อมูลที่ถูกใช้มากที่สุด คือ การโพสต์เกี่ยวกับอาชีพ โอกาสทางธุรกิจ มีจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 ในช่วงที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 242 ครั้ง และประเภทของสารการแบ่งปันข้อมูลที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ลิงค์วิดีโอ ยูทูป มีจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.6 และในช่วงที่ 3 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 231 ครั้ง และประเภทของสารการแบ่งปันข้อมูลที่ถูกใช้มากที่สุด คือ การส่งเสริมการขาย คู่มือ ตัวอย่าง มีจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.6

จะเห็นได้ว่าในช่วงที่ 1 ได้มีการใช้ประเภทของสารบนกระดานข้อความ ด้วยการโพสต์เกี่ยวกับ อาชีพโอกาสทางธุรกิจ มากที่สุด เพื่อแบ่งปันโอกาสทางธุรกิจ และเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามา มีส่วนกับธุรกิจของทางร้าน ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเพจร้าน ช่วงที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงที่ยอดเข้าชม/ไลค์ กำลังเติบโตระยะที่ 1 นั้น ได้มีการใช้ประเภทของสารบนกระดานข้อความประเภทลิงค์ วิดีโอ ยูทูป เพื่อเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและสร้างความเพลิดเพลินให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกชอบและเข้ามาชมเนื้อหาในเพจร้านได้ และช่วงที่ 3 ซึ่งเป็นช่วงที่ยอดเข้าชม/ไลค์ อยู่ในช่วงเติบโตระยะที่ 2 ได้มีการใช้ประเภทของสารบนกระดานข้อความ ประเภทการส่งเสริมการขาย คุ้มครอง ตัวอย่าง เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายและดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการร้าน

5. ประเภทของสาร อื่น ๆ

ประเภทของสาร อื่น ๆ ที่เกิดจากการสังเกตโพสต์ในสื่อในสื่อเฟสบุ๊คเพจ ของร้านเพอร์แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ที่ถูกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แชร์เนื้อหาหรือรูปภาพ มีจำนวน 63 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.9 รองลงมาได้แก่ เกร็ดความรู้ มีจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9 และอันดับสาม คือ หนังสือ มีจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 เมื่อจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลาผลการวิจัยพบว่า

ในช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 56 ครั้ง และประเภทของสารอื่น ๆ ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ เกร็ดความรู้ มีจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.1 ในช่วงที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 242 ครั้ง และประเภทของสารอื่น ๆ ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ แชร์เนื้อหาหรือรูปภาพ มีจำนวน 32 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.2 และในช่วงที่ 3 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 โดยผู้ดูแลเพจโพสต์ทั้งสิ้น 231 ครั้ง และประเภทของสารอื่น ๆ ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ แชร์เนื้อหาหรือรูปภาพ มีจำนวน 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.0

จะเห็นได้ว่าในช่วงที่ 1 ได้มีการใช้ประเภทของสารบนกระดานข้อความ ประเภท เกร็ดความรู้ เพื่อแบ่งปันความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแมวให้กับลูกค้า อีกทั้งไม่เป็นการขัดแย้งโฆษณามากเกินไป จนอาจส่งผลให้เกิดผลเสียเกี่ยวกับร้านตามมาแตกต่างกับช่วงที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็นช่วงที่ยอดเข้าชม/ไลค์ กำลังเติบโตขึ้น ได้มีการใช้ประเภทของสารบนกระดานข้อความ ประเภทแชร์เนื้อหา หรือรูปภาพ มากที่สุดเหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นการแชร์ข้อมูลที่ที่น่าสนใจจากเว็บไซต์หรือการแชร์รูปภาพต่อจากลูกค้าที่เข้ามาโพสต์ ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดีกับเพจและส่งผลให้เกิดการโพสต์ภาพเพิ่มมากขึ้น จนลูกค้ากลายเป็นผู้ผลิตสารบนกระดานข้อความข่าวสาร

ตัวอย่างประเภทสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้า
 แคมเปญโฆษณา ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้ให้การสนับสนุน
 ในจำนวนครั้งในการ โฟสต์ทั้งหมด 529 ครั้งพบการ โฟสต์ประเภทแคมเปญโฆษณา
 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้ให้การสนับสนุนในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 0.9 และพบ
 ในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.8 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 0.4 และ
 พบในช่วงที่ 3 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.3 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 700.8 ค่า SD การกดถูกใจ
 1001.2 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 6.6 ค่า SD การแบ่งปัน 13.6 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.6 ค่า SD
 การแสดงความคิดเห็น 11.0



ประเภทสาร: แคมเปญโฆษณา
 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้ให้การ
 สนับสนุน
 ข้อความ “เร็ว ๆ นี้รายการแฟน
 พันธุ์แท้ จะเป็นตอนแฟนพันธุ์
 แท้แมว ทางร้าน Purr Cat Cafe
 Club ของเราเป็นผู้สนับสนุน
 ของรางวัล ...”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
 วันที่เผยแพร่: 25 มกราคม พ.ศ. 2557
 จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 2,352 แบ่งปัน (Share) 31 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 24

ภาพที่ 4-10 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ แคมเปญโฆษณา ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้ให้
 การสนับสนุน

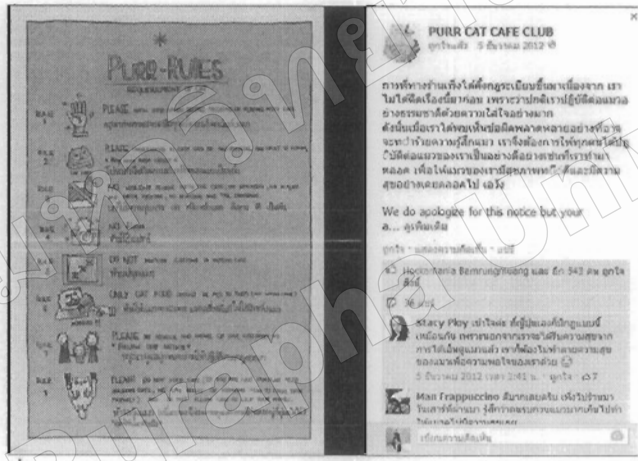
โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 25 มกราคม
 พ.ศ. 2557 โดยมีข้อความว่า “เร็ว ๆ นี้รายการแฟนพันธุ์แท้ จะเป็นตอนแฟนพันธุ์แท้แมว ทางร้าน
 เพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ของเราเป็นผู้สนับสนุนของรางวัลสำหรับของรางวัลสำหรับผู้ชนะด้วยคำ
 ติดตามกันด้วยนะคะว่าจะเป็นอะไร” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่กำลังให้นมลูก

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารผู้ให้การสนับสนุน ซึ่งเป็นประเภท
 สารที่ร้านได้เป็นผู้สนับสนุนของรางวัลให้กับรายการแฟนพันธุ์แท้ “ตอนแฟนพันธุ์แท้คนรักแมว”
 เพื่อทำการแข่งขันค้นหาสุดยอดแฟนพันธุ์แท้ ที่มีความรู้เกี่ยวกับแมว โดยเฉพาะ ออกอากาศทางช่อง

5 โดยในโพสต์นี้นำเสนอข้อความเชิญชวนกลุ่มลูกค้า ให้รับชมรายการแฟนพันธุ์แท้ ซึ่งมีข้อความบอกว่าทางร้านเป็นผู้ให้การสนับสนุนรายการดังกล่าว ทำให้ช่วยสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือให้กับร้านได้เพราะรายการดังกล่าวเป็นที่รู้จักในวงกว้างและได้รับความนิยม

ประวัติความเป็นมา ข้าว ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โพสต์ประเภทประวัติความเป็นมา ข้าว ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัทในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 12 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 2.3 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.1 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 6 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 2.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 270.0 ค่า SD การกดถูกใจ 405.5 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 6.4 ค่า SD การแบ่งปัน 13.6 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.6 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 12.1



ประเภทสาร: ประวัติความเป็นมา ข้าว ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท

ข้อความ “การที่ทางร้านเพิ่งได้ตั้งกฎระเบียบขึ้นมาเนื่องจาก เราไม่ได้คิดเรื่องนี้นักก่อน เพราะเราปฏิบัติต่อแมวอย่างธรรมชาติด้วยความใส่ใจอย่างมาก ...”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 5 ธันวาคม พ.ศ. 2555
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 544 แบ่งปัน (Share) 36 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 2

ภาพที่ 4-11 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ ประวัติความเป็นมา ข้าว ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า “การที่ทางร้านเพิ่งได้ตั้งกฎระเบียบขึ้นมาเนื่องจาก เราไม่ได้คิดเรื่องนี้นักก่อน เพราะเราปฏิบัติต่อแมวอย่างธรรมชาติด้วยความใส่ใจอย่างมาก ดังนั้นเมื่อเราได้พบเห็นข้อผิดพลาดหลายอย่างที่อาจทำร้านความรู้สึกแมว เราจึงต้องการให้ทุกคนได้ปฏิบัติต่อแมวของ

เราเป็นอย่างไรเช่นที่เราทำมาตลอด เพื่อให้แมวของเรามีสุขภาพที่ดีและมีความสุขอย่างเคยตลอดไป” พร้อมทั้งนำเสนอภาพกฎกติกาข้อห้ามของร้าน

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของสารบนกระดานข้อความ ในเรื่องข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท ซึ่งเป็นสารที่นำเสนอภาพข้อมูลเรื่องกฎกติกาที่ควรปฏิบัติกับแมวภายในร้าน พร้อมทั้งข้อความอธิบายถึงการที่ทางร้าน ได้ตั้งกฎกติกาให้ลูกค้าปฏิบัติ เนื่องจากลูกค้าบางรายอาจทำร้ายแมวโดยที่ไม่รู้ตัว จึงมีการตั้งข้อกำหนดดังกล่าวขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจร่วมกันเมื่อลูกค้ามาใช้บริการร้าน

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีชื่อเสียง นักกีฬา กิตติกรรมประกาศ

ในจำนวนครั้งในการ โฟสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โฟสต์ประเภทข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีชื่อเสียง นักกีฬา กิตติกรรมประกาศในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.8 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 364.0 ค่า SD การกดถูกใจ 489.3 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 0.5 ค่า SD การแบ่งปัน 0.7 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 7.0



ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 710 แบ่งปัน (Share) 1 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 11

ประเภทสาร: ข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีชื่อเสียง นักกีฬา กิตติกรรมประกาศ

ข้อความ “พี่พลอยกับพี่พีฟ มาเยี่ยมร้านค่ะ”


ภาพที่ 4-12 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีชื่อเสียง นักกีฬา กิตติกรรมประกาศ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “พี่พลอยกับพี่อีฟ มาเยี่ยมร้านค่ะ ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพผู้มีชื่อเสียงที่มาเยี่ยมชมร้าน

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของสารข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีชื่อเสียงโดยนำเสนอภาพถ่าย คุณพลอย เหมมาลัย นุญยศศักดิ์ และคุณอีฟ พุทธิศา ศิระฉายา (ดารานักแสดง) พร้อมทั้งข้อความบอกเล่าว่า “ พี่พลอยกับพี่อีฟ มาเยี่ยมร้านค่ะ ” ส่งผลให้ร้านมีความน่าสนใจ เพราะมีดารามาใช้บริการ อีกทั้งอาจจะทำให้เป็นผู้มีอิทธิพลที่จะทำให้ลูกค้าอยากเลียนแบบมาลองใช้บริการที่ร้านบ้าง

กิจกรรมทางการตลาด

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทกิจกรรมทางการตลาดในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.2 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1213.0 ค่า SD การกดถูกใจ - ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 15.0 ค่า SD การแบ่งปัน - และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 21.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น -



ประเภทสาร: กิจกรรมทางการตลาด

ข้อความ “เดือนหน้า!!! เตรียมพบกับกิจกรรมสัมมนา พุดคุย ร่วมแบ่งปันความรู้ นู้นนั่นนั่น โน่น ร่วมกับคุณเพชร นาระ เอื้อ ทวีกุล และคุณก่อบัว สงค์ประเสริฐ 2 หุ่นส่วนร้าน Purr Cat Café Club และคุณสัตวแพทย์รับเชิญ ในการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและการดูแลแมวเบื้องต้นเร็ว ๆ นี้ ...”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub

วันที่เผยแพร่: 13 มิถุนายน พ.ศ. 2556

จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 1,213 แบ่งปัน (Share) 21 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 15

ภาพที่ 4-13 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ กิจกรรมทางการตลาด

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “เดือนหน้า!!! เตรียมพบกับสัมมนา พุดคุย ร่วมแบ่งปันความรู้ นู้นนี่นั่น โน่น ร่วมกับคุณเพชร นาระ เอื้อทวิกุล และคุณก่อบัว สงค์ประเสริฐ 2 หุ้นส่วนร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ และคุณสัตวแพทย์รับเชิญ ในการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและการดูแลแมวเบื้องต้นเร็ว ๆ นี้ ทางเพจจะแจ้งกฎกติกาในการรับผู้เข้าร่วมสัมมนา จำนวน 20 ท่าน ทาง www.facebook.com/PurrCatCafeClub ค่า ” นำเสนอภาพภาพถ่ายคนนั่งอยู่ที่โต๊ะรับแขก พร้อมทั้งสวมหัวแมว

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้น สอดคล้องกับประเภทของสารบนกระดานข้อความกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งเป็นประเภทสารที่ใช้ในการสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดที่ตราสินค้าได้จัดทำขึ้น โดยในโพสต์นี้มีการใช้ภาพถ่ายเจ้าของร้านสวมหัวแมวนั่งอยู่ที่โต๊ะรับแขก พร้อมทั้งข้อความเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรมสัมมนา กับคุณ นาระ เอื้อทวิกุล คุณก่อบัว สงค์ประเสริฐ และสัตวแพทย์รับเชิญ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและการดูแลแมว ส่งผลให้เกิดการตอบสนองและการกระจายข้อมูลข่าวสาร ไปอย่างรวดเร็ว เห็นได้จาก การกดถูกใจ การแบ่งปัน และแสดงความคิดเห็นที่มีจำนวนมาก

ภาพถ่าย

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โพสต์ประเภทภาพถ่ายในภาพรวม มีจำนวนทั้งหมด 340 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.3 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.4 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 164 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 87.8 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 159 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 68.8 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1123.2 ค่า SD การกดถูกใจ 903.2 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 14.7 ค่า SD การแบ่งปัน 23.3 และมีค่า \bar{y} การแสดงความคิดเห็น 8.2 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 9.4



ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 26 มกราคม พ.ศ. 2557
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 1,992 แบ่งปัน (Share) 24 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 27

ประเภทสาร: ภาพถ่าย

ข้อความว่า “กรุงเทพเมืองแฟชั่น #madehandmade (คนนั้นที่ไม่ใช่กลอปี้ โม ฟัม เออวิน คือเออวินน้อย ค่ะ เป็นลูกคนโตของฟัมกับเออวิน)”

ภาพที่ 4-14 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ ภาพถ่าย

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2557 โดยมีข้อความว่า “กรุงเทพเมืองแฟชั่น #madehandmade (คนนั้นที่ไม่ใช่กลอปี้ โม ฟัม เออวิน คือเออวินน้อยค่ะ เป็นลูกคนโตของฟัมกับเออวิน)” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่แต่งตัวในชุดแบบต่างๆ

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร ภาพถ่าย โดยโพสต์นี้มีการนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่มีการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าสีสันสดใส พร้อมทั้งข้อความว่า “กรุงเทพเมืองแฟชั่น...” จากภาพแมวที่แต่งตัวด้วยเสื้อผ้าในแบบต่างๆ ประกอบกับข้อความในเชิงขำขัน ส่งผลให้ลูกค้าที่ชอบแมวเกิดความรู้สึกชอบภาพ และรู้สึกดีกับร้านไปด้วย อีกทั้งการโพสต์ภาพแมวภายในร้านสามารถที่จะตอกย้ำและสร้าง อัตลักษณ์เกี่ยวกับร้านคาเฟ่แมวให้เด่นชัดขึ้น

คลิปวิดีโอ

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โพสต์ประเภทคลิปวิดีโอในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 19 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 3.6 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.3 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 200.8 ค่า SD การกดถูกใจ 207.8 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 8.0 ค่า SD การแบ่งปัน 13.0 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 5.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 6.7



ประเภทสาร: คลิปวิดีโอ

ชื่อความ “ซื้อควรระมัดระวังตัว”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 24 มิถุนายน พ.ศ. 2557
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 638 แบ่งปัน(Share) 35 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 11

ภาพที่ 4-15 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ คลิปวิดีโอ


โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “ซื้อควรระมัดระวังตัว” พร้อมทั้งนำเสนอคลิปวิดีโอ กฎกติกา ข้อห้ามในการใช้บริการ ภายในร้าน

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร วิดีโอ ซึ่งเป็นประเภทสารที่ให้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน โดยโพสต์นี้นำเสนอวิดีโอกฎกติกาข้อปฏิบัติที่สามารถทำได้และทำไม่ได้ เมื่อมาใช้บริการร้าน ซึ่งในวิดีโอดังกล่าวจะมีคุณนาระ เอื้อทวิกุล (เจ้าของร้าน) เป็นคนดำเนินเนื้อหา เช่น ห้ามอ้วมแมว แต่สัมผัสแมวได้ หรือ ห้ามรบกวนแมวเวลาหลับ เป็นต้น การใช้วิดีโอในการนำเสนอเนื้อหา บวกกับ คุณนาระ เอื้อทวิกุล ที่เป็นเจ้าของร้านและเป็นดารานักแสดงนั้น สามารถที่จะสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาชมวิดีโอได้ ก่อให้เกิดความเข้าใจและปฏิบัติตามกฎกติกาของร้าน

สื่อประเภทโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ที่ให้ความบันเทิง

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โพสต์ประเภทสื่อประเภทโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ที่ให้ความบันเทิงในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ

0.4 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 97.5 ค่า SD การกดถูกใจ 82.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 1.0 ค่า SD การแบ่งปัน 1.4 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 1.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 1.4



ประเภทสาร: สื่อประเภทโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และ
อื่น ๆ ที่ให้ความบันเทิง

ข้อความ “The tumblr as cute as sexy brings our two
favorite things together : kittens and men”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 156 แบ่งปัน (Share) 2 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 2

ภาพที่ 4-16 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ สื่อประเภทโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และ
อื่น ๆ ที่ให้ความบันเทิง

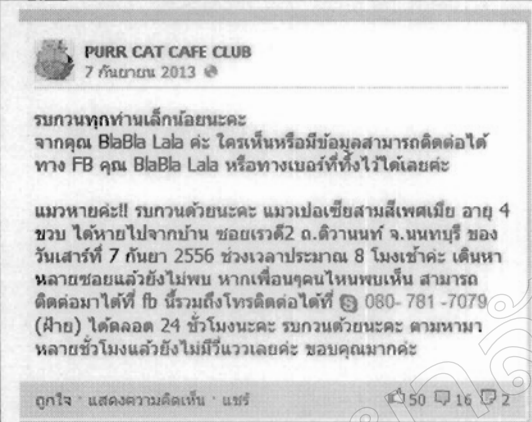
โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “The tumblr as cute as sexy brings our two favorite things together : kittens and men” พร้อมทั้งนำเสนอลิงค์และภาพเปรียบเทียบระหว่างชายหนุ่ม กับภาพแมว

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารสื่อประเภทอื่น ๆ ที่ให้ความบันเทิง โดยโพสต์นี้นำเสนอลิงค์ภาพถ่ายชายหนุ่มกับแมว ที่มีลักษณะท่าทางที่คล้ายคลึงกันในหลาย ๆ โดยมีที่มาจาก <http://deshommesetdeschats.tumblr.com> จากสื่อดังกล่าว สามารถสร้างความบันเทิง และเพลินเพลินให้กับกลุ่มลูกค้าที่รักและชื่นชอบแมวได้

กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม การกุศล การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ชุมชน การกุศล การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ชุมชน

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทกิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม การกุศล การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ชุมชนในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 8

ครั้งคิดเป็นร้อยละ 1.5 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.8 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.6 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 491.5 ค่า SD การกดถูกใจ 265.6 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 134.3 ค่า SD การแบ่งปัน 201.9 และมีค่า \bar{x} การแสดงความความคิดเห็น 33.3 ค่า SD การแสดงความความคิดเห็น 71.9



PURRR CAT CAFE CLUB
7 กันยายน 2013

รบกวนทุกท่านเล็กน้อยนะคะ จากคุณ BlaBla Lala ค่ะ ใครเห็นหรือมีข้อมูลสามารถติดต่อได้ทาง FB คุณ BlaBla Lala หรือทางเบอร์ที่ทิ้งไว้ได้เลยค่ะ

แมวหายค่ะ!! รบกวนด้วยนะคะ แมวเปอร์เซียสามสีเพศเมีย อายุ 4 ขวบ ได้หายไปจากบ้าน ซอยเรวัติ 2 ถ.ติวานนท์ จ.นนทบุรี ของวันเสาร์ที่ 7 กันยายน 2556 ช่วงเวลาประมาณ 8 โมงเช้าค่ะ เดินหาหลายชอยแล้วยังไม่พบ หากเพื่อนคุณไหนพบเห็น สามารถติดต่อมาได้ทั้ง FB นี้รวมถึงโทรติดต่อได้ที่ ☎ 080- 781 -7079 (ฝ่าย) ได้ตลอด 24 ชั่วโมงนะคะ รบกวนด้วยนะคะ ตามหามาหลายชั่วโมงแล้วยังไม่มีวี่แววเลยคะ ชอบคุณมากคะ

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แพร่

👍 50 🗨 16 🔄 2

ที่มา: www.facebook.com/PurrrCatCafeClub

วันที่เผยแพร่: 7 กันยายน พ.ศ. 2556

จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 50 แบ่งปัน(Share) 2 และแสดงความความคิดเห็น (Comment) 16

ประเภทสาร: กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม การกุศล การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ชุมชน

ข้อความ “รบกวนทุกท่านเล็กน้อยนะคะ จากคุณ BlaBla Lala ค่ะ ใครเห็นหรือมีข้อมูลสามารถติดต่อได้ทาง FB คุณ BlaBla Lala หรือทางเบอร์โทรศัพท์ที่ทิ้งไว้ได้เลยนะคะแมวหายค่ะ!! รบกวนด้วยนะคะ ...”

ภาพที่ 4-17 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ กิจกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม การกุศล การช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ชุมชน

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “รบกวนทุกท่านเล็กน้อยนะคะ จากคุณ BlaBla Lala ค่ะ ใครเห็นหรือมีข้อมูลสามารถติดต่อได้ทางFB คุณ BlaBla Lala หรือทางเบอร์ โทรศัพท์ที่ทิ้งไว้ได้เลยนะคะ แมวหายค่ะ!!รบกวนด้วยนะคะ แมวเปอร์เซียสามสีเพศเมีย อายุ 4 ขวบ ได้หายไปจากบ้าน ซอยเรวัติ 2 ถ.ติวานนท์ จ.นนทบุรี ของวันเสาร์ที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2556 ช่วงเวลาประมาณ 8 โมงเช้าค่ะ เดินหาหลายชอยแล้วยังไม่พบ หากเพื่อน ๆ คนไหนพบเห็น สามารถติดต่อมาได้ทั้ง fb นี้รวมถึงโทรติดต่อได้ที่ 080-781-7079 (ฝ่าย) ได้ตลอด 24 ชั่วโมงนะคะ รบกวนด้วยนะคะ ตามหามาหลายชั่วโมงแล้วยังไม่มีวี่แววเลยคะ ชอบคุณมากคะ”

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร กิจกรรมเกี่ยวกับการกุศลหรือการช่วยเหลือโดยโพสต์นี้แสดงข้อความประกาศข่าวขอความช่วยเหลือ เกี่ยวกับแมวเปอร์เซียที่ได้

หายไปจากบ้านของสมาชิกเพจท่านหนึ่ง คือ คุณ BlaBla Lala ซึ่งจากการกระจายข้อมูลการขอความช่วยเหลือ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดีและรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมกับเพจ

ตัวอย่างประเภทของสารเพื่อสร้างบทสนทนาและความสัมพันธ์กับผู้บริโภค

คำทักทายวันหยุด

ในจำนวนครั้งในการ โฟสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โฟสต์ประเภทคำทักทายวันหยุดในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 4 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 1.8 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.7 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1436.3 ค่า SD การกดถูกใจ 778.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 12.3 ค่า SD การแบ่งปัน 8.0 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 5.3 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 2.0



PURR CAT CAFE CLUB
11 มกราคม ๒๕๕7

สุขสันต์วันเด็กค่าา winter summer มาชวนเด็กๆ มาชวนเด็ก ๆ มาเที่ยวคาเฟ่แมว เจอกันนะคะ

ประเภทสาร: คำทักทายวันหยุด

ข้อความ “สุขสันต์วันเด็กค่า winter summer มาชวนเด็ก ๆ มาเที่ยวคาเฟ่แมว เจอกันนะคะ”

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น ๒,171 7 20

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 11 มกราคม พ.ศ. 2557
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 2,171 แบ่งปัน (Share) 20 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 7

ภาพที่ 4-18 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ คำทักทายวันหยุด

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2557 โดยมีข้อความว่า “สุขสันต์วันเด็กค่า winter summer มาชวนเด็ก ๆ มาเที่ยวคาเฟ่แมว เจอกันนะคะ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวที่ยังเด็กอยู่ กำลังเล่นของเล่น

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร คำทักทายวันหยุด หรือวันพิเศษต่าง ๆ โดยโพสต์นี้นำเสนอข้อความทักทายสุขสันต์วันเด็กและเชิญชวนให้มาเที่ยวชมร้าน พร้อมทั้งนำเสนอรูปภาพแมวภายในร้านประกอบข้อความ ซึ่งช่วงวันเวลาที่ทำการ โฟสต์นั้นตรงกับวันเด็ก

แห่งชาติ จะเห็นว่าร้านได้ใช้วันหยุด เช่น วันเด็ก มาใช้สร้างสารเพื่อ โน้มน้ำใจให้เข้ามาใช้บริการร้าน

โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทโพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม ในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 18 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 3.4 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.7 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.6 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 511.4 ค่า SD การกดถูกใจ 560.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 32.3 ค่า SD การแบ่งปัน 55.6 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 14.8 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 18.9



ประเภทสาร: โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม

ข้อความ “His 3rd Birthday on September 4, 2013. เออวันรู้สึกเศร้าที่นึกได้ว่า อายุกำลังจะครบ 3 ขวบ คงคล้ายคนที่กำลังอายุ 30 เข้าไปทุกที ใครว่างมาพบบันที่ร้านได้ในวันที่ 4 กันยายน นะคะ”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 30 สิงหาคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 816 แบ่งปัน (Share) 1 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 8

ภาพที่ 4-19 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “ His 3rd Birthday on September 4, 2013 เออวันรู้สึกเศร้าที่นึกได้ว่า อายุกำลังจะครบ 3 ขวบ คงคล้ายคนที่กำลังอายุ 30 เข้าไปทุกที ใครว่างมาพบบันที่ร้านได้ในวันที่ 4 กันยายน นะคะ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้าน

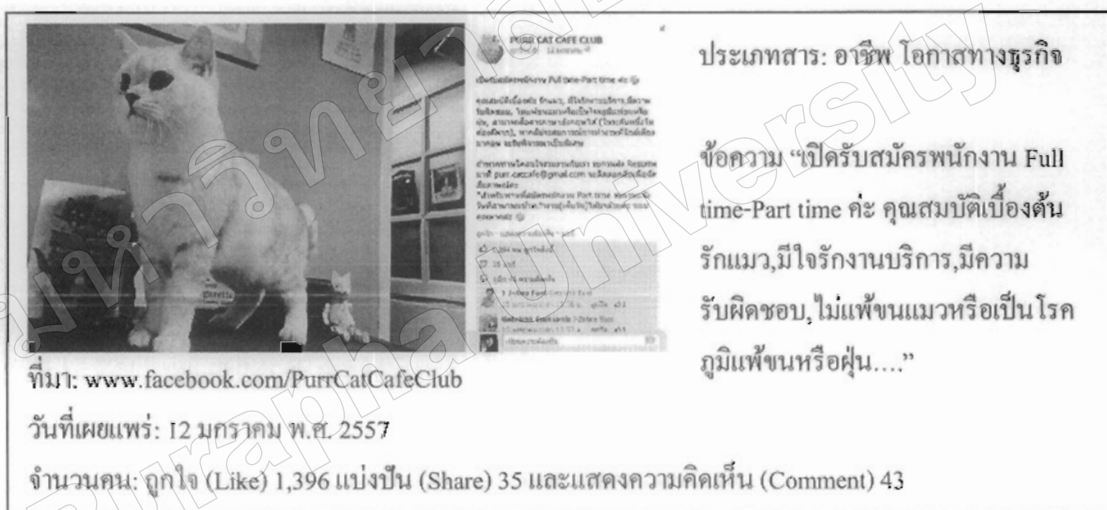
จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร โพสต์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นประเภทสารที่โพสต์เพื่อสร้างให้เกิดการตอบสนองระหว่างลูกค้าและตราสินค้าในกิจกรรมที่ได้จัดทำขึ้น โดยโพสต์นี้นำเสนอข้อความเชิญชวนลูกค้ามาใช้บริการร้านและมีส่วนร่วมในวันเกิด

ครบรอบ 3 ปีของเออวิน (แมวภายในร้าน) พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวเออวินที่มีภาพวาดสายฝนและสายฟ้าผ่า มาประกอบ ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้าที่รู้จักและชื่นชอบแมวเออวิน อยากที่จะมาใช้บริการร้านในวันดังกล่าวได้

ตัวอย่างประเภทของสารการแบ่งปันข้อมูล

อาชีพ โอกาสทางธุรกิจ

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทอาชีพ โอกาสทางธุรกิจ ในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.8 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.8 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.7 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 97.5 ค่า SD การกดถูกใจ 82.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 1.0 ค่า SD การแบ่งปัน 1.4 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 1.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 1.4



ประเภทสาร: อาชีพ โอกาสทางธุรกิจ

ข้อความ “เปิดรับสมัครพนักงาน Full time-Part time ค่ะ คุณสมบัติเบื้องต้น รักแมว, มีใจรักงานบริการ, มีความรับผิดชอบ, ไม่แพ้ขนแมวหรือเป็นโรคภูมิแพ้ขนหรือฝุ่น...”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub

วันที่เผยแพร่: 12 มกราคม พ.ศ. 2557

จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 1,396 แบ่งปัน (Share) 35 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 43


ภาพที่ 4-20 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ อาชีพ โอกาสทางธุรกิจ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า “เปิดรับสมัครพนักงาน Full time-Part time ค่ะ คุณสมบัติเบื้องต้น รักแมว มีใจรักงานบริการ มีความรับผิดชอบ ไม่แพ้ขนแมวหรือเป็นโรคภูมิแพ้ขนหรือฝุ่น สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ถ้าหากท่านใดสนใจร่วมงานกับเรา รบกวนส่ง Resume มาที่ purr.catacfe@gmail.com จะติดต่อกลับเพื่อนัดสัมภาษณ์ค่ะ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่ชื่นชอบมา ๓ ตัว

จะเห็นว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารอาชีพ โอกาสทางธุรกิจ ซึ่งเป็นประเภทสารที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องการประกาศรับสมัครงาน โดยในโพสต์นี้นำเสนอเนื้อหาประกาศรับสมัครพนักงานภายในร้านและคุณสมบัติของผู้ที่จะมาสมัคร พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านประกอบคำบรรยาย เพื่อส่งสารไปยังสมาชิกที่มีความสนใจ ชื่นชอบแมวและกำลังต้องการหางานทำในช่วงนี้

ลิงค์

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทลิงค์ในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.8 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.9 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.1 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.2 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 60.6 ค่า SD การกดถูกใจ 179.0 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 0.9 ค่า SD การแบ่งปัน 3.0 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 1.8 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 4.5



ประเภทสาร: ลิงค์

ข้อความลิงค์ “เมนูต้องห้าม!!! อันตรายถึงตาย...แมวมีอายุ ต้องระวัง”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub

วันที่เผยแพร่: 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2555

จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 4 แบ่งปัน (Share) 1 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 4


ภาพที่ 4-21 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ ลิงค์

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความที่ลิงค์ว่า “เมนูต้องห้าม!!! อันตรายถึงตาย...แมวมีอายุ ต้องระวัง” พร้อมทั้งนำเสนอลิงค์ ที่มีภาพแมวกำลังกินอาหาร

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร ลิงค์ ซึ่งเป็นประเภทสารที่ให้
ความรู้อื่น ๆ ที่น่าสนใจและเกี่ยวกับแมว โดยในโพสต์นี้แนะนำเสนาลิงค์ความรู้และข้อควรระวัง
เกี่ยวกับอาหารที่เป็นอันตรายกับแมว เช่น กระเทียม ช็อกโกแลต และผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น
โดยมาจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐออนไลน์ <http://www.thairath.co.th/content/272594> ซึ่ง
เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ที่น่าเชื่อถือ

การส่งเสริมการขาย คุปอง ตัวอย่าง

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โพสต์ประเภทการส่งเสริมการขาย
คุปอง ตัวอย่างในภาพรวมมีจำนวน 6 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 1.1 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 6 ครั้ง คิด
เป็นร้อยละ 2.6 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 405.5 ค่า SD การกดถูกใจ 511.9 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 15.1 ค่า
SD การแบ่งปัน 23.8 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 4.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 3.6



PURR CAT CAFE CLUB
21 พฤศจิกายน 2013

Happening nail spa pop up store at Purr cat cafe club ไปร้
โรมันพิเศษ 21-24 เดือนนี้ สั่งอาหารครบ 800 บาท ฟรี!! เฟ้นท์เล็บรูปแมว 1 เซต คับชอบแมวห้าม
พลาดค่ะ

👍 1,262 🗨️ 9 🔄 54

ที่ม 1: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 1,262 แบ่งปัน (Share) 54 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 9

ประเภทสาร: การส่งเสริมการขาย คุปอง ตัวอย่าง

ข้อความ “ Happening nail spa pop up store at Purr cat
café club ไปร้ โรมันพิเศษ 21-24 เดือนนี้ สั่งอาหารครบ
800 บาท ฟรี!! เฟ้นท์เล็บรูปแมว 1 เซต คับชอบแมวห้าม
พลาดค่ะ”

ภาพที่ 4-22 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ การส่งเสริมการขาย คุปอง ตัวอย่าง

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน
พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “ Happening nail spa pop up store at Purr cat café club ไปร้ โรมัน
พิเศษ 21-24 เดือนนี้ สั่งอาหารครบ 800 บาท ฟรี!! เฟ้นท์เล็บรูปแมว 1 เซต คับชอบแมวห้ามพลาด
ค่ะ”พร้อมทั้งนำเสนอภาพมือ ที่มีการเฟ้นท์เล็บรูปแมวในแบบต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นประเภทสารที่เน้นการโฆษณาส่งเสริมการขายและการจูงใจกับกลุ่มลูกค้าให้เข้าร่วมกิจกรรม โดยในโพสต์นี้สะท้อนให้เห็นว่า มีการนำเสนอข้อความกิจกรรมทางการตลาดหรือโปรโมชั่นพิเศษ เมื่อสั่งอาหารครบตามที่กำหนด สามารถที่จะรับสิทธิพิเศษ ในการพื้นที่เล็บฟรี และนำเสนอภาพพื้นที่เล็บตัวอย่าง ที่มีความสวยงามน่าดึงดูดใจ จากกิจกรรมดังกล่าวถือได้ว่าเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่กระตุ้นยอดขายของร้านและความสร้างรู้สึกดีกับลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย

ลิ่งคัวิตี โอ ยูทูป

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภท ลิ่งคัวิตี โอ ยูทูปในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.7 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.6 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 29.2 ค่า SD การกดถูกใจ 49.0 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 0.4 ค่า SD การแบ่งปัน 0.8 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 0.1 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 0.5



ประเภทสาร: ลิ่งคัวิตี โอ ยูทูป

ข้อความลิ่งคั “ Follow Her Passion ใช้ชีวิตตามใจกับ เพชร-นาระ และเจ้าเหมียวอีวา ”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 23 มิถุนายน พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 171 แบ่งปัน (Share) 1 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 2

ภาพที่ 4-23 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ ลิ่งคัวิตี โอ ยูทูป

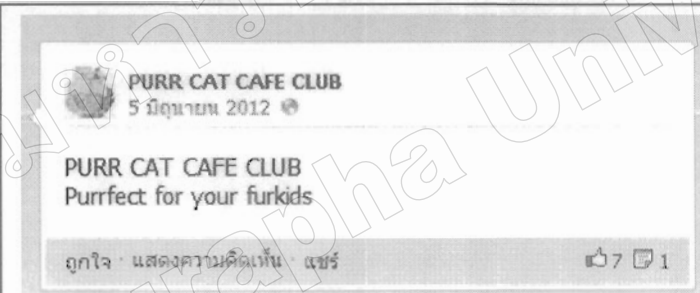
โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความลิ่งคัว่า “ Follow Her Passion ใช้ชีวิตตามใจกับ เพชร-นาระ และเจ้าเหมียวอีวา ” พร้อมทั้งนำเสนอลิ่งคัวิตี โอ ยูทูป การใช้ชีวิตของคุณเพชร นาระ เจ้าของร้านกับแมวอีวา

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารลิงค่วิดีโอ ยูทูป ซึ่งเป็นประเภทสารที่มีทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน โดยในโพสต์นี้นำเสนอลิงค่วิดีโอ Follow Her Passion จากเว็บไซต์ยูทูป เนื้อหาในวิดีโอเป็นการโฆษณาอาหารสัตว์ชื่อ Sheba โดยได้จัดทำกิจกรรม ตามติดภารกิจ (Passion) การอยู่ร่วมกันของแมวอิวา และคุณนาระ เอื้อทวิกุล 30 วัน ทั้งนี้ได้มีการใช้สถานที่ถ่ายทำเป็น ร้านกาแฟ แคท คาเฟ่ คลับ ซึ่งถึงแม้จะเป็นการโฆษณาอาหารสัตว์ของตราสินค้าอื่น แต่การใช้ฟรีเซ็นเตอร์และใช้สถานที่ร้าน นับว่าเป็นโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านให้กับลูกค้าได้ทราบเป็นอย่างดี

ตัวอย่าง ประเภทสารอื่น ๆ

สโลแกน

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทสโลแกนในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.2 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.8 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 7.0 ค่า SD การกดถูกใจ - ค่า \bar{x} การแบ่งปัน - ค่า SD การแบ่งปัน - และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 1.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น -

	<p>ประเภทสาร: สโลแกน</p> <p>ข้อความ "PURR CAT CAFÉ CLUB Purrfect for your furkids"</p>
<p>ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub วันที่เผยแพร่: 5 มิถุนายน พ.ศ. 2555 จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 7 และ แบ่งปัน (Share) 1</p>	

ภาพที่ 4-24 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ สโลแกน

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า "PURR CAT CAFÉ CLUB Purrfect for your furkids"

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร สโลแกน ซึ่งเป็นประเภทสารที่ให้ข้อมูลในเรื่องแนวคิดของตราสินค้ากับกลุ่มลูกค้า โดยในโพสต์นี้นำเสนอข้อความสโลแกนร้านในช่วงก่อนเปิดร้าน เพื่อเป็นการบอกแนวความคิดของร้านให้ลูกค้าสมาชิกได้ทราบ

เกร็ดความรู้

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทเกร็ดความรู้ในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.1 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 113.0 ค่า SD การกดถูกใจ 104.9 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 3.2 ค่า SD การแบ่งปัน 5.4 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 2.2 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 1.7



PURR CAT CAFE CLUB
ตุลาคม 17 กรกฎาคม 2012

"แมววิค หรือ มะเนะกิเนะโกะ"
มีรูปร่างคล้ายคลึงกับแมวพันธุ์ Japanese Bobtail

ตำนานของ "มะเนะกิเนะโกะ" มีหลายเรื่อง เรื่องที่ขึ้นชื่อ คือ ...
... ดูเพิ่มเติม

ดูใจ / 80 ใจถูกใจแล้ว

13 แชร์

Mitsuki J. Green ขอขอบคุณแอดมินและสมาชิกทุกคนที่ช่วยกันแชร์และสนับสนุนให้แมววิคเป็นที่รู้จักมากขึ้น
17 กรกฎาคม 2012 เวลา 22:58 น. · ถูกใจ · 0/2

PURR CAT CAFE CLUB อัปเดต
17 กรกฎาคม 2012 เวลา 23:01 น. · ถูกใจ · 0/1

Sangchal Niyomsak สาธิตาน
29 ธันวาคม 2012 เวลา 13:22 น. · ถูกใจ

Farbut Suwanayaha มะเนะกิเนะโกะมีหลายเรื่อง เรื่องที่ขึ้นชื่อ คือ....
21 เมษายน 2013 เวลา 23:31 น. · ถูกใจ

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2555
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 80 แบ่งปัน (Share) 13 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 4

ประเภทสาร: เกร็ดความรู้

ข้อความ "แมววิค หรือ มะเนะกิเนะโกะ มีรูปร่างคล้ายคลึงกับแมวพันธุ์ Japanese Bobtail ตำนานของมะเนะกิเนะโกะ มีหลายเรื่อง เรื่องที่ขึ้นชื่อ คือ...."


ภาพที่ 4-25 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ เกร็ดความรู้

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 โดยมีข้อความว่า "แมววิค หรือ มะเนะกิเนะโกะ มีรูปร่างคล้ายคลึงกับแมวพันธุ์ Japanese Bobtail ตำนานของมะเนะกิเนะโกะ มีหลายเรื่อง เรื่องที่ขึ้นชื่อ คือ...." พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวอื่น ๆ ประกอบข้อความเกร็ดความรู้

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารเกร็ดความรู้ ซึ่งเป็นประเภทสารที่ให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแมว โดยในโพสต์นี้นำเสนอเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตำนานแมววิค ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากประเทศญี่ปุ่น และนำเสนอรูปภาพแมว 3 ตัว ประกอบคำบรรยายเพื่อเป็นการให้ความรู้และสร้างความน่าสนใจให้กับเพจ ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าร้านมีความหลากหลายของข้อมูลเกี่ยวกับแมวและสามารถมาหาความรู้ในเพจนี้ได้

คำคม

ในจำนวนครั้งในการ โปสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โปสต์ประเภทคำคมในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.2 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.8 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 45.0 ค่า SD การกดถูกใจ - ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 3.0 ค่า SD การแบ่งปัน - และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น - ค่า SD การแสดงความคิดเห็น -



ที่มา: www.facebook.com/PurrrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2555
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 45 และแบ่งปัน (Share) 3

ประเภทสาร: คำคม

ข้อความ "Time spent with a cat is never wasted.-Colette"

ภาพที่ 4-26 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ คำคม

โปสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า "Time spent with a cat is never wasted.-Colette" พร้อมทั้งนำเสนอภาพผู้หญิงที่นั่งอยู่ที่โต๊ะทำงานและมีแมวอยู่บน โต๊ะนั้นด้วย

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร คำคม โดยในโปสต์นี้นำเสนอคำคม ว่า "Time spent with a cat is never wasted." ของ Colette หรือแปลเป็นไทยว่า "เวลาที่อยู่กับแมวไม่เคยสูญเปล่า" พร้อมทั้งนำเสนอภาพชาว-คำ ผู้หญิงที่นั่งอยู่ที่โต๊ะทำงานและมีแมวอยู่บน โต๊ะทำงาน จากสารดังกล่าวถือได้ว่าเป็นสารที่มีคำคมให้ข้อคิดกับลูกค้าเป็นอย่างดี

แชร์เนื้อหา หรือรูปภาพ

ในจำนวนครั้งในการ โปสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการ โปสต์ประเภทแชร์เนื้อหา หรือรูปภาพในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 63 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 11.9 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.8 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 32 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.2 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.0 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 671.8 ค่า SD การกดถูกใจ 394.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 4.8 ค่า SD การแบ่งปัน 8.4 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 3.6 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 4.0



ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 1,452 แบ่งปัน (Share) 18 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 5

ประเภทสาร: แชร์เนื้อหา หรือรูปภาพ

ข้อความ “พี่คับ แม่ผมไปเล่นที่ไหนอยู่ก็ไมรู้คับ หิวนม เห็นแม่หนูใหม่คับ หนูหิวแล้ว”


ภาพที่ 4-27 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ แชร์เนื้อหา หรือรูปภาพ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “พี่คับ แม่ผมไปเล่นที่ไหนอยู่ก็ไมรู้คับ หิวนม เห็นแม่หนูใหม่คับ หนูหิวแล้ว” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่กำลังเกาะกระจก

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารแชร์เนื้อหา หรือรูปภาพ ซึ่งเป็นประเภทสารที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและเพจร้านผ่านการแบ่งปันเนื้อหาหรือรูปภาพ โดยในโพสต์นี้นำเสนอภาพแมวภายในร้านที่ลูกค้าของร้านมาถ่ายและโพสต์ลงหน้ากระดานข้อความของเพจร้าน ซึ่งในการโพสต์ภาพของสมาชิกเพจหรือ

ลูกค้านั้น จะมีจำนวนคนที่พบเห็นมากกว่าการที่ลูกค้าโพสต์ในเฟสบุ๊คตนเอง ทำให้ลูกค้าที่เป็นเจ้าของภาพรู้สึกประทับใจและมีส่วนร่วมกับเพจ และเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพจของร้านกับลูกค้าหนังสือ

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทหนังสือในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.8 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 497.3 ค่า SD การกดถูกใจ 513.0 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 34.0 ค่า SD การแบ่งปัน 44.9 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 7.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 7.0



a day 152

www.facebook.com/PuffCatCafeClub

วันที่เผยแพร่: 26 เมษายน พ.ศ. 2556

จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 1,032 แบ่งปัน (Share) 85 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 14

ประเภทสาร: หนังสือ

ข้อความ “A Day ฉบับแมว[a day] a day 152 ฉบับแมวว่าด้วยเรื่องแมวของคนรักแมวยืนยันว่าฉบับนี้แมวเต็มเล่ม ไม่ได้ข้อมแมวขายตามหากันแมวได้ทุกแห่งวันจันทร์นี้”

ภาพที่ 4-28 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ หนังสือ


โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “A Day ฉบับแมว[a day] a day 152 ฉบับแมวว่าด้วยเรื่องแมวของคนรักแมวยืนยันว่าฉบับนี้แมวเต็มเล่ม ไม่ได้ข้อมแมวขายตามหากันแมวได้ทุกแห่งวันจันทร์นี้ ”

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสาร หนังสือ โดยในโพสต์นี้มีการนำเสนอข้อความ เพื่อโฆษณาหนังสือ A DAY ฉบับที่ 152 ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเนื้อหาในนิตยสารเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแมว อีกทั้งได้มีการ

นำเสนอรูปภาพของนิตยสารดังกล่าวด้วย ซึ่งเป็นการแชร์ลิงก์รูปภาพต่อจาก A Day Magazine <https://www.facebook.com/adaymag?fref=ts> ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าที่มีความสนใจแมวหรือลูกค้าที่อ่านนิตยสาร สนใจและเข้ามาดูข้อมูลในเพจร้าน

ประกาศของหาย

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 529 ครั้ง พบการโพสต์ประเภทประกาศของหายในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.2 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 40.5 ค่า SD การกดถูกใจ 24.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน - ค่า SD การแบ่งปัน - และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 2.0 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น -



ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 19 มกราคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 58 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 2

ประเภทสาร: ประกาศของหาย

ข้อความ “มีลูกส้มกระดุมวางรูปไว้ที่ร้าน สามารถติดต่อรับคืนได้นะคะ และมีท่านใดลืมถุงกระดาษบรรจุเสื้อ แวนดา และสมุดบัญชี (โปรดแจ้งชื่อและนำบัตรประชาชนมายืนยันด้วยค่า) มารับเบย”

ภาพที่ 4-29 ตัวอย่างประเภทของสารบนกระดานข้อความ ประกาศของหาย

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “มีลูกส้มกระดุมวางรูปไว้ที่ร้าน สามารถติดต่อรับคืนได้นะคะ และมีท่านใดลืมถุงกระดาษบรรจุเสื้อ แวนดา และสมุดบัญชี (โปรดแจ้งชื่อและนำบัตรประชาชนมายืนยันด้วยค่า) มารับเบย” พร้อมทั้งนำเสนอภาพถุงกระดาษที่ลูกค้าได้ลืมไว้

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทสารประกาศของหาย ซึ่งเป็นประเภทสารที่ใช้สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน โดยในโพสต์นี้มีการนำเสนอข้อความบรรยาย

ลักษณะสิ่งของที่ลูกค้าลืมไว้ที่ร้าน พร้อมนำเสนอภาพถุงกระดาษที่ลูกค้าลืมไว้ สะท้อนให้เห็นว่า
การที่ร้านเอาใจใส่ลูกค้า และอาจทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและรู้สึกดีกับร้านในที่สุด

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-4 รูปแบบการนำเสนอสารประเภทของรูปภาพที่ปรากฏในสื่อโซเชียลมีเดียของร้านเพชร แคท คาเฟ่ คลับ (N=424)

ประเภทของรูปภาพ	ช่วงที่ 1 (N=27)		ช่วงที่ 2 (N=202)		ช่วงที่ 3 (N=195)		รวม (N=424)	การกดถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความคิดเห็น (Comment)		
	05.55-11.55	12.55-06/56	07/56-01/57	\bar{x}	SD	\bar{x}		SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
1. ภาพวาดที่เกิดจากการวาดด้วยมือ หรือการวาดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	5	18.5	6	3.0	2	1.0	13	3.1	272.1	260.7	4.6	8.3	1.8	2.3
2. ภาพถ่ายสัตว์เป็นภาพถ่ายสัตว์ในธรรมชาติต่าง ๆ	16	59.3	15.3	75.7	156	80.0	325	76.7	1143.3	907.0	14.6	23.3	8.1	9.3
3. ภาพถ่ายคน โดยมีฉากหลังหรือบรรยากาศที่เก๋เป็นส่วนประกอบ	1	3.7	7	3.5	3	1.5	11	2.6	930.6	818.8	10.4	19.9	7.9	7.7
4. ภาพถ่ายร้าน บริเวณร้าน หรือบรรยากาศภายในร้าน	2	7.4	26	12.9	17	8.7	45	11.6	1496.2	1331.9	19.8	25.8	11.5	12.5

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ประเภทของรูปภาพ	ช่วงที่ 1 (N=27)		ช่วงที่ 2 (N=202)		ช่วงที่ 3 (N=195)		รวม (N=424)		การกดถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความคิดเห็น (Comment)	
	05/55-11/55	12/55-06/56	07/56-01/57	เฉลี่ย	SD	เฉลี่ย	SD	เฉลี่ย	SD	เฉลี่ย	SD	เฉลี่ย	SD	
5. ภาพถ่ายสินค้า (สิ่งของ) ที่ทาง ได้จัดจำหน่าย หรือเป็นสิ่งของ ภายในร้าน	1	3.7	4	2.0	5	2.6	10	2.4	260.4	374.1	2.6	5.5	2.5	4.2
6. ภาพงานการกุศล ที่เกี่ยวข้องกับ การขอความช่วยเหลือ	1	3.7	1	0.5	3	1.5	5	1.2	90.8	158.5	11.6	27.8	6.3	9.7
7. ภาพโปรโมชัน ที่ทางได้จัดทำ ขึ้น เช่น ช้อ 1 แถม 1	-	-	-	-	4	2.1	4	0.9	641.4	457.9	20.6	23.6	6.8	2.7
8. ภาพเกี่ยวกับเทศกาลต่าง ๆ	-	-	1	0.5	4	2.1	5	1.2	1289.2	510.6	71.6	89.8	6.6	5.3
9. ภาพจากวิดีโอ เป็นภาพที่มีอยู่ใน วิดีโอ	1	3.7	-	-	-	-	1	0.2	34.0	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ประเภทของรูปภาพ	ช่วงที่ 1 (N=27)		ช่วงที่ 2 (N=202)		ช่วงที่ 3 (N=195)		รวม (N=424)	การถูกใจ (Like)		การแบ่งปัน (Share)		การแสดงความคิดเห็น (Comment)	
	05/55-11/55	12/55-06/56	07/56-01/57	\bar{x}	SD	\bar{x}		SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}
10. ภาพเนื้อหาเป็นภาพที่มี ตัวอักษรเนื้อหาปรากฏอยู่ในภาพ	-	1	0.5	2	0.5	2	0.5	219.3	286.3	12.0	20.7	1.6	0.5
11. ภาพถ่ายการให้บริการต่างๆ ภายในร้าน	-	3	1.5	3	0.7	3	0.7	219.3	286.3	12.0	20.7	1.6	0.5
รวม	27	100.0	202	100.0	195	100.0	424	100.0	-	-	-	-	-

หมายเหตุ แต่ละรูปแบบการนำเสนอสารประเภทของรูปภาพที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊ค สามารถถูกลงรหัสได้มากกว่า 1 ประเภท

ตารางที่ 4-4 แสดงรูปแบบการนำเสนอสารประเภทของรูปภาพที่ปรากฏในสื่อเฟสบุ๊คเพจ ของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 มีจำนวนรูปภาพที่ปรากฏในโพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง โดยประเภทของรูปภาพที่ถูกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ มีจำนวน 325 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมา ได้แก่ ภาพถ่ายร้าน มีจำนวน 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.6 และอันดับสามภาพวาด มีจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1 เมื่อจำแนกเป็น 3 ช่วงเวลา ผลการวิจัยพบว่า

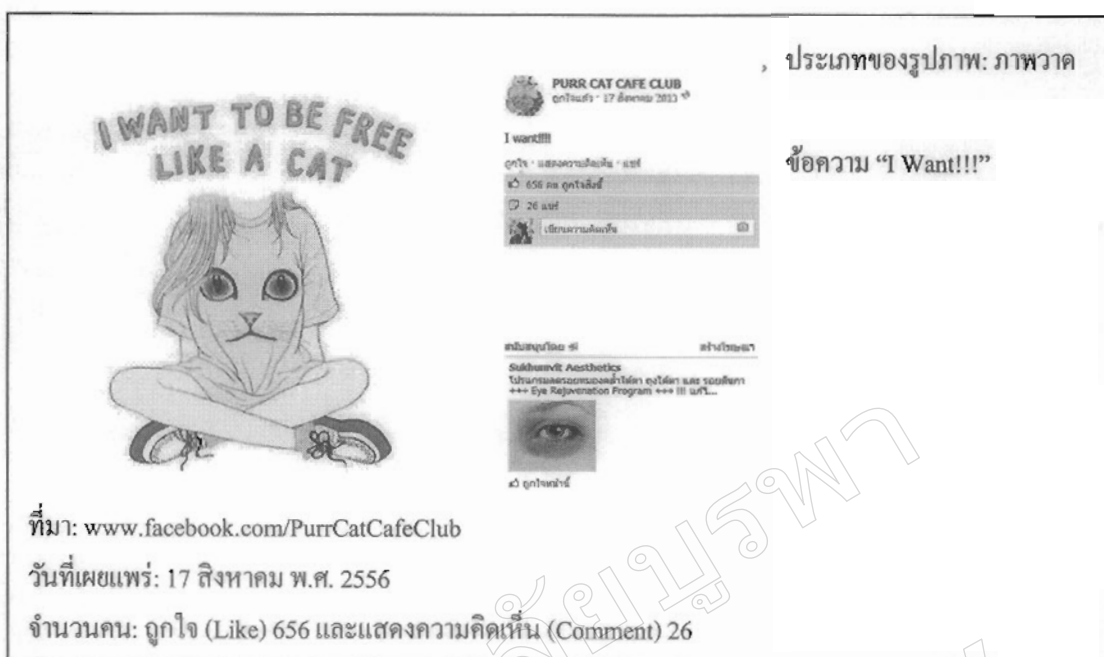
ในช่วงที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยผู้ดูแลเพจ โพสต์ทั้งสิ้น 27 ครั้ง และประเภทของรูปภาพ ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ มีจำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.3 ในช่วงที่ 2 เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 ผู้ดูแลเพจ โพสต์ทั้งสิ้น 202 ครั้ง และประเภทของรูปภาพ ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ มีจำนวน 153 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.7 และในช่วงที่ 3 เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ผู้ดูแลเพจ โพสต์ทั้งสิ้น 195 และประเภทของรูปภาพ ที่ถูกใช้มากที่สุด คือ ภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ มีจำนวน 156 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.0

จะเห็นได้ว่าทั้ง 3 ช่วง ไม่ว่าจะในช่วงก่อนเปิดร้าน หรือเป็นช่วงที่ยอดเข้าชม/ไลค์ กำลังเติบโตขึ้น ได้มีการใช้ประเภทของรูปภาพ ภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ มากที่สุดเหมือนกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้า ผ่านรูปภาพแมวภายในร้าน ส่งผลให้ลูกค้าที่มีความชื่นชอบสัตว์เลี้ยงประเภทแมวอยู่แล้ว เกิดความสนใจ และเข้ามาเยี่ยมชมเพจร้าน จนอาจนำไปสู่การใช้บริการร้านในที่สุด

ตัวอย่างประเภทของรูปภาพ

ภาพวาด ที่เกิดจากการวาดด้วยมือ หรือการวาดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบประเภทภาพวาดในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 13 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 3.1 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.5 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.0 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 272.1 ค่า SD การกดถูกใจ 260.7 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 4.6 ค่า SD การแบ่งปัน 8.3 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 1.8 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 2.3



ภาพที่ 4-30 ตัวอย่างประเภทรูปภาพวาด

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า "I Want!!!" พร้อมทั้งนำเสนอภาพวาดด้วยระบบคอมพิวเตอร์ เป็นภาพผู้หญิงใส่เสื้อลายแมว และมีข้อความว่า I WANT TO BE FREE LIKE A CAT

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของรูปภาพ ภาพวาด โดยในโพสต์นี้ นำเสนอภาพวาดการ์ตูนผู้หญิงที่มีข้อความว่า I WANT TO BE FREE LIKE A CAT หรือแปลเป็นไทยได้ว่า "ฉันต้องการมีอิสระภาพเหมือนกับแมว" ทำให้เมื่อลูกค้าที่รู้จักบุคลิกลักษณะของแมวที่รัก และชอบอิสระ เมื่อเห็นภาพดังกล่าว เกิดความชอบ เห็นได้จากจำนวนคนกดถูกใจถึง 656 คน

ภาพถ่ายสัตว์ เป็นภาพถ่ายสัตว์ ในอิริยาบถต่าง ๆ

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบประเภทภาพถ่ายสัตว์ในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 325 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 76.7 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.3 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 153 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.7 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 156 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.0 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1143.3 ค่า SD การกดถูกใจ 907.0 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 14.6 ค่า SD การแบ่งปัน 23.3 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 8.1 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 9.3



ประเภทของรูปภาพ: ภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ

ข้อความ “สะโหน่งมาแว้ว”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub

วันที่เผยแพร่: 26 สิงหาคม พ.ศ. 2556

จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 2,835 แบ่งปัน (Share) 41 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 39

ภาพที่ 4-31 ตัวอย่างประเภทรูปภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “สะโหน่งมาแว้ว” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านที่สวมใส่เสื้อและกางเกง

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทรูปภาพถ่ายสัตว์ในอิริยาบถต่าง ๆ โดยในโพสต์นี้นำเสนอภาพแมวภายในร้านที่สวมใส่ครั้งที่มียุขขนาดเล็กตัวตัวแมว (แมวมีรูปร่างอ้วน) พร้อมทั้งข้อความ “สะโหน่งมาแว้ว” ซึ่งเป็นคำพูดของคาราตลกชื่อดัง คือ คุณ โหน่ง ชะชะช่า จากภาพแมวและข้อความดังกล่าว ทำให้ถูกคำชื่นชอบ เห็นได้จากจำนวนคนกดถูกใจและแสดงความคิดเห็นจำนวนมาก

ภาพถ่ายคน โดยมีฉากหลังหรือบรรยากาศร้านเป็นส่วนประกอบ

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพถ่ายคนในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.6 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.7 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 930.6 ค่า SD การกดถูกใจ 818.8 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 10.4 ค่า SD การแบ่งปัน 19.9 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 7.9 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 7.7



ประเภทของรูปภาพ:
ภาพถ่ายคน

ข้อความ "Purr Cat Café Club ยินดีต้อนรับนะคะ"

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 122 แบ่งปัน (Share) 3 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 5

ภาพที่ 4-32 ตัวอย่างประเภทรูปภาพถ่ายคน

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า "Purr Cat Café Club ยินดีต้อนรับนะคะ" พร้อมทั้งนำเสนอภาพพนักงานร้านพร้อมทั้งมีฉากหลังเป็นร้านประกอบ

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทรูปภาพ ภาพถ่ายคน ซึ่งเป็นประเภทรูปภาพที่นำเสนอภาพถ่ายคนที่มีร้านเป็นส่วนประกอบ โดยในโพสต์นี้นำเสนอรูปภาพพนักงานร้าน ที่สวมใส่เครื่องแบบพนักงานร้าน ยืนเรียงกันพร้อมทั้งข้อความ "Purr Cat Café Club ยินดีต้อนรับนะคะ" ซึ่งจากภาพดังกล่าว สามารถที่จะทำลูกค้ารู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจในความเชี่ยวชาญบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแมว

ภาพถ่ายร้าน บริเวณร้าน หรือบรรยากาศภายในร้าน

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพถ่ายร้านในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.6 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.4 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 26 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.9 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.7 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1496.2 ค่า SD การกดถูกใจ 1331.9 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 19.8 ค่า SD การแบ่งปัน 25.8 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 11.5 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 12.5



ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 121 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 4

PURR CAT CAFE CLUB
ถูกใจ 25 พฤศจิกายน 2012

ตอนนี้ยังไม่มีการชำระเงินสำหรับลูกค้าที่มองหน้าร้านนะค่ะ สำหรับลูกค้าที่มองหน้าร้าน รบกวนสังเกตบรรยากาศร้านประมาณนี้นะค่ะ (อยู่ติดจาก Conner 43) — ที่ PurrCatCafe Club
ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แชร์

121 คน ถูกใจสิ่งนี้

Wie Hongswannachal ไม่มีแมว พาเชลลัน รบกวนไปได้อิมมูน~
25 พฤศจิกายน 2012 เวลา 8:39 น. · ถูกใจ · 1

PURR CAT CAFE CLUB ทั้งชื่อ แมว เซลล์ เย็น จิว ใต้ลมลมละ
25 พฤศจิกายน 2012 เวลา 10:32 น. · ถูกใจ · 1

Pat Candlelight มีที่จอดรถเยอะอะ?
25 พฤศจิกายน 2012 เวลา 10:56 น. · ถูกใจ · 3

PURR CAT CAFE CLUB พวงพุ่มบริการ Valet รอดะ
25 พฤศจิกายน 2012 เวลา 11:09 น. · ถูกใจ · 2

เขียนความเห็นที่นี่

ประเภทของรูปภาพ: ภาพถ่ายร้าน

ข้อความ “ตอนนี้ยังไม่มีการชำระเงินหน้าร้านนะค่ะ สำหรับลูกค้าที่มองหน้าร้าน รบกวนสังเกตบรรยากาศร้านประมาณนี้นะค่ะ (อยู่ติดจาก Conner 43)”

ภาพที่ 4-33 ตัวอย่างประเภทรูปภาพถ่ายร้านบริเวณร้าน

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยมีข้อความว่า “ตอนนี้ยังไม่มีการชำระเงินหน้าร้านนะค่ะ สำหรับลูกค้าที่มองหน้าร้าน รบกวนสังเกตบรรยากาศร้านประมาณนี้นะค่ะ (อยู่ติดจาก Conner 43)” พร้อมทั้งนำเสนอภาพถ่ายบริเวณหน้าร้าน

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทรูปภาพ ภาพถ่ายร้าน ซึ่งเป็นประเภทรูปภาพที่เน้นบรรยากาศทั้งภายในและภายนอกร้าน โดยในโพสต์นี้มีการนำเสนอรูปภาพบริเวณหน้าร้าน พร้อมทั้งข้อความแจ้งลักษณะร้านว่าเป็นอย่างไร เนื่องจากยังไม่มีการชำระเงินและอาจทำให้ยากต่อการพบเห็นของลูกค้าในหลาย ๆ ท่าน จึงมีการนำเสนอรูปภาพดังกล่าว เพื่อเมื่อลูกค้าที่มีความต้องการมาใช้บริการร้าน จะสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวในการเดินทางมาที่ร้านได้ง่ายมากขึ้น

ภาพถ่ายสินค้า (สิ่งของ) ที่ทางได้ได้จัดจำหน่าย หรือเป็นสิ่งของภายในร้าน

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพถ่ายสินค้า (สิ่งของ) ที่ทางได้ได้จัดจำหน่าย หรือเป็นสิ่งของภายในร้านในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.4 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.7 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.0 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.6 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 260.4 ค่า SD การกดถูกใจ 374.1 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 2.6 ค่า SD การแบ่งปัน 5.5 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 2.5 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 4.2



ประเภทของรูปภาพ: ภาพถ่าย
สินค้า (สิ่งของ)

ข้อความ “...”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 23 ธันวาคม พ.ศ. 2555
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 324 แบ่งปัน(Share) 2 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 4


ภาพที่ 4-34 ตัวอย่างประเภทรูปภาพถ่ายสินค้า

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 พร้อมทั้งนำเสนอภาพเค้กแบบต่าง ๆ ในตู้โชว์ ที่ทางร้าน ได้จัดจำหน่าย

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของรูปภาพ ภาพถ่ายสินค้าที่ทางร้าน ได้จัดจำหน่าย โดยในโพสต์นี้นำเสนอรูปภาพเค้ก ในตู้โชว์ที่ทางร้าน ได้จัดจำหน่าย เพื่อช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและอยากมารับประทานเค้ก/ ขนม/ อาหารว่างที่ร้านบ้าง

ภาพงานการกุศล ที่เกี่ยวข้องกับการขอความช่วยเหลือ

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพงานการกุศลในภาพรวมมีจำนวน ทั้งหมด 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.2 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.7 พบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 90.8 ค่า SD การกดถูกใจ 158.5 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 11.6 ค่า SD การแบ่งปัน 27.8 และมี ค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.3 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 9.7



PURR CAT CAFE CLUB
 17 ธันวาคม 2556

ช่วยเหลือน้องปุยได้นะคะ น้องถูกทิ้งมัดปากถูกไว้เพราะน้องไปโดนตะปูที่ตา เจ้าของไม่รักษาปล่อยให้ตาเจ็บเป็นหนอง.....

เสียใจจากเรา
 007-2-84678-8
 ร.ภสิกรไทย สาขาบางกระบือ

498 ไลค์, 84 แชร์, 24 คอมเมนต์

ประเภทของรูปภาพ: ภาพงานการกุศล

ข้อความ “@thevoicefoundation ช่วยเหลือน้องปุยได้นะคะ น้องถูกทิ้งมัดปากถูกไว้เพราะน้องไปโดนตะปูที่ตา เจ้าของไม่รักษาปล่อยให้ตาเจ็บเป็นหนอง.....”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
 วันที่เผยแพร่: 17 ธันวาคม พ.ศ. 2556
 จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 498 แบ่งปัน(Share) 84 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 24

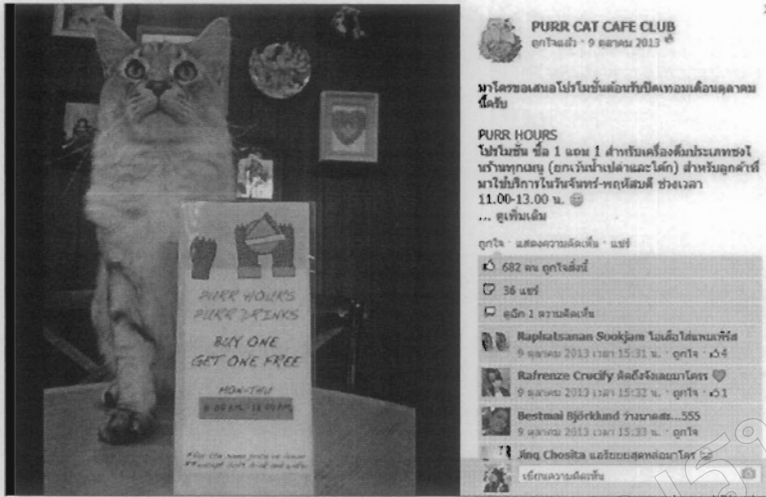
ภาพที่ 4-35 ตัวอย่างประเภทของรูปภาพงานการกุศล

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “@thevoicefoundation ช่วยเหลือน้องปุยได้นะคะ น้องถูกทิ้งมัดปากถูกไว้เพราะน้องไปโดนตะปูที่ตา เจ้าของไม่รักษาปล่อยให้ตาเจ็บเป็นหนอง จนในที่สุดก็บอดคะ บอกต่อกันนะคะ ดูรายละเอียดได้ที่ @kaechollada ค่ะ” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวที่มีอาการเจ็บป่วยและต้องการความช่วยเหลือ

จะเห็นว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของรูปภาพงานการกุศล โดยในโพสต์นี้นำเสนอแมวที่ได้รับบาดเจ็บจากการโดนทำร้ายและโดนตะปูแทงบริเวณตา พร้อมทั้งนำเสนอข้อความขอความช่วยเหลือและให้ดูรายละเอียดได้ที่ @kaechollada ทั้งนี้ถูกคัดส่วนใหญ่เป็นคนที่มีความสนใจเรื่องแมวอยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อถูกคัดพบเจอภาพและข้อความดังกล่าว ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์จากถูกคัดด้วยการแบ่งปันข้อมูล ดังจะเห็นได้ว่ามีกระจายข้อมูลข่าวสาร โดยการแบ่งปันข้อมูลถึง 84 ครั้ง

ภาพโปรโมชัน ที่ทางร้าน ได้จัดทำขึ้น เช่น ชื่อ 1 แกรม 1

ในจำนวนครั้งในการโพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพโปรโมชันในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.1 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 641.4 ค่า SD การกดถูกใจ 457.9 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 20.6 ค่า SD การแบ่งปัน 23.6 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.8 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 2.7



ประเภทของรูปภาพ: ภาพ
โปรโมชัน

ข้อความ “มาโครขอเสนอ โปรโมชันต้อนรับเปิดเทอมเดือนตุลาคมนี้ครับ PURR HOURS โปรโมชัน ซื้อ 1 แกรม 1 สำหรับเครื่องดื่มประเภทขงในร้านทุกเมนู (ยกเว้นน้ำเปล่าและโค้ก) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในวันจันทร์-พฤหัสบดี ช่วงเวลา 11.00-13.00 น.”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 9 ตุลาคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 682 แบ่งปัน (Share) 36 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 5

ภาพที่ 4-36 ตัวอย่างประเภทรูปภาพ โปรโมชัน

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊กเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “มาโครขอเสนอ โปรโมชันต้อนรับเปิดเทอมเดือนตุลาคมนี้ครับ PURR HOURS โปรโมชัน ซื้อ 1 แกรม 1 สำหรับเครื่องดื่มประเภทขงในร้านทุกเมนู (ยกเว้นน้ำเปล่าและโค้ก) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในวันจันทร์-พฤหัสบดี ช่วงเวลา 11.00-13.00 น.” พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวภายในร้านรูปคู่กับแผ่นป้ายโฆษณาโปรโมชัน

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของภาพ โปรโมชัน ซึ่งเป็นประเภทของรูปภาพ ที่เน้นการส่งเสริมการขายกระตุ้นความรู้สึก ให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อ โดยในโพสต์นี้มีการนำเสนอโพสต์ในเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นเดือนสถาบันการศึกษาปิดภาคเรียน พร้อมทั้งนำเสนอข้อความ “โปรโมชันต้อนรับเปิดเทอม ซื้อ 1 แกรม 1...” เพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าวัยเรียน ถือเป็นการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขายร้านได้ด้วย

ภาพเกี่ยวกับเทศกาลต่าง ๆ

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพเกี่ยวกับเทศกาลในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 1.2 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.1 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 1289.2 ค่า SD การกดถูกใจ

510.6 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 71.6 ค่า SD การแบ่งปัน 89.8 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 6.6 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 5.3



PURR CAT CAFE CLUB
ถูกใจ 639 • 5 ธันวาคม 2556

พระเจี๊ว
Long live the King
(drawing by Kb Songprasert)

ถูกใจ - แสดงความคิดเห็น - แชร์

639 คน ถูกใจแล้ว

2 แชร์

Piwari Poto สมาชิกในคลับ ^{^^}
5 ธันวาคม 2556 เวลา 12:30 น. · ถูกใจ

Lorelei Balakaw Only nationalist posts getting past the censor today?
5 ธันวาคม 2556 เวลา 16:53 น. · ถูกใจ

แสดงความคิดเห็น

ประเภทของรูปภาพ: ภาพ
เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ

ข้อความ “ทรงพระเจริญ
Long live the King
(drawing by Kb
Songprasert)”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 5 ธันวาคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 639 แบ่งปัน(Share) 2 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 2

ภาพที่ 4-37 ตัวอย่างประเภทรูปภาพเกี่ยวกับเทศกาลต่าง ๆ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความว่า “ทรงพระเจริญ Long live the King (drawing by Kb Songprasert)” พร้อมทั้งนำเสนอภาพวาดของในหลวงที่มีแมวเป็นองค์ประกอบในภาพนั้น

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของรูปภาพเกี่ยวกับเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งเป็นประเภทรูปภาพเชื่อมโยงกับเทศกาลหรือเหตุการณ์ในขณะนั้น โดยในโพสต์นี้นำเสนอภาพวาดในหลวง ในอิริยาบถต่าง ๆ วาดโดยคุณกอบัว สงค์ประเสริฐ หุ่นส่วนของร้านและมีการนำเสนอข้อความ “ทรงพระเจริญ...” โดยช่วงเวลาการโพสต์ดังกล่าวตรงกับวันพ่อแห่งชาติ ซึ่งสามารถสร้างบรรยากาศร่วมกับลูกค้าในช่วงเทศกาลสำคัญเป็นอย่างดี

ภาพจากวิดีโอ เป็นภาพที่อยู่ในวิดีโอ

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพจากวิดีโอในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.2 และพบในช่วงที่ 1 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.7 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 34.0 ค่า SD การกดถูกใจ - ค่า \bar{x} การแบ่งปัน - ค่า SD การแบ่งปัน - และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น - ค่า SD การแสดงความคิดเห็น -

PURRR CAT CAFE CLUB
17 กรกฎาคม 2012

Ed, you know cats don't talk, right?

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แชร์

34

ที่มา: www.facebook.com/PurrrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 34

ประเภทของรูปภาพ: ภาพจากวิดีโอ

ข้อความ “-”

ภาพที่ 4-38 ตัวอย่างประเภทรูปภาพภาพจากวิดีโอ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 พร้อมทั้งนำเสนอภาพแมวที่นำมาจากวิดีโอ

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทรูปภาพจากวิดีโอ โดยโพสต์นี้นำเสนอภาพแมวที่เป็นส่วนหนึ่งของการแสดง ในมิวสิกวิดีโอเพลงของ Ed Sheeran ชื่อเพลงว่า Drunk ซึ่งเป็นเพลงที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เห็นได้จากยอดการเข้าชมในยูทูป สูงถึง 29,697,405 ครั้ง เนื้อหาในมิวสิกวิดีโอนี้ บอกไว้ว่าผู้ชายได้สูญเสียความรักและเสียใจมาก แต่ยังมีแมวที่อยู่ด้วยคอยเป็นเพื่อนและให้กำลังใจ จากมิวสิก วิดีโอที่เป็นที่รู้จัก ทำให้ลูกค้าที่เคยรับชมมิวสิกวิดีโอและชื่นชอบได้กลับมาดูอีกครั้ง

ภาพเนื้อหา เป็นภาพที่มีตัวอักษรหรือเนื้อหาปรากฏอยู่ในภาพ

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพเนื้อหาเป็นภาพที่มีตัวอักษรหรือเนื้อหาปรากฏอยู่ในภาพในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 และพบในช่วงที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 โดยมีค่า \bar{x}

การกดถูกใจ 219.3 ค่า SD การกดถูกใจ 286.3 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 12.0 ค่า SD การแบ่งปัน 20.7 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 1.6 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 0.5



ภาพที่ 4-39 ตัวอย่างประเภทรูปภาพภาพเนื้อหา เป็นภาพที่มีตัวอักษรปรากฏอยู่ในภาพ

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 โดยนำเสนอภาพที่มีเนื้อหาประกาศรับสมัครงานตำแหน่งต่าง ๆ ภายในร้าน จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของรูปภาพ ภาพเนื้อหา โดยในโพสต์นี้นำเสนอภาพวาดแมว และมีเนื้อหาในภาพเกี่ยวกับการเปิดรับสมัครงาน สำหรับคนที่รักและชื่นชอบแมว ให้มาเป็นส่วนหนึ่งกับทางร้าน พร้อมทั้งเบอร์โทรศัพท์และอีเมลติดต่อกลับ

ภาพถ่ายการให้บริการต่าง ๆ ภายในร้าน

ในจำนวนครั้งในการ โพสต์ทั้งหมด 424 ครั้ง พบภาพถ่ายการให้บริการต่าง ๆ ภายในร้านในภาพรวมมีจำนวนทั้งหมด 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.7 และพบในช่วงที่ 2 จำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 โดยมีค่า \bar{x} การกดถูกใจ 219.3 ค่า SD การกดถูกใจ 286.3 ค่า \bar{x} การแบ่งปัน 12.0 ค่า SD การแบ่งปัน 20.7 และมีค่า \bar{x} การแสดงความคิดเห็น 1.6 ค่า SD การแสดงความคิดเห็น 0.5



ประเภทของรูปภาพ:
ภาพถ่ายบริการในร้าน
ต่าง ๆ ภายในร้าน

ข้อความ “ - ”

ที่มา: www.facebook.com/PurrCatCafeClub
วันที่เผยแพร่: 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2556
จำนวนคน: ถูกใจ (Like) 360 แบ่งปัน (Share) 2 และแสดงความคิดเห็น (Comment) 6

ภาพที่ 4-40 ตัวอย่างประเภทรูปภาพการให้บริการต่าง ๆ ภายในร้าน

โพสต์นี้ได้เผยแพร่ในเฟสบุ๊คเพจของร้านเพอร์ แคท คาเฟ่ คลับ เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2556 พร้อมทั้งนำเสนอภาพพนักงานร้านที่กำลังทำความสะอาดตัดเล็บให้แมว

จะเห็นได้ว่าสารที่ส่งมานั้นสอดคล้องกับประเภทของรูปภาพถ่ายบริการในร้าน ซึ่งเป็นประเภทรูปภาพที่สามารถสื่อสารและโฆษณาบริการภายในร้านให้กับกลุ่มลูกค้าได้ทราบ โดยในโพสต์นี้นำเสนอภาพพนักงานที่กำลังให้บริการทำความสะอาดและตัดเล็บแมว ในโซนอาบน้ำตัดขนของร้าน ทำให้ลูกค้าที่มีสัตว์เลี้ยงประเภทแมวที่เห็นภาพดังกล่าว เกิดการรับรู้ถึงการดำเนินงานบริการที่ดูแลเอาใจใส่ต่อแมวเป็นอย่างดี และอาจทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และนำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการในอนาคต