



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง สติ๊กเกอร์ไลน์ บริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

Sticker Line You & I Tours

โดย

นางสาวนันทิชา ทับพันธุ์ รหัสนักศึกษา 5704400139

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการงานสหกิจศึกษา

ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ เรื่อง สตาร์ทอัพไลน์บริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวนันทิชา ทับพันธุ์ รหัสนักศึกษา 5705500139

ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุษ

อนุมัติให้โครงการเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการโรงแรม
และการท่องเที่ยวประจำภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการโครงการ

พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุษอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุษ)

นางสาวสุกัษรา ศรีสรไทรพนักงานที่ปรึกษา

(นางสาวสุกัษรา ศรีสรไทร)

อติวัฒน์ อิศวรรค์กรรมการกลาง

(อติวัฒน์ อิศวรรค์)

อติวัฒน์

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผศ.ดร.มารูจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ : สตีกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

ชื่อนักศึกษา : นางสาวนันทิษา ทับพันธุ์

อาจารย์ที่ปรึกษา : พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 1/2561

บทคัดย่อ

บริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เป็นบริษัททัวร์บริการด้านการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมไปทั่วโลกด้วยแนวคิดของบริษัทนำเที่ยวเป็นสื่อกลางสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้นำเที่ยวที่เกี่ยวข้องชาวยุโรปและประเทศเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น และอื่นๆ การดำเนินงานภายในบริษัทมีการติดต่อสื่อสารและการสนทนากับลูกค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์แอปพลิเคชัน เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) , ไลน์ (Line) เป็นส่วนใหญ่ ผู้จัดทำมองเห็นแนวทางในการออกแบบจัดทำสตีกเกอร์ไลน์ให้กับบริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่บริษัทในการนำไปใช้ในการทำงานของพนักงาน โดยการนำสตีกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด มาใช้ติดต่อสื่อสาร สนทนาตอบลูกค้า ทั้งนี้ผู้จัดทำมีการสอบถามความพึงพอใจกับทางพนักงานในบริษัทเกี่ยวกับสตีกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด โดยการแจกแบบสอบถาม จากผลสำรวจพบว่าพนักงานในบริษัทมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7 คะแนนและสามารถนำมาใช้ในการทำงานได้จริง

คำสำคัญ : สตีกเกอร์ไลน์

Project Title : Sticker Line You & I Tours
By : Ms. Nunticha Tabpan
Advisor : Pimpitcha Lerdsakulpasuk
Degree : Bachelor of Degree
Major : Hotel and Tourism Studies
Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 1/2018

Abstract

You and I Tours and Travel Co., Ltd. provides travel services with the objective to be a tourism center program to cover the world with the idea that the company brings tourism as an important medium for those who want to travel as a distributor for tour operators that specialize in tours Korea and Japan and others. Internal operations include communication and conversations with customers via social media, applications such as Facebook and Line is mostly used. Producers saw value to design stickers for You and I Tours and Travel Co. Ltd., for the benefit of the company in by bringing Line Stickers of You and I Tours and Travel Co., Ltd. that are used to communicate chat with customers. However, the organizer has asked about the satisfaction with the internal office of the company by distributing a questionnaire. From the survey results, it was found that employees in the company were satisfied at a moderate level with an average total of 3.7 points and Line Stickers can be used to compliment work.

Keyword: Stickers Line

Approved by

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์
ทราเวล จำกัด ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 7 ธันวาคม 2561 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดี
จากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. นางสาวสิริรัตน์ นิลนพรัตน์ เจ้าของกิจการ
2. นางสาวสุภัทรา ศิริสไตร ตำแหน่งงานฝ่ายขาย

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่
ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของ
การทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวนันธิชา ทับพันธุ์

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย.....	4
2.2 การตลาดออนไลน์.....	6
2.3 สื่อสังคมออนไลน์.....	12
2.4 สื่อดิจิทัลออนไลน์.....	26
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	46
3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	49
3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร.....	50
3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	50
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	50
3.6 ระยะเวลาที่ฝึกปฏิบัติงาน.....	50
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	51
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติการตามโครงการ	
4.1 ขั้นตอนในการทำสื่อดิจิทัลออนไลน์.....	54

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ.....	59
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	60

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ใบประเมินผลตอบรับ

ภาคผนวก ข บทความวิชาการ

ภาคผนวก ค โปสเตอร์

ภาคผนวก ง บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

ภาคผนวก จ ข้อมูลบันทึกการปฏิบัติงาน

ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้จัดทำ



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงระยะเวลาในการทำงาน.....	52
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย.....	53
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการออกแบบจัดทำสติกเกอร์ไลน์.....	54



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 2.1 โลโก้ของทวิตเตอร์.....	15
รูปภาพที่ 2.2 Free Voice Calls (สนทนาด้วยเสียง ฟรี).....	17
รูปภาพที่ 2.3 Stickers and Emoticons (สติ๊กเกอร์การ์ตูนน่ารัก ๆ).....	17
รูปภาพที่ 2.4 Customizable Wallpaper (ปรับแต่งภาพวอลเปเปอร์).....	18
รูปภาพที่ 2.5 Group Chat (การสนทนาแบบกลุ่ม).....	18
รูปภาพที่ 2.6 Timeline.....	19
รูปภาพที่ 2.7 Game Line.....	19
รูปภาพที่ 2.8 Add Friends / Contacts.....	20
รูปภาพที่ 2.9 ภาพแสดงยอดผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์.....	22
รูปภาพที่ 2.10 LINE Official Account	23
รูปภาพที่ 2.11 สติ๊กเกอร์ไลน์.....	26
รูปภาพที่ 2.12 สติ๊กเกอร์ไลน์ Moon.....	27
รูปภาพที่ 2.13 สติ๊กเกอร์ไลน์ Cony.....	27
รูปภาพที่ 2.14 สติ๊กเกอร์ไลน์ Brown.....	28
รูปภาพที่ 2.15 สติ๊กเกอร์ไลน์ James.....	28
รูปภาพที่ 2.16 สติ๊กเกอร์ไลน์ Sally.....	29
รูปภาพที่ 2.17 Line Offline Salaryman Stamp.....	29
รูปภาพที่ 2.18 Moon Special Edition / Cony Special Edition / Brown Special Edition / Don't Lose Your Soul / Hurricane Project / Jungle High / Listen to Your Heart.....	30
รูปภาพที่ 2.19 Icon แสดงสัญลักษณ์ของโปรแกรม Adobe Photoshop CS6.....	31
รูปภาพที่ 2.20 ภาพโลโก้ของโปรแกรม Illustrator.....	33
รูปภาพที่ 2.21 ภาพตัวอย่าง การใช้สติ๊กเกอร์ LINE Creators Studio APP.....	35
รูปภาพที่ 2.22 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์.....	36
รูปภาพที่ 2.23 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 1.....	37

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

รูปภาพที่ 2.24 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 2.....	38
รูปภาพที่ 2.25 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 3.....	38
รูปภาพที่ 2.26 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 4.....	39
รูปภาพที่ 2.27 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 5.....	39
รูปภาพที่ 2.28 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 6.....	40
รูปภาพที่ 2.29 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 7.....	40
รูปภาพที่ 2.30 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 8.....	45
รูปภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด.....	46
รูปภาพที่ 3.2 แผ่นที่รูปภาพ บริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด.....	47
รูปภาพที่ 3.3 ใบอนุญาต / ใบจดทะเบียน บริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด.....	47
รูปภาพที่ 3.4 ช่องทางการติดต่อกับบริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ผ่านเว็บไซต์.....	48
รูปภาพที่ 3.5 เพจ Facebook เพจหลัก.....	48
รูปภาพที่ 3.6 เพจ Facebook เพจรอง.....	49
รูปภาพที่ 3.7 การจัดการองค์กรและการบริหารงานบริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด....	50
รูปภาพที่ 4.1 ภาพวาดสติ๊กเกอร์ไลน์ภาพที่ 1.....	55
รูปภาพที่ 4.2 ภาพวาดสติ๊กเกอร์ไลน์ภาพที่ 2.....	56
รูปภาพที่ 4.3 ลำดับสี.....	56
รูปภาพที่ 4.4 การเติมสีสติ๊กเกอร์ไลน์.....	57
รูปภาพที่ 4.5 ใบยืนยันข้อมูลของสติ๊กเกอร์ไลน์.....	57
รูปภาพที่ 4.6 รูปภาพสติ๊กเกอร์ไลน์ยูเออนด์ไอทัวร์.....	58
รูปภาพที่ 4.7 การใช้สติ๊กเกอร์ไลน์บริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด สานากับลูกค้า.....	58

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากในยุคปัจจุบัน ผู้คนจำนวนมากติดต่อสื่อสารกันผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ เช่น อินสตาแกรม (Instagram) เฟสบุ๊ก (Facebook) แอปพลิเคชันไลน์แชท (Linechat) ซึ่งทางบริษัทยูแออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ในการดำเนินงานประสานงานหรือการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การแนะนำโปรโมชั่น การให้ข้อมูล การสนทนากับลูกค้า ผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์แชทในการจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการในยุคปัจจุบัน จาก การปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัทยูแออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ ติดต่อสื่อสารผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์แชท จึงมีความเห็นที่จะจัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์ของบริษัทยูแออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่บริษัทในการใช้ติดต่อสื่อสารหรือการสนทนากับลูกค้าผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์แชทและเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับบริษัทยูแออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เพื่อให้ลูกค้าจดจำบริษัทของเราได้ง่ายขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อใช้เป็นตัวแทนของบริษัทยูแออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด
- 1.2.2 เพื่อเป็นประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
- 1.2.3 เพื่อเป็นสัญลักษณ์ให้ลูกค้าได้จดจำบริษัทยูแออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

1.3 ขอบเขตของโครงการ

สติ๊กเกอร์ไลน์ที่สร้างขึ้นจะสามารถใช้เป็นประโยชน์ให้แก่บริษัทในการใช้ติดต่อสื่อสารหรือการสนทนากับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าจดจำสัญลักษณ์ของบริษัทและให้เกิดประโยชน์แก่พนักงานบริษัทและพนักงานฝ่ายขาย

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

สามารถนำสติกเกอร์ไลน์ใช้ในการสนทนากับลูกค้าเพื่อเพิ่มความสนุกสนานให้แก่พนักงานฝ่ายขาย เพื่อใช้เป็นเครื่องหมายในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์และเพื่อให้ลูกค้าเกิดการจดจำสัญลักษณ์ (แบรนด์) ของบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด



บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร / แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

นำเสนอโครงการ เรื่องไลน์(Line) สติกเกอร์บริษัทยูเอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด
ผู้จัดทำได้มีการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย

2.2 การตลาดออนไลน์

2.3 สื่อสังคมออนไลน์

2.3.1 เฟสบุ๊ก

2.3.2 อินสตราแกรม

2.3.3 ทวิตเตอร์

2.3.4 ไลน์แชท

2.3.4.1 แอปพลิเคชันไลน์แชท

2.3.4.2 จำนวนผู้ใช้งานในประเทศไทย

2.3.4.3 การบริการไลน์แชท

1. ไลน์ ออฟฟิเชียล แอคเคาท์ (Line official Account)

2. ไลน์แอท (Line @)

2.4 สติกเกอร์ไลน์

2.4.1 Line Stickers ไลน์สติกเกอร์

2.4.2 ประวัติความเป็นมา

2.4.3 ความสำเร็จและรางวัลที่ได้รับ

2.4.4 โปรแกรมที่ใช้ในการจัดทำสติกเกอร์ไลน์

2.4.4.1 โปรแกรม Adobe Photoshop CS6

2.4.4.2 โปรแกรม Adobe Illustrator

2.4.4.3 LINE Creators Studio APP

2.4.5 ขั้นตอนในการจัดทำสติกเกอร์ไลน์

2.1 การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย

การให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยได้เริ่มต้นขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ เดือน มีนาคม พ.ศ.2538 โดยความร่วมมือของรัฐบาลกิจ 3 แห่ง คือ การสื่อสารแห่งประเทศไทย องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) โดยให้บริการในนาม บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย (Internet Thailand) เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์รายแรกของประเทศไทย

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยการเชื่อมต่อมินิคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ไปยังมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย แต่ในครั้งนั้นยังเป็นการ เชื่อมต่อโดยผ่านสายโทรศัพท์ ซึ่งสามารถส่งข้อมูลได้ช้าและไม่เป็นการถาวร จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2535 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์กับมหาวิทยาลัย 6 แห่งได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ(NECTEC), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เข้าด้วยกันเรียกว่า "เครือข่ายไทยสาร"

อินเทอร์เน็ต (อังกฤษ: Internet) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลาย ๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า โพรโทคอล (protocol) ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ในหลาย ๆ ทาง อาทิ อีเมล เว็บบอร์ด และสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งคัดลอกแฟ้มข้อมูลและโปรแกรมมาใช้ได้

การประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันทำได้หลากหลาย อาทิ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (email), สนทนา (chat), อ่านหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ด การติดตามข่าวสาร, การสืบค้นข้อมูล การค้นหาข้อมูล, การชม หรือซื้อสินค้าออนไลน์, การดาวน์โหลด เกม เพลง ไฟล์ข้อมูล ฯลฯ, การติดตามข้อมูล ภาพยนตร์ รายการบันเทิงต่าง ๆ ออนไลน์, การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์, การเรียนรู้ออนไลน์ (e-learning), การประชุมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต (video conference), โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (VoIP), การอับโหลดข้อมูล หรืออื่น ๆ

ในปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลกับงานทุกสาขาอาชีพรวมทั้งงานสื่อสารมวลชนด้วย สำหรับงานสื่อสารมวลชนเป็นงานที่ต้องเน้นความรวดเร็วเป็นหลักให้ทันกับสถานการณ์บ้านเมือง ในปัจจุบัน เพราะข่าวสารนั้นมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา มิใช่มีประโยชน์เพียงแค่นี้ อีกทั้งยังสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสาร การโฆษณาสินค้า การค้าขาย รวมทั้งการประชาสัมพันธ์การสื่อสารโดยใช้ อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนั้นถือว่าการสื่อสารที่ไร้พรมแดน มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในจำนวนมากได้เป็นเวลาอันรวดเร็วและใช้ต้นทุนต่ำ และอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสื่อมวลชนตามความต้องการดังกล่าว

แนวโน้มล่าสุดของการใช้อินเทอร์เน็ตคือการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ เพื่อสร้างเครือข่ายสังคม(Social Network) ซึ่งพบว่าปัจจุบันเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าว กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และการใช้เริ่มมีการแพร่ขยายเข้าไปสู่การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Internet) มากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีปัจจุบัน สนับสนุนให้การเข้าถึงเครือข่ายผ่านโทรศัพท์มือถือทำได้ง่ายขึ้นมาก

2.1.1 ด้านการศึกษา

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสนับสนุนการศึกษา เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารเพื่อการส่งการบ้าน นัดหมาย อธิบายรายละเอียด รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของ คณาจารย์กับนักเรียน และนักเรียนกับนักเรียนด้วยกัน นอกจากนี้ยังมีระบบการเรียนการสอนด้วยระบบออนไลน์ การเรียนออนไลน์ค่อนข้างเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน เพราะเป็นการเรียนที่สะดวก สามารถเรียนได้ในเวลาที่ต้องการ อีกทั้งสามารถลดค่าเล่าเรียนลงไปได้อย่างมาก และทั้งนี้ อินเทอร์เน็ตนั้นยังสามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูลเสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่พร้อมทั้งมีข้อมูลที่ครอบคลุมมีทั้งภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว

2.1.2 ด้านธุรกิจและพาณิชย์

การใช้อินเทอร์เน็ตกับงานธุรกิจพาณิชย์นั้นช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อขายสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วและสะดวก นับว่าเป็นตลาดที่กว้างขวางและมีประสิทธิภาพในการติดต่อซื้อสินค้าและบริการ เพราะคนเราสมัยนี้นิยมความสะดวกสบายและรวดเร็วทันใจ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดบนโลกก็ตามก็สามารถเปิดเว็บไซต์เพื่อเลือกสินค้าหรือหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งปรึกษาก็ได้ฉับไว

2.1.3 ด้านการบันเทิง

อินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นแหล่งความบันเทิงในอีกรูปแบบหนึ่งเหมือนกับการนั่งดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์ อ่านหนังสือหรือบทความต่างๆ ซึ่งสามารถจะดูหรือใช้งานที่ไหนเมื่อไหร่ก็ได้ตามต้องการ อินเทอร์เน็ตต่อด้านบันเทิงนั้นถือว่าเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ สามารถค้นคว้าวารสาร หนังสือพิมพ์ ข่าวสาร นิยาย วรรณกรรมและอื่นๆผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อีกทั้งสามารถฟังวิทยุออนไลน์ ดูรายการโทรทัศน์รวมทั้งภาพยนตร์ทั้งเก่าและใหม่มาดูได้อีกด้วย

2.1.4 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้ ปี 2534 (30 คน) ปี 2535 (200 คน) ปี 2536 (8,000 คน) ปี 2537 (23,000 คน) ข้อมูลล่าสุดของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2551 จากจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปประมาณ 59.97 ล้านคน พบว่า มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 16.99 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 28.2 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 10.96 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 18.2

2.2 การตลาด

การตลาด เกิดขึ้นเพราะมนุษย์รู้จักการแลกเปลี่ยน การที่เราจะได้รับความพึงพอใจในการแลกเปลี่ยนใดๆ เราต้องเป็นผู้ที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ที่เรามุ่งจะแลกเปลี่ยน โดยคำว่า สูงสุด หมายถึงเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ทั้งหมด เมื่อกลุ่มเป้าหมายประเมินว่า เราสามารถสร้างความพึงพอใจให้เขาได้สูงสุด เขาก็ยอมเลือกเรา หรือยอมจ่ายสิ่งแลกเปลี่ยนให้เราเหนือกว่ารายอื่น

คำจำกัดของคำว่า การตลาด (Marketing) สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาได้ให้คำจำกัดของคำว่าการตลาด (Marketing) ไว้ดังนี้ การตลาด คือ การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในทางธุรกิจ ที่มีผลให้เกิดการนำสินค้า หรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ให้บริการนั้นๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกัน ก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

องค์ประกอบของการตลาด

1. มีสิ่งที่จะโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ คือ สินค้าหรือบริการ
2. มีตลาด คือ ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ
3. มีผู้ขายสินค้าหรือบริการ
4. มีการแลกเปลี่ยน

2.2.1 ความสำคัญของการตลาด

การตลาดมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ ในสังคม ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคมมนุษย์แต่ละคน สามารถประกอบอาชีพที่ตนเองถนัดและได้ใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลได้ อย่างเต็มกำลังความสามารถ และการตลาดมีบทบาทอย่างใหญ่หลวงต่อความเจริญเติบโต และพัฒนาการทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาหาสิ่งแปลกใหม่ มาสนองความต้องการของตลาดและสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาส เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้ หลายทางและ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิด การจ้างงาน เกิดรายได้กับแรงงาน และธุรกิจ ทำให้ประชาชน มีกำลังการซื้อ และสามารถสนอง ความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้ มาตรฐาน การครองชีพของบุคคล ในสังคมมีระดับสูงขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.2.2 การตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา เฟสบุ๊ก,โฆษณายูทูป,โฆษณาอินสตาแกรม ฯลฯ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่างๆ ในการโฆษณาเว็บไซต์ หรือโฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจ จนกระทั่งเข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเราในที่สุด

2.2.3 แนวทางการตลาดสำหรับคนยุคใหม่

2.2.3.1 การสื่อสารกับลูกค้า

การสื่อสารกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยเพิ่มการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มลูกค้าได้ดี โดยสิ่งสำคัญที่สุดในการสื่อสารก็คือ การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา แต่จะประชาสัมพันธ์และโฆษณาอย่างไรให้ลูกค้าไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นอะไรที่น่าเบื่อ ก็เป็นหน้าที่ของนักการตลาด ที่จะคิดค้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความเหมาะสม และต้องประเมินผลของการสื่อสารทุกครั้ง เพื่อจะได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2.2.3.2 การเจาะตลาดลูกค้าออนไลน์

เป็นการขายสินค้าและบริการผ่านทางระบบออนไลน์ ซึ่งวิธีนี้จะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลกและสามารถขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากและไม่ต้องใช้ต้นทุนสูง แต่เนื่องจากการขายของออนไลน์มีคู่แข่งสูง สิ่งสำคัญที่นักการตลาดต้องทำเป็นอันดับแรก ก็คือการทำให้เว็บไซต์ของตนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและมีลูกค้าเข้าชมเว็บไซต์มากที่สุด

2.2.3.3 กิจกรรมส่งเสริมการขาย

เป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วและมียอดขายมากขึ้นภายในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งก็จะต้องมีการลงทุนเล็กน้อย เพื่อแลกกับผลกำไรและผลลัพธ์ที่ดีในระยะยาว ดังตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มอิชิตัน ที่มีกิจกรรมการเปิดฝา ส่งข้อความ(sms) ลุ้นโชค โดยจะกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าซื้อเครื่องดื่มอิชิตันไปดื่มกันมากขึ้น เพื่อเปิดฝาลุ้นโชคกันนั่นเอง โดยสำหรับใครที่โชคดีก็จะได้รับของรางวัลไป ซึ่งก็ถือเป็นการลงทุนที่ได้ผลตอบแทนดีมาก และช่วยส่งเสริมการขายได้ดีอีกด้วย

2.2.3.4 กลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจ

การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะทำให้มีชัยไปกว่าครึ่ง เพราะกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะนิยมซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ที่สามารถทำให้คนรู้สึกพึงพอใจได้ ดังนั้นจึงควรเน้นการบริการที่ดีเยี่ยม ทั้งการบริการในการขายและหลังการขาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรแบรนด์สินค้า

2.2.4 ประโยชน์จากการทำการตลาดออนไลน์

1. อิสระต่อผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถเลือกอย่างเจาะจงได้ว่า ต้องการสินค้าอะไร และเป็นสินค้าแบบไหน
2. ผู้บริโภคสามารถเลือกผู้ให้บริการที่พวกเขาต้องการได้ด้วยตัวเอง
3. มีตัวเลือกมากขึ้น ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าที่อยากได้ ได้อย่างตรงจุดที่สุด ทั้งรูปแบบ และสีสันทัน เพราะปกติแล้วความต้องการของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไป
4. สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วทุกมุมโลก เพราะการตลาดออนไลน์จะเชื่อมโยงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน
5. เปรียบเสมือนมีพนักงานมาทำงานให้ตลอด 24 ชั่วโมง เพราะการขายสินค้าออนไลน์ ลูกค้าสามารถเข้ามาสั่งซื้อได้ตลอดเวลาโดยไม่มีเวลาปิด

6. สามารถให้ข้อมูลและรายละเอียดของสินค้าที่ลูกค้าต้องการได้อย่างครบถ้วน ซึ่งลูกค้าก็สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ตลอดเช่นกัน

7. การตลาดแบบผสมที่จะตอบ โจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ดีที่สุด เพราะนอกจากการขายสินค้าแล้ว ก็สามารถจัดโปรโมชั่นหรือสร้างกิจกรรมต่างๆ เพื่อร่วมสนุกกับลูกค้าได้ตลอดเวลาที่ต้องการ

8. เป็นการตลาดในรูปแบบสองทางคือสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้ทันที ผ่านทางช่องทางการติดต่อบนโลกออนไลน์ ซึ่งจะทำให้เข้าใจลูกค้ามากขึ้น และลูกค้าเองก็เกิดความประทับใจมากขึ้น

9. ประหยัดต้นทุน เพราะใช้ต้นทุนต่ำมาก เนื่องจากไม่ต้องสร้างหน้าร้านขึ้นมา ก็สามารถขายของออนไลน์ได้ ไม่ต้องเช่าสถานที่ ไม่ต้องเสียเงิน เสียเวลาหรือจ้างพนักงานเพิ่มเติม นอกจากนี้ก็สามารถจัดทำแคตตาล็อกออนไลน์ ที่เปิดดูผ่านทางคอมพิวเตอร์ได้เลย โดยไม่ต้องเสียเงินพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม

10. สินค้าบางประเภทที่ซื้อขายผ่านทางออนไลน์ สามารถจัดส่งให้กับลูกค้าได้ทันที เช่น หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

2.2.5 ข้อควรระวังในการทำการตลาดออนไลน์

การทำการตลาดออนไลน์นั้น สามารถทำได้หลายช่องทางและหลากหลายวิธี แต่ในขณะเดียวกันก็มีสิ่งที่ควรระวังเช่นกัน เพราะไม่อย่างนั้นก็จะทำให้ผลลัพธ์ไม่เป็นไปอย่างที่หวังได้ และอาจเกิดผลเสียตามมาได้ในที่สุด โดยมีข้อควรระวังในการทำการตลาดออนไลน์ดังต่อไปนี้

2.2.5.1. สร้างเนื้อหาที่ไม่มีคุณภาพ

การสร้างเนื้อหาเพื่อทำการตลาดให้กับเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ของตนเองนั้น จำเป็นจะต้องเป็นเนื้อหาที่มีคุณภาพและให้ความรู้เป็นหลัก ที่สำคัญจะต้องมีประโยชน์และสามารถดึงดูดใจผู้อ่านได้ดีอีกด้วย ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงการสร้างเนื้อหาหรือคอนเทนต์ที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้ให้ความรู้เด็ดขาด โดยเฉพาะหากเนื้อหาที่แทบไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่ขายเลย นอกจากนี้ก็ควรมีการเชื่อมโยงผู้บริโภคนำเข้าถึงแบรนด์สินค้าให้ได้มากที่สุดเช่นกัน

2.2.5.2 ทำโฆษณาสินค้าแค่ชิ้นเดียว

เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะมีความสนใจในสินค้าต่างชนิดกัน ดังนั้นสำหรับผู้ที่ย้ายสินค้าหลายชิ้น ควรทำโฆษณาสินค้าให้หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงสินค้ามากขึ้นและมีตัวเลือกที่จูงใจมากกว่าเดิม โดยสำหรับใครที่ทำโฆษณาสินค้าเพียงชิ้นเดียว นั่นถือเป็นการวางแผนทำการตลาดออนไลน์ที่ผิดพลาดมาก

2.2.5.3 เลือกช่องทางการทำการตลาดผิด

บนสื่อออนไลน์นั้นสามารถทำการตลาดได้หลากหลายช่องทาง แต่ไม่ได้หมายความว่าทุกช่องทางจะเหมาะกับการทำการตลาดของสินค้าและบริการทุกประเภทเสมอไป ดังนั้นจึงต้องเลือกช่องทางให้ดี เพราะหากเลือกผิด สิ่งที่ได้ลงทุนทำไปก็จะกลายเป็นการสูญเปล่าในทันที เช่น ขายสินค้าชุดชั้นในผู้หญิง แต่เลือกช่องทางทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีแต่ผู้ชาย โอกาสที่จะขายชุดชั้นในได้ก็จะแทบจะเป็นศูนย์เลยนั่นเอง

2.2.5.4 ใช้งบประมาณเกินขอบเขต

การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มีทั้งแบบที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายและแบบที่โฆษณาได้ฟรี ซึ่งแบบที่มีค่าใช้จ่ายนั้นก็มักจะให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าและเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว คนส่วนใหญ่จึงลงทุนในการโฆษณากันมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ควรปล่อยให้งบประมาณเกินจากขอบเขตที่กำหนดไว้ เพื่อไม่ให้ค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูงเกินจนทำให้ไม่คุ้มกับกำไรที่ได้นั่นเอง และสำหรับคนที่มียงบประมาณจำกัดมากๆ ก็ให้ใช้วิธีการโฆษณาผ่านช่องทางที่ไม่ต้องเสียเงินเสริมไปด้วย

2.2.5.5 ซื้อข้อมูลปลอม

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการซื้อข้อมูลปลอมกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะถือเป็นทางลัดในการทำธุรกิจที่จะทำให้สร้างยอดขายได้อย่างรวดเร็วทันใจมากขึ้น ซึ่งที่มักจะพบเห็นได้มากที่สุดก็คือการซื้อไลค์ เฟสบุ๊ก (Facebook) ปลอม ซื้อผู้ติดตามปลอม โดยการกระทำเหล่านี้มักจะไม่มียั่งยืนเพราะสามารถตรวจสอบได้ง่าย และอาจต้องปิดธุรกิจออนไลน์ลงในที่สุด ดังนั้นพยายามสร้างข้อมูลจากความเป็นจริงดีกว่า

2.2.5.6 โฆษณาโดยไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย

การจะทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสามารถเรียกยอดขายได้ดีนั้น จะต้องทำการโฆษณาโดยเน้นเจาะจงไปที่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งหากทำโฆษณาโดยไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นการสูญเสียเปล่าเสมอ ดังนั้นอันดับแรกจึงต้องกำหนดขึ้นมาก่อนว่าต้องการลูกค้ากลุ่มไหน เพศอะไร ช่วงอายุเท่าไรและอยู่อาศัยที่ใด จากนั้นก็ทำโฆษณาโดยเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้โดยตรงได้เลย

2.2.5.7 ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน

การจะทำอะไรสักอย่างเพื่อให้เกิดความสำเร็จ จะต้องมีความชัดเจน กล่าวคือ จะต้องกำหนดเป้าหมายขึ้นมาว่า ต้องการทำอะไร เพื่ออะไร และตั้งเป้าความสำเร็จไว้อย่างไร ไม่ใช่ทำไปอย่างไร้จุดหมายจนสุดท้ายแล้วก็ไม่ได้อะไรเลย และนอกจากเป้าหมายในการขายแล้วก็ต้องมีเป้าหมายในการทำการตลาด

2.2.5.8 การโฆษณาชวนเชื่อแบบผิดๆ

จริงอยู่ที่การโฆษณาชวนเชื่อแบบผิดๆ จะสามารถเรียกลูกค้าได้ดีในช่วงแรก แต่ก็เกิดผลเสียตามมาอย่างรวดเร็วเช่นกัน เพราะเมื่อมีลูกค้าได้ซื้อสินค้าหรือบริการไปใช้แล้วพบว่าผลลัพธ์ที่ได้ไม่เป็นจริงตามโฆษณาเลย ก็จะมีการวิจารณ์และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วทั่วทั้งโลกออนไลน์ จนทำให้เสียชื่อเสียงและไม่สามารถขายสินค้าได้ในที่สุด เพราะฉะนั้นอย่าโฆษณาชวนเชื่อแบบผิดๆ เด็ดขาด

2.2.5.9 เริ่มรณรงค์โดยไม่รู้กลุ่มเป้าหมาย

ถือเป็นอีกหนึ่งความผิดพลาดในการทำการตลาดออนไลน์ที่ไม่ควรมองข้ามอย่างเด็ดขาด เพราะการเริ่มรณรงค์ทั้งที่ยังไม่รู้กลุ่มเป้าหมายหรือไม่มีความพร้อมมากพอ จะทำให้เกิดการเสียงบประมาณโดยเปล่าประโยชน์ โดยแทบไม่ได้อะไรกลับคืนมาเลย เพราะฉะนั้นก่อนคิดจะทำการรณรงค์ ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการขึ้นมาก่อน โดยระบุอย่างละเอียดทั้งเพศ อายุ ภูมิฐานะ การศึกษาหรืออื่นๆ เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงและเริ่มรณรงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายคือข้อมูลที่สำคัญไม่แพ้เรื่องไหนๆ ซึ่งการกำหนดกลุ่มเป้าหมายก่อนทำการรณรงค์ ก็ควรทำอย่างละเอียด มีการระบุ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิฐานะ และพฤติกรรม ส่วนตัวอย่างละเอียดจึงจะได้กลุ่มเป้าหมายแท้จริงที่มีคุณภาพ

2.3 สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ คือ อะไร มนุษย์เป็นสังคมที่ต้องมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกันซึ่งในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์วิทยุจากนั้นเมื่อเข้าสู่ยุค ที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับ อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chatprograms) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์(Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Webboard) จวบจนถึงปัจจุบัน มนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันถึงกันและกันด้วยการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบ กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Bloggng) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์(Social Networking) และการ แบ่งปันสื่อทางออนไลน์(Media Sharing) (Profiles - เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี) การเชื่อมต่อ (Connecting - เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทาง ออนไลน์) และการส่งข้อความ (Messaging - อาจเป็นข้อความ ส่วนตัว หรือข้อความสาธารณะ) เป็นต้น โดยมีFacebook (<http://www.facebook.com>) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบันราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติคำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้คุณค่าทั่วไปมีส่วนร่วมสร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่าง ๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน

กานดา รุณพงศา สายแก้ว (ม.ป.ป.) อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้กล่าวว่า มีเดีย (Media) หมายถึงสื่อ หรือเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสารโซเชียล (Social) หมายถึง สังคม และในบริบทของโซเชียลมีเดียว่า โซเชียลหมายถึงการแบ่งปันในสังคม ซึ่งอาจจะ

เป็นการแบ่งปันเนื้อหา หรือปฏิสัมพันธ์ในสังคม เพราะฉะนั้น โซเชียลมีเดียในที่นี้หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้ผู้ใช้แสดงความเป็นตัวตนของตนเอง เพื่อที่จะมีปฏิสัมพันธ์กัน หรือแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลอื่น

สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย(Social Media)หมายถึง สื่อดิจิทัล หรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของระบบเว็บ หรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม ที่มีผู้สื่อสารจัดทำขึ้น โดยที่ผู้เขียนจัดทำขึ้นเอง หรือพบเจอสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราว เหตุการณ์ บทความ ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอ และเพลง แล้วนำมาแบ่งปันเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์ และพูดคุยให้ผู้ใช้ในโลกออนไลน์ ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง กับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกัน (Elizabeth, 2012; Jan 2011, อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง, 2553)

2.3.1 เฟสบุ๊ก (Facebook)

เฟสบุ๊ก(Facebook) คือเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ เรียกได้ว่าเป็นโซเชียล เน็ตเวิร์ก (Social Network) ถูกก่อตั้งโดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก เฟสบุ๊ก อนุญาตให้ใครก็ได้เข้าสมัครลงทะเบียนกับเฟสบุ๊กและผู้ใช้เป็นสมาชิกของเฟสบุ๊ก นั้นสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัว สำหรับแนะนำตัวเอง ติดต่อกับเพื่อน ทั้งแบบข้อความ ภาพ เสียง และ วิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเลือกที่จะเป็นหรือไม่เป็นเพื่อนกับใครก็ได้ในเฟสบุ๊ก

นอกจากนี้ผู้ใช้อย่างสามารถใช้เฟสบุ๊ก เพื่อร่วมทำกิจกรรมกับผู้อื่นได้เช่น การเขียนข้อความ เล่าเรื่อง ความรู้สึก แสดงความคิดเห็นเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ ส่งข้อความพูดคุย เล่นเกมที่สามารถชวนผู้ใช้งานท่านอื่นมาเล่นกับเราได้ รวมไปถึงทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อยๆ แอปพลิเคชันยังแบ่งออกเป็นหลายหมวดหมู่ เช่น เพื่อความบันเทิง เกมปลูกผักยอดนิยม เป็นต้น หรือไม่ว่าจะเป็นเชิงธุรกิจ แอปพลิเคชันของเฟสบุ๊กก็มีให้ใช้งานเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ เฟสบุ๊กจึงได้รับความนิยมไปทั่วโลกเปิดใช้งานเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 โดย มาร์กซัค เคอร์เบิร์ก นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ในช่วงแรกนั้นเฟสบุ๊กเปิดให้ใช้งานเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ซึ่งต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วสหรัฐอเมริกาและตั้งแต่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้ขยายมาสำหรับผู้ทั่วไปทุกคนเหมือนในปัจจุบันจากการศึกษาของเว็บคอมพิท (The Compete Technology)ในเดือนมกราคม ค.ศ. 2009 เฟสบุ๊กถือเป็นบริการเครือข่ายสังคมที่มีคนใช้มากที่สุด เมื่อจากผู้ใช้งานรายเดือน รองลงมาคือ

มายสเปซ เอนเตอร์เทนเมนต์ วิลลี่ ให้อยู่ในรายชื่อ สิ่งที่ดีที่สุดในสันทสวรรษและควอนต์แอสต์ ประเมินว่าเฟสบุ๊ค มีผู้ใช้ต่อเดือนราว 135.1 ล้านคน นับเฉพาะในสหรัฐอเมริกา

เฟสบุ๊ค (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมอันดับหนึ่งที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด โอเดียสำหรับการใช้เฟสบุ๊คในการทำงานก็คือการสร้างกลุ่มสังคมเครือข่ายในที่ทำงานเพื่อการทำงานร่วมกันเป็นทีม แลกเปลี่ยนโอเดียความคิดเห็นในเรื่องงาน การสอบถามปัญหาในงานกับเพื่อนร่วมงานหรือผู้รู้ การนำเสนอผลงานที่ต้องการการตอบรับ เป็นต้น

2.3.2 อินสตาแกรม (Instagram)

อินสตาแกรม ได้รับการคิดค้นขึ้นมาที่ซานฟรานซิสโก โดย เควิน ซิสตรอม (Kevin Systrom) และ ไมเคิล ไมก์ ครีเกอร์ คิดค้นโดยเน้นระบบ HTML 5 ในวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2553 ซิสตรอมได้ลงทุนอีก 500,000 ดอลลาร์สหรัฐในการเพิ่มเติมแอปพลิเคชัน (Applications) อินสตาแกรม (Instagram) ได้เปิดตัวบน แอปสโตร์ (App Store) ของแอปเปิล ในวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2553 หลังจากนั้นจอร์จรีเซล ได้เข้าร่วมงานกับบริษัทในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ซึ่งในขณะนั้น ในบริษัทมีพนักงานไม่ถึง 10 คน และต่อมา ก็ได้มีผู้เข้าร่วมงานกับบริษัทเพิ่มเติม คือ เซน สวินีย์ โดยเข้ามาในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ในตำแหน่งวิศวกร และ เจสสิกา โซลแมน ก็ได้เข้ามาในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2553 ต่อมาในเดือนมกราคม พ.ศ. 2554 อินสตาแกรม ได้เพิ่มแฮชแท็ก ซึ่งเป็นระบบที่สามารถทำให้ป้ายชื่อที่พิมพ์ลงไปในนั้นค้นหาได้ง่ายขึ้น ด้วยการพิมพ์ "#" ตามด้วยป้ายชื่อที่จะพิมพ์และต่อมาในเดือนกันยายน อินสตาแกรมได้ปล่อยเวอร์ชัน 2.0 ให้ดาวน์โหลดบนแอปสโตร์ โดยเพิ่มความสามารถของแอปหลายอย่างในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 อินสตาแกรมได้ประกาศผลกำไรของบริษัท โดยอยู่ที่ 7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อมาในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2555 หลังจากที่ได้ออกออกกันมานาน อินสตาแกรมได้ปล่อยแอปพลิเคชันที่รองรับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และในสัปดาห์เดียวกัน บริษัทได้ประกาศผลกำไรของบริษัท โดยอยู่ที่ 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมูลค่าของบริษัทอยู่ที่ 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งหลังจากนั้น วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2555 เฟสบุ๊คได้เข้ามาซื้อกิจการในราคา

1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งทำให้เฟสบุ๊คมีบริษัทที่กว้างขวางมากขึ้นโดยมาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ประธานบริษัทกล่าวว่า "committed to building and growing Instagram independently" โดยแปลเป็นภาษาไทยได้ว่า จะมุ่งมั่นเพื่อสร้างอินสตาแกรมให้ก้าวหน้าต่อไป

2.3.3 ทวิตเตอร์ (Twitter)

เหมาะสำหรับการรายงานสถานะความเคลื่อนไหวในการทำงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องที่ต้องการจะประกาศให้ทราบ แจ้งข่าวสารกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่ออัปเดตความเป็นไปให้ทราบเป็นระยะ

ทวิตเตอร์ เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 280 ตัวอักษร ว่าตนเองกำลังทำอะไรอยู่ โดยเรียกการส่งข้อความนี้ว่า ทวิต (Tweet) ซึ่งแปลว่า เสียงนกกร้อง

ทวิตเตอร์ก่อตั้งขึ้นเมื่อ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2549 โดย แจ็ก คอร์ซี บิชสโตนและอีวาน วิลเลียมส์ เจ้าของบริษัทอ็อบวีไออูส และต่อมาในเดือนกรกฎาคม ก็ได้เปิดตัวเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ซึ่งต่อมาได้รับความนิยมจากทั่วโลก โดยมีผู้ใช้ที่ลงทะเบียนเข้าใช้มากกว่า 500 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2555 รวมไปถึงมีทวิตมากกว่า 340 ล้านทวิตต่อวัน และมีการค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์มากกว่า 1,600 ล้านครั้งต่อวัน นับตั้งแต่วันเปิดตัว ทวิตเตอร์เป็นเว็บไซต์ 1 ใน 10 อันดับที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในปี พ.ศ. 2555 โดยได้รับการขนานนามว่าเป็นเว็บไซต์สำหรับการส่งบริการข้อความสั้น บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งในภายหลัง นอกจากที่จะสามารถทวิตบนเว็บไซต์แล้ว ได้มีการเปิดให้ใช้งานการส่งทวิต ด้วยการส่งบริการข้อความสั้น (SMS) และบนโปรแกรมประยุกต์ในโทรศัพท์มือถือ และสมาร์ตโฟน

ตัวระบบซอฟต์แวร์ของทวิตเตอร์ เดิมพัฒนาด้วย รูบี้ออนเรลส์ จนเมื่อราวสิ้นปี ค.ศ. 2008 หรือ พุทธศักราช 2551 รันั้นเอง จึงได้เปลี่ยนมาใช้ภาษา Scala บนแพลตฟอร์มจาวา



ค.ศ. 2009 ทวิตเตอร์ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก จนนิตยสารไทม์ ฉบับวันที่ 15 มิ.ย. 2009 ได้นำเอาทวิตเตอร์ขึ้นปก เป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ และบทบรรณาธิการกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าว ที่มีที่มาจากเทคโนโลยีใหม่อย่างทวิตเตอร์

2.3.4 ไลน์แชท (Linechat)

เป็น โปรแกรมเมสเซนเจอร์ระบบส่งข้อความทันทีที่ญี่ปุ่นชื่อมาจาก Naver Corporation ของเกาหลี ที่มีความสามารถใช้งานได้ทั้งโทรศัพท์มือถือที่มีระบบปฏิบัติการไอโอเอส แอนดรอยด์และวินโดวส์โฟน ล่าสุดสามารถใช้งานได้บนคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และแมคโอเอส ได้แล้ว ด้วยความที่มีฟังก์ชันมากมาย สามารถคุย ส่งรูป ส่งไอคอน ส่งสติ๊กเกอร์ ตั้งค่าคุยกันเป็น

กลุ่มทำให้มีผู้ใช้งานโปรแกรมนี้เป็นจำนวนมาก ชาวไทยนิยมใช้เป็นอันดับสองรองจากญี่ปุ่นไลน์ ซึ่งจะต้องเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยซิมการ์ดหรือไวไฟ และต้องลงทะเบียนผ่านอีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์ก่อนที่จะใช้งาน ซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายในการสนทนาหรือส่งข้อมูลตามบริการที่สมัครไว้เช่น ข้อความ สติกเกอร์ ภาพ เสียง วิดีโอความสำเร็จ ไลน์ถูกสร้างมาโดย NHN Japan ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำที่ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต เกม เซิร์ฟเวอร์ เว็บไซต์ เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2554 ซึ่งได้ร่วมกับบริษัท Naver Japan Corporation และบริษัท livedoor โดยมี NHN Japan เป็นผู้บุกเบิก และคอยปรับปรุงการให้บริการฟีเจอร์ใหม่ๆ ของไลน์ บางส่วน ดูแลด้านการพัฒนาด้านธุรกิจ ทางตลาด และโปรโมชันทั่วไปนอกจากนี้ ไลน์ยังมีโปรแกรมเสริม ทั้งไลน์แคมเร่า ที่ถ่ายภาพฟรี พร้อมกรอบกว่า 100 แบบ และสแตมป์แต่งภาพมากกว่า 600 แบบ โดยจุดเด่นของแอปพลิเคชันนี้คือ การตกแต่งภาพหลากหลายรวมไปถึงการถ่ายภาพผ่านฟิลเตอร์ถึง 14 แบบ ที่ช่วยปรับแต่งภาพและรายละเอียดให้ภาพดูดีขึ้น พร้อมด้วยฟังก์ชันกว่า 156 ชนิด เพื่อให้ผู้ใช้ได้แต่งแต้มด้วยสแตมป์และเลือกแบบตัวอักษรต่าง ๆ พิมพ์ข้อความลงบนภาพตามสไตล์ของตัวเอง และสามารถแชร์ภาพได้โดยตรงผ่านเครือข่ายสังคมได้อีกด้วย เมื่อวันที่ 15 ส.ค.2560 ได้เปิดให้บริการ Live Streaming สดในห้องสนทนากลุ่มแล้ว รองรับระบบปฏิบัติการคุณสมบัติ Home สำหรับ iOS และ Android Windows และ iMac ข้อมูลจากสมุดรายชื่อในโทรศัพท์ ข้อความที่ถูกจะส่งกับและแบ่งปันข้อความรูปภาพ วิดีโอ เพลง และอื่นๆ ส่งพิกัดสถานที่อยู่ สามารถส่ง อีโมจิ สติกเกอร์ และใบหน้ายิ้ม เมื่อต้องการพูดคุยหรือแบ่งปันสื่อ สามารถเลือกเพื่อนในไลน์เพื่อกลุ่มสามารถผู้คนที่ได้มากที่สุด คนเพิ่มเพื่อนโดยใช้ คิวอาร์โค้ดเพื่อสแกนหรือ เพิ่มโดยใช้เขย่าโทรศัพท์ที่อยู่ใกล้ ๆ กัน แจ้งเตือนเมื่อมีข้อความเข้า หรือโทรผ่านไลน์เพื่อติดต่อพูดคุย สะดวกสบายแก่ผู้ใช้ไลน์ทุกท่าน

2.3.4.1. แอปพลิเคชันไลน์แชท

แอปพลิเคชันไลน์แชทที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ คงจะเป็นไปไม่ได้ที่จะไม่มีใครนึกถึงแอปพลิเคชันไลน์ที่ชื่อว่าไลน์ นี้ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ในแถบเอเชีย เนื่องจากไลน์ นั้นมีฟีเจอร์หลาย ๆ อย่างที่เป็นจุดเด่นทำให้ไม่เหมือนแอปพลิเคชันไลน์อื่น ๆ โดยเฉพาะสติกเกอร์ตัวการ์ตูนน่ารัก ๆ ที่มีให้เลือกใช้ได้นับร้อยแบบเลยทีเดียว และที่สำคัญไลน์ เป็นแอปพลิเคชันไลน์ที่สามารถดาวน์โหลดมาใช้ได้ฟรี ไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการใช้งานอีกด้วย ใครที่กำลังงง ๆ ว่าไลน์คืออะไร ก็มาเริ่มทำความรู้จักกับแอปพลิเคชันไลน์ตัวนี้กันเลยดีกว่า

ไลน์ คือแอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการข้อความ(Messaging) และการสนทนาด้วยเสียง (Voice Over IP) นำมาผนวกเข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถส่งข้อความ สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โพสต์รูปต่างๆ หรือจะโทรคุยกันแบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียเงิน หากเราใช้งานโทรศัพท์ที่มีแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว แอปยังสามารถใช้งานร่วมกันระหว่าง iOS และ Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้อีกด้วย



รูปภาพที่ 2.1 Free Voice Calls (สนทนาด้วยเสียง ฟรี)

ที่มา <https://nuuneoi.com>

จุดเด่นอย่างหนึ่งของไลน์ นั่นก็คือบริการ Free Voice Calls ที่ให้ผู้ใช้สามารถโทรหาผู้ใช้ไลน์ด้วยกัน โดยใช้งานผ่านเครือข่าย 3G และ Wi-Fi เพื่อส่งข้อมูลรูปแบบเสียง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ Send Videos & Voice Message (ส่งข้อความแบบวิดีโอและเสียง)

นอกจากการสนทนาด้วยการส่งข้อความแบบปกติแล้ว ไลน์ยังสามารถอัปโหลดวิดีโอหรือเสียงแล้วส่งไปให้เพื่อนๆ ได้อีกด้วย โดยสามารถส่งได้เป็นคลิปวิดีโอหรือเสียงในแบบสั้นๆ ความยาวไม่กี่วินาที



รูปภาพที่ 2.2 Stickers and Emoticons (สติ๊กเกอร์การ์ตูนน่ารัก ๆ)

ที่มา <https://nuuneoi.com>

อีกหนึ่งความสนุกของแอปพลิเคชันไลน์แชททั่วไปที่ขาดไม่ได้ก็คืออีโมติคอนน่ารัก ๆ ที่ช่วยเพิ่มสีสันให้การสนทนาสนุกสนานยิ่งขึ้น และสำหรับไลน์(Line)มีทั้งสติ๊กเกอร์(Stickers) และ อีโมติคอน (Emoticons) รูปแบบต่าง ๆ และยังสามารถดาวน์โหลดเพิ่มเติมได้อีกด้วย ทำให้ผู้ใช้งานหลายคนติดอกติดใจกับ สติ๊กเกอร์ (Stickers) และ อีโมติคอน (Emoticons)น่ารักๆของ ไลน์



รูปภาพที่ 2.3 Customizable Wallpaper (ปรับแต่งภาพพื้นหลัง)

ที่มา <https://nuuneoi.com>

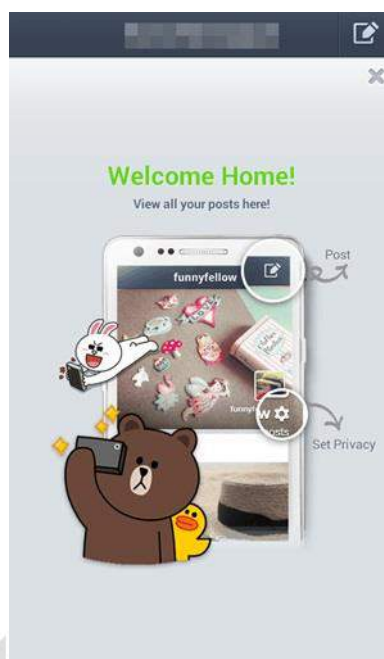
ไลน์(Line)สามารถเปลี่ยน ภาพพื้นหลัง(Wallpaper)ในหน้าต่างแชทได้ โดยแอปพลิเคชันไลน์ จะมีภาพพื้นหลัง(Wallpaper) มาให้ทั้งหมด 23 แบบ และสามารถเพิ่มภาพพื้นหลัง (Wallpaper) ที่ต้องการ โดยนำรูปที่อยู่ในโทรศัพท์มือถือมาใช้งานเป็นภาพพื้นหลังได้



รูปภาพที่ 2.4 Group Chat (การสนทนาแบบกลุ่ม)

ที่มา <https://nuuneoi.com>

ไลน์ (Line) สามารถสร้างกลุ่มเพื่อพูดคุยกันได้ หากมีสมาชิกเพื่อนสนิท ต้องการความเป็นส่วนตัว อยากคุยเฉพาะกลุ่ม ไลน์(Line) เราก็สามารถสร้างกลุ่มเอาไว้สนทนาได้



รูปภาพที่ 2.5 Timeline

ที่มา <https://nuunecoi.com>

ไลน์(Line) มีความเป็นโซเชียลเน็ตเวิร์กในตัว มี Timeline ให้สามารถอัปเดตสเตตัส โพสต์รูป คอมเมนต์ หรือกดไลค์ได้เหมือนกับเฟสบุ๊คเลยทีเดียว



รูปภาพที่ 2.6 Game Line

ที่มา <https://nuunecoi.com>

ไลน์(Line)มีเกมในเครือให้ดาวน์โหลดมาเล่นได้มากมาย ซึ่งจะใช้บัญชีของไลน์ในการเล่นที่สามารถเล่นแข่งขันกับเพื่อน ๆ ในไลน์ได้อย่างสนุกสนาน



รูปภาพที่ 2.7 Add Friends / Contacts

ที่มา <https://nuuneoi.com>

การเพิ่ม Contacts ที่เลือกได้ 4 รูปแบบ

1. เพิ่ม Contacts จากรายชื่อในโทรศัพท์หากมีเพื่อนคนไหนใช้แอปพลิเคชันนี้อยู่ จะมีสัญลักษณ์ไลน์แสดงให้เห็นและสามารถเพิ่มเป็นเพื่อนได้ทันที
2. QR Code สามารถสแกน QR Code ของเพื่อนเราเพื่อเพิ่มเป็นเพื่อนและสามารถสร้าง QR Code ของเราเอง เพื่อใช้สำหรับให้เพื่อน ๆ คนอื่น มาสแกน QR Code เพื่อเพิ่มเพื่อนในไลน์
3. Shake it! เขย่าโทรศัพท์มือถือ เป็นวิธีการแอดเพื่อนที่ดีที่สุด ๆ ของไลน์ใช้ในกรณีที่ทั้งสองโทรศัพท์สองเครื่องอยู่ด้วยกัน เมื่อเขย่าเครื่องพร้อม ๆ กัน ก็สามารถเพิ่มเป็นเพื่อนกันได้
4. Search by ID คือ เราสามารถค้นหาเพื่อนได้จาก ID (คล้าย ๆ กับ PIN ของ BB) โดยการพิมพ์ ID ของเพื่อนที่ต้องการ

สรุปแล้ว ไลน์(Line)เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกสำหรับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาการส่งข้อความเสียงและรูปภาพ ด้วยฟังก์ชันของแอปพลิเคชันที่มีเสน่ห์การใช้งานที่ทำให้ผู้ใช้ชื่นชอบแถมทำงานได้อย่างดีเยี่ยม ยิ่งถ้าหากเราอยู่ในพื้นที่ที่อินเทอร์เน็ตครอบคลุม สามารถใช้ไลน์สนทนากันแทนโทรศัพท์ได้เลยทีเดียว อีกทั้งยังเป็นแอปพลิเคชันที่แจกฟรี สามารถใช้งานได้บน iOS Android และระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ถ้าพร้อมแล้วมาดาวน์โหลดไลน์ไปลองใช้งานกัน ขอดี้นไว้ก่อนระวังจะติดอกติดใจจนไม่อยากจะวางโทรศัพท์นั้นจะบอกให้

2.3.4.2 จำนวนผู้ใช้งานในประเทศไทย

ไลน์(Line)ประเทศไทย ขึ้นแท่นตลาดใหญ่อันดับ 2 ของไลน์ทั่วโลก ด้วยจำนวนผู้ใช้งานมากกว่า 83% ของจำนวนประชากรไทย มุ่งหน้าสู่การเป็น Smart Portal ประกาศไฮไลต์เรื่องเด่นและบริการต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยอย่างเต็มรูปแบบ

คุณอริยะ พนมยงค์ กรรมการผู้จัดการ ไลน์(Line)ประเทศไทย กล่าวว่าปี 2559 ไลน์ได้ประกาศการเป็นมากกว่าการสนทนา พัฒนาจากแอปพลิเคชันสู่แพลตฟอร์ม โดยสตาร์ทเกอร์ยังคงเป็นที่ชื่นชอบของคนไทยในการสื่อสารและส่งต่อความรู้สึก และไม่เพียงแต่สตาร์ทเกอร์ 500 ล้านเซตที่ถูกดาวน์โหลดในปีที่ผ่านมาเท่านั้น ยังมีคอนเทนต์ซีรีส์ฮิตบนไลน์ทีวี(LINE TV) ที่เป็นที่กล่าวถึงอย่าง I HATE YOU I LOVE YOU ไดอารี่ตุ๊ดซี่ส์ เป็นต่อ และบริการใหม่อย่างแอปพลิเคชัน ไลน์แมน(LINE MAN) ที่ขึ้นครองอันดับ 1 บริการส่งอาหาร และ ไลน์ทูเดย์ (LINE TODAY) ที่ขึ้นสู่อันดับ 1 แหล่งรวมคอนเทนต์บนมือถือภายในเวลาไม่ถึงปี

หากมาดูตัวเลขก็จะพบว่า ไลน์แมน(LINE MAN)ซึ่งเป็นบริการรูปแบบ O2O (ออนไลน์สู่ออฟไลน์) แรกของไลน์ (Line)ประเทศไทย ปัจจุบันขึ้นอันดับ 1 ด้านบริการส่งอาหาร และรองรับร้านอาหารมากกว่า 20,000 แห่ง ขณะที่ในด้านคอนเทนต์ บริการใหม่อย่างไลน์ทูเดย์ก็ขึ้นแท่นอันดับ 1 อย่างงดงาม นอกจากนี้ ไลน์(Line) ยังเป็นผู้นำด้านแพลตฟอร์มในประเทศไทยที่มีผู้ใช้เวลามากที่สุดเป็น 1 ใน 3 ของเวลาที่ใช้บนสมาร์ตโฟนต่อวัน (แหล่งข้อมูลจาก Nielsen) และยังเป็นแหล่งรวมความบันเทิง ยกตัวอย่างเช่น ไลน์ทีวีที่เปิดตัวเมื่อเดือนตุลาคม 2557 ปัจจุบันมียอดดาวน์โหลด 12 ล้านครั้ง ในปีที่ผ่านมา มีซีรีส์ฮิตอย่าง “เป็นต่อ ” ที่มียอดวิวทะลุ 230 ล้านวิว และ “I HATE YOU I LOVE YOU” ที่มียอดวิวทะลุ 10 ล้านวิว ภายใน 24 ชั่วโมง ส่วนไลน์เกมก็ครองอันดับ 1 ของตลาดเกมมือถือในประเทศไทย (แหล่งข้อมูลจาก App Annie) LINE WEBTOON แหล่งรวมคอนเทนต์การ์ตูน มีผู้อ่านเฉลี่ยต่อเดือน 3 ล้านคน โดยมีคุณแม่วัยใสเป็นที่อปคอนเทนต์ในปีที่ผ่านมาเช่นกัน



รูปภาพที่ 2.8 ภาพแสดงยอดผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันไลน์

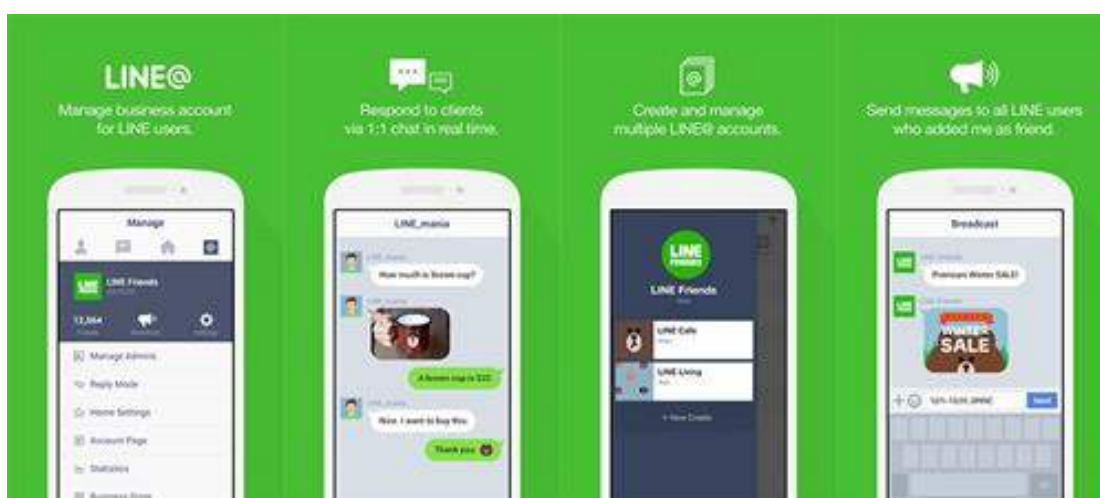
ที่มา : <https://thumbsup.in.th/2017/02/line-thailand-goal-smart-platform/>

ในส่วนของพันธมิตรทางธุรกิจ แปรนต์ที่มีเพื่อนติดตามมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ PTT Group เมืองไทยประกันชีวิตทรูมูท(TrueMove H) เอไอเอส(AIS) และดีแทค(dtac) ต่อมา คือ สติกเกอร์ โดยจุดเด่นในปีที่ผ่านมา มีผู้ดาวน์โหลดสติกเกอร์มากกว่า 500 ล้านเซต โดย 3 เซตขายดีที่สุดที่สุด ได้แก่ ตัวกลมน้องแวนแสนชนป๊อปอัพ บราวน์&โคบี้ ป๊อปอัพสุดเลิฟ หนูหิ่น โบนินทาห์นอกจากนี้ยังมีการจับมือเป็นพันธมิตรของช่องทางการจ่ายเงินแบบบิตไลน์เพลย์ (Rabbit LINE Pay) ที่มีผู้ใช้งานมากกว่า 2 ล้านคนในประเทศไทยด้วย

ไลน์ (Line) รู้สึกภูมิใจที่บริการของเรามีส่วนในการสนับสนุนคนไทยด้วยกันอย่างเช่น ไลน์ทีวีที่สนับสนุนคอนเทนต์และพันธมิตรคนไทย ไลน์แมนและไลน์ไฟแนนซ์ที่ทางไลน์ได้มีการจับมือกับ start-up คนไทยต่างๆ และในปี 2560 ไลน์ (Line) จะดำเนินตามนโยบายเพื่อช่วยสนับสนุนการเติบโตของวงการดิจิทัลแบบครบวงจรพร้อมสรรหาบริการที่มีประโยชน์เพื่อมอบให้กับคนไทย” คุณอริยะ กล่าวทิ้งท้าย

2.3.4.3 การบริการของไลน์แชท

1. ไลน์ ออฟฟิเชียล แอคเคาท์ (Line official Account)



รูปภาพที่ 2.9 LINE Official Account

ที่มา <https://nuuneoi.com>

บริษัทสามารถสร้างบัญชีของตนเอง ส่งข้อความถึงผู้ใช้บริการจำนวนมากที่เป็นเพื่อนกับบัญชีบริษัท รวมถึงโพสต์ข่าวสารบนไทม์ไลน์ และอื่นๆ บัญชีของบริษัทจะถูกแสดงบนแพลตฟอร์ม Line สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการที่หลากหลายได้เป็นจำนวนมาก

- ฟังก์ชันข้อความ

คุณสามารถส่งข้อความถึงผู้ใช้บริการที่เป็นเพื่อนกับออฟฟิเชียล แอคเคาท์ (Official Account) บริษัทคุณทั้งหมดได้พร้อมกันในคราวเดียว ผู้ใช้บริการจะได้รับการแจ้งเตือนเมื่อมีข้อความส่งมา จึงทำให้มีอัตราการเปิดอ่านค่อนข้างสูง คุณจะได้รับผลตอบรับทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมหากคุณส่งข้อความที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ

- ฟังก์ชัน Timeline

สามารถโพสต์ข่าวสารบนไทม์ไลน์เพื่อเปิดเผยหน้าไทม์ไลน์ของผู้ใช้บริการที่เป็นเพื่อนกับออฟฟิเชียล แอคเคาท์ (Official Account) ของคุณ โดยผู้ใช้บริการสามารถกด "ถูกใจ" และแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์ของคุณได้ ถือเป็นพื้นที่ในการอัพเดทข่าวสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ฟังก์ชัน Rich Message

ฟังก์ชัน Rich Message ช่วยให้คุณสามารถรวมรูปและข้อความไว้ในภาพเดียวกัน เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้งานด้วยความกระชับ โดดเด่นและเข้าใจง่าย ให้ผลลัพธ์กระตุ้นทางธุรกิจสูงกว่าข้อความแบบตัวอักษรทั่วไป

- ฟังก์ชันของ PR Page

PR Page คือหน้าเพจขนาดเล็กที่ผู้ใช้สามารถเปิดดูภายในแอปไลน์ (Line) สามารถใช้เพื่อส่งรูปหรือข้อความที่ยาวจนไม่สามารถส่งได้ด้วยย่อหน้าเดียว โดยคุณสามารถสร้างหน้า PR Page ได้อย่างง่ายดายจากระบบหลังบ้าน

- เกี่ยวกับฟังก์ชันของ Research Page

ในหน้า Research Page คุณสามารถส่งเนื้อหาใดๆ ที่นำไปสู่การสื่อสารโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ เช่น แบบสอบถาม แบบสำรวจความนิยม โดยคุณสามารถใช้ฟังก์ชันได้หลากหลายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ต่างๆ นอกจากจะได้ทราบผลจากแบบสอบถามแล้ว คุณยังสามารถรวบรวมข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลจากผู้ใช้งานที่ตอบกลับมา เพื่อใช้ในแผนการตลาดได้อีกด้วย

- เกี่ยวกับข้อความตอบคีย์เวิร์ด

ฟังก์ชันในการตอบกลับเมื่อผู้ใช้ส่งข้อความมาตรงกับข้อความที่กำหนดไว้ เพียงกำหนดคีย์เวิร์ดไว้ล่วงหน้า แล้วระบบจะส่งข้อความตอบกลับโดยอัตโนมัติไปยังผู้ใช้งานตามคีย์เวิร์ดเหล่านั้น ฟังก์ชันนี้สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย เช่น การจับคู่ความสนใจ การตอบคำถามให้ผู้ใช้งาน ค้นหาข้อมูลร้านค้า และการวางแผนคำถาม

2. ไลน์แอท (Line @)

พัฒนาการของโปรแกรมการสนทนาอย่างไลน์ (Line) ที่เป็นที่รู้จักและใช้ติดต่อกันอย่างกว้างขวาง จากบริการฟรีที่ทำให้คนยุคนี้ติดการสื่อสารที่ง่าย และสะดวก เพราะแม้จะไม่ว่างก็ยังทิ้งข้อความไว้

ให้ตอบกลับได้ สู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อก่อให้เกิดรายได้ โดยการนำไปสู่การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ และเรียกเก็บค่าบริการ ซึ่งธุรกิจใหญ่ๆ ก็อาศัยบริการในส่วนของ ออฟฟิเชียล แอคเคาท์ (Official Account) เพื่อโปรโมทธุรกิจของตัวเอง แต่เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูง จึงเอื้อประโยชน์แก่ธุรกิจใหญ่ๆ เท่านั้น ยังไม่สามารถตอบโต้กับธุรกิจเล็กๆ ที่ยังไม่สามารถรับค่าใช้จ่ายในส่วนนั้นได้ ต่อมาจึงได้เปิดบริการใหม่ที่มีชื่อว่า ไลน์แอด (LINE@) ที่ทำขึ้นมาเพื่อผู้ประกอบการรายย่อย ด้วยการทำเป็นในลักษณะของดาว์นโหลดแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า ไลน์แอด (LINE@) ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งกับระบบ Android และ iOS

ลักษณะการทำงานของ ไลน์แอด (LINE@) นั้นสามารถเทียบชั้นได้กับ Fanpage ในเฟสบุ๊ค (facebook) ที่เป็นชุมชนที่เป็นช่องทางในการสื่อสารทางธุรกิจมากกว่าจะเป็นการสื่อสารส่วนตัวไลน์แอด (LINE@) จึงนับเป็นพัฒนาการเพื่อสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็ก ด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

- ข้อดีของ ไลน์แอด (LINE@)

โปรแกรมไลน์ฟรียังมีข้อจำกัดบางประการอยู่ เช่น ถ้าแอดเป็นเพื่อนกันก็สามารถส่งข้อมูลถึงกันได้เฉพาะบุคคล แต่ถ้าสร้างกลุ่มไลน์ขึ้นมา จะเป็นการส่งข้อมูลเข้ากลุ่ม ทุกคนที่เป็นสมาชิกกลุ่มจะเห็นข้อมูล ซึ่งหากมีการส่งข้อมูลจากหลายคน อาจทำให้ข้อมูลที่ต้องการให้ทราบถึงคนขึ้นไป จนบางครั้งคนในกลุ่มก็ไม่สามารถเห็นข้อมูลที่สำคัญ จึงไม่เหมาะสำหรับส่งข้อมูลเพื่อธุรกิจ ดังนั้น ไลน์ (LINE@) จึงตอบโต้กับธุรกิจได้ดีกว่า ด้วยจุดเด่นดังต่อไปนี้

ประหยัดเวลาในส่งข้อมูล เพราะส่งข้อความครั้งเดียวแต่ถึงแก่ทุกคนที่เป็นเพื่อนของเราได้ และข้อมูลดังกล่าวจะปรากฏให้เห็นในไลน์ส่วนตัวของแต่ละคน โดยที่แต่ละคนไม่รู้ว่าใครบ้างที่ได้รับทราบข้อมูลนั้นๆ ประหยัดค่าใช้จ่าย เมื่อคิดอัตราการส่งข้อความ เช่น 50,000 ข้อความ (1 คนคิด 1 ข้อความ) ค่าใช้จ่ายเพียง 800 บาทเท่านั้น เมื่อเทียบกับการโฆษณาแบบอื่นที่ต้องการส่งให้ถึงคนจำนวนมาก ถือว่าคุ้มค่ายิ่งสำหรับงบประมาณของธุรกิจต่างๆ อยู่ในภาวะที่ธุรกิจเล็กๆ ก็สามารถรับภาระได้สามารถตั้งระบบตอบกลับอัตโนมัติได้ โดยกำหนดคีย์เวิร์ดของคำถามเอาไว้ นับเป็นข้อดีเพราะในแง่ธุรกิจ คู่ค้าย่อมต้องการการตอบกลับในทันที ส่วนเจ้าของธุรกิจก็ไม่ต้องคอยตอบคำถามที่ซ้ำซากตั้งเวลาโพสต์ได้ ข้อนี้ทำให้เจ้าของธุรกิจมีความคล่องตัวในการสื่อสารตามเวลาที่ตัวเองต้องการได้ แม้ไม่ว่างในเวลาดังกล่าว

2.4 สติกเกอร์ไลน์



รูปภาพที่ 2.10 สติกเกอร์ไลน์

ที่มา : <https://www.google.com/search?q>

2.4.1 Line Stickers ไลน์สติกเกอร์ คืออะไร

ไลน์สติกเกอร์(Line Stickers)เป็นร้านค้าที่ขายสติกเกอร์ไลน์และให้ผู้ที่ต้องการซื้อสติกเกอร์ไลน์มาเลือกซื้อสติกเกอร์ไลน์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้ขาย ซึ่งจะมีกรณีที่แจกสติกเกอร์ฟรีเช่นกัน แต่จะต้องเพิ่มเพื่อนของบริษัทนั้นเข้าไป จึงจะสามารถได้สติกเกอร์ไลน์ของบริษัทนั้นฟรี ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยสร้างการโฆษณาให้กับบริษัทได้ โดยบริษัทจะส่งข้อความโฆษณาต่างๆ มายังผู้ที่เพิ่มเพื่อนกับบริษัท เพื่อให้ผู้ที่เพิ่มเพื่อนกับบริษัทได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทดังนั้น ไลน์สติกเกอร์จึงเป็นร้านค้าที่ขายสติกเกอร์และให้ผู้ที่ต้องการซื้อสติกเกอร์ไลน์มาซื้อสติกเกอร์ไลน์ไปใช้ อีกทั้งยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถมาโฆษณาสินค้าและบริการได้โดยเปิดให้ใช้สติกเกอร์ไลน์ได้ฟรี ก็จะมีผู้คนต่างๆ เข้ามาใช้สติกเกอร์ไลน์เป็นจำนวนมาก ก่อนที่จะเริ่มดาวน์โหลดสติกเกอร์ไลน์ได้จะต้องเพิ่มเพื่อนกับบริษัทก่อน จากนั้นบริษัทก็จะส่งโฆษณาต่างๆ มายังลูกค้า ซึ่งลูกค้าก็จะสามารถใช้สติกเกอร์ของบริษัทได้ฟรี

2.4.2 ประวัติความเป็นมา

ไลน์แอปพลิเคชัน(Line Application) นั้นเป็นโปรแกรมที่ถูกสร้างขึ้นในช่วงกลางปี 2010 โดยการร่วมมือของบริษัท Naver Japan Corporation และบริษัท livedoor โดยมี NHN Japan เป็นผู้พัฒนาฟีเจอร์ต่างๆ ของไลน์ และในส่วนของตลาดด้านธุรกิจนั้นยกให้บริษัทแม่ที่เกาหลี NHN Corporation จัดการ หลังจากที่เปิดตัวได้เพียงไม่นาน ก็ได้รับการตอบรับถึงหลายสิบล้านผู้ใช้งาน

ในญี่ปุ่น ประเด็นแรกที่ใช้ในการสร้างโปรแกรมแชทไลน์ขึ้นมาก็มีสาเหตุมาจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่ภูมิภาค Tohoku เมื่อต้นปี 2011 นั่นเอง ในตอนนั้นระบบการติดต่อทางการโทรศัพท์ล้มอย่างไม่เป็นท่า ทำให้ NHN Japan ตัดสินใจออกแบบแอปพลิเคชันที่สามารถใช้ได้ทั้งบนมือถือบนแท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์พีซี ซึ่งจะทำงานบนเครือข่ายข้อมูลที่สามารถสนทนาตอบโต้ได้รวดเร็วและต่อเนื่องและด้วยความที่ไลน์มีคุณสมบัติของโปรแกรมแชทครบถ้วน ตั้งแต่ การสนทนา ส่งไฟล์รูป ไฟล์วิดีโอ ไฟล์เสียง ระบบการค้นหาเพื่อนด้วย QR Code หรือจะเกมไว้คลายเครียด ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่ถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของแอปพลิเคชันนี้ก็ได้ นั่นก็คือสติ๊กเกอร์นั่นเอง และในตอนนี้เราจะมาพูดถึงเรื่อง “สติ๊กเกอร์ไลน์” โดยจะขอแนะนำตัวการ์ตูนหลักๆ ของสติ๊กเกอร์ในไลน์ที่เป็นมาสติ๊กเกอร์ไลน์ที่เห็นกันบ่อยๆ และคิดว่าทุกคนต้องเคยใช้มาแล้วมาเริ่มจาก



รูปภาพที่ 2.11 สติ๊กเกอร์ไลน์ Moon

ที่มา : <https://www.mdsiglobal.com>

Moon เป็นสติ๊กเกอร์หัวกลม ตัวสีขาว เป็นสติ๊กเกอร์พื้นฐานของผู้เล่นไลน์กันเลยทีเดียว เพราะมีแทบจะทุกอารมณ์ที่ผู้เล่นต้องการ สติ๊กเกอร์ตัวนี้ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าผู้เล่นไลน์ต้องใช้งานอย่างน้อยคนละ 2 ครั้งแน่ๆ



รูปภาพที่ 2.12 สติ๊กเกอร์ไลน์ Cony

ที่มา: <https://www.mdsiglobal.com>

โคนี่ (Cony) เป็นสติ๊กเกอร์กระต่ายสีขาว หูด้านในสีชมพู ด้วยความที่เป็นกระต่ายและแสดงอิโมชันผ่านทางท่าทางและใบหน้าออกมาได้น่ารัก หลากๆ คนจึงชอบใช้สติ๊กเกอร์โคนี่กัน โคนี่มักจะมาพร้อมกับบราวน์



รูปภาพที่ 2.13 สติกเกอร์ไลน์ บราวน์ (Brown)

ที่มา : <https://www.mdsiglobal.com>

บราวน์ (Brown) เป็นหมีสีน้ำตาล หน้าหนึ่งแต่แสดงอารมณ์ออกมาทางการกระทำได้น่ารัก
 มากๆ ค่ะ แต่ก็มีกลุ่มคนไม่น้อยที่ชื่นชอบความน่ารักซื่อๆ ของเจ้าสติกเกอร์ตัวนี้ และบราวน์มักจะ
 มีสติกเกอร์คู่กับ โคโนะ



รูปภาพที่ 2.14 สติกเกอร์ไลน์เจมส์ (James)

ที่มา : <https://www.mdsiglobal.com>

เจมส์ (James) เป็นสติกเกอร์หนุ่มเจ้าสำอาง มีจุดเด่นคือเป็นคนจริงๆ และผมสีทอง มาใน
 ชุดเสื้อขาว กางเกงดำ ชอบทำหน้าแบบหลงตัวเอง เจมส์เป็นอีกหนึ่งสติกเกอร์ที่เป็นที่นิยมมาก
 เพราะ “ความฮา” ของเค้านี้แหละค่ะ ไม่ว่าจะทำหน้าหล่อ หรือแม้แต่ท่านอนตายแบบสิ้นหวัง เจมส์
 มีหมด



รูปภาพที่ 2.15 สติกเกอร์ไลน์ Sally

ที่มา : <https://www.mdsiglobal.com>

และ Sally เป็ดเหลืองตัวจิ๋วมักจะมาแจมกับคาแร็คเตอร์ตัวอื่นๆ อยู่เสมอ

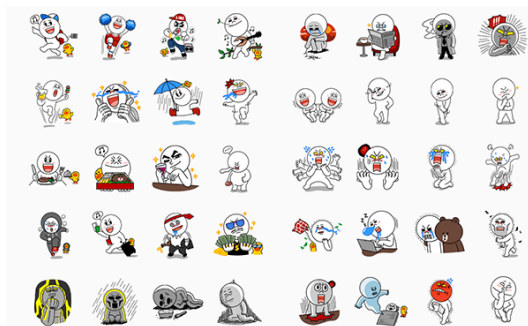


รูปภาพที่ 2.16 Line Offline Salaryman Stamp

ที่มา : <https://www.mdsiglobal.com>

นอกจากนี้ คาแร็คเตอร์หลักของไลน์ยังถูกนำไปเป็นอนิเมชันในชื่อ Line Offline Salaryman Stamp

อนิเมไลน์นี้เริ่มฉายเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2013 ทางโตเกียวทีวี ใน 1 ตอนจะมีความยาวเพียงแค่ 4 นาทีเท่านั้น ช่วงเวลาการฉายอยู่ที่ 01.30 – 01.35 น. ตามเวลาญี่ปุ่นนะคะ คาแร็คเตอร์ไลน์แต่ละตัวจะถูกสร้างขึ้นมาให้พนักงานเงินเดือน ปัจจุบันมีหลายตอนแล้วล่าสุดนี้ ทาง NAVER ได้มีการทดลองให้กับผู้ใช้งานไลน์เกิน 100 ล้านคน ด้วยการแจกสติกเกอร์ 7 วัน 7 แบบให้ไปสะสมกับฟรีๆ โดยไม่เสียเงินค่ะ โดยวิธีการโหลดคือ 1 วันต่อ 1 คาแร็คเตอร์ ตั้งแต่วันที่ 18-24 มกราคม 2556 ลายของสติกเกอร์ที่แจกมีดังนี้



รูปภาพที่ 2.17 Moon Special Edition / Cony Special Edition / Brown Special Edition / Don't Lose Your Soul / Hurricane Project / Jungle High / Listen to Your Heart

ที่มา : <https://www.mdsiglobal.com>

2.4.3 ความสำเร็จและรางวัลที่ได้รับของ LINE

- รางวัล iTunes ยอดเยี่ยมประจำปี 2555 : อันดับ 1 ประเภทฟรีแอปพลิเคชัน (ประเทศญี่ปุ่น)
- รางวัล iF ดีไซน์ ปี 2556 : รางวัลสื่อโฆษณา
- รางวัลดีไซน์ดีเยี่ยมเหรียญทอง ปี 2555
- รางวัลเทรนด์ Shogakukan Dime ปี 2555
- รางวัลทีมงานยอดเยี่ยม ปี 2555
- รางวัล AMD Digital Contents ครั้งที่ 17 ประจำปี 2556
- รางวัล Nikkei Sangyo Shimbun: Nikkei Superior Products Service ปี 2555
- รางวัล Nikkei MJ Hit Products ปี 2555
- รางวัล Nikkei Trendy: Hit Products ปี 2555 : อันดับ 2 จาก 30 ลำดับ
- รางวัล Top Worldwide in Non-Game Apps by Monthly Revenues for iOS/Google Play (พฤศจิกายน 2555)
- รางวัล eEconomista: Nominated for Best Technology (ประเทศสเปน)
- รางวัล EL PAIS: Nominated for Best Trend (ประเทศสเปน)

2.4.4 โปรแกรมที่ใช้ทำสตีกเกอร์ไลน์



รูปภาพที่ 2.18 Icon แสดงสัญลักษณ์ของโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

ที่มา : <https://adobe-photoshop-cs6-update.th.softonic.com/>

2.4.4.1โปรแกรม Adobe Photoshop CS6

โปรแกรม Photo shop เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่ายและภาพกราฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดีย อีกทั้งยังสามารถ retouching ตกแต่งภาพและการสร้างภาพ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสูงมากในขณะนี้ เราสามารถใช้โปรแกรม Photoshop ในการตกแต่งภาพ การใส่ Effect ต่าง ๆ ให้กับภาพ และตัวหนังสือ การทำภาพขาวดำ การทำภาพถ่ายเป็นภาพเขียน การนำภาพมารวมกัน การ Retouch ตกแต่งภาพต่างๆ เราสามารถเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop นี้ได้ด้วยตัวเอง คุณสามารถที่จะทำการแก้ไขภาพ ตกแต่งภาพ ซ้อนภาพในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย และสิ่งที่คุณขาดไม่ได้ก็คือ การใส่ข้อความประกอบลงในภาพด้วย และเนื่องจาก Adobe Photoshop มีการพัฒนาโปรแกรมมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เราจำเป็นต้องศึกษาคำสั่งต่างๆ ให้เข้าใจ แต่ที่สำคัญ เมื่อคุณเรียนรู้การใช้คำสั่งในเวอร์ชันเก่า คุณก็ยังคงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเวอร์ชันใหม่ๆ ได้อีกด้วย

ความสามารถพื้นฐานของ Adobe Photoshop ที่ควรทราบ

- ตกแต่งหรือแก้ไขรูปภาพ
- ตัดต่อภาพบางส่วน หรือที่เรียกว่า crop ภาพ
- เปลี่ยนแปลงสีของภาพ จากสีหนึ่งเป็นอีกสีหนึ่งได้
- สามารถลากเส้น แบบฟรีสไตล์ หรือใส่รูปภาพ สี่เหลี่ยม วงกลม หรือสร้างภาพได้อย่างอิสระ
- มีการแบ่งชั้นของภาพเป็น Layer สามารถเคลื่อนย้ายภาพได้เป็นอิสระต่อกัน
- การทำ cloning ภาพ หรือการทำภาพซ้ำในรูปภาพเดียวกัน

- เพิ่มเติมข้อความ ใส่ effect ของข้อความได้
 - Brush หรือแปรงทาสี ที่สามารถเลือกรูปแบบสำเร็จรูปในการสร้างภาพได้และอื่นๆ อีกมากมาย
- โปรแกรม Adobe Photoshop CS6 เมื่อทำการเปิดโปรแกรมแล้ว จะพบหน้าต่างของโปรแกรมหาดัง รูป



ที่มา : <https://adobe-photoshop-cs6-update.th.softonic.com/>

รู้จักกับโปรแกรม Photoshop CS6

โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่ใช้สำหรับตกแต่งรูปภาพ สร้างงานกราฟิกต่างๆ หลักการทำงานง่ายๆ ของโปรแกรม Photoshop คือ การสร้างภาพโดยเริ่มต้นจากหน้ากระดาษเปล่าๆ เหมือนจิตรกรที่เขียนภาพลงบนผืนผ้าใบ การหยิบภาพถ่ายขึ้นมาปรับแต่งให้ดูดี สมบูรณ์ หรือแหวกแนวในรูปแบบที่ต้องการ ซึ่งขั้นตอนทั้งหมดจะทำงานอยู่บนหน้าจอของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งแบ่งออกได้หลายด้าน คือ งานตกแต่งภาพถ่าย เป็นการตกแต่งรูปถ่ายเก่าๆ ให้คมชัด หรือเหมือนใหม่ หรือทำการแก้ไขความสว่างของรูปถ่ายให้ภาพมีสีสันสดใสสมจริง ปรับแต่งภาพถ่ายให้เหมือนภาพวาดนอกจากนั้นยังสามารถตัดต่อภาพ สร้างภาพล้อเลียน เช่น เอาใบหน้าคนหนึ่งไปวางบนตัวอีกคนหนึ่ง ภาพบุคคลไปวางบนฉากหลังจากอื่น งานสิ่งพิมพ์ไม่ว่าจะเป็น หนังสือ นิตยสาร โฆษณาเรียกได้ว่าเกือบทุกงานที่ต้องใช้รูป สามารถใช้โปรแกรม Photoshop สร้างสรรค์ภาพให้เป็นไปตามไอเดียที่เราวางแผนไว้ได้ งานเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ใช้สร้างภาพเพื่อตกแต่งเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นพื้นหลังปุ่มโต้ตอบ แถบหัวเรื่อง ตลอดจนภาพประกอบต่างๆ นอกจากนั้นยังสามารถออกแบบหน้าเว็บด้วยโปรแกรม Photoshop ได้งานออกแบบทางกราฟิก ใช้โปรแกรม Photoshop ช่วยในการสร้างภาพสามมิติการออกแบบปกหนังสือและผลิตภัณฑ์ การออกแบบการ์ดอวยพร เป็นต้น

2.4.4.2 โปรแกรม Adobe Illustrator



รูปภาพที่ 2.19 ภาพโลโก้ของโปรแกรม Illustrator

ที่มา : <http://pycknokmiu.blogspot.com/2013/09/adobe-illustrator.html>

โปรแกรมพื้นฐานที่นักออกแบบทุกคนต้องเรียนรู้ในการสร้างงานกราฟิกมี 2 ชนิด คือ โปรแกรมประเภทวาดภาพ และ โปรแกรมประเภทตกแต่งภาพ

Illustrator คือ โปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพ โดยจะสร้างภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้น หรือ ที่เรียกว่า Vector Graphic จัดเป็น โปรแกรมระดับมืออาชีพที่ใช้กันเป็นมาตรฐานในการออกแบบ ระดับสากลสามารถทำงานออกแบบต่างๆ ได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ เว็บ และ ภาพเคลื่อนไหวตลอดจนการสร้างภาพเพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการทำงานอื่นๆ เช่น การ์ตูน ภาพประกอบหนังสือ เป็นต้น

การประมวลผลภาพกราฟิกของคอมพิวเตอร์ ในความเป็นจริงแล้วภาพกราฟิกที่เก็บใน คอมพิวเตอร์นั้น จะมีวิธีการประมวลผลภาพ 2 แบบแตกต่างกันไปตามแต่ละโปรแกรกดังนี้ คือ

1. การประมวลผลแบบอาศัยการคำนวณทางคณิตศาสตร์

ตัวอย่างเช่น รูปล้อรถจักรยาน ถ้าเป็นการเก็บแบบเวกเตอร์ เครื่องจะเก็บข้อมูลที่เป็นสูตรทาง คณิตศาสตร์แต่สามารถอธิบายได้คือ รูปล้อจักรยาน คือเส้นวงกลมที่เกิดจากการวัดความห่างจากจุด ศูนย์กลางจุดหนึ่งไปยังบริเวณรอบๆ ด้วยระยะห่างที่เท่ากัน โดยมีสีและตำแหน่งของสีที่แน่นอน ฉะนั้นไม่ว่าเราจะมี การเคลื่อนย้ายที่หรือย่อขยายขนาดของภาพ ภาพจะไม่เสียรูปทรงในเชิงเลขาคณิต เช่น โปรแกรม Illustrator ใช้วิธีนี้ในการเก็บ เป็นต้น

ตัวอย่างงานกราฟิกของภาพแบบเวกเตอร์งานกราฟิกในแบบเวกเตอร์นี้จะเป็นลักษณะของ ภาพลายเส้น ซึ่งงานเหล่านี้จะเน้นถึงความ คมชัดของเส้นเป็นหลัก เช่น ภาพโลโก้ ตราบริษัท

และภาพลายเส้นแบบคลิปอาร์ต โปรแกรมเหล่านี้ได้แก่ Illustrator, CorelDraw และ Freehand

2. การเก็บและแสดงผลแบบบิตแมป [Bitmap]

เป็นการประมวลผลแบบอาศัยการอ่านค่าสีในแต่ละพิกเซล ซึ่งเหมาะกับภาพที่มีโทนสีที่ใกล้เคียงกัน เช่น ภาพถ่าย โปรแกรม Photoshop ใช้วิธีนี้ การประมวลผลแบบบิตแมปที่เราเรียกอีกอย่างว่า Raster image เป็นการเก็บข้อมูลดิบ คือค่า 0 และ 1 ใช้การแสดงผลเป็นพิกเซล โดยแต่ละพิกเซลจะมีการเก็บค่าสีที่เจาะจงในแต่ละตำแหน่ง

ตัวอย่างงานกราฟิกของภาพแบบบิตแมด (bitmap) งานกราฟิกในแบบบิตแมดนี้จะเป็นลักษณะของภาพ ที่ต้องการปรับแต่งรายละเอียดของสีเป็นหลัก เช่น การซ้อนภาพและการตกแต่งภาพให้เหมือนจริง โปรแกรมเหล่านี้ได้แก่ Photoshop, Corel Photo-paint และ Fireworks เป็นต้น

โปรแกรม Illustrator ทำอะไรได้บ้าง งานสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นงานโฆษณา โบรชัวร์ นามบัตร หนังสือ หรือนิตยสาร เรียกได้ว่าเกือบทุกสิ่งพิมพ์ที่ต้องการความคมชัด งานออกแบบทางกราฟิก การสร้างภาพสามมิติ การออกแบบปกหนังสือ การออกแบบสกรีน CD-ROM และการออกแบบการ์ดอวยพร ฯลฯ งานทางด้านการ์ตูน ในการสร้างภาพการ์ตูนต่าง ๆ นั้น โปรแกรม Illustrator ได้เข้ามามีบทบาทและช่วยในการวาดรูปได้เป็นอย่างดี งานเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ใช้สร้างภาพตกแต่งเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็น พื้นหลังหรือปุ่มตอบโต้ แถบหัวเรื่องตลอดจนภาพประกอบต่างๆ ที่ปรากฏบนหน้าเว็บแนะนำเครื่องของโปรแกรม Adobe Illustrator

จุดเด่นของโปรแกรม Illustrator

1. ใช้สร้างภาพแบบ Vector ได้ยอดเยี่ยม
2. สร้าง Logo และแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ง่าย
3. ปรับปรุง Wmf หรือ Clipart ของ windows ได้
4. วาด และแก้ไขเส้นโครงได้สมบูรณ์แบบ
5. ไม่มีปัญหาในการส่งงานเนื่องจากทุกโรงพิมพ์ยินดีรับไฟล์งานที่สร้าง

จาก โปรแกรม Illustrator นอกจากนี้อีกยังไม่มีปัญหาเรื่องความคมชัดของภาพถึงแม้ว่าจะต้องมีการปรับขนาดอาร์ตเวิร์กให้ใหญ่กว่าเดิมหลายสิบเท่าก็ตาม เพราะภาพที่ได้จาก Illustrator เป็นภาพประเภท Vector format ย่อขยายเท่าไรก็ยังคงคมชัด

6. สะดวกด้วยขนาดไฟล์ที่เล็กมากเรียกว่าถ้าไม่มีการฝังไฟล์ภาพลงในไฟล์งานแล้วสามารถบันทึกใส่แผ่นฟลอปปีดิสก์ได้อย่างสบายๆ หรือจะส่งงานทางอีเมลก็ได้ไม่มีปัญหาเช่นกัน

7. ในเรื่องของการทำงาน โปรแกรม Illustrator ก็มีเครื่องมือวาดภาพที่หลากหลายใช้วาดภาพได้ตั้งแต่เรียบง่ายจนถึงซับซ้อนเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่บรรดานักออกแบบทั้งหลายได้อย่างครบถ้วน

2.4.4.3 LINE Creators Studio APP



รูปภาพที่ 2.20 ภาพตัวอย่าง การใช้สติ๊กเกอร์ LINE Creators Studio APP

ที่มา : <https://software.thaiware.com/13451-LINE-Creators-Studio-App.html>

LINE Creators Studio (App สร้างสติ๊กเกอร์ไลน์ส่วนตัว และขายได้ด้วย) สำหรับแอปพลิเคชันนี้มีชื่อว่า แอปพลิเคชันไลน์ (Line) Creators Studio จัดเป็นแอปพลิเคชันอย่างเป็นทางการของไลน์ (Line) สำหรับคนที่อยากสร้างสรรค์ภาพสติ๊กเกอร์น่ารักๆ ด้วยการใช้ภาพใบหน้าของตัวเองมาทำเป็นภาพสติ๊กเกอร์ในแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ได้อย่างง่ายดาย และยังสามารถเอาสติ๊กเกอร์ชุดพิเศษของคุณไปวางขายที่ร้านสติ๊กเกอร์ไลน์ได้อีกด้วย เรียกได้ว่างานนี้ได้ทั้งความสนุกและได้เงินด้วย

สร้างสรรค์ภาพสติ๊กเกอร์สุดน่ารักด้วยภาพของตัวเอง หรือจะเป็นภาพของลูกค้าของคุณ หรือ สัตว์เลี้ยงตัวโปรดมาทำเป็นสติ๊กเกอร์ชุดพิเศษ จะทำใช้เองสนุกๆ เพื่อใช้กันเองในครอบครัว หรือส่งให้เพื่อน เพื่อให้การสนทนาของคุณพิเศษสุดก็ยังได้ โดยมีข้อแม้ว่าสติ๊กเกอร์ต้องผ่านการพิจารณาจากทางไลน์ก่อนถึงจะเปิดจำหน่ายได้ ใส่ข้อความสนุกๆ ในรูปถ่ายแล้วทำเป็นสติ๊กเกอร์ เปลี่ยนบรรยากาศให้รูปถ่ายด้วยฟิลเตอร์หลากชนิดใช้ฟังก์ชันวาดรูปเพื่อวาดรูปทำสติ๊กเกอร์ได้อย่างอิสระ เมื่อทำสติ๊กเกอร์เสร็จแล้ว คุณสามารถส่งสติ๊กเกอร์ให้บริษัทไลน์พิจารณา และเปิดจำหน่ายได้จากในแอปพลิเคชันและความสามารถอื่นๆ อีกมากมาย

สำหรับแอปพลิเคชัน LINE Creators Studio ตัวนี้ ทางผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน (Application Developer) เขาได้แจกให้ คุณสามารถนำไปใช้งานได้ฟรีๆ (FREE) โดย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นเลย นอกจากนี้แล้ว คุณยังสามารถที่จะ ติดต่อกับทาง ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน นี้ ได้ผ่านทางช่องทางอีเมล (E-Mail) : line-support@line.me (ภาษาอังกฤษ) ได้ทันที

2.4.5 ขั้นตอนในการจัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์



สร้างสติ๊กเกอร์ Line ของตัวเองง่ายๆ ใน 8 ขั้นตอน ด้วย Line Creator Market



รูปภาพที่ 2.21 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า แอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแทบทุกคนมีติดเครื่องและใช้สนทนากันเป็นประจำนั่นก็คือแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ซึ่งจุดเด่นหลักๆ ข้อหนึ่งก็คือ การมีสติ๊กเกอร์น่ารักๆ ที่ช่วยทำให้การสนทนาของเรามีความสนุกเพิ่มมากขึ้น และที่สำคัญคือน่ารักช่วยกระตุ้นทำให้บทสนทนาไม่น่าเบื่อ ทั้งนี้ทางไลน์ ยังมีการเปิดรับสติ๊กเกอร์ไลน์จากบุคคลทั่วไป แม้มีบัญชีผู้ใช้ไลน์แล้วอยากลองสร้างสรรค์ใช้สติ๊กเกอร์เฉพาะกลุ่ม ใช้งานแฟน หรืออยากจะเพิ่มรายได้พิเศษผ่านช่องทางนี้ก็สามารถทำได้ ใครรู้เรื่องนี้แล้วแต่ยังกลัวว่าลงทะเบียนยาก หรืองงๆ ว่าต้องใช้ไฟล์ยังไง หรือมีกฎข้อกำหนดในการทำอย่างไร ลองมาดูแล้วจะรู้ว่าไม่ยากเลย ทำว่างๆ เพลินๆ อาจได้สติ๊กเกอร์ชุดใหม่เก็บไว้ใช้แถมยังขายได้อีกด้วย

1. ลงทะเบียนกับ Line Creator Market ด้วยบัญชี Line ของเรา



รูปภาพที่ 2.22 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 1

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

ล็อกอิน Line Creators Market ด้วยบัญชี Line ผ่านเว็บ <https://creator.line.me/th/> ถ้าใครยังไม่มีหรืออยากได้ บัญชีเฉพาะสำหรับทำสติ๊กเกอร์ก็ไปสมัครบัญชีไลน์กันก่อนนะ

2. ใส่ข้อมูลการรับเงิน

กกด "ตั้งค่าบัญชี" ใส่ข้อมูลให้ครบถ้วน
ใส่ "ข้อมูลบัญชีรับเงิน" โดยกำหนดบัญชี PayPal ของคุณ

รูปภาพที่ 2.23 ขั้นตอนการทำสตีกเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 2

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

ใส่ข้อมูลการโอนเงินให้เรียบร้อย โอนทาง Line จะรับเงินได้ผ่านทาง PayPal เท่านั้น ถ้าใครยังไม่มีก็ไปเปิดได้โดยผูกบัญชีผ่านบัตรของท่าน โดยถ้ายอดขายเกิน 1,000 เชน (ประมาณ 300 บาท) เราสามารถยื่นคำขอโอนเงินรับค่าสตีกเกอร์จากทางไลน์ได้โดย โอนให้ภายใน 45 วัน ประมาณทุกวันที่ 1 – 10 ของทุกเดือนถ้าใครยังไม่สะดวกหรือยังไม่มีบัญชี PayPal แนะนำว่าข้ามขั้นตอนนี้ไปก่อนก็ได้ ไปทำสตีกเกอร์ก่อนแล้วค่อยกลับมาใส่ก่อนเริ่มขายได้นะ

3. กดลงทะเบียนใหม่ เพื่อสร้างสตีกเกอร์ชุดใหม่

กกด "หน้าของฉัน (My Page)" แล้วกด "ลงทะเบียนใหม่" เพื่อเริ่มต้นสร้างสตีกเกอร์ไลน์ได้เลย

รูปภาพที่ 2.24 ขั้นตอนการทำสตีกเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 3

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

โดยครั้งนี้เราจะแนะนำวิธีการสร้างแคสติกเกอร์แบบธรรมดา ไม่ใช่สติ๊กเกอร์แบบแอนิเมชัน ซึ่งจะมีข้อกำหนดต่างกันไป

4. กรอกรายละเอียดให้ครบถ้วน

รูปภาพที่ 2.25 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 4

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

กรอกชื่อสติ๊กเกอร์และรายละเอียดอื่นๆ ให้ครบ โดยตอนนี้ทางไลน์อนุญาตให้ใช้ภาพถ่ายในสติ๊กเกอร์ได้แล้วถ้าใครจะใส่ก็อย่าลืมกดเครื่องหมายถูกด้านหน้า “การใช้รูปถ่ายให้เรียบร้อย” หรือถ้ามีการใช้รูปบุคคลมีชื่อเสียงหรือต้องแสดงรายละเอียดลิขสิทธิ์ต่างๆสามารถส่งเอกสารได้ที่หน้านี้เลย

5. จัดการสติ๊กเกอร์

รูปภาพที่ 2.26 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 5

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

กดตั้งราคาขายตามต้องการหากกดจำหน่ายสติ๊กเกอร์ไปแล้วอยากเปลี่ยนราคาจะทันที
ก็สามารถทำได้ แต่ต้องไปกด “หยุดการจำหน่าย” ก่อนแล้วค่อยแก้ไขราคา หลังจากแก้ไขราคา
เรียบร้อยแล้วรอเป็นเวลา 24 ชม. ถึงจะกดจำหน่ายสติ๊กเกอร์ได้อีกครั้ง

6. เริ่มสร้างสติ๊กเกอร์ได้เลย !!



รูปภาพที่ 2.27 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 6

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

กำหนดจำนวนสติ๊กเกอร์ต่อชุดที่เราต้องการแล้วเริ่มอัปโหลดสติ๊กเกอร์ได้เลย

7. เริ่มสร้างสติ๊กเกอร์ตามรายละเอียดดังนี้



รูปภาพที่ 2.28 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 7

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

โดยสตีกเกอร์ควรมีพื้นที่ว่างที่เหมาะสมระหว่างตัวรูปที่ตัดขอบแล้วกับเนื้อหาในรูป (ประมาณ 10 พิกเซล) สตีกเกอร์ที่แนะนำสตีกเกอร์ที่ง่ายต่อการนำไปใช้ในบทสนทนาและการสื่อสารประจำวัน สตีกเกอร์ซึ่งประกอบด้วยการแสดงอารมณ์ความรู้สึก ข้อความ และรูปที่เข้าใจได้ง่าย สตีกเกอร์ที่ไม่แนะนำสตีกเกอร์ที่ยากต่อการนำไปใช้ในบทสนทนาในชีวิตประจำวัน เช่น วัตถุ ทิวทัศน์ สตีกเกอร์ซึ่งมีระยะการมองเห็นไม่ดี เช่น รูปที่ยาวเกินไปหรือรูปเต็มของคาแรคเตอร์ที่มีช่วงตัว ยาวมาก สตีกเกอร์ที่ขาดความสมดุลอย่างเห็นได้ชัด (เช่น ใช้แต่สีอ่อน มีแต่ตัวเลขเรียงกัน) ผลงานที่มีเนื้อหาขัดต่อศีลธรรมอันดีหรือระเบียบของสังคม ชื่นชวนให้เยาวชนคึดสุราหรือสูบบุหรี่ มีภาพเกี่ยวกับเพศหรือความรุนแรง หรืออาจปลุกกระแสชาตินิยม

คู่มือการพิจารณาสตีกเกอร์

ครีเอเตอร์ (ผู้จัดทำและผู้จำหน่ายสตีกเกอร์) จะสร้างสรรค์และจำหน่ายได้เฉพาะสตีกเกอร์ที่ได้รับการพิจารณาจากไลน์แล้วว่ามีเหมาะสมเท่านั้น สตีกเกอร์ที่ไลน์พิจารณาว่าอยู่ใน ขอบข่ายหรืออาจอยู่ในขอบข่ายที่ระบุไว้ด้านล่างจะถูกพิจารณาว่าไม่เหมาะสมแล้วอาจปฏิเสธหรือ ให้หยุดจำหน่าย บริษัทจึงใคร่ขอให้ครีเอเตอร์ศึกษาคู่มือการพิจารณาก่อนยื่นเสนอผลงานของท่าน อย่างไรก็ตาม สตีกเกอร์ในขอบข่ายที่ระบุไว้ด้านล่างบางชุดอาจได้รับการพิจารณาว่าสามารถ จำหน่ายได้ โดยจะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสตีกเกอร์ พื้นที่จำหน่าย คุณสมบัติของครีเอเตอร์และอื่นๆ ในกรณีที่ใช้รูปภาพเป็นส่วนประกอบ บริษัทอาจขอเอกสารเพิ่มเติมเพื่อยืนยันสิทธิ์การใช้รูป เหล่านั้น

1. ข้อกำหนดเกี่ยวกับรูปสตีกเกอร์ รูปหลัก และรูปสำหรับแท็บในห้องแชท

- 1.1 รูปสตีกเกอร์ที่มีรูปแบบไม่ตรงกับที่ไลน์กำหนด
- 1.2 รูปสตีกเกอร์ที่ไม่เหมาะสมสำหรับการสนทนาหรือการสื่อสาร
- 1.3 รูปสตีกเกอร์ที่มีสัดส่วนการมองเห็นไม่ดี เช่น รูปที่มีด้านยาวยาวเกินไป หรือตัวคาแรคเตอร์ที่มีช่วงตัวยาวมาก
- 1.4 รูปสตีกเกอร์ที่ขาดความสมดุลอย่างเห็นได้ชัด เช่น รูปที่ใช้แต่สีอ่อน มีแต่ตัวเลขเรียงกัน
- 1.5 รูปสตีกเกอร์ที่มีแต่โลโก้
- 1.6 รูปสตีกเกอร์ที่มีแต่ข้อความ
- 1.7 รูปสตีกเกอร์ที่มีตัวอักษรไม่ถูกต้อง

- 1.8 รูปสติ๊กเกอร์ที่ขัดแย้งกับชื่อและคำอธิบาย
- 1.9 รูปหลักรูปสำหรับแท็บแตกต่างจากรูปสติ๊กเกอร์ที่จำหน่ายอย่างเห็นได้ชัด
- 1.10 รูปสติ๊กเกอร์ที่คัดลอกจากสติ๊กเกอร์ที่จำหน่ายที่ LINE STORE หรือ
สติ๊กเกอร์ที่อยู่ระหว่างการพิจารณา
2. ข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อความในชื่อสติ๊กเกอร์ คำอธิบาย ชื่อครีเอเตอร์ และข้อความลิขสิทธิ์
 - 2.1 ข้อความที่มีรูปแบบไม่ตรงกับที่ไลน์กำหนด
 - 2.2 ข้อความที่สะกดผิดหรือมีความผิดพลาด
 - 2.3 มีการโฆษณาอยู่ในชื่อหรือคำอธิบาย เช่น เริ่มจำหน่ายวันที่ xx เดือน xx,
ค้นหาด้วยคำว่า xx
 - 2.4 ข้อความที่มีลิงก์อยู่ด้วย
 - 2.5 ข้อความที่มีอิโมจิ เช่น รูปหัวใจ หรือตัวอักษรที่ดูได้บนอุปกรณ์บางชนิด
เท่านั้น
 - 2.6 ข้อความที่สั้นเกินไป
 - 2.7 ข้อความที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับรูปสติ๊กเกอร์
3. ข้อกำหนดเกี่ยวกับศีลธรรม
 - 3.1 สติ๊กเกอร์ที่ส่งเสริมหรือสนับสนุนอาชญากรรม
 - 3.2 สติ๊กเกอร์ที่แสดงถึงการใช้กำลัง การใช้ความรุนแรงต่อเยาวชน ภาพลามก
เยาวชน
 - 3.3 สติ๊กเกอร์ที่มีรูปโป๊เปลือย
 - 3.4 สติ๊กเกอร์ที่ส่งเสริมให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินพอดีหรือใช้ยาเสพติด
รวมถึงสติ๊กเกอร์ที่สนับสนุนการดื่มแอลกอฮอล์หรือสูบบุหรี่ของเยาวชน
 - 3.5 สติ๊กเกอร์ที่ส่งเสริมให้ขับขี่ยานยนต์ขณะเมาสุรา
 - 3.6 สติ๊กเกอร์ที่ส่งเสริมให้สร้างเลียนแบบอาวุธหรืออื่นๆ อย่างผิดกฎหมาย
หรืออาจส่งเสริมให้ใช้สิ่งเหล่านั้น
 - 3.7 สติ๊กเกอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสแปม

- 3.8 สติ๊กเกอร์ที่มีภาพการทำร้ายหรือฆาตกรรม การถูกยิง ถูกแทง การทรมาน หรืออื่นๆ
- 3.9 สติ๊กเกอร์ที่อาจให้ร้าย หมิ่นประมาท โจมตี ต่อบุคคล องค์กร ประเทศ กลุ่ม ฯลฯ ที่ระบุเฉพาะ
- 3.10 สติ๊กเกอร์ที่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของบุคคลที่สามหรือครีเอเตอร์ หรือมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูล
- 3.11 สติ๊กเกอร์ที่ไม่สุภาพหรืออาจก่อให้เกิดความไม่พอใจ
- 3.12 สติ๊กเกอร์ที่ให้ร้ายหรือสร้างความไม่พอใจเกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม เชื้อชาติ สัญชาติ
- 3.13 สติ๊กเกอร์ที่ชักชวนให้เข้าสู่ศาสนาหรือมีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาอย่างชัดเจน
- 3.14 สติ๊กเกอร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการเมือง
- 3.15 สติ๊กเกอร์ที่ออกแบบให้ผู้ใช้สับสนหรือเกิดความเกลียดชัง
- 3.16 สติ๊กเกอร์ที่มีการแสดงออกทางเพศ
- 3.17 สติ๊กเกอร์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องกับการพนัน
- 3.18 สติ๊กเกอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้ เช่น รหัสผ่าน ข้อมูลส่วนตัว และอื่นๆ
- 3.19 สติ๊กเกอร์ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างเยาวชนที่มีคุณภาพ เช่น สติ๊กเกอร์เกี่ยวกับการพนัน
- 3.20 สติ๊กเกอร์ที่ชักชวนหรือส่งเสริมการฆ่าตัวตาย การทำร้ายตัวเอง การใช้สารเสพติด
- 3.21 สติ๊กเกอร์ที่ชักชวนหรือส่งเสริมการรังแกผู้อื่น
- 3.22 สติ๊กเกอร์ที่ส่งเสริมการแบ่งแยกหรือมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นเช่นนั้น
- 3.23 สติ๊กเกอร์ที่มีเนื้อหาต่อต้านสังคมหรือสร้างความไม่พอใจให้แก่บุคคลอื่น
4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับธุรกิจ โฆษณา และอื่นๆ
- 4.1 สติ๊กเกอร์ที่ผู้ซื้อต้องแสดงข้อมูลส่วนตัวหรือไอดีจึงจะซื้อสติ๊กเกอร์ได้

- 4.2 สติกเกอร์ที่มีวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการใช้ส่วนบุคคล แต่เพื่อแจกจ่ายให้กับบุคคลที่สาม ไม่ว่าจะมีการใช้จ่ายหรือไม่ก็ตาม เช่น สติกเกอร์ที่แจกให้แก่ลูกค้าที่ร้านในช่วงแคมเปญ
- 4.3 สติกเกอร์ที่มีข้อความเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับส่งข้อความ หรือซื้อบริการที่มีความเกี่ยวข้อง หรือตัวควบคุมที่มีความเกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันเหล่านั้น
- 4.4 สติกเกอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาธุรกิจ เช่น การโฆษณาแอปพลิเคชันหรือบริการต่างๆ
- 4.5 สติกเกอร์ที่เชิญชวนให้บริจาคเพื่อการกุศล
- 4.6 สติกเกอร์ที่ชักชวนให้เข้าร่วมหรือบริจาคเงินแก่องค์กรการเมือง องค์กรศาสนา กลุ่มต่อต้านสังคม หรือกลุ่มองค์กรอื่นๆ
5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับสิทธิ์และกฎหมาย
 - 5.1 สติกเกอร์ที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เช่น สิทธิ์ในเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร สิทธิ์ในการออกแบบของบริษัทหรือบุคคลที่สาม หรือภาพที่ใช้เป็นการละเมิดข้อกำหนดในการใช้บริการของบุคคลที่สาม
 - 5.2 สติกเกอร์ที่ไม่สามารถยืนยันได้ว่าใครคือเจ้าของสิทธิ์ เช่น สติกเกอร์ที่สร้างโดยการปรับแต่งผลงานผู้อื่น
 - 5.3 สติกเกอร์ที่ละเมิดสิทธิ์ในภาพบุคคล สิทธิ์ในชื่อเสียง และอื่นๆ เช่น สติกเกอร์ที่มีรูปใบหน้าหรือรูปเหมือนของบุคคลที่นำมาใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต
 - 5.4 สติกเกอร์ที่ไม่สามารถแสดงหลักฐานการยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์
 - 5.5 สติกเกอร์ที่ละเมิดกฎหมายในประเทศที่ไลน์ให้บริการหรือละเมิดสิทธิ์หรือผลประโยชน์ของบุคคลที่สาม

นอกจากรายละเอียดด้านบนแล้วหากไลน์พิจารณาว่าไม่เหมาะสม สติกเกอร์ชุดนั้นก็จะถูกระงับการจำหน่าย เมื่อมีการรายงานปัญหายังฝ่ายงานรับผิดชอบของไลน์และพิจารณาว่า สติกเกอร์นั้นไม่เหมาะสม บริษัทก็จะดำเนินการเช่นเดียวกันนอกจากรายละเอียดด้านบนแล้วหากไลน์พิจารณาว่าไม่เหมาะสม ทีมชุดนั้นก็จะถูกระงับการจำหน่าย เมื่อมีการรายงานปัญหายังฝ่ายงานรับผิดชอบของไลน์และพิจารณาว่าทีมชุดนั้นไม่เหมาะสม บริษัทก็จะดำเนินการเช่นเดียวกัน

8. เมื่ออัปเดตครบ กดส่งคำขอให้ทางไลน์ตรวจได้เลย



รูปภาพที่ 2.29 ขั้นตอนการทำสติกเกอร์ไลน์ขั้นตอนที่ 8

ที่มา : <https://www.mangozero.com>

โดยก่อนส่งกดคำขอทางไลน์มีวิธีให้เราลองดูสติกเกอร์ในรูปแบบต่างๆ ถ้าจำหน่ายออกไปรูปแบบจะเป็นอย่างไร บนห้องการสนทนาแบบเป็นยังงี้ เพื่อให้เราได้ปรับปรุงแก้ไขได้ สมบูรณ์ที่สุดหลังจากกดส่งคำขอไปแล้วสถานะจะเปลี่ยนเป็น “รอการพิจารณา” จากนั้นจะเปลี่ยนเป็น “อยู่ระหว่างรอพิจารณา”

ทางไลน์อาจใช้เวลา 2-3 สัปดาห์ (เวลาไม่แน่นอน) ในการตรวจ หากไม่ผ่าน ทางไลน์จะระบุหมายเลขของสติกเกอร์ที่มีปัญหาให้เราได้ปรับแก้ โดยสติกเกอร์ที่โดนปรับแก้จะมีสถานะเป็น “ปฏิเสธคำขอ” โดยเราสามารถแก้ไขแล้วส่งคำขอใหม่ได้

หากตรวจเรียบร้อยแล้วไม่มีแก้ไขสถานะสติกเกอร์จะเปลี่ยนเป็น “อนุมัติ” และสามารถกดคำสั่ง “เปิดจำหน่าย” เพื่อเริ่มขายสติกเกอร์ได้เลย

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ที่ตั้ง เลขที่ 282/62 ซอยพระรามที่ 2-33 ถนน
พระรามที่ 2 แขวง/ตำบลบางมด เขต/อำเภอจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10150
โทรศัพท์ : 02-408-4965

โทรสาร : 02-408-4966

โทรศัพท์มือถือ : 082-959-3242 , 086-422-0929

เว็บไซต์ : www.youanditours.com



รูปภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

ที่มา : บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด



รูปภาพที่ 3.2 แผนที่รูปภาพ บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

ที่มา www.youanditours.com

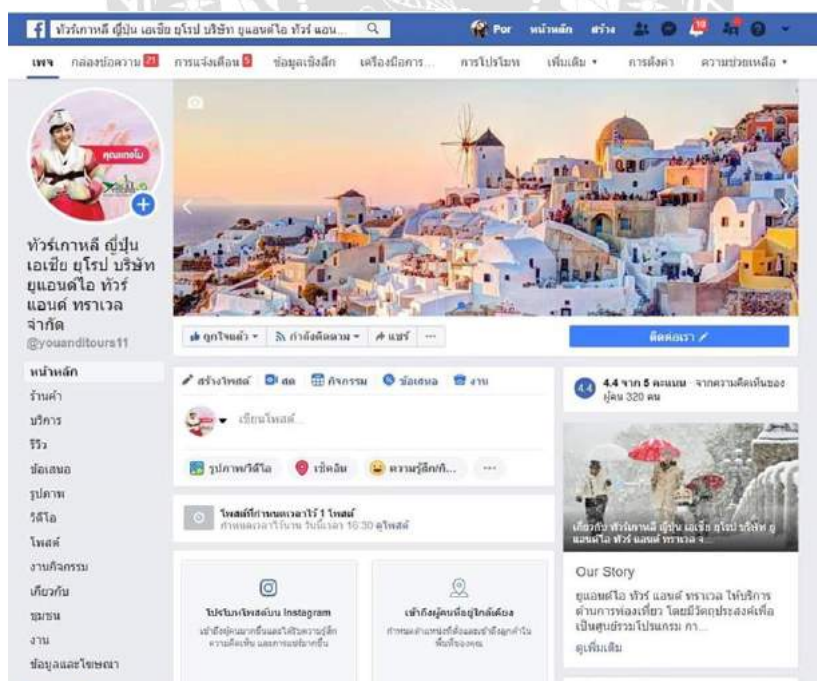


รูปภาพที่ 3.3 .ใบอนุญาต / ใบจดทะเบียน บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

ที่มา www.youanditours.com

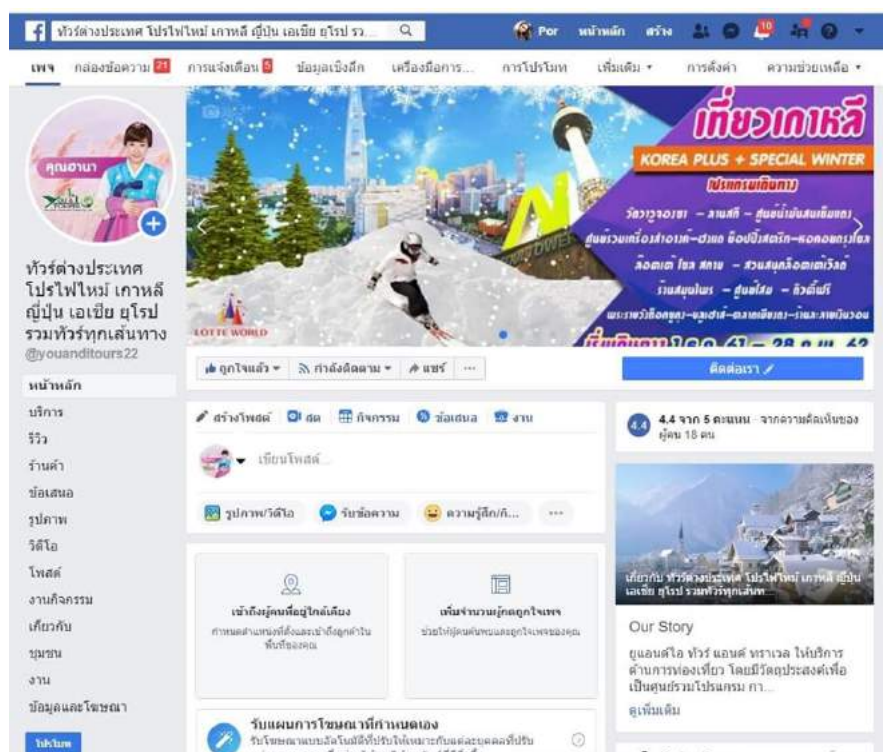


รูปภาพที่ 3.4 ช่องทางการติดต่อกับบริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ผ่านเว็บไซต์
ที่มา www.youanditours.com



รูปภาพที่ 3.5 เพจ Facebook เพจหลัก

ที่มา <https://www.facebook.com/youanditours11/>



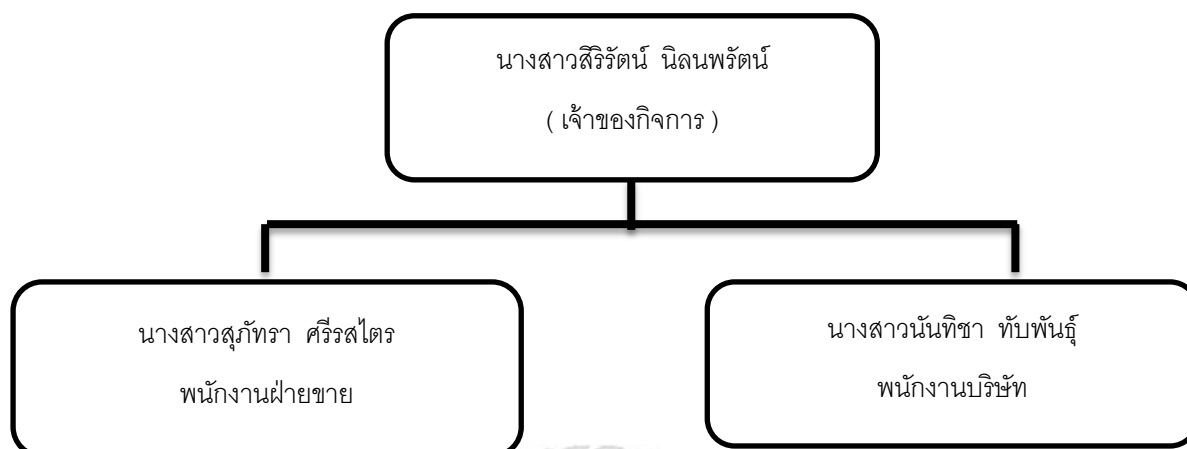
รูปภาพที่ 3.6 เพจ Facebook เพจรอง
ที่มา <https://web.facebook.com/youanditours22/>

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการให้บริการหลักขององค์กร

ยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ให้บริการด้านการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์รวมโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมไปทั่วโลกด้วยแนวคิดที่ว่าบริษัทนำเที่ยวเป็นสื่อกลางสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทผู้นำเที่ยวที่เชี่ยวชาญทัวร์ประเทศเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น และมีไกด์มืออาชีพคอยให้บริการทางเราทำงานด้วยความเต็มใจ มีความซื่อสัตย์สุจริต

ในปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวอยู่ มากมายหลายบริษัท ซึ่งแต่ละบริษัท ก็มีความโดดเด่น และมีความชำนาญ ในแต่ละเส้นทางที่แตกต่างกัน จากประสบการณ์ในการทำงานด้านการท่องเที่ยวทำให้เราทราบถึงบริษัทที่มีความชำนาญ ในแต่ละเส้นทาง ที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม ท่านจึงสามารถวางใจ ใช้บริการด้วยความสบายใจ ให้ท่านมีรอยยิ้มกลับไปด้วยความสบายใจ

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร



รูปภาพที่ 3.7 การจัดการองค์กรและการบริหารงานบริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด
ที่มา : บริษัทยูแอนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายเป็น พนักงานบริษัท โดยได้รับมอบหมายในการประชาสัมพันธ์ โปรแกรมการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก , ไลน์ การลงโปรแกรมการท่องเที่ยวในเว็บไซต์บริษัทรวมถึงการตอบลูกค้าหรือการให้คำปรึกษาและการแนะนำรายการส่งเสริมการขาย (promotion) ให้กับลูกค้า การบริการระหว่างขายโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับลูกค้า ศึกษาข้อมูลต่างประเทศ เช่น วิซ่า บรรยายาศ อุณหภูมิของประเทศนั้นๆ เป็นต้น

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

ผู้ที่ปรึกษา นางสาวภัทรา วงศ์สรไตร ตำแหน่งงาน ฝ่ายขาย

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2561 ถึง 7 ธันวาคม 2561

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัญหาที่น่าสนใจ

สอบถามจากพี่ๆพนักงานว่ามีปัญหาอะไรบ้างที่บริษัทหรือศึกษาในระหว่างที่ปฏิบัติงาน สหกิจว่ามีปัญหาอะไรบ้าง สืบเนื่องจากการปฏิบัติงานของพี่พนักงานที่ทำงานส่วนใหญ่เป็นอย่างไร เช่น การตอบลูกค้า การโปรโมท การประชาสัมพันธ์ การบริการลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ เฟสบุ๊ค , แอปพลิเคชันไลน์แชท และอื่นๆ

3.7.2 การคิดวิเคราะห์เลือกหัวข้อเรื่อง

เขียนปัญหาเป็นข้อๆแล้วสรุปว่าปัญหาข้อไหนที่มีความน่าสนใจมากที่สุดแล้ว และหัวข้อที่แก้ไขหรือปรับปรุงแล้วมีประโยชน์ต่อบริษัทมากที่สุดและปรึกษากับพี่เลี้ยงว่าสามารถทำหัวข้อนี้ได้หรือไม่

3.7.3 ศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากสื่อต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และอื่นๆ เพื่อหาข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการประกอบโครงการเพื่ออ้างอิงบทความและอื่นๆ

3.7.4 จัดทำโครงการ

เริ่มทำแบบร่างของโครงการ เช่น การทำร่างหน้าปก บทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ และอื่นๆ ศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่เราเลือกทำ และเริ่มดำเนินการจัดทำเพื่อทำเป็นรูปเล่ม รายละเอียดของโครงการมีทั้งหมด 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

3.7.5 จัดทำแบบสอบถามเพื่อทำการประเมินผลตอบรับ

เป็นแบบสอบถามเพื่อการวัดผลตอบรับว่าหัวข้อโครงการของเรามีผลตอบรับจากบริษัทอย่างไรบ้างและเป็นประโยชน์ต่อการทำงานให้แก่บริษัทหรือช่วยในการปฏิบัติงานของบริษัทอย่างไรบ้าง

3.7.6 นำแบบสอบถามให้กับพี่พนักงานที่บริษัททำการประเมิน

เป็นการแจกแบบสอบถามให้พี่พนักงานที่บริษัทยูเอ็นดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เพื่อทำการประเมินผลตอบรับว่ามีความคิดเห็นอย่างไรบ้างเกี่ยวกับการออกแบบจัดทำสติกเกอร์ไลน์บริษัทยูเอ็นดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

3.7.7 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงระยะเวลาในการทำงาน

ขั้นตอนในการทำงาน	เดือน สิงหาคม	เดือน กันยายน	เดือน ตุลาคม	เดือน พฤศจิกายน	เดือน ธันวาคม
1.ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัญหาที่น่าสนใจ	→				
2.การคิดวิเคราะห์เลือกหัวข้อเรื่อง		→			
3.ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง			→		
4.จัดทำโครงการ				→	
5.จัดทำแบบสอบถามเพื่อทำการประเมินผลตอบรับ				→	
6.นำแบบสอบถามให้พี่ๆที่ทำงานประเมิน				→	
7.นำแบบสอบถามมาสรุปผล					→

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จัดทำสตีกเกอร์ไลน์ ให้กับบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่บริษัทได้นำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือให้ข้อมูลลูกค้า ในการสนทนากับลูกค้า

โครงการนี้เป็นโครงการที่ต้องออกแบบ สตีกเกอร์ไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับบริษัทในการติดต่อสื่อสารหรือในการสนทนาลูกค้ารวมทั้งการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว การแนะนำลูกค้า การให้คำปรึกษาลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าจดจำสัญลักษณ์ของบริษัทเราด้วยสตีกเกอร์ไลน์นี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (x-bar)

ประเด็นความพึงพอใจ	ผู้ตอบแบบสอบถามคนที่					ความคิดเห็น
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
1.แสดงถึงบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ฯได้อย่างชัดเจน	4	3	3	4	3	3.4
2.เป็นตัวแทนของบริษัทในการตอบลูกค้า	3	4	3	3	4	3.4
3.เพื่อให้ลูกค้าจดจำสัญลักษณ์หรือชื่อบริษัทในรูปแบบสตีกเกอร์ไลน์	3	2	3	3	3	2.8
4.ประหยัดเวลาในการพิมพ์ข้อความ	5	4	5	4	5	4.6
5.สตีกเกอร์ไลน์มีประโยชน์ในการทำงาน	5	5	5	5	5	5
รวม						3.7

จากการแจกแบบสอบถามความพึงพอใจแก่พนักงานฝ่ายขายของบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด มีจำนวนทั้งหมด 5 คน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.7 คะแนน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ แสดงถึงบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ฯได้อย่างชัดเจน ได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.4 คะแนน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เป็นตัวแทนของบริษัทในการตอบลูกค้า ได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.4 คะแนน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เพื่อให้ลูกค้าจดจำสัญลักษณ์หรือชื่อบริษัทในรูปแบบสตีกเกอร์ไลน์ได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.8 คะแนน มีความพึงพอใจในระดับน้อย ประหยัดเวลาในการพิมพ์ข้อความได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.6 คะแนน มีความพึงพอใจในระดับมาก และสตีกเกอร์ไลน์มีประโยชน์ในการทำงานได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5 คะแนน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

4.1 ขั้นตอนในการทำสตีกเกอร์ไลน์

การเลือกสัญลักษณ์หรือสีที่แสดงถึงบริษัทของเราหรือเลือกสิ่งที่สอดคล้องกับโลโก้ของบริษัทเพื่อลูกค้าจะได้จดจำได้ทั้ง 2 อย่าง เพราะมีรูปแบบที่คล้ายกัน พอเลือกเสร็จก็วาดภาพที่ออกแบบตามที่เราเลือกให้เป็นสัญลักษณ์ประจำบริษัทและเมื่อเราวาดภาพและแก้ไขเสร็จเรียบร้อยแล้วก็ต้องส่งเรื่องเข้าทางแอปพลิเคชันไลน์แชทเพื่อให้สตีกเกอร์ได้รับการอนุมัติและได้นำไปใช้ ขั้นตอนการดำเนินงานมีดังนี้

4.1.1 นำเสนอโครงการเรื่องสตีกเกอร์ไลน์บริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

เสนอโครงการเรื่องสตีกเกอร์ไลน์บริษัทยูเออนด์ไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด คือ จัดทำสตีกเกอร์ไลน์ว่ามีประโยชน์กับทางบริษัทอย่างไร สามารถนำมาใช้สนทนากับลูกค้าหรือการให้ข้อมูลลูกค้าเพื่อความสะดวกสบายของพนักงานฝ่ายขายอย่างไร สตีกเกอร์ไลน์มีจุดเด่นของบริษัทเพื่อให้ลูกค้าได้จดจำว่าเป็นสัญลักษณ์ของบริษัทยูเออนด์ไอทัวร์อย่างไรบ้างเป็นต้น และบอกรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดทำสตีกเกอร์ไลน์ คือ

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการออกแบบจัดทำสตีกเกอร์ไลน์

หัวข้อรายละเอียดค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน
ค่ามัดจำในการออกแบบสตีกเกอร์ไลน์	1,250 บาท
จัดทำสตีกเกอร์ไลน์เสร็จสิ้น	1,250 บาท
ค่าดาวน์โหลดสตีกเกอร์ไลน์ (50 บาท ต่อ 1 คน จำนวน 5 คน)	250 บาท
รวม	2750 บาท

4.1.2 จัดประชุมการออกแบบสตีกเกอร์ไลน์และการแสดงความคิดเห็น

เกี่ยวกับสตีกเกอร์ไลน์ เช่น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบจัดทำสตีกเกอร์ไลน์อย่างไรบ้างเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย มีข้อเสนอเกี่ยวกับการจัดทำสตีกเกอร์อย่างไรบ้างเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของแต่ละคนให้ได้ออกความคิดเห็น สตีกเกอร์ไลน์จัดทำแล้วมีประโยชน์แก่บริษัทอย่างไร

4.1.3 ออกแบบตัวสตีกเกอร์ไลน์

ออกแบบสตีกเกอร์ไลน์ คือ การวาดภาพตัวสตีกเกอร์ไลน์แล้วนำเสนอ เพื่อขอความคิดเห็นและขอข้อเสนอแนะในการปรับเปลี่ยนเพื่อดำเนินงานในขั้นต่อไป

4.1.4 ออกแบบคำหรือประโยคของสตีกเกอร์ไลน์จำนวน 8 ประโยคดังต่อไปนี้

- You & I TOURS สวัสดิ์ดีค่ะ
- ยินดีให้บริการค่ะ
- เดินทางช่วงไหนดีค่ะ
- เช็คนั่งให้ก่อนนะคะ
- สอบถามข้อมูลได้เลยจ้า
- ตรวจสอบให้สักรู้จ้า
- เดินทางปลอดภัยนะคะ
- เดินทางทั้งหมดก็ท่านค่ะ

4.1.5 วาดภาพตามประโยคที่เราตั้งไว้ 8 ภาพ นำประโยคใส่ลงในภาพ เลือกแบบตัวอักษรและลักษณะรูปร่างของตัวสตีกเกอร์ไลน์



รูปภาพที่ 4.1 ภาพวาดสตีกเกอร์ไลน์ภาพที่ 1

ที่มา : คุณจริพร สุธรรมวิรัตน์ (ผู้จัดทำสตีกเกอร์ไลน์ พ.ศ. 2561)



รูปภาพที่ 4.2 ภาพวาดสติ๊กเกอร์ไลน์ภาพที่ 2

ที่มา : คุณจริพร สุธรรมวิรัตน์ (ผู้จัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์ พ.ศ. 2561)

4.1.6 เลือกสีสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปภาพที่ 4.3 ลำดับสี

ที่มา : คุณจริพร สุธรรมวิรัตน์ (ผู้จัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์ พ.ศ. 2561)

4.1.7 เติมสีตัวสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปภาพที่ 4.4 การเติมสีสติ๊กเกอร์ไลน์

ที่มา : คุณจิรพร สุธรรมวิรัตน์ (ผู้จัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์ พ.ศ. 2561)

4.1.8 ส่งข้อมูลตรวจสอบเพื่อให้ไลน์อนุมัติสติ๊กเกอร์ที่เราออกแบบขึ้น

เป็นการส่งข้อมูลสติ๊กเกอร์ไลน์ของเราที่ออกแบบเสร็จสมบูรณ์แล้วเพื่อให้แอปพลิเคชันไลน์ได้ตรวจสอบใช้เวลาในการตรวจสอบ 1-2 สัปดาห์ แต่ทั้งนี้การทำสติ๊กเกอร์ไลน์จะมีข้อกำหนดในการสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์ เช่น พื้นหลังภาพต้องโปร่งใส ห้ามรุนแรง สื่อเรื่องเพศ หรือละเมิดเรื่องทางศาสนา เป็นต้น



รูปภาพที่ 4.5 ใบยื่นขึ้นข้อมูลของสติ๊กเกอร์ไลน์

ที่มา : คุณจิรพร สุธรรมวิรัตน์ (ผู้จัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์ พ.ศ. 2561)



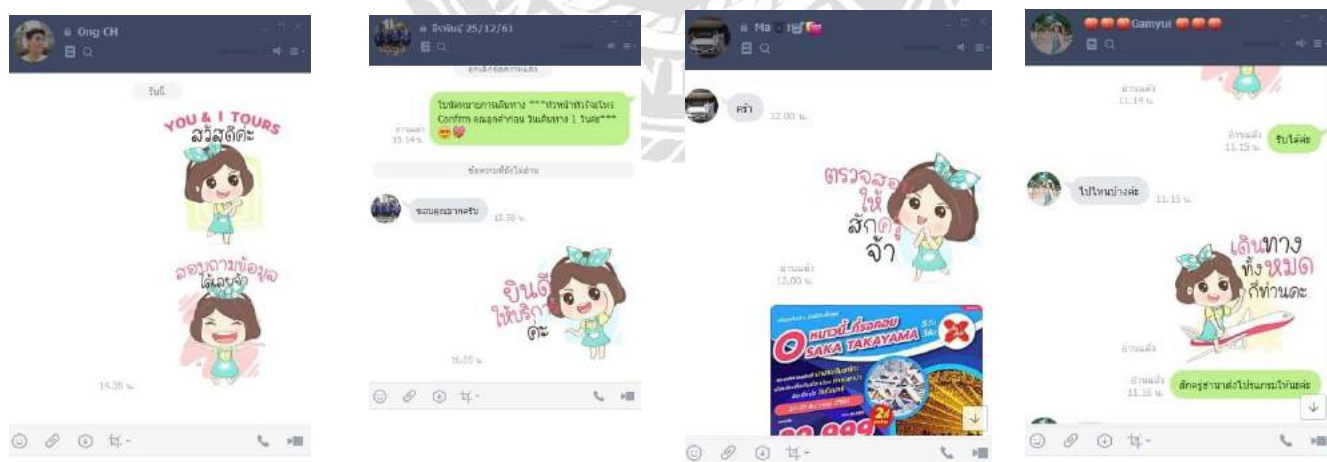
รูปภาพที่ 4.6 รูปภาพสตีกเกอร์ไลน์ยูแอนดไอ์ทัวร์

ที่มา : แอปพลิเคชันไลน์แชท

4.1.9 การดำเนินการทำสตีกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดไอ์ทัวร์

เสร็จสมบูรณ์สามารถเลือกซื้อและดาวน์โหลดผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์แชทเพื่อนำมาใช้งาน เช่น การกล่าวทักทายลูกค้า การให้ข้อมูลลูกค้า เป็นต้น

4.1.10 เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับพนักงานฝ่ายขายในการใช้สนทนากับลูกค้า



รูปภาพที่ 4.7 การใช้สตีกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดไอ์ทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด สนทนากับลูกค้า

ที่มา : แอปพลิเคชันไลน์แชท

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 สรุปผลโครงการ

จากการที่ผู้จัดทำโครงการได้เข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่ บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด เป็นระยะเวลา 4 เดือน ได้มองเห็นแนวทางในการจัดทำสติกเกอร์ไลน์ให้กับบริษัท ยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำงานให้กับพนักงานฝ่ายขายจากการ สังเกตการทำงาน ลูกค้าจำนวนมากใช้แอปพลิเคชันไลน์แชทในการติดต่อสื่อสารสอบถามเกี่ยวกับ โปรแกรมการท่องเที่ยว หรือการที่พนักงานฝ่ายขายแนะนำโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับลูกค้าผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์แชทเป็นส่วนใหญ่ ผลตอบรับจากการออกแบบจัดทำสติกเกอร์ไลน์บริษัท ยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ทั้งนี้ผู้จัดทำได้ทำได้สำรวจความพึงพอใจโดยใช้แบบประเมิน ซึ่งผลการประเมินนั้นออกมาเป็นที่น่าพึงพอใจมากตรงตามที่วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ

1. เพื่อใช้เป็นตัวแทนของบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด คือ พนักงานฝ่ายขาย นำสติกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ใช้ในการสนทนากับลูกค้าเพื่อเป็น ตัวแทนของบริษัทสามารถทำให้ลูกค้าบางกลุ่มจดจำบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด ได้ ด้วยสติกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด สรุปผลโดยแจกแบบสอบถามความ พึงพอใจ แก่พนักงานฝ่ายขายโดยได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4 คะแนน

2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า คือ พนักงานฝ่ายขายได้นำสติกเกอร์ ไลน์บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด มาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยการใช้ สติกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด สนทนากับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความ สนใจในบทสนทนามากขึ้น สรุปผลโดยการแจกแบบสอบถามความพึงพอใจแก่พนักงานฝ่ายขาย โดยได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5 คะแนน

3. เพื่อเป็นสัญลักษณ์ให้ลูกค้าได้จดจำบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด คือ การ ทำให้ลูกค้าจดจำบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด จากสติกเกอร์ไลน์ประจำบริษัทเพราะ พนักงานฝ่ายขายได้นำสติกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด สนทนากับลูกค้า ทุกคนที่ได้แนะนำโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับลูกค้า ลูกค้าก็จะสามารถจดจำได้นี้คือ สติกเกอร์

ไลน์ของบริษัทยูเอ็นดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด สรุปผลโดยการแจกแบบสอบถามความพึงพอใจแก่พนักงานฝ่ายขายโดยได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.8 คะแนน

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

มีข้อจำกัดในการใช้คำ บางคำไม่อนุญาตให้ใช้ต้องมีการปรับเปลี่ยน ใช้เวลาในการดำเนินงานนานพอสมควร เช่น เรื่องการส่งข้อมูลเพื่อแอปพลิเคชัน ไลน์อนุมัติสติกเกอร์ไลน์ต้องใช้เวลายาวนาน 1-2 สัปดาห์เพื่อการตรวจสอบ และถ้าไม่ผ่านจะมีการปรับปรุงแก้ไขแล้วส่งข้อมูลเพื่ออนุมัติใหม่ ในการทำสติกเกอร์ไลน์ขั้นตอนนี้จะเป็นการใช้เวลามากที่สุด

5.1.3 ข้อเสนอแนะนักศึกษาที่มีข้อเสนอแนะอย่างไรเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้อื่นในการดำเนินการแก้ไขต่อไป

การออกแบบจัดทำสติกเกอร์ไลน์ให้กับบริษัทควรทำให้บริษัทได้รับผลประโยชน์มากที่สุดในการออกแบบจัดทำสติกเกอร์ไลน์ขึ้น และพนักงานทุกคนในบริษัทควรได้ใช้สติกเกอร์ไลน์ของบริษัทฟรีโดยไม่ต้องเสียอัตราค่าบริการในการดาวน์โหลดสติกเกอร์เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น คือ ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศที่สำคัญๆ เส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสายการบิน ประเภทของสายการบิน ราคาของแต่ละสายการบิน อาหาร การแต่งกาย วัฒนธรรม ประเพณี วันสำคัญ ของแต่ละประเทศ และความรู้เกี่ยวกับสภาพอากาศหรืออุณหภูมิของแต่ละประเทศ เป็นต้น

ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานจริง คือ การปฏิบัติงานจริงมีความตรงต่อเวลา มีหน้าที่เป็นของตัวเองที่ต้องรับผิดชอบ ทำให้มีความรับผิดชอบมากขึ้น มีความละเอียดในการปฏิบัติงาน ต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำตลอดเวลา มีการปรับตัวเพื่อเข้ากับเพื่อนร่วมงาน มีการใช้เวลาเพื่อการทำงานในหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบให้เสร็จสิ้นรวมถึงการพัฒนาทักษะด้านการปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่นได้ดียิ่งขึ้น

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

มีความรู้ที่ยังไม่มากพอในการทำงาน เช่น ความรู้เกี่ยวกับสภาพอากาศหรืออุณหภูมิของแต่ละประเทศ เทศกาล วันสำคัญ ประเพณีของประเทศต่างๆ การแต่งกาย ความรู้เกี่ยวกับอาหาร ความรู้เกี่ยวกับสายการบิน ราคาของแต่ละสายการบิน และความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศต่างๆ เป็นต้น

มีความผิดพลาดในการอัปเดตโปรแกรมการท่องเที่ยว และมีการแก้ไขปัญหาคือ ทำความเข้าใจกับโปรแกรมการท่องเที่ยวในแต่ละโปรแกรม เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการอัปเดต และตรวจสอบก่อนที่จะอัปเดตโปรแกรมทุกครั้ง

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

ร่วมกันพัฒนาและออกแบบจัดทำสติกเกอร์ไลน์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นของบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด โดยการจัดทำสติกเกอร์ไลน์นั้นควรเป็นการสร้างรายได้หรือผลกำไรให้กับบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

บรรณานุกรม

กานดา รุณพงษ์ . (2558). *มีเดียหรือเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร*. เข้าถึงได้จาก :

1speaker.blogspot.com/2009/09/blog-post_1246.html วันที่สืบค้นวันที่ 10 ธันวาคม 2561.

บทบรรณาธิการ .(2557). *TIME: Twitter และสื่อใหม่ กำลังเปลี่ยนวิธีสื่อสารของเรา*. เข้าถึงได้จาก:

<https://th.wikipedia.org/wiki> วันที่สืบค้นวันที่ 10 มกราคม 2561.

มัลลิกา กณานุรักษ์. (2545). *คอนเทนต์ปิง ยังไงก็โดน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร:

โอเดียนสโตร์

มณฑิกา ขงวิกุล. (2555). *การใช้ตลาดออนไลน์ให้เกิดประโยชน์*.

เข้าถึงได้จาก : www.local.moi.go.th/piteekon.html วันที่สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2562.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2541). *การเขียนเว็บ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *อ่านอย่างไรเขียนอย่างไร*. (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพมหานคร:

ราชบัณฑิตยสถาน.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล. (2540). *ส่วนประกอบการตลาดออนไลน์แบบใหม่*. เข้าถึงได้จาก:

home.kku.ac.th/hslib/412365/special%20event%20media%20relations.doc

วันที่สืบค้นวันที่ 1 ธันวาคม 2562.

อริยะ พนมยงค์. (2559). *จำนวนผู้ใช้งานในประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก:

<https://thumbsup.in.th/2017/02/line-thailand-goal-smart-platform/>

วันที่สืบค้นวันที่ 6 มกราคม 2562.

LINE ประกาศไทยเป็นตลาดใหญ่อันดับ 2 ของโลกจำนวนผู้ใช้ 83% ของจำนวนประชากรใน

ประเทศ คาวาน์โพลสดติเกอร์ 500 ล้านเซต. (2017). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.flashfly.net/wp/172485> วันที่สืบค้นวันที่ 3 มกราคม.

Instagram for iPhone, iPod touch, and iPad on the iTunes App Store. (2013). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.it24hrs.com/2017/Line-infographic-2016-look-back/>

วันที่สืบค้นวันที่ 7 มกราคม 2561.

Windows Phone Store. (2013). *Instagram BETA on Windows Phone Store*.

เข้าถึงได้จาก: <https://www.instagram.com/?hl=th>. วันที่สืบค้นวันที่ 2 มกราคม 2561.

Windows Store. (n.d.). *Instagram (Beta) - Windows Apps on Microsoft Store*. เข้าถึงได้จาก:

https://www.matichon.co.th/foreign/news_1160066 วันที่สืบค้นวันที่ 5 มกราคม 2561.

Writer : Kreenp. (n.d.). ขั้นตอนในการทำสติกเกอร์ไลน์. เข้าถึงได้จาก:

<https://www.mangozero.com> วันที่สืบค้นวันที่ 18 มกราคม 2561.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ค

โปสเตอร์



ภาคผนวก ง

บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

ความคิดเห็นพนักงานที่ปรึกษา

ผลการทำงานของผู้จัดทำ

น้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้เกี่ยวกับงานที่ทำ มีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงาน

ผลการดำเนินงานของผู้จัดทำมีส่วนช่วยในการทำงานอย่างไรบ้าง

มีส่วนช่วยให้กับบริษัทในด้านการจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ เพราะเรื่องการออกแบบจัดทำสติกเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด เป็นประโยชน์ให้กับพนักงานฝ่ายขายได้ใช้ในการสนทนากับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจในการสนทนามากขึ้นและเป็นประโยชน์อย่างมากในการใช้สติกเกอร์ไลน์แทนการพิมพ์คำพูดในบางประโยคและเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการตอบลูกค้า

นางสาวสุภัทรา ศรีสรไตร

(นางสาวสุภัทรา ศรีสรไตร)

15 ธันวาคม 2561

ภาคผนวก จ

ข้อมูลบันทึกการปฏิบัติงาน





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการประเมิน

เรื่อง สถิติเกอร์ไลน์บริษัทยูแอนดีไอทัวร์ แอนด์ทราเวล จำกัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ ☐ 1) 20 – 24 ปี ☐ 2) 25 – 30 ปี

☐ 3) 30 - 35 ปี ☐ 4) มากกว่า 35 ปี

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในสถิติเกอร์ไลน์

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความพึงพอใจที่ท่านต้องการเลือก

คะแนน มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1

ตารางที่ 3.1 ตารางแบบสอบถามเพื่อการประเมิน

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. แสดงถึงบริษัทยูแอนดีไอทัวร์ฯ ได้อย่างชัดเจน					
2. เป็นตัวแทนของบริษัทในการตอบลูกค้า					
3. เพื่อให้ลูกค้าจำสัญลักษณ์หรือชื่อบริษัทใน รูปแบบสถิติเกอร์ไลน์					
4. ประหยัดเวลาในการพิมพ์ข้อความ					
5. สถิติเกอร์ไลน์มีประโยชน์ในการทำงาน					

ภาคผนวก ข

บทความวิชาการ



ภาคผนวก จ

ประวัติผู้จัดทำ



ประวัติผู้จัดทำ

รหัสนักศึกษา : 5704400139

ชื่อ-นามสกุล : นางสาวนันธิชา ทับพันธุ์

คณะ : ศิลปศาสตร์

สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ที่อยู่ : เลขที่ 625 ถนนพระรามที่ 2 ซอยพระรามที่ 2-43 เขต จอมทอง แขวง บางมด
กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10150

