



## รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินสตาแกรม

กรณีศึกษา บริษัท ดับเบิล ชายน์ ทราเวล จำกัด

The Use of Digital Marketing Strategy through Instagram Network

: A case study of Double shine travel company

โดย

นางสาว ญัฐจิรา ประสพรัตน์สุข 5802000006

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 116-495 สหกิจศึกษา

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ      การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินสตาแกรม  
กรณีศึกษา บริษัท ดับเบิลไชน์ ทราเวล จำกัด  
The Use of Digital Marketing Strategy through Instagram Network  
: A case study of Double shine travel company

รายชื่อผู้จัดทำ      นางสาว ญัฐฐิรา ประสพรัตนสุข

ภาควิชา      การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา      อาจารย์ พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุษ

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบโครงการ

พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุษ อาจารย์ที่ปรึกษา  
(อาจารย์ พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุษ)

[Signature] พนักงานที่ปรึกษา  
(นาย สรวิช แซ่อ้อย)

พิริยะ วิริยะสถาพร กรรมการกลาง  
(นายพิริยะ วิริยะสถาพร)

[Signature] ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

|                        |                                                                                                     |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อโครงการ            | : การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินสตาแกรม<br>กรณีศึกษา บริษัท ดับเบิล ชายนั ทราเวล จำกัด |
| ชื่อนักศึกษา           | : นางสาวณัฏฐิฐรา ประสพรัตนสุข                                                                       |
| อาจารย์ที่ปรึกษา       | : อาจารย์พิมพ์พิชา เลิศสกุลผาสุษ                                                                    |
| ระดับการศึกษา          | : ปริญญาตรี                                                                                         |
| ภาควิชา                | : การโรงแรมและการท่องเที่ยว                                                                         |
| คณะ                    | : ศิลปศาสตร์                                                                                        |
| ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา | : 1/2561                                                                                            |

### บทคัดย่อ

บริษัท ดับเบิลชายนั ทราเวล จำกัด เป็นบริษัททัวร์ชั้นนำที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ภายในบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการอยู่สองช่องทาง ซึ่งประกอบไปด้วย เฟซบุ๊ก (Fan Facebook) และเว็บไซต์ของบริษัท ผู้จัดทำจึงได้ดำเนินการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยวจากช่องทางเดิมที่มีอยู่ ซึ่งช่องทางที่เพิ่มมา คือ อินสตาแกรม (Instagram) โดยมีวัตถุประสงค์เพิ่มช่องทางให้กับบริษัทได้ใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ขายแพคเกจทัวร์ และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า ผลลัพธ์คือการสร้างรายได้เพิ่มจากช่องทางเดิม และมีการเปรียบเทียบสื่อออนไลน์อินสตาแกรม (Instagram) ระหว่างบัญชีผู้ใช้เดิมและบัญชีผู้ใช้ใหม่ ในช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม ของปี 2017 และ 2018 แสดงให้เห็นว่าสังคมยุคปัจจุบันมีความนิยมซื้อสินค้าจากสื่อออนไลน์มากขึ้น และยังส่งผลให้การดำเนินงานครั้งนี้ประสบความสำเร็จคือ มีลูกค้าติดต่อสอบถามข้อมูลและตัดสินใจซื้อโปรแกรมท่องเที่ยว โดยผ่านกล่องข้อความของทางอินสตาแกรม เฟซบุ๊กและทางโทรศัพท์

**คำสำคัญ:** สื่อออนไลน์ , ความนิยม , การประชาสัมพันธ์ , การโฆษณา

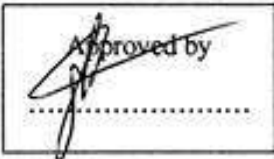
**Project Title** : The Use of Digital Marketing Strategy through Instagram  
 Network : A case study of Double shine travel company  
**Credits By** : Miss Nattira Prasoprattanasuk  
**Advisor** : Miss Pimpitcha Lerdsakulpasuk  
**Degree** : Bachelor of Arts (Hotel and Tourism Studies)  
**Major** : Tourism  
**Faculty** : Liberal Arts  
**Semester/Academic year** : 1/2017

### Abstract

Double Shine Travel Co., Ltd. is a leading and famous tour company that provides a full range of travel services. The company has conducted public relations for its products and services via two channels, namely: Facebook Fan page and company website. Therefore, the author initiated to increase PR channels to promote the existing tour program via Instagram, with the purpose of increasing channels for advertising, public relations, selling tour packages and building good relationships with customers. The results were to generate more revenue from the original channels. This study also compared the results of advertising via Instagram media between the original user account and the new one during October-December in 2017 and 2018. The results indicated the popularity of online purchases among consumers and the successful operation in terms of increasing number of customers asking for tour information and their decision to purchase tour program via Instagram, Facebook page chat box, and telephone.

**Keywords:** Online media, Popularity, Public relations, Advertising

Approved by



## กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท ดับเบิลยู.ซี. ทรูเวล จำกัด ตั้งแต่ วันที่ 20 สิงหาคม 2561 ถึง วันที่ 7 ธันวาคม 2561 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณเอกอนันต์ นิตกรยศววัฒน์ กรรมการผู้จัดการ
2. คุณอนาวิต นิลม่วง ฝ่ายการตลาด
3. คุณสรวิษ แซ่ฮ่วย ฝ่ายออกตัวเครื่องบิน

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวณัฏฐจิรา ประสพรัตน์สุข

13 ธันวาคม 2561

## สารบัญ

หน้า

|                        |   |
|------------------------|---|
| จดหมายนำส่งรายงาน..... | ก |
| กิตติกรรมประกาศ.....   | ข |
| บทคัดย่อ.....          | ค |
| Abstract.....          | ง |

### บทที่ 1 บทนำ

|                                         |   |
|-----------------------------------------|---|
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....         | 2 |
| 1.3 ขอบเขตของโครงการ.....               | 2 |
| 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....              | 2 |

### บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

|                                                                                    |   |
|------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 2.1 แนวคิดกลยุทธ์ดิจิทัล.....                                                      | 3 |
| 2.1.1 ความหมายของกลยุทธ์ดิจิทัล.....                                               | 3 |
| 2.1.2 กระบวนการสำหรับการปฏิบัติงาน<br>สำหรับการวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด..... | 4 |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์.....                                           | 7 |
| 2.2.1 เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม.....                           | 8 |
| 2.2.2 เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิม<br>ที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว.....       | 8 |
| 2.2.3 เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา                 |   |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของช่องทางสื่อออนไลน์.....                           | 9 |

### บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....                      | 10 |
| 3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตขั้นการให้บริการหลักขององค์กร..... | 12 |

|                                                                                      |                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร.....                                 | 13                         |
| 3.4 ตำแหน่งลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....                                    | 13                         |
| 3.5 ชื่อ สกุล และตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....                                  | 14                         |
| 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....                                             | 14                         |
| 3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....                                                  | 14                         |
| <b>บทที่ 4 รายงานผลการปฏิบัติงาน</b>                                                 |                            |
| 4.1 ยอดผู้ติดตาม ในอินสตาแกรม (Instagram) ปี 2560.....                               | 15                         |
| 4.2 ยอดผู้ติดตาม ในอินสตาแกรม (Instagram)<br>เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2561.....         | 16                         |
| 4.3 ผลการจูงโปรแกรมทัวร์จากอินสตาแกรม (Instagram)<br>เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2561..... | 18                         |
| 4.4 การปฏิบัติงานของนักศึกษาที่ได้รับมอบหมาย.....                                    | 17                         |
| <b>บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ</b>                                                   |                            |
| 5.1 สรุปผลการปฏิบัติงาน.....                                                         | 25                         |
| 5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจ.....                                                | 26                         |
| <b>บรรณานุกรม</b>                                                                    |                            |
| <b>ภาคผนวก</b>                                                                       |                            |
| ภาคผนวก ก                                                                            | ภาพการปฏิบัติงาน           |
| ภาคผนวก ข                                                                            | ข้อมูลบันทึกการปฏิบัติงาน  |
| ภาคผนวก ค                                                                            | บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา |
| ภาคผนวก ง                                                                            | บทความวิชาการ              |
| ภาคผนวก จ                                                                            | โปสเตอร์                   |
| ภาคผนวก ฉ                                                                            | ประวัติผู้จัดทำ            |

## สารบัญตาราง

หน้า

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....                       | 14 |
| ตารางที่ 4.1 แผนภูมิกราฟอธิบายผู้ติดตามอินสตาแกรม (Instagram)..... | 18 |



## สารบัญรูปภาพ

หน้า

|                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| รูปภาพที่ 1.1 แอปพลิเคชันที่มียอดดาวน์โหลดในประเทศไทย ปี 2017.....                                                                         | 1  |
| รูปภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท ดับเบิลยูชาแนล ทราเวล จำกัด.....                                                                  | 10 |
| รูปภาพที่ 3.2 แผนที่รูปภาพ บริษัท ดับเบิลยูชาแนล ทราเวล จำกัด.....                                                                         | 11 |
| รูปภาพที่ 3.3 ช่องทางการติดต่อ.....                                                                                                        | 11 |
| รูปภาพที่ 3.4 ช่องทางการติดต่อผ่านแฟนเพจ Facebook.....                                                                                     | 12 |
| รูปภาพที่ 3.5 แผนภูมิการจัดการองค์กร และการบริหารงาน<br>บริษัท ดับเบิลยูชาแนล ทราเวล จำกัด.....                                            | 13 |
| รูปภาพที่ 4.1 ผลสรุปปี 2560 ยอดผู้ติดตาม จำนวน 198 คน (บัญชีเดิม).....                                                                     | 15 |
| รูปภาพที่ 4.2 ผลสรุประหว่างเดือนตุลาคม 2561 ยอดผู้ติดตาม 44 คน (บัญชีใหม่).....                                                            | 16 |
| รูปภาพที่ 4.3 ผลสรุประหว่างเดือนพฤศจิกายน 2561 ยอดผู้ติดตาม 86 คน (บัญชีใหม่).....                                                         | 17 |
| รูปภาพที่ 4.4 โปรแกรมทัวร์ที่มีผู้คนสนใจและตัดสินใจซื้อ เดือนตุลาคม จำนวน 7 ท่าน<br>Snow Winter Hokkaido เดินทาง 4 - 8 ธันวาคม 2561.....   | 19 |
| รูปภาพที่ 4.5 โปรแกรมทัวร์ที่มีผู้คนสนใจและตัดสินใจซื้อ เดือนพฤศจิกายน<br>จำนวน 3 ท่าน Korea Beat Winter เดินทาง 21 - 24 ธันวาคม 2561..... | 20 |
| รูปภาพที่ 4.6 โปรแกรมทัวร์ที่ได้รับความสนใจสูงสุด จำนวน 58 คน.....                                                                         | 21 |
| รูปภาพที่ 4.7 บันทึกข้อมูลของนักท่องเที่ยวเพื่อยืนยันขอวีซ่าและใบตรวจคนเข้าเมือง.....                                                      | 22 |
| รูปภาพที่ 4.8 ส่งกรู๊ปทัวร์ที่สนามบินสุวรรณภูมิ.....                                                                                       | 22 |
| รูปภาพที่ 4.9 การโฆษณาโปรแกรมทัวร์.....                                                                                                    | 23 |
| รูปภาพที่ 4.10 ประชุมและมอบหมายงานก่อนออกกรู๊ปที่จังหวัดเชียงใหม่.....                                                                     | 23 |
| รูปภาพที่ 4.11 ออกกรู๊ปเป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานกับโรงแรมที่จังหวัดเชียงใหม่<br>รับบุญเจ้ห้องพักจากโรงแรมและจัดเรียงตามรายชื่อกรุ๊ป.....    | 24 |
| รูปภาพที่ 4.12 ออกกรู๊ปเป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานกับโรงแรมที่จังหวัดเชียงใหม่<br>จัดขนมทานเล่นตามจำนวนลูกค้าแต่ละกรุ๊ป.....                  | 24 |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจาก ในสังคมยุคปัจจุบันมีหลากหลายบริษัทและองค์กรมากมาย ที่ประสบความสำเร็จจากการใช้สื่อดิจิทัลในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งมีการใช้สื่อดิจิทัลหลากหลายเข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะกลยุทธ์การขาย และการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ตัวอย่างเช่น การขายออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ค (Facebook) ไลน์แอด (Line@) และ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น

จากผลสำรวจของนาย Ian Atkinson ซึ่งชี้ให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อออนไลน์มาเป็นอันดับต้นๆ โดยเฉพาะทั้งแอปพลิเคชันที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น และจากการค้นหาข้อมูล พบว่าแอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Application Instagram) เป็นที่นิยมอันดับที่ 4 ในปี 2017 จนถึงปัจจุบัน และยังคงเป็นแอปพลิเคชันที่ประชากรทั่วโลกยังให้ความนิยมอย่างสูง อีกทั้งยังคงคาดว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ ในปีต่อไป



รูปภาพที่ 1.1 แอปพลิเคชันที่มียอดดาวน์โหลดในประประเทศไทย ปี 2017

ที่มา : Spec phone (<https://specphone.com/web/top-10-apps-q1/190040>)

: Sensortower (Usage Intelligence ) <https://sensortower.com/solutions/store-intelligence>

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น ผู้จัดทำได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย และประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการ รวมทั้งการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวให้กับลูกค้าของ บริษัทดับเบิล ชายนั้ ทราเวล จำกัด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยวจากช่องทางเดิมที่มีอยู่
- 1.2.2 เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการขายโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัท
- 1.2.3 สร้างสื่อสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 สังกัดจำนวนผู้ที่เข้ามาติดตามรวมถึงการแสดงความคิดเห็น หรือติดต่อสอบถามและตัดสินใจซื้อโปรแกรมทัวร์ผ่านทางอินสตาแกรม (Instagram) ของบริษัท ดับเบิลชายนั้ ทราเวล จำกัด
- 1.3.2 โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจำนวนผู้ติดตาม แสดงความคิดเห็น และติดต่อสอบถาม ช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม ระหว่างปี 2560 กับ 2561

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1 มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่
- 1.4.2 สามารถเลือกดูโปรแกรมท่องเที่ยวได้สะดวกกว่าทางเพจเฟซบุค
- 1.4.3 เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารให้กับลูกค้า

## บทที่ 2

### ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษา “การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินสตาแกรม กรณีศึกษา บริษัท ดับเบิล ชายนั ทราเวล จำกัด” ผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลของการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลออนไลน์ ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดกลยุทธ์ดิจิทัล

##### 2.1.1 ความหมายของกลยุทธ์ดิจิทัล

##### 2.1.2 กระบวนการสำหรับการปฏิบัติงานสำหรับการวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด

##### 2.1.2.1 การวิเคราะห์พร้อมกับการเลือกกลุ่มเฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

##### 2.1.2.2 การระบุวัตถุประสงค์ตามที่สื่อสาร

##### 2.1.2.3 การสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวสาร

##### 2.1.2.4 การคัดสรรช่องทางสำหรับการใช้ในการสื่อสาร

#### 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

##### 2.2.1 เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม

##### 2.2.2 เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว

##### 2.2.3 เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา

#### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของช่องทางสื่อออนไลน์

#### 2.1 แนวคิดกลยุทธ์ดิจิทัล

##### 2.1.1 ความหมายของกลยุทธ์ดิจิทัล

นิยามของคำว่า กลยุทธ์ ไว้ว่า หมายถึง แผนการปฏิบัติซึ่งวางไว้เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์จำเพาะ

ความหมายคำว่า กลยุทธ์ ไว้ว่า หมายถึงแนวทางที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งตอบคำถามง่าย ๆ สองประการคือ องค์กรจะเข้าไปแข่งขันที่ไหนและองค์กรจะแข่งขันในธุรกิจนั้นอย่างไร

Mintzberg (1979) ให้ความหมายของคำว่า กลยุทธ์ ไว้ว่า กลยุทธ์คือแผน หรือบางสิ่งที่เทียบเท่ากับทิศทาง ข้อเสนอแนะของการกระทำในอนาคต เส้นทางที่จะเดินจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งหรืออื่น ๆ

Hitt, Ireland และ Hoskisson (2005) ให้ความหมายของคำว่า กลยุทธ์ ไว้ว่า กลยุทธ์คือการหลอมรวมและการร่วมมือของข้อตกลงและการกระทำ ซึ่งออกแบบมาเพื่อแสวงประโยชน์จากจุดแข็งและความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากการรวบรวมความหมายของ กลยุทธ์ จากที่มีการจำกัดความไว้นั้น สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์คือการวางแผนหรือแนวทางขององค์กร ที่จะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

**2.1.2 กระบวนการสำหรับการปฏิบัติงานสำหรับการวางแผนงานด้านการสื่อสารการตลาด**  
ในการสื่อสารการตลาดนั้น ผู้สื่อสารจะต้องปฏิบัติงานวางแผนใน 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ (เนตรนภัส ธารณา, 2554, หน้า 18-21)

#### **2.1.2.1 การวิเคราะห์พร้อมกับการเลือกกลุ่มเฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มเป้าหมาย**

การกระทำต่างๆควรเริ่มจากการวิเคราะห์ในเรื่องต่าง ๆ ทั้งกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มคนประเภทนี้รู้จักสินค้าจากแหล่งที่มาอย่างไร การคัดเลือกสารอย่างไร ที่สามารถส่งสารนั้นไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้อง พร้อมทั้งเกิดความประทับใจต่อสารที่ได้รับนั้น ส่วนสิ่งที่ควรรู้เพิ่มเติมควรเป็นความคาดหวังของผู้ซื้อ การเป็นผู้เลือกและพิจารณาการซื้อด้วยตนเองและผู้อื่นที่ร่วมในการตัดสินใจในแต่ละครั้งต่อสินค้านั้น ๆ หรือแม้แต่บุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีต่อสินค้า ทำให้คุณเกิดความประทับใจต่อสินค้า โดยเฉพาะผู้รับสารเป็นได้ทุก ๆ ประเภท ทั้งประเภทเดียว ประเภทกลุ่มขนาดเล็ก ประเภทกลุ่มขนาดใหญ่ กลุ่มประเภทที่กล่าวข้างต้นสามารถเข้าถึงสาร เป็นตัวกำหนดบุคคลที่ต้องการสื่อสารให้ เนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ เช่น คำพูด ขั้นตอนของการพูด ช่วงเวลาและสถานที่ของการพูด และบุคคลที่ต้องการสื่อสารด้วยการที่จะทำให้ลูกค้าสนใจนั้นควรทำสารที่สื่อออกมา ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สร้างความประทับใจ มีความน่าสนใจ เมื่อกลุ่มเป้าหมายได้รับจะเป็นการกระตุ้นการซื้อต่อไป โดยผ่านการรู้จักกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากกลุ่มบุคคลมีความหลากหลายทางสถานะ บางคนชอบสิ่งนี้ บางคนไม่ชอบสิ่งนี้ บางคนไม่ชอบทั้งสองสิ่ง ทางแบรนด์ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการต่าง ๆ ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายชอบในสิ่งที่แบรนด์ทำการสื่อสาร

#### **2.1.2.2 การระบุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ**

การกระทำต่าง ๆ ที่มีผู้กำหนดเป้าหมายไว้เรียบร้อยแล้ว จึงรับทราบข้อมูลพื้นฐานของข้อมูลต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว จึงทำให้บุคคลที่ต้องการสื่อสารกำหนดผู้ฟัง โดยแบ่งเป็นการ

สนองต่อการนำเสนอขายสินค้าและบริการ ความประทับใจหลังจากการรับบริการหลังการขาย โดยส่วนใหญ่พฤติกรรมต่าง ๆ ส่วนมีเหตุผลในทุก ๆ ครั้งต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการของแต่ละบุคคล ส่วนนักการสื่อสารการตลาดควรมีกวิธีที่สามารถทำให้กลุ่มผู้ซื้อเหล่านั้น เลือกซื้อสินค้าและบริการของตนจากการไต่ระดับการซื้อ จนถึงขั้นที่สามารถบรรลุเป้าหมายต่อการขายในแต่ละครั้ง แบ่งออกเป็น การรับทราบ ความประทับใจ และการแสดงออก

### 2.1.2.3 การสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวสาร

เนื้อหา เนื้อความ เรื่องเล่าที่บุคคลส่งสารมีต่อบุคคลรับสาร ก่อให้เกิดตัวกำหนดขอบข่ายของเนื้อหาขึ้น โดยทุก ๆ เนื้อหาต้องสื่อสารให้ผู้สพเกิดการรับรู้ ผ่านรูปแบบของงานที่ผ่านการเขียน งานที่ผ่านการถ่ายภาพ งานที่เกิดจากการวาดและการผลิตเนื้อหาของภาพยนตร์ สำหรับการผ่านทุก ๆ กระบวนการของการสื่อสารจะดำเนินการสู่การสร้างสรรค์และพัฒนาเนื้อหาของข่าวสารผ่านการรับรองทั้ง 4 คุณลักษณะ คือ ประเภทเนื้อหาข้อมูลและข่าวสาร ประเภทโครงสร้างข้อมูลและข่าวสาร ประเภทรูปแบบข้อมูลและข่าวสาร และประเภทบุคคลทำการส่งข้อมูลและข่าวสาร

### 2.1.2.4 การคัดสรรช่องทางสำหรับการใช้ในการสื่อสาร

ทางสำหรับการสื่อสารแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ ช่องทางสำหรับบุคคล โดยการใช้บุคคล เช่น การเลือกใช้เจ้าหน้าที่ขององค์กร การเลือกใช้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องทางด้านนั้น ๆ รวมถึงการเลือกใช้ขั้นตอนของสังคม และช่องทางที่ปราศจากบุคคลการสื่อสารประเภทปากต่อปาก หมายถึงเนื้อหาที่ประกอบเป็นเรื่องราวสอดคล้องกับสิ่งที่พูดเกี่ยวข้องกับตราสินค้า โดยการรวบรวมการสื่อสารระหว่างบุคคลที่หนึ่งไปยังบุคคลที่สอง ด้านการสื่อสารเป็นการสื่อสารเฉพาะเจาะจงในเรื่องของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือองค์กรหนึ่ง องค์กรใดเท่านั้นเพราะฉะนั้นการสื่อสารประเภทนี้จะเข้าถึงคนกลุ่มหนึ่งได้ง่าย เนื่องจากการคุยแบบปากต่อปากนั้น ต้องมีความสนิทสนมกัน แนะนำบอกต่อในสิ่งที่ตนเองพบเจอมาบอกต่อเพื่อน ญาติ และคนรู้จักได้รับรู้ถึงแง่ดีของการบริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าเกิดผลลัพธ์ในแง่ไม่ดี การสื่อสารชนิดนี้จะค่อนข้างไปเร็ว จะเป็นภัยร้ายต่อแบรนด์

จากงานวิจัยของดวงใจ ธรรมนิทานนท์ (2557) ที่ศึกษาในเรื่องกลยุทธ์การตลาด ผลิตภัณฑ์ ความงามผ่านช่องทางการค้าแบบดิจิทัล ได้ศึกษาทางด้านการตลาดดิจิทัลในมุมมองของการทำกลยุทธ์ และให้ความหมายของ การตลาดดิจิทัล ไว้ว่าคือ การตลาดที่พัฒนามาจากการตลาดสมัยก่อน โดยเป็นการทำการตลาด แทบทั้งหมดผ่านสื่อดิจิทัล เป็นรูปแบบใหม่ของการตลาดที่ใช้ช่อง ทางดิจิทัล เพื่อทำการสื่อสารกับผู้บริโภค แม้ว่าจะเป็นสื่อรูปแบบใหม่แต่ยังคงใช้หลักของการตลาด ดังเดิม เพียงแต่เปลี่ยนแปลงช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคและการเก็บข้อมูลของผู้บริโภค โดย

Wertime และ Fenwick (2008) ได้ให้ความหมายของการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ไว้ว่า “พัฒนาการของการตลาดในอนาคต เกิดขึ้นเมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัล สื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่มีการใช้รหัสระบุตัวผู้ใช้ได้ จึงทำให้นักการตลาดในสมัยนี้สามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กับกลุ่มลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็นรายบุคคลโดยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละคนในแต่ละครั้งถือเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์กับลูกค้าต่อไป

ภกมณ ภาสวัสดิ (2550) ศึกษา “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์” พบว่าด้วยเหตุของการพิจารณาเหตุการณ์โดยรวมทุกส่วน ด้วยเหตุผลหลักสำคัญของการสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อสร้างต่อการบริโภค ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสื่อประเภทโฆษณา สื่อประเภทอินเทอร์เน็ต การส่งเสริมการขาย กิจกรรมพิเศษ ประชาสัมพันธ์ งานลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมดนี้ล้วนเปรียบเสมือนภาพรวมของแนวโน้ม พฤติกรรม ตามสถานการณ์แวดล้อมที่ควรจะเป็นเนื่องจากในปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่หลากหลาย และหนึ่งในนั้นที่กำลังโดดเด่นและเป็นนิยมคือ การสื่อสารการตลาดผ่านทางโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเป็นผลมาจากอัตราการเติบโตทางการตลาดของโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจะเห็นได้จากงานวิจัยหลายชิ้น เช่น วงหยั

รุ่งนภา ทองจันทร์ และสุพรรณษา หลอดจำปา (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน โดยเฉลี่ย 3-5 ชั่วโมงต่อวัน ความถี่ในการใช้งานมากกว่า 5 ครั้งต่อวัน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 301-500 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจกับกระบวนการใช้งานที่ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมาคือมีความประทับใจเมื่อได้ใช้แอปพลิเคชันที่ตรงตามความต้องการ และลำดับที่สามคือ หาซื้อและดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้ง่าย และเมื่อศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน และมีแอปพลิเคชันให้เลือกใช้ที่หลากหลาย

นุชจินทร์ ศรีสุวรรณ (2553) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้งาน และปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้ออปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน กรณีศึกษา : นักศึกษามหาวิทยาลัย

ธุรกิจบัณฑิตย์ พบว่าทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน พบว่าเกิดความประทับใจเมื่อได้ใช้แอปพลิเคชันที่ตรงต่อความต้องการใช้งาน ความสามารถในการทำงานของแอปพลิเคชันมีผลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่พัฒนาขึ้นมีความแตกต่างและหลากหลายส่วนทางด้านความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้งาน สามารถใช้แอปพลิเคชันได้ทุกที่ ทุกเวลา ความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานแอปพลิเคชัน การจัดวางรูปแบบของแอปพลิเคชันที่ปรากฏบนหน้าจอมีความน่าสนใจ ประสิทธิภาพของการใช้งานแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันมีความเร็วในการโหลดข้อมูลและสื่อโฆษณามีผลต่อการเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน

สร้อยญา มานะวัฒน์ (2557) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์บนคอมพิวเตอร์ และแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า สิ่งเร้าภายนอกเป็นเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์บนคอมพิวเตอร์ และแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนของกลุ่มตัวอย่าง โดยสิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านการประหยัด มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ มีช่องทางที่เลือกซื้อที่มีราคาถูก ค่าบริการการขนส่งเมื่อซื้อสินค้ามีราคาถูก ช่องทางที่เลือกซื้อที่มีการลดราคาสินค้าเป็นประจำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความคาดหวังต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านบนเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนในด้านราคาที่ชัดเจน และเหมาะสมเพื่อลดค่าใช้จ่าย

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

Marketingoops (2552) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ไว้ว่า หมายถึง สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร เขียนเล่า เรียบเรียงเนื้อหา เรื่องราวจากประสบการณ์พร้อมบทความ รูปภาพและวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตัวเองผ่านทางเว็บไซต์ Social Network ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ปัจจุบันการสื่อสารแบบนี้จะทำผ่านทาง Internet และโทรศัพท์มือถือเท่านั้น

Biologysystem (2556) Social Media คือสื่อยุคใหม่ที่กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกวงการทั้งชีวิตประจำวัน และการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นสื่อที่นิยมใช้สื่อสารการตลาดเพื่อการโปรโมท และทำกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ในหลาย ๆ รูปแบบ

Thumbsup (2554) การใช้บริการ Web-Based และเทคโนโลยีทางด้าน Mobile ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารไปสู่การปฏิสัมพันธ์ได้ตอบกันมากขึ้น

Noonble (2559) Social Network หรือ เครือข่ายสังคม (ชุมชนออนไลน์) เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมสำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจในกิจการที่ได้ทำการเชื่อมโยงความสนใจไปยังกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วยการ ส่งข้อความ ส่งอีเมล วิดีโอ เพลง อัฟโหลดรูป บล็อก

จากคำอธิบายของหลายท่านผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ Social Media ได้ว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของเว็บไซต์สามารถสื่อสารได้ทั้ง 2 ทางโดยผู้ใช้เป็นผู้ที่สื่อสารเรื่องราวรูปภาพและวิดีโอเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่นแบ่งปันให้ผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ช่วยให้หาเพื่อนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่าย เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์แบบออนไลน์อีกแห่งหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะสร้างประวัติส่วนตัวเพื่อแนะนำตัวเองและสร้างเครือข่ายส่วนบุคคลของตนเพื่อติดต่อกับผู้อื่น เช่น Myspace, Facebook, Line, Instagram, Twitter, Google+ และ YouTube เป็นต้นเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเว็บที่สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการในการติดต่อทางธุรกิจหรือหาเพื่อนบนโลกไซเบอร์ทั้งสิ้น ทั้งนี้ก็ยก ชัยนิรันดร์(2554) ได้อธิบายคุณลักษณะที่สำคัญของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้

**2.2.1 เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม** กล่าวคือการแพร่กระจายของสื่อเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing)

**2.2.2 เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-To-Many)** เป็นแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายคน (Many-To-Many) เมื่อมีสภาพของการเป็นสื่อสังคม สิ่งสำคัญก็คือการสนทนาที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นการรวมกลุ่มคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกันหรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของการสนทนาแม้กระทั่งตัวผู้ผลิตเนื้อหานั้นเอง เพราะผู้ที่ได้รับสารมีสิทธิ์ที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติมความคิดเห็นหรือแม้กระทั่งเข้าไปแก้ไขเนื้อหานั้นได้ด้วยตัวเอง ยกตัวอย่างเช่น Wikipedia

**2.2.3 เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา** จากเดิมที่ผู้บริโภคเคยได้รับแต่ข่าวสาร และถูกชักจูงโดยโฆษณาต่าง ๆ แล้ว สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการรับข้อมูลข่าวสารแบบเดิม ๆ ไปเป็นแบบผู้บริโภคสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อตัวสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้หรือสามารถเป็นได้แม้กระทั่งผู้ผลิตข่าวสาร บทวิจารณ์ต่อสินค้าบริการนั้น ๆ

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารออนไลน์

จากการศึกษาลักษณะของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่แตกต่างกันในแนวคิดที่แล้ว ทำให้ผู้วิจัยเกิดข้อสงสัยว่าช่องทางการสื่อสารออนไลน์ใดที่เกิดประสิทธิภาพต่อผู้ประกอบการมากที่สุด จึงเป็นที่มาในการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกัน ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพ หมายถึงความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการทำงาน ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดคุ้มค่าและเกิดประโยชน์มากที่สุด(Im2market, 2559)

ประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการดำเนินการใด ๆ ก็ตามโดยมีสิ่งมุ่งหวังถึงผลสำเร็จ และผลสำเร็จนั้นได้มาโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดและการดำเนินการเป็นไปอย่างประหยัด ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลา ทรัพยากร แรงงาน รวมทั้งสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการนั้นให้เป็นผลสำเร็จและถูกต้อง (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2559)

จึงอาจสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึงความสามารถในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ประสิทธิภาพในการสื่อสารทางด้านการสื่อสารประสิทธิภาพในการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ (บรรณสาระความรู้,2558)

### บทที่ 3

#### รายละเอียดการปฏิบัติงาน

##### 3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ บริษัท ดับเบิลชาयน์ ทราเวล จำกัด

Double shine travel co.,ltd

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ 546/54 ถนนสารบุรีประดิษฐ์ ซอย 38

แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา

กรุงเทพมหานคร 10120

Phone: +66 (2) 294 – 5781

Fax: +66 (2) 294 – 5783



รูปภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท ดับเบิลชาयน์ ทราเวล จำกัด

ที่มา : Double Shine Travel Account Page / LINE



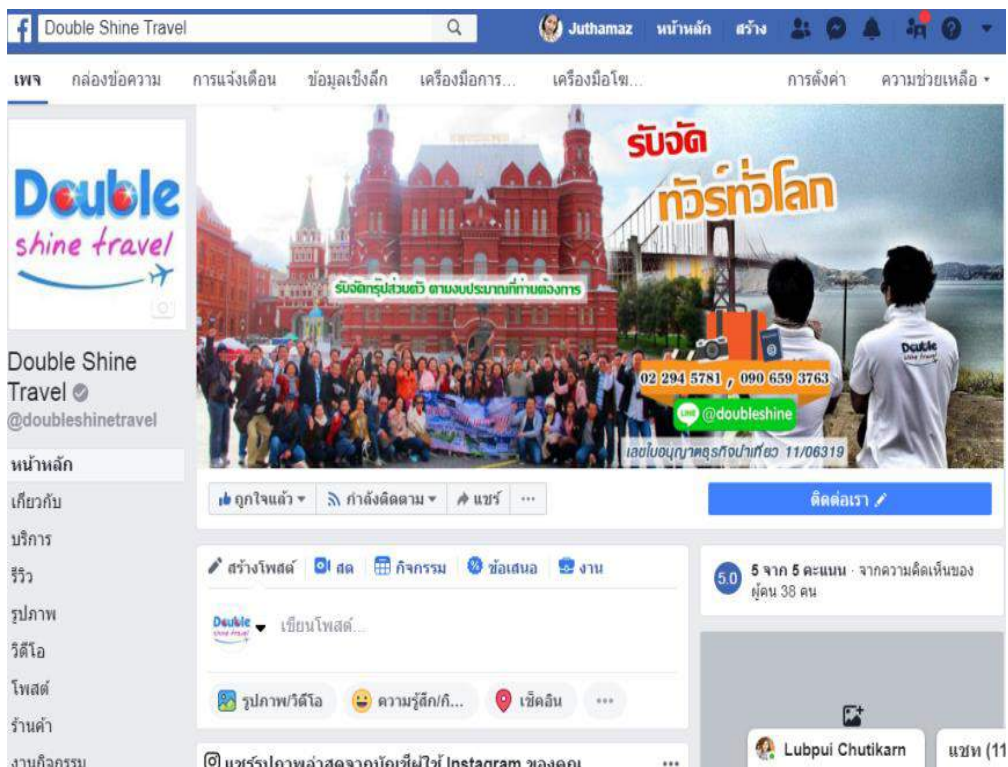
รูปภาพที่ 3.2 แผนที่รูปภาพ บริษัท ดับเบิลชาชน์ ทราเวล จำกัด

ที่มา : [https://www.facebook.com/pg/doubleshinetravel/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/doubleshinetravel/about/?ref=page_internal)



รูปภาพที่ 3.3 ช่องทางการติดต่อ

ที่มา : <https://www.doubleshinetour.com/>



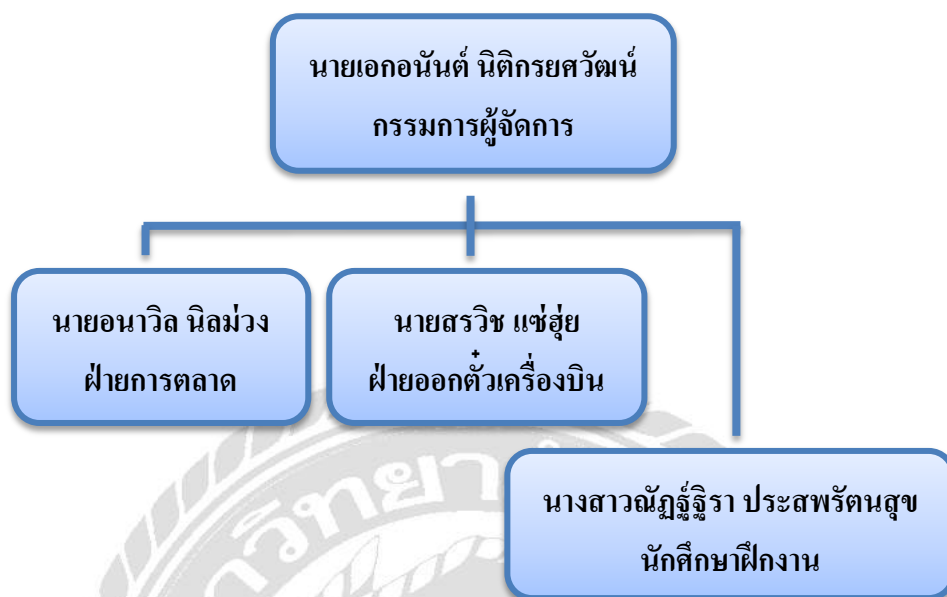
รูปภาพที่ 3.4 ช่องทางการติดต่อผ่านแฟนเพจ Facebook

ที่มา : <https://www.facebook.com/doubleshinetravel/?ref=bookmarks>

### 3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ดับเบิลไชน์ ทราเวล จำกัด เป็นบริษัทประเภท ธุรกิจบริการตัวเครื่องบิน วิชา จัดกรุ๊ปทัวร์ทั้งใน และต่างประเทศ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง และพัฒนาการสื่อสาร มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การให้บริการลูกค้าจึงต้องการผู้ชำนาญการเฉพาะด้าน เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุดในทุกด้าน บริษัทจึงมีนโยบายแบ่งการดำเนินงานตาม ประเภทของงาน และตามความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรภายในบริษัท

### 3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร



รูปภาพที่ 3.5 แผนภูมิการจัดการองค์กร และการบริหารงาน  
บริษัท ดับเบิลยู.บี.ที. จำกัด

### 3.4 ตำแหน่ง ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

#### 3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

- นางสาวณัฏฐ์จิรา ประสพรัตนสุข (Operation)

#### 3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายนอกเหนือจากโครงการ

- เป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายประสานงานกับโรงแรมที่เชียงใหม่
- บันทึกข้อมูลของนักท่องเที่ยวเพื่อขึ้นขอทำวีซ่า
- กรอกเอกสารการเข้าเมืองของแต่ละประเทศ
- จัดทำโปรแกรมทัวร์
- จัดเตรียมอุปกรณ์สิ่งของที่ใช้ในการออกกรุ๊ปทัวร์
- จัดทำเอกสารกรุ๊ปทัวร์ เช่น จัดทำรายชื่อผู้เข้าพัก, ป้ายติดกระเป๋าเดินทาง

### 3.5 ชื่อ สกุล และตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ สกุล พนักงานที่ปรึกษา นายสรวิช แซ่ฮ่วย

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา ฝ่ายออกตั๋วเครื่องบิน

### 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน วันที่ 20 สิงหาคม – 7 ธันวาคม 2561  
(รวม 16 สัปดาห์)

3.6.2 วัน เวลา ในการปฏิบัติสหกิจ วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.30 – 17.30 น.  
วันเสาร์ เวลา 08.30 – 12.00 น.

### 3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

| ขั้นตอนการดำเนินงาน          | ส.ค. |  | ค.ค. |  | พ.ย. |  | ธ.ค. |  |
|------------------------------|------|--|------|--|------|--|------|--|
| 3.7.1 ศึกษาข้อมูลของโครงการ  |      |  |      |  |      |  |      |  |
| 3.7.2 วิเคราะห์ระบบงาน       |      |  |      |  |      |  |      |  |
| 3.7.3 ออกแบบระบบงาน          |      |  |      |  |      |  |      |  |
| 3.7.4 จัดทำและพัฒนาระบบ      |      |  |      |  |      |  |      |  |
| 3.7.5 ทดสอบและสรุปผล         |      |  |      |  |      |  |      |  |
| 3.7.6 จัดทำเอกสาร            |      |  |      |  |      |  |      |  |
| 3.7.7 ระยะเวลาในการดำเนินงาน |      |  |      |  |      |  |      |  |

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงแผนการปฏิบัติงาน  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561

## บทที่ 4

### รายงานผลการปฏิบัติงาน

จากการที่ได้ปฏิบัติงานที่บริษัท ดับเบิลชายน์ ทราเวล จำกัด ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์ในการปฏิบัติงานระหว่างการออกทัวร์ และการจัดทำเอกสารการยื่นวีซ่าต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ฯ รวมไปถึงการจัดโปรแกรมทัวร์ประเทศต่างๆ และการประกาศขายโปรแกรมทัวร์จากบริษัทต้นทาง เช่น Zego , Gs25 , Itravel , We Vacation ฯ ผู้จัดทำจึงได้ทำการเพิ่มการโฆษณาจากการใช้สื่อเดิมที่มีอยู่ เช่น เฟสบุค (Facebook) ไลน์แอด (Line@) และ อินสตาแกรม (Instagram) โดยเลือกช่องทางการโฆษณาจากอินสตาแกรม (Instagram) มาปรับปรุงและพัฒนาจากบัญชีเดิมโดยการสมัครบัญชีผู้ใช้ใหม่ (วันที่ 10 ตุลาคม 2561) ซึ่งยอดผู้ติดตามจำนวนมากจะมาจากผู้ติดตาม บัญชีเดิม และลูกค้ารายใหม่

#### 4.1 ยอดผู้ติดตาม ในอินสตาแกรม (Instagram) ปี 2560

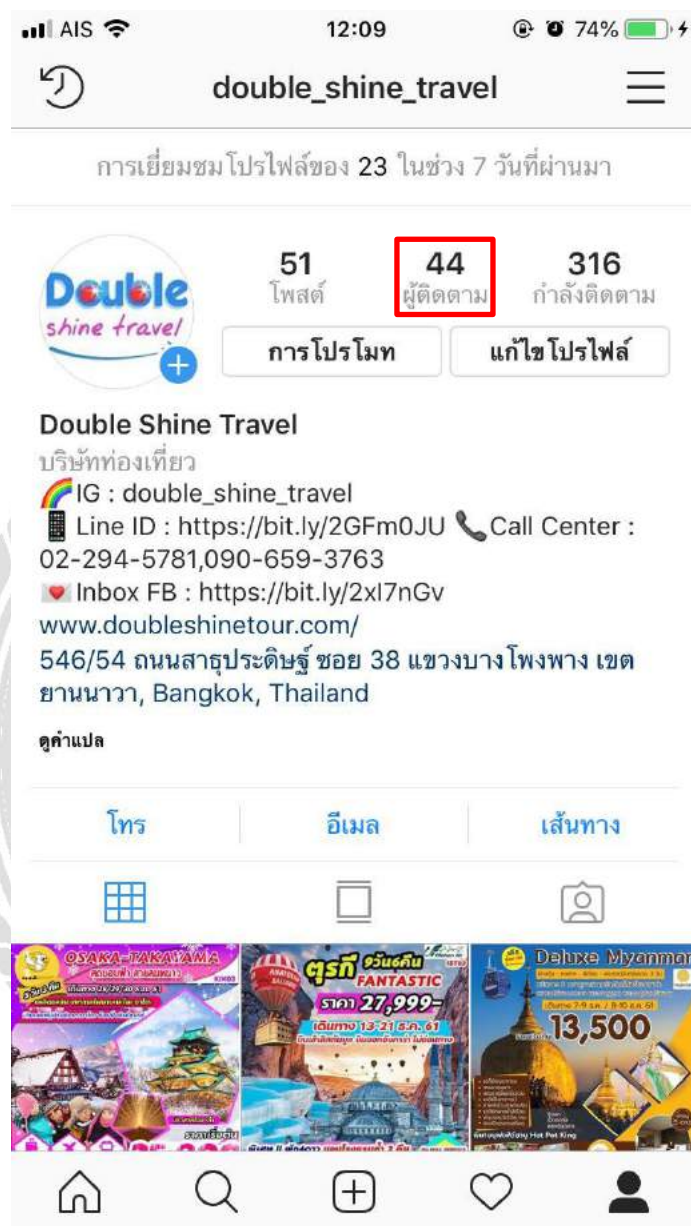


รูปภาพที่ 4.1 ผลสรุปปี 2560

ยอดผู้ติดตาม จำนวน 198 คน (บัญชีเดิม)

ที่มา : ผู้จัดทำ 2561

#### 4.2 ยอดผู้ติดตาม ในอินสตาแกรม (Instagram) เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2561



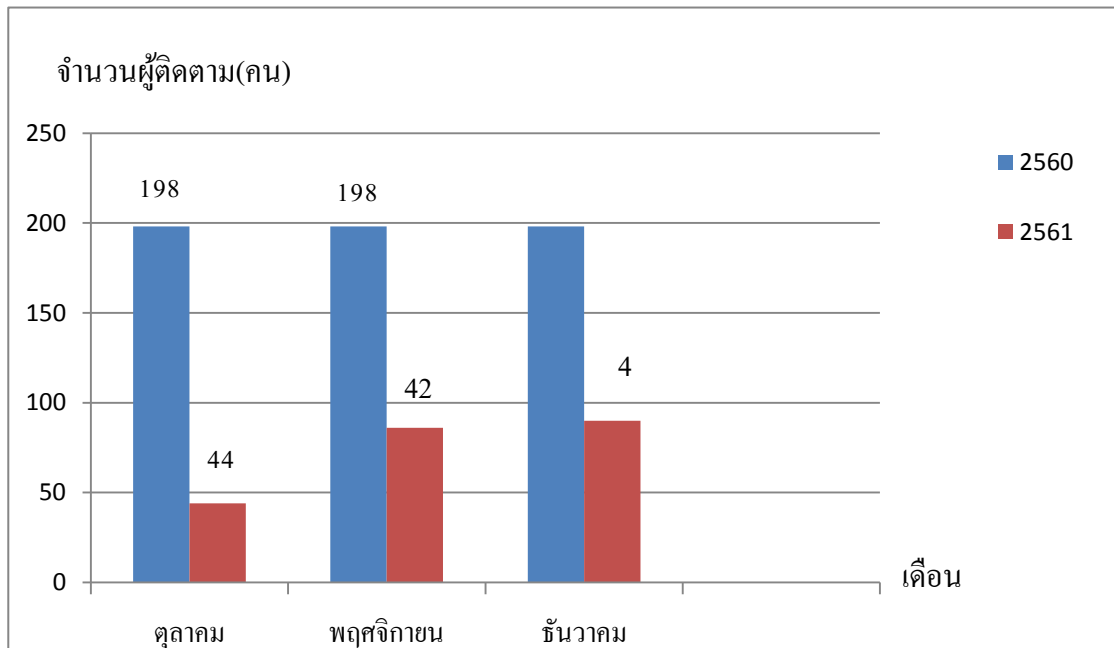
รูปภาพที่ 4.2 ผลสรุประหว่างเดือนตุลาคม 2561 ยอดผู้ติดตาม จำนวน 44 คน  
(บัญชีใหม่)

ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.3 ผลสรุประหว่างเดือนพฤศจิกายน 2561 ยอดผู้ติดตาม จำนวน 86 คน(บัญชีใหม่)  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561

### แผนภูมิกราฟอธิบายผู้ติดตามอินสตาแกรม (Instagram)



ตารางที่ 4.1 แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนผู้ติดตามอินสตาแกรม (Instagram) ระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม ของปี 2560 และ 2561

### 4.3 ผลการจูงโปรแกรมทัวร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Instagram)

#### เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2561

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าระหว่างเดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2561 มีลูกค้าสนใจโปรแกรมทัวร์และตัดสินใจซื้อทั้งหมด 10 ท่านโดยแบ่งเป็นเดือนตุลาคม จำนวน 7 ท่าน เดือนพฤศจิกายน จำนวน 3 ท่าน ผลตอบแทนคอมมิชชั่น 1,500 บาท ต่อท่าน รวมทั้งหมด 15,000 บาท จึงทำให้ทางบริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการโฆษณาผ่านช่องทาง อินสตาแกรม (Instagram)



รูปภาพที่ 4.4 โปรแกรมทัวร์ที่มีผู้คนสนใจและตัดสินใจซื้อ เดือนตุลาคม จำนวน 7 ท่าน

Snow Winter Hokkaido เดินทาง 4 – 8 ธันวาคม 2561

ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.5 โปรแกรมทัวร์ที่มีผู้คนสนใจและตัดสินใจซื้อ เดือนพฤศจิกายน จำนวน 3 ท่าน

Korea Beat Winter เดินทาง 21 – 24 ธันวาคม 2561

ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.6 โปรแกรมทัวร์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด จำนวน 58 คน  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561

#### 4.4 การปฏิบัติงานของผู้ศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

##### 4.4.1 ประกาศขายโปรแกรมทัวร์

##### 4.4.2 บันทึกข้อมูลของนักท่องเที่ยวเพื่อยื่นขอวีซ่าจีน

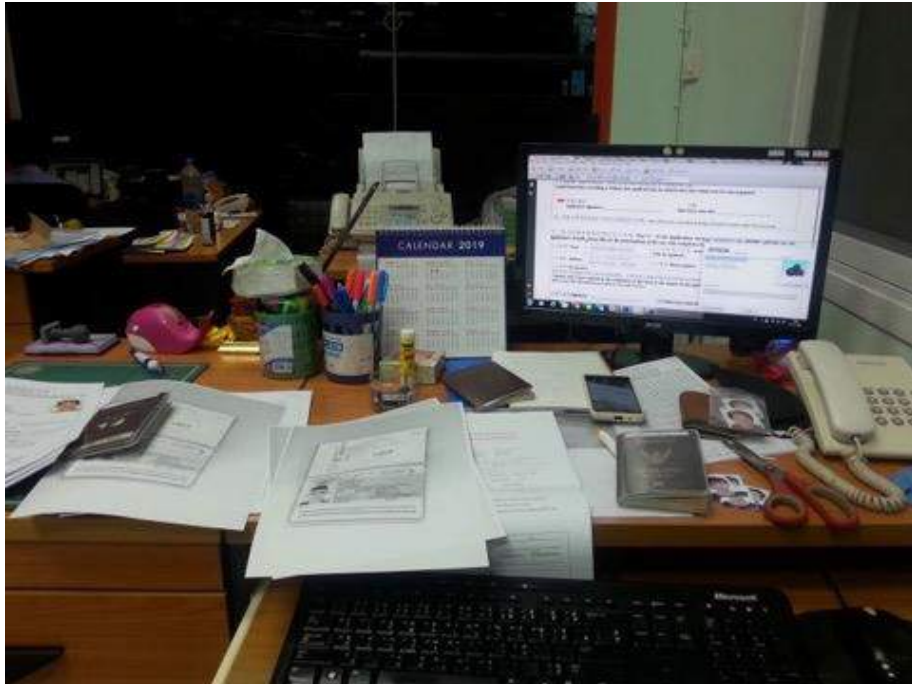
##### 4.4.3 จัดเตรียมเอกสารการออกทัวร์ เช่น หนังสือคู่มือการเดินทาง

จัดรายชื่อนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมของผู้เดินทาง , ป้ายติดกระเป๋าเดินทาง

##### 4.4.4 ออกส่งกรุ๊ปทัวร์

##### 4.4.5 กรอกใบตรวจคนเข้าเมือง

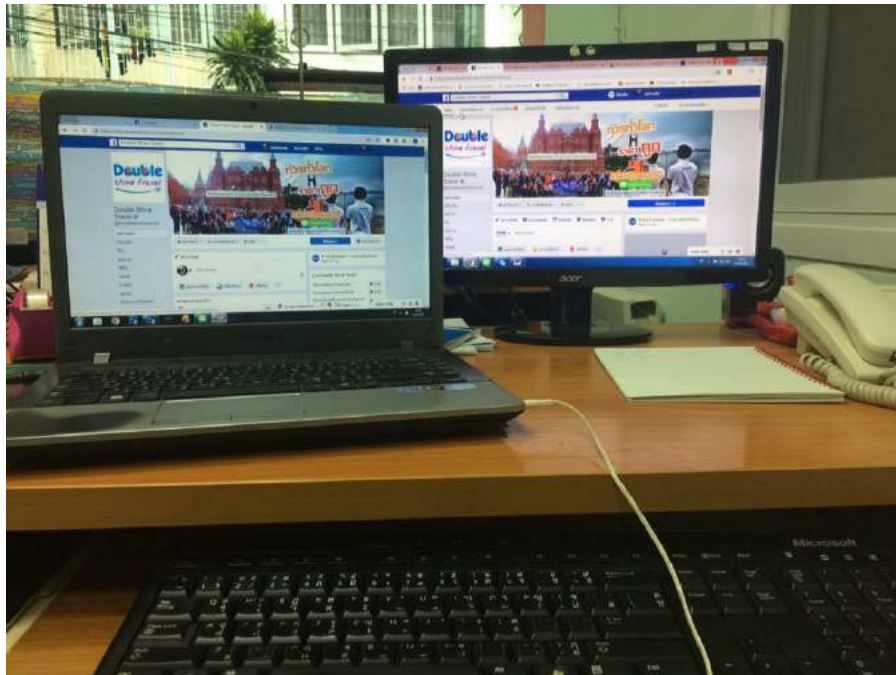
##### 4.4.6 ปฏิบัติงานออกทัวร์ที่เชียงใหม่รับหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานกับ โรงแรมที่จังหวัดเชียงใหม่



รูปภาพที่ 4.7 บันทึกข้อมูลของนักท่องเที่ยวเพื่อยื่นขอวีซ่าและใบตรวจคนเข้าเมือง  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.8 ส่งกรุปทัวร์ที่สนามบินสุวรรณภูมิ  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.9 ทำการโฆษณาโปรแกรมทัวร์  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.10 ประชุมและมอบหมายงานก่อนออกกรุ๊ปที่จังหวัดเชียงใหม่  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.11 ออกกรุปทัวร์รับหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานกับโรงแรมที่จังหวัดเชียงใหม่  
รับกุญแจห้องพักจากโรงแรมและจัดเรียงตามรายชื่อกลุ่มนอน  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561



รูปภาพที่ 4.12 ออกกรุปทัวร์รับหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานกับโรงแรมที่จังหวัดเชียงใหม่  
จัดขนมทานเล่นตามจำนวนลูกค้าแต่ละรถตู้  
ที่มา : ผู้จัดทำ 2561

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการปฏิบัติงาน

จากการปฏิบัติงานที่บริษัท ดับเบิลยูเอ็น ทราเวล จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2561 – วันศุกร์ที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยงานที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบส่วนใหญ่เป็นงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ทั่วไป และไหวพริบ เช่น การคิดค้น ออกแบบเนื้อหาที่ใช้ในการประกาศการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว และงานเอกสารต่างๆ เช่น การทำใบเสร็จรับเงินจากลูกค้าที่ต้องส่งให้กับบริษัทต้นทาง บันทึกข้อมูลของลูกค้าเพื่อยื่นขอวีซ่า และใบตรวจคนเข้าเมือง ออกกรุป และเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานภายในบริษัท การปฏิบัติงานสัปดาห์ในครั้งนี้ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์ในเรื่องของการตรงต่อเวลา การทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายรวมถึงการฝึกวินัย ทั้งด้านเรื่องเวลา และงานที่ได้รับมอบหมายอีกทั้งผู้จัดทำได้ใช้ความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และการวางแผนใช้สื่อออนไลน์เผยแพร่ โดยการเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยว จากช่องทางเดิมที่มีอยู่เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางให้กับบริษัทได้ใช้ในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยว และสร้างสื่อสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และได้ความรู้จากพนักงานที่ปรึกษาที่ได้สอนแนวทางในการขายโดยการทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในโปรแกรมทัวร์ที่ลูกค้าต้องการและตัดสินใจในการซื้อทัวร์ เป็นต้น เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถประสบการณ์การทำงานจริงทำให้ผู้ศึกษามีความรู้ และความเข้าใจในการทำงานมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบอุปสรรคในการปฏิบัติงานในช่วงเริ่มการปฏิบัติงาน คือ มีปัญหาในการเข้าใช้อินสตาแกรม ที่เป็นบัญชีผู้ใช้เดิม จำรหัสเข้าไม่ได้และไม่มีการเคลื่อนไหวในอินสตาแกรม ผู้จัดทำจึงได้สร้างบัญชีผู้ใช้ใหม่ เพื่อที่จะเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการเชื่อมต่อระหว่างเพจเฟสบุ๊ค กับอินสตาแกรม เนื่องจากเพจได้เชื่อมต่อกับเป็นบัญชีผู้ใช้เดิม จึงทำให้ผู้จัดทำต้องแก้ไขการตั้งค่าของเพจและเริ่มการประกาศลงอินสตาแกรมที่เป็นบัญชีผู้ใช้ใหม่จากนั้นได้ทำการค้นหาชื่อของบัญชีเดิมเพื่อเพิ่มผู้ติดตาม ดังนั้นผู้จัดทำจึงเชิญชวนให้ลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาสอบถามหรือสนใจซื้อโปรแกรมทัวร์ จากทางเพจเฟสบุ๊ค เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทราบว่าทางบริษัทได้มีการสมัครบัญชีผู้ใช้ใหม่แล้วก็ได้ผลตามที่คาดไว้ลูกค้ากดติดตามกลับมา

## 5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจ

5.2.1 งานที่ได้รับมอบหมายเป็นการดำเนินงานจริง และนำไปใช้จริง การทำงานจะต้องมีความรอบคอบในการพิมพ์ตัวหนังสือ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด

5.2.2 มีความรับผิดชอบและใส่ใจงานที่ได้รับมอบหมายให้มากขึ้น และขอคำปรึกษาจากพนักงานที่ปรึกษาและพนักงานท่านอื่นให้มากขึ้น ศึกษาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ทำความเข้าใจกับโปรแกรมทัวร์ในแต่ละโปรแกรมให้มากขึ้น



## บรรณานุกรม

- 10 อันดับแอปพลิเคชัน ที่มียอดดาวน์โหลดมากที่สุด ประจำไตรมาสแรก (2017). สืบค้น 2 ต.ค. 62  
เข้าถึงได้จาก: <https://specphone.com/web/top-10-apps-q1/190040>
- นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ. (2553). พฤติกรรมการใช้งาน และปัจจัยที่มีในการเลือกใช้แอปพลิเคชันบน  
โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ภคมน ภาสวัศดี. (2550). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์. (วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งนภา ทองจันทร์ และสุพรรณยา หลอดจาปา. (2555). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค  
แอปพลิเคชันผ่าน โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล.  
เข้าถึงได้จาก: <http://www.thailibrary.in.th/2014/12/11/effectiveness>.
- ศรัญญา การุณวรรณ. (2556). การใช้งาน Mobile Application ช่วยพัฒนาธุรกิจอย่างไรในสังคม  
ออนไลน์. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานครปริทัศน์, 3(1), 45-56
- Biologysystem. (2556). ความหมายของ Social Media.  
สืบค้นจาก <http://biologysystem.blogspot.com/2013/02/social-media.html>
- Marketingoops. (2552). Social Media มันคืออะไร. เข้าถึงได้จาก: <https://goo.gl/ncz5tL>.
- Mintzberg, H. (1979). The structuring of organizations. Englewood Cliffs, NJ:Prentice.
- Noonbgle. (2559). ความหมายของ Social Network.  
เข้าถึงได้จาก: <https://noonbgle.wordpress.com/ความหมาย-social-network>.
- Thumbsup. (2554). ศัพท์น่ารู้: คำว่า Social Network กับ Social Media ต่างกันอย่างไร?.  
เข้าถึงได้จาก: <http://thumbsup.in.th/2011/08/how-social-network-different-fromsocial-media>.
- Thumbsup. (2556). รวมมิตรสถิติจูงใจเจ้านายให้หันมาลงทุนทำ Content Marketing (Infographic).  
เข้าถึงได้จาก: <http://thumbsup.in.th/2013/07/stat-for-boss-toconsider-content-marketing>.

Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *Digi marketing: The essential guide to new media and digital marketing*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia).





ภาคผนวก ก  
ภาพการปฏิบัติงาน



1. ประชุมและมอบหมายงานก่อนออกกรุ๊ปที่จังหวัดเชียงใหม่



2. ออกกรุ๊ปเป็นเจ้าหน้าที่ประสานงานกับโรงแรมที่จังหวัดเชียงใหม่  
จัดขนมทานเล่นตามจำนวนลูกค้าแต่ละรถตู้



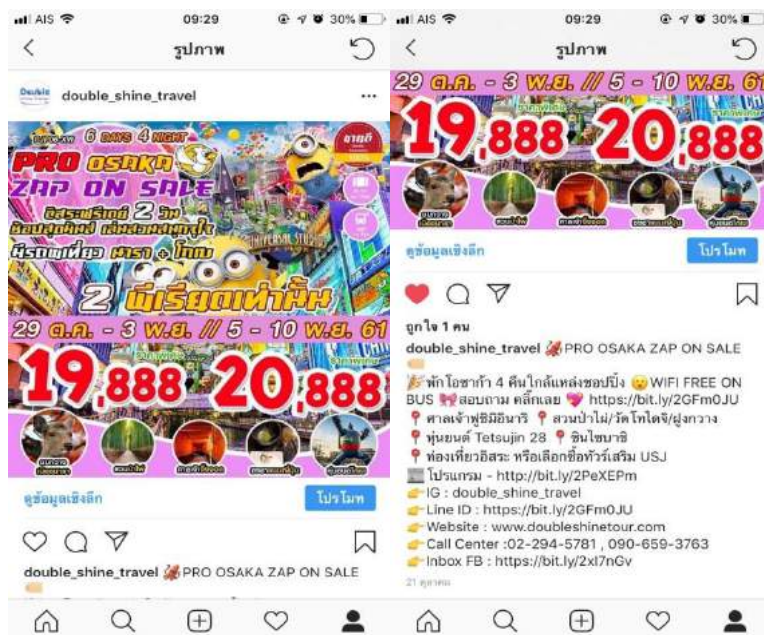


## 5. โปรแกรมทัวร์ JJP05 – TOKYO AUTUMN

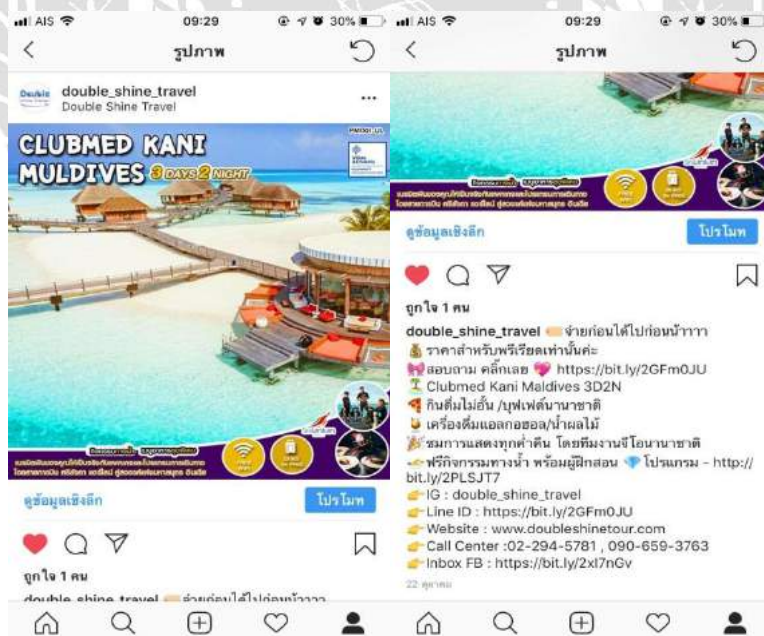


## 6. โปรแกรมทัวร์ PJP02 – TOKYO AUTUMN COLORFUL

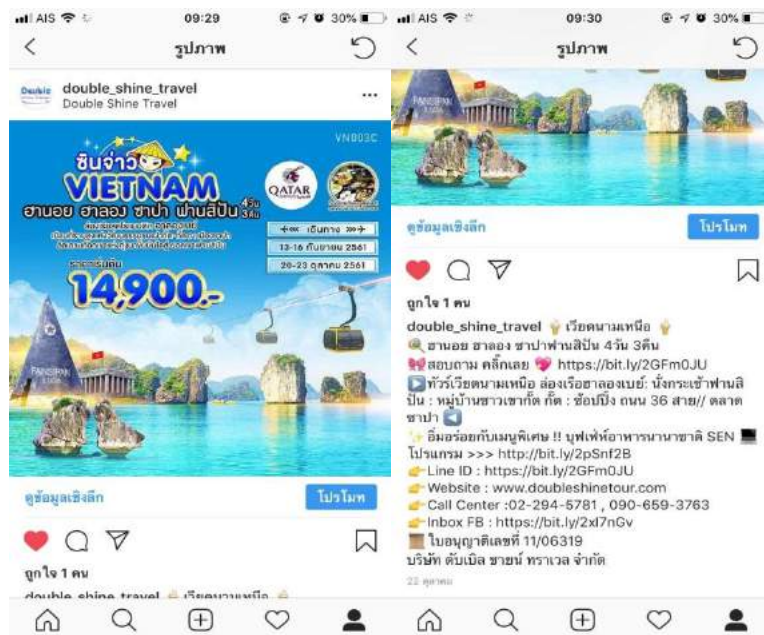




## 9. โปรแกรมทัวร์ PJP06 – OSAKA ZAP ON SALE



## 10. โปรแกรมทัวร์ PMD01 – CLUBMED KAINIT MLDIVES



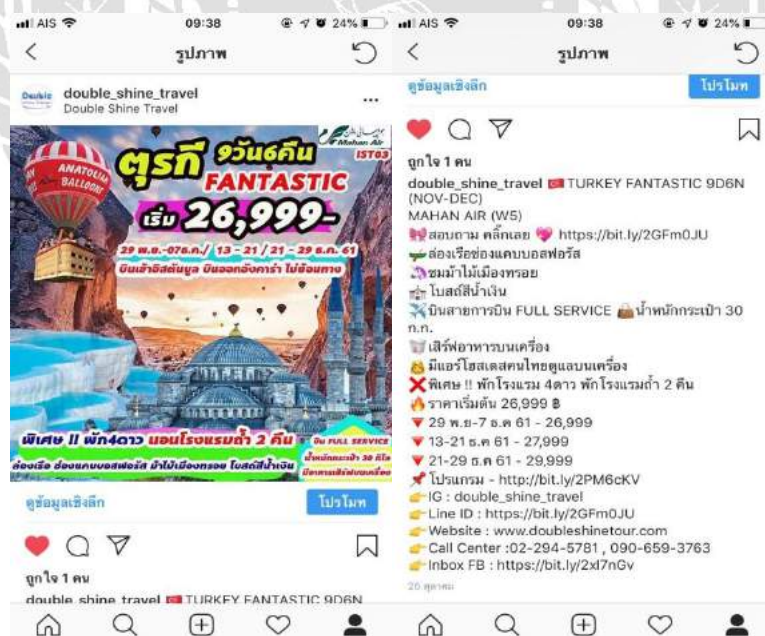
## 11. โปรแกรมทัวร์ VN003C – ฮานอย ฮาลอง ซาปา 3 วัน



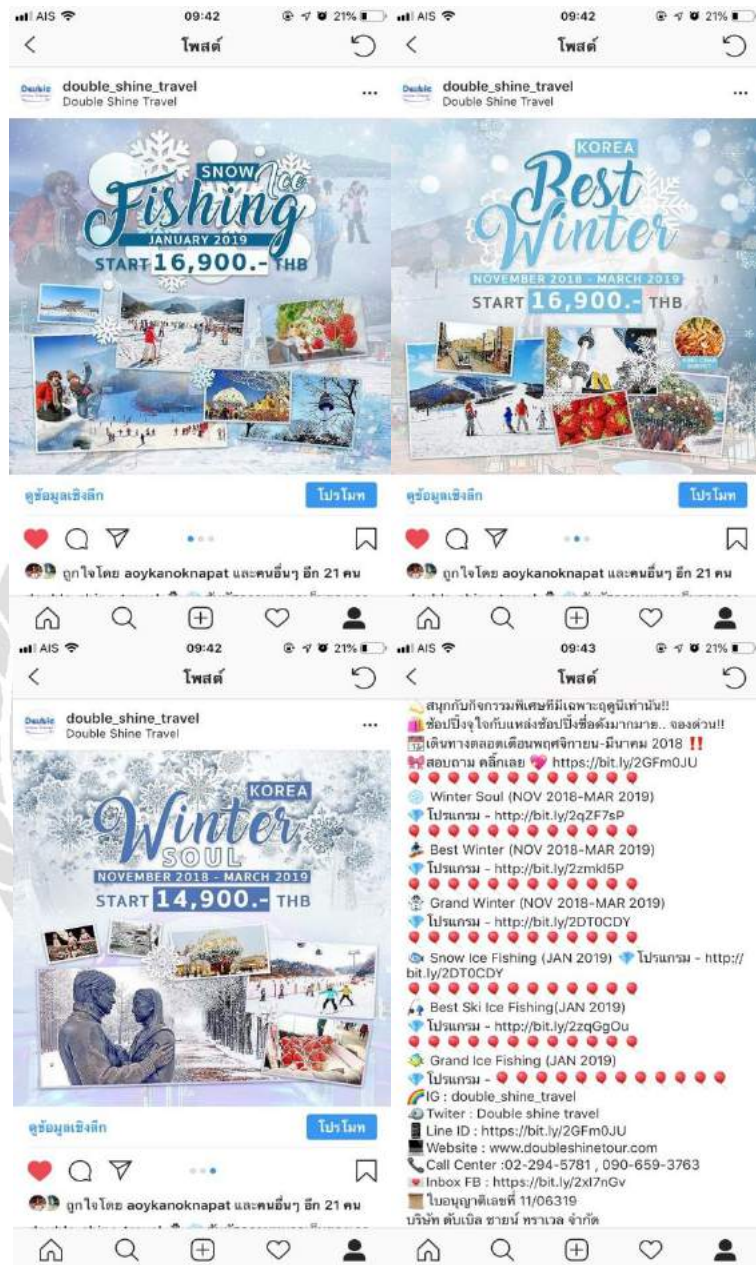
## 12. โปรแกรมทัวร์ MFM09 – เงินคืน จูไห่



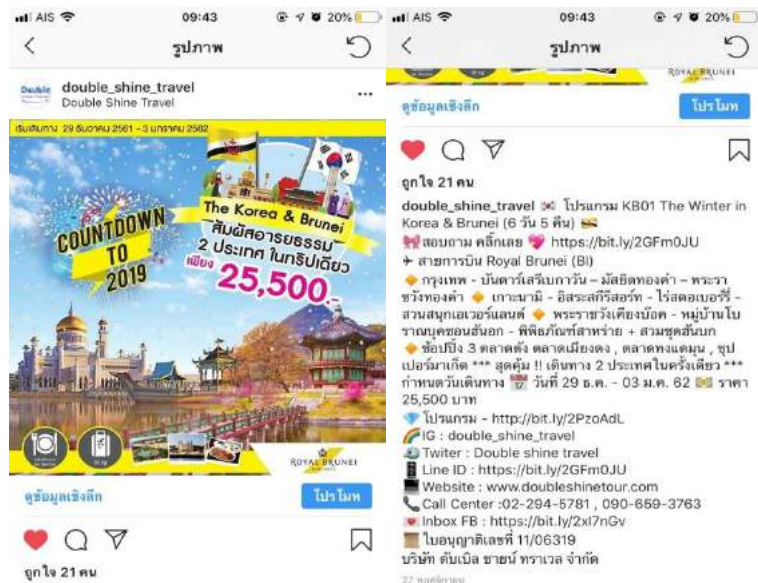
### 13. โปรแกรมทัวร์ PJP11H – TOKYO SAHURA PINK PINK



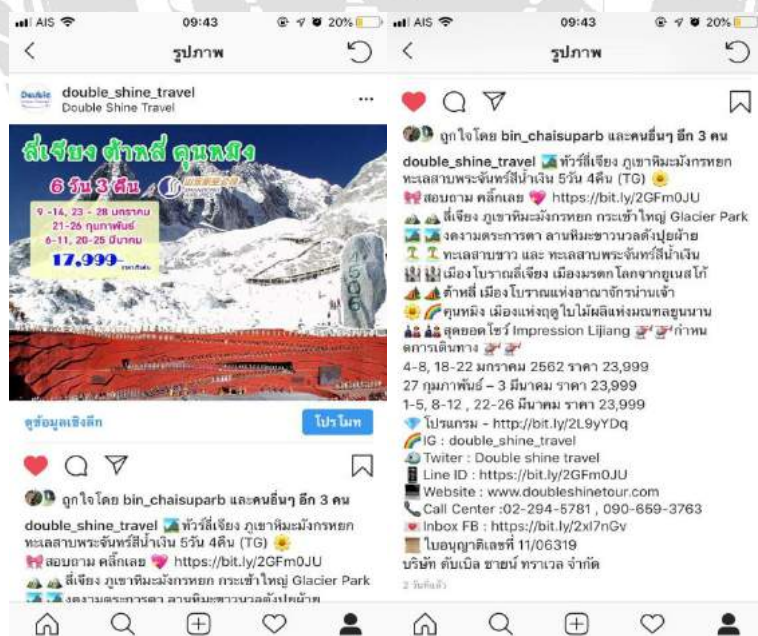
### 14. โปรแกรมทัวร์ IST03 – TURKEY FANTASTIC



15. โปรแกรมทัวร์ SNOE ICE FISHING , BEAT WINTER , KOREA WINTER



## 16. โปรแกรมทัวร์ THE KOREA & DBEI



## 17. โปรแกรมทัวร์ ลี่เจียง ด้าหลี่ คุณหมิง



ภาคผนวก ข

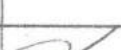
ข้อมูลบันทึกการปฏิบัติงาน



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| สัปดาห์ที่ | ระหว่างวันที่   | หัวข้อการเรียนรู้                                                                                                                                                         | ลงชื่อ<br>นักศึกษา | ลงชื่อนักงาน<br>ที่ปรึกษา |
|------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------|
| 1          | 20-24 ธ.ค. 61   | - ทำป้ายสื่อกลางเป็นใบสมัคร<br>- ปรึกษาฝ่ายโประกรมท่าอ่าวเจ้า<br>- อารวจเรือลูกค้าที่หน้าท่าเรือ<br>- เติมน้ำมันรถในท่าเรือ                                               | ณัฐวิภา<br>ส.ค.ศ.  |                           |
| 2          | 24 - 31 ธ.ค. 61 | - ปรึกษาฝ่ายโประกรมท่าอ่าวเจ้า<br>- ปรึกษารับลูกค้าที่ติดต่อโประกรมท่า<br>- อารวจเรือลูกค้าที่หน้าท่าเรือ<br>- ทำรายชื่อผู้เช่าพักในโรงแรม                                | ณัฐวิภา<br>ส.ค.ศ.  |                           |
| 3          | 5 - 8 ก.ย. 61   | - ปรึกษาฝ่ายโประกรมท่าอ่าวเจ้า<br>- ปรึกษารับลูกค้าที่ติดต่อโประกรมท่า<br>- ทำป้ายสื่อกลางเป็นใบสมัคร<br>- เติมน้ำมันรถในท่าเรือ<br>- ทำรายชื่อผู้เช่าพักในโรงแรม         | ณัฐวิภา<br>ส.ค.ศ.  |                           |
| 4          | 10-14 ก.ย. 61   | - ปรึกษาฝ่ายโประกรมท่าอ่าวเจ้า<br>- อารวจเรือลูกค้าที่หน้าท่าเรือ<br>- กรอกข้อมูลลูกค้าที่ติดต่อ<br>- ปรึกษารับลูกค้าที่ติดต่อโประกรมท่า<br>- ทำรายชื่อผู้เช่าพักในโรงแรม | ณัฐวิภา<br>ส.ค.ศ.  |                           |
| 5          | 14-21 ก.ย. 61   | - ปรึกษาฝ่ายโประกรมท่าอ่าวเจ้า<br>- กรอกข้อมูลลูกค้าที่ติดต่อ                                                                                                             | ณัฐวิภา<br>ส.ค.ศ.  |                           |
| 6          | 24 - 28 ก.ย. 61 | - กรอกข้อมูลลูกค้าที่ติดต่อ<br>- ปรึกษาฝ่ายโประกรมท่าอ่าวเจ้า<br>- ทำรายชื่อผู้เช่าพักในโรงแรม<br>- รีวิวลูกค้าที่ SGG                                                    | ณัฐวิภา<br>ส.ค.ศ.  |                           |
| 7          | 1-5 ธ.ค. 61     | - ทำรายชื่อผู้เช่าพักในโรงแรม<br>- ปรึกษาฝ่ายโประกรมท่าอ่าวเจ้า                                                                                                           | ณัฐวิภา<br>ส.ค.ศ.  |                           |



| สัปดาห์ที่ | ระหว่างวันที่ | หัวข้อการเรียนรู้                                                    | ลงชื่อ<br>นักศึกษา | ลงชื่อพนักงาน<br>ที่ปรึกษา                                                            |
|------------|---------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| ๖          | 1-5 ต.ค. ๖1   | - ศึกษาสารสกัดจากพืชสมุนไพรชนิด                                      | ณัฐวิภา            |    |
| ๗          | ๖-12 ต.ค. ๖1  | - ประเมินสุขภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์<br>- ทำป้ายติดกระเป๋าดำเนินการ     | ณัฐวิภา            |    |
|            |               | - เตรียมอุปกรณ์ในการสำรวจพื้นที่                                     |                    |                                                                                       |
|            |               | - ทำป้ายชื่อผู้เข้าฝึกในโรงแรม                                       |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอกข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นประวัติเข้าเรียน                          |                    |                                                                                       |
| ๘          | 13-19 ต.ค. ๖1 | - ประเมินสุขภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์<br>- ทำป้ายชื่อผู้เข้าฝึกในโรงแรม  | ณัฐวิภา            |    |
|            |               | - ทำป้ายติดกระเป๋าดำเนินการ                                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอกข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นประวัติเข้าเรียน                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอประวัติการจดบันทึกของน้องสาว                                    |                    |                                                                                       |
| ๙          | 20-26 ต.ค. ๖1 | - ประเมินสุขภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์<br>- ศึกษาสารสกัดจากพืชสมุนไพรชนิด | ณัฐวิภา            |  |
|            |               | - ทำป้ายชื่อผู้เข้าฝึกในโรงแรม                                       |                    |                                                                                       |
|            |               | - ทำป้ายติดกระเป๋าดำเนินการ                                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอกข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นประวัติเข้าเรียน                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอประวัติการจดบันทึกของน้องสาว                                    |                    |                                                                                       |
| 10         | 27-31 ต.ค. ๖1 | - ประเมินสุขภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์<br>- ศึกษาสารสกัดจากพืชสมุนไพรชนิด | ณัฐวิภา            |  |
|            |               | - ทำป้ายชื่อผู้เข้าฝึกในโรงแรม                                       |                    |                                                                                       |
|            |               | - ทำป้ายติดกระเป๋าดำเนินการ                                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอกข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นประวัติเข้าเรียน                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอประวัติการจดบันทึกของน้องสาว                                    |                    |                                                                                       |
| 11         | 1-5 พ.ย. ๖1   | - ประเมินสุขภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์<br>- ศึกษาสารสกัดจากพืชสมุนไพรชนิด | ณัฐวิภา            |  |
|            |               | - ทำป้ายชื่อผู้เข้าฝึกในโรงแรม                                       |                    |                                                                                       |
|            |               | - ทำป้ายติดกระเป๋าดำเนินการ                                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอกข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นประวัติเข้าเรียน                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอประวัติการจดบันทึกของน้องสาว                                    |                    |                                                                                       |
| 12         | 6-10 พ.ย. ๖1  | - ประเมินสุขภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์<br>- ศึกษาสารสกัดจากพืชสมุนไพรชนิด | ณัฐวิภา            |  |
|            |               | - ทำป้ายชื่อผู้เข้าฝึกในโรงแรม                                       |                    |                                                                                       |
|            |               | - ทำป้ายติดกระเป๋าดำเนินการ                                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอกข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นประวัติเข้าเรียน                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอประวัติการจดบันทึกของน้องสาว                                    |                    |                                                                                       |
| 13         | 11-15 พ.ย. ๖1 | - ประเมินสุขภาพโปรแกรมคอมพิวเตอร์<br>- ศึกษาสารสกัดจากพืชสมุนไพรชนิด | ณัฐวิภา            |  |
|            |               | - ทำป้ายชื่อผู้เข้าฝึกในโรงแรม                                       |                    |                                                                                       |
|            |               | - ทำป้ายติดกระเป๋าดำเนินการ                                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอกข้อมูลลูกค้าเพื่อเป็นประวัติเข้าเรียน                          |                    |                                                                                       |
|            |               | - กรอประวัติการจดบันทึกของน้องสาว                                    |                    |                                                                                       |

[illegible]



ภาคผนวก ค

บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

## บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

นักศึกษา : สวัสดีค่ะ ดิฉันนางสาวณัฏฐ์ธิดาประสพรัตนสุข จากมหาวิทยาลัยสยาม

ภาควิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว

พี่เลี้ยง : สวัสดีครับ ผมสรวิช แซ่ฮ่วย พนักงานแผนกบัตรโดยสาร บริษัทดับเบิลยูบีเอส ทราเวลครับ

นักศึกษา : จะขอสัมภาษณ์ตลอดระยะเวลาสี่เดือนที่ผ่านมาการฝึกงานและการแต่งกายของนักศึกษา

ฝึกงานเป็นอย่างไรบ้างคะ

พี่เลี้ยง : เรื่องการแต่งกายก็โอเคเรียบร้อยดี ตรงต่อเวลา ไม่สาย เรื่องการทำงานก็ถือว่าช่วยได้ใน

ระดับหนึ่งก็โอเคนะครับผม พูดถึงการทำงานน้องก็ช่วยได้เยอะเหมือนกัน แต่ว่าอาจจะมี

ขาดตกบกพร่องในส่วนของเอกสาร อาจมีการทำเอกสารผิดบ้างนิดหน่อย

นักศึกษา : ขอบขอบคุณค่ะ

  
.....พนักงานที่ปรึกษา

(นาย สรวิช แซ่ฮ่วย)



ภาคผนวก ง

บทความวิชาการ

กรณีศึกษาการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินสตาแกรม  
ของ บริษัท ดับเบิล ชายน์ ทราเวล จำกัด

The Use of Digital Marketing Strategy through Instagram Network

: A case study of Double shine travel company

นางสาวณัฏฐจิรา ประสพรัตนสุข  
ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม  
38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ  
กรุงเทพมหานคร 10160

**บทคัดย่อ**

บริษัท ดับเบิลชายน์ ทราเวล จำกัด เป็นบริษัท  
ทัวร์ชั้นนำที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวแบบครบ  
วงจร เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ภายในบริษัทมี  
การประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการอยู่สอง  
ช่องทาง ซึ่งประกอบไปด้วย เฟซบุ๊ก (Fan  
Facebook) และเว็บไซต์ของบริษัท ผู้จัดทำจึงได้  
ดำเนินการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์  
โปรแกรมท่องเที่ยวจากช่องทางเดิมที่มีอยู่ ซึ่ง  
ช่องทางที่เพิ่มมา คือ อินสตาแกรม (Instagram) โดย  
มีวัตถุประสงค์เพิ่มช่องทางให้กับบริษัทได้ใช้  
ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ขายแพ็คเกจทัวร์ และ  
สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า ผลลัพธ์คือ  
การสร้างรายได้เพิ่มจากช่องทางเดิม และมีการ  
เปรียบเทียบสื่อออนไลน์อินสตาแกรม (Instagram)  
ระหว่างบัญชีผู้ใช้เดิมและบัญชีผู้ใช้ใหม่ ในช่วง  
เดือน ตุลาคม – ธันวาคม ของปี 2017 และ 2018  
แสดงให้เห็นว่าสังคมยุคปัจจุบันมีความนิยมซื้อ  
สินค้าจากสื่อออนไลน์มากขึ้น และยังส่งผลให้การ  
ดำเนินงานครั้งนี้ประสบความสำเร็จคือ มีลูกค้า  
ติดต่อสอบถามข้อมูลและตัดสินใจซื้อโปรแกรม  
ท่องเที่ยว โดยผ่านกล่องข้อความของทางอินสตาแ  
แกรม เฟซบุ๊กและทางโทรศัพท์

คำสำคัญ : สื่อออนไลน์, ความนิยม, การประสา  
สัมพันธ์, การโฆษณา

**Abstract**

Double Shine Travel Co., Ltd. is a leading  
and famous tour company that provides a full  
range of travel services. The company has  
conducted public relations for its products and  
services via two channels, namely: Facebook Fan  
page and company website. Therefore, the author  
initiated to increase PR channels to promote the  
existing tour program via Instagram, with the  
purpose of increasing channels for advertising,  
public relations, selling tour packages and building  
good relationships with customers. The results  
were to generate more revenue from the original  
channels. This study also compared the results of  
advertising via Instagram media between the  
original user account and the new one during  
October-December in 2017 and 2018. The results  
indicated the popularity of online purchases among  
consumers and the successful operation in terms of  
increasing number of customers asking for tour

information and their decision to purchase tour program via Instagram, Facebook page chat box, and telephone.

Keywords : Online media, Popularity, Public relations, Advertising

### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยวจากช่องทางเดิมที่มีอยู่
2. เพื่อสร้างสื่อสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการขายโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัท

### ขอบเขตของโครงการ

1. สังเกตจำนวนผู้ที่เข้ามาติดตามรวมถึงการแสดงความคิดเห็น หรือติดต่อสอบถามและตัดสินใจซื้อโปรแกรมทัวร์ผ่านทางอินสตาแกรม (Instagram) ของบริษัท ดับเบิลยู.บี.ซี. ทราเวล จำกัด
2. โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจำนวนผู้ติดตาม แสดงความคิดเห็น และติดต่อสอบถาม ช่วงเดือน ตุลาคม ถึง ธันวาคม ระหว่างปี 2560 กับ 2561

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่
2. สามารถเลือกดูโปรแกรมท่องเที่ยวได้สะดวกกว่าทางเพจเฟซบุ๊ก
3. เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้กับลูกค้า

### ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการ

1. จัดทำและพัฒนาสื่ออินสตาแกรม (Instagram) ของบริษัท ในการให้ข้อมูลแพ็คเกจทัวร์แก่ลูกค้า รวมถึงการประชาสัมพันธ์โปรแกรมทัวร์ตามฤดูกาลต่างๆ

2. ทำการประชาสัมพันธ์อินสตาแกรม (Instagram) ของบริษัทเพื่อเพิ่มยอดผู้ติดตาม ผ่านเว็บไซต์ (Website) และช่องทางอื่นๆของบริษัท

3. ทำการประเมินโดยคำนวณจากจำนวนยอดผู้ติดตาม อินสตาแกรม (Instagram) ของบริษัท ในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม-ธันวาคม ในปี 2018. ทำการประเมินจากยอดขายแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท โดยเปรียบเทียบยอดขายระหว่างช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม ในปี 2017 และ ปี

2018 ว่ามีจำนวนคนที่ให้ความสนใจและซื้อทัวร์ เพิ่มขึ้นหรือน้อยลงแค่ไหน เพื่อที่จะนำมาเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการใช้สื่ออินสตาแกรม (Instagram) อีกช่องทางหนึ่ง

### ผลการปฏิบัติงาน

จากการที่ได้ปฏิบัติงานที่บริษัท ดับเบิลยู.บี.ซี. ทราเวล จำกัด ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์ในการปฏิบัติงานระหว่างการออกทัวร์ และการจัดทำเอกสารการยื่นวีซ่าต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ฯ รวมไปถึงการจัดโปรแกรมทัวร์ประเทศต่างๆ และการประกาศขายโปรแกรมทัวร์จากบริษัทต้นทาง เช่น Zego Gs25 , Itravel , We Vacation ฯลฯ ผู้จัดทำจึงได้ทำการเพิ่มการโฆษณาจากการใช้สื่อเดิมที่มีอยู่ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์แอด (Line@) และ อินสตาแกรม (Instagram) โดยเลือกช่องทางการโฆษณาจากอินสตาแกรม (Instagram) มาปรับปรุงและพัฒนา

จากบัญชีเดิมโดยการสมัครบัญชีผู้ใช้ใหม่ (วันที่ 10 ตุลาคม 2561) ซึ่งยอดผู้ติดตามจำนวนมากจะมาจากผู้ติดตาม บัญชีเดิม และลูกค้ารายใหม่

ยอดผู้ติดตาม ในอินสตาแกรม (Instagram) ปี 2560



รูปภาพที่ 4.1 ผลสรุปปี 2560

ยอดผู้ติดตาม จำนวน 198 คน (บัญชีเดิม)

ยอดผู้ติดตาม ในอินสตาแกรม (Instagram) เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2561



รูปภาพที่ 4.2 ผลสรุประหว่างเดือนตุลาคม 2561

ยอดผู้ติดตาม จำนวน 44 คน (บัญชีใหม่)

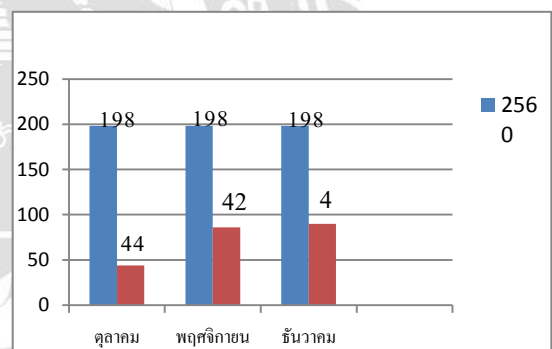


รูปภาพที่ 4.3 ผลสรุประหว่างเดือนพฤศจิกายน

2561

ยอดผู้ติดตาม จำนวน 86 คน (บัญชีใหม่)

แผนภูมิกราฟอธิบายผู้ติดตามอินสตาแกรม (Instagram)



ตารางที่ 4.1 แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนผู้ติดตามอินสตาแกรม (Instagram) ระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม ของปี 2560 และ 2561

ผลการจองโปรแกรมทัวร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Instagram) เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2561

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าระหว่างเดือนตุลาคม ถึง พฤศจิกายน 2561 มีลูกค้าสนใจโปรแกรมทัวร์และตัดสินใจซื้อทั้งหมด 10 ท่าน โดยแบ่งเป็นเดือนตุลาคม 7 ท่าน เดือนพฤศจิกายน 3 ท่าน ผลตอบแทนคอมมิชชั่น 1,500 บาท ต่อท่าน

รวมทั้งหมด 15,000 บาท จึงทำให้ทางบริษัทมี รายได้เพิ่มขึ้นจากการโฆษณาผ่าน ช่องทาง อินสตาแกรม (Instagram)

### สรุปผลการปฏิบัติงาน

จากการปฏิบัติงานที่บริษัท ดับเบิลยู.บี.ที. จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2561- วันศุกร์ที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยงานที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบส่วนใหญ่เป็นงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ทั่วไป และไหวพริบ เช่น การคิดค้น ออกแบบ เนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยว และงานเอกสารต่างๆ เช่น การทำ ใบเสร็จรับเงินจากลูกค้าที่ต้องส่งให้กับบริษัทต้นทาง บันทึกข้อมูลของลูกค้าเพื่อยื่นขอวีซ่า และใบตรวจคนเข้าเมือง ออกก๊อปปี้ และเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานภายในบริษัท

### บรรณานุกรม

10 อันดับแอปพลิเคชัน ที่มียอดดาวน์โหลดมาก ที่สุด ประจำปี 2017. สืบค้น 2 ต.ค. 62

สืบค้นจาก :

<https://specphone.com/web/top-10-apps-q1/190040>

นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ. (2553). พฤติกรรมการใช้ งาน และปัจจัยที่มีในการเลือกใช้แอปพลิเคชันบน

โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ภคมน ภาสวัสด์. (2550). กลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.

วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รุ่งนภา ทองจันทร์ และสุพรรณษา หลอดจาปา. (2555).

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค

แอปพลิเคชันผ่าน โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน

ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย

ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย

ศิลปากร

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). ประสิทธิภาพ

ประสิทธิผล. สืบค้นจาก

<http://www.thailibrary.in.th/2014/12/11/effectiveness>.

ศรัญญา การุณวรรธนะ. (2556). การใช้งาน Mobile Application ช่วยพัฒนารัฐกิจอย่างไรในสังคม

ออนไลน์. วารสารบริหารธุรกิจ

เทคโนโลยีมหานครปริทัศน์, 3(1), 45-56

Biologsystem. (2556). ความหมายของ Social

Media. สืบค้นจาก

<http://biologsystem.blogspot.com/2013/02/social-media.html>

Marketingoops. (2552). Social Media มันคืออะไร.

สืบค้นจาก<https://goo.gl/ncz5fL>.

Mintzberg, H. (1979). The structuring of organizations. Englewood Cliffs, NJ:Prentice.

Noonbgle. (2559). ความหมายของ Social Network.

สืบค้นจาก

<https://noonbgle.wordpress.com/ความหมาย-social-network>.

Thumbsup. (2554). ศัพท์น่ารู้: คำว่า Social Network กับ Social Media ต่างกันอย่างไร?.

สืบค้นจาก

<http://thumbsup.in.th/2011/08/how-social-network-different-fromsocial-media>.

Thumbsup. (2556). รวมมิตรสถิติใจเจ้านายให้  
หันมาทงบทำ Content Marketing (Infographic).

สืบค้นจาก

[http://thumbsup.in.th/2013/07/stat-for-boss-  
toconsider-content-marketing](http://thumbsup.in.th/2013/07/stat-for-boss-toconsider-content-marketing).

Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). Digi  
marketing: The essential guide to new  
mediaand digital marketing. Singapore: John  
Wiley & Sons (Asia).





## ประวัติผู้จัดทำ

รหัสนักศึกษา : 5802000006

ชื่อ : นางสาวณัฏฐ์จิรา ประสพรัตนสุข

เบอร์ติดต่อ : 098 – 430 – 5578

Email : derrity2538@gmail.com

dear\_2338@hotmail.com

Natthira\_pra@siam.edu

ที่อยู่ปัจจุบัน : 98/166 – 167 ม.1 ถนนบางขุนเทียน – ชายทะเล แขวงแสมดำ  
เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150

ประวัติการศึกษา : ปี พ.ศ. 2552 จบการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนิพัทธ์วิทยา  
ปี พ.ศ. 2553 จบการศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ  
ปี พ.ศ. 2557 จบการศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรพาณิชย์การ  
วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรบริหารธุรกิจ

ปัจจุบัน : กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์  
ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว สาขาการท่องเที่ยว

ความสนใจด้านวิชาการ: การประชาสัมพันธ์ในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว  
ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา

ตำแหน่ง : Operation

สถานที่ประกอบการ: บริษัท ดับเบิลยูเชียน ทราเวล จำกัด