



## รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน  
ผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก “Go tour China”

กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด

Chinese Tourism Online advertising through Facebook Fanpage  
'Go Tour China' with H.Y.T Travel Services Co., Ltd's case study

โดย

นางสาวกาญจนา วุฒิมงคลเลิศ 5804400183

นายณัฐฤกษ์ โกศลอุดมสุข 5804400216

นายปรเมนทร์ อมรวณิชศักดิ์ 5804400287

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา สหกิจศึกษา (116-495)

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ : การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่านแฟนเพจ เฟสบุ๊ก "Go tour China" กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวล เซอร์วิสจำกัด

: Chinese tourism online advertising through Facebook fan page 'Go tour China' with H.Y.T Travel Services Co., Ltd's

รายชื่อผู้จัดทำ : นางสาวกาญจนา วุฒิมงคลเลิศ 5804400183  
 นายณัฐกฤษ โภศถอุดมสุข 5804400216  
 นายปรเมนทร์ อมรวณิชศักดิ์ 5804400287

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ สุภัตรา ฮวบเจริญ

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ประจำปีภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบโครงการ

.....  
 (อาจารย์สุภัตรา ฮวบเจริญ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
 (นางสาว เพ็ญศิริ จันทร์แสง)

พนักงานที่ปรึกษา

.....  
 (ดร.กฤษ จูระกะนิษฐ์)

กรรมการกลาง

.....  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนะ)

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

ชื่อโครงการ	: การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่าน แฟนเพจเฟสบุ๊ก“Go tour China” กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด
หน่วยกิต	: 5
ชื่อนักศึกษา	: นางสาวกาญจนา วุฒิมงคลเลิศ 5804400183 นายณัฐกฤษ โภศลอุดมสุข 5804400216 นายปรเมนทร์ อมรวณิชศักดิ์ 5804400287
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ศุภัตรา ฮวบเจริญ
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
สาขาวิชา	: การท่องเที่ยว
คณะ	: ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา	: 2/2561

### บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการ “การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่าน แฟนเพจเฟสบุ๊กGo tour China กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด”คณะผู้จัดทำพบว่า ช่องทางการขายของบริษัทนี้มีเพียง 2 ช่องทางเท่านั้น คือ การโฆษณาผ่านเว็บ Google และทางหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครทางคณะผู้จัดทำ จึงเห็น โอกาสเพิ่มช่องทางการขายผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นวงกว้างและทันสมัย คณะผู้จัดทำจึงได้สร้างช่องทางการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีนผ่าน แฟนเพจเฟสบุ๊กGo tour China โดยโพสต์ข้อมูล ที่รวบรวมทั้งหมดเกี่ยวกับประเทศจีน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร จุดเด่น เอกลักษ์ณ์ รวมไปถึง โปรแกรมทัวร์ที่น่าสนใจ เป็นต้น และสอดแทรกเว็บไซต์ของบริษัทไว้ โดยวัตถุประสงค์ของโครงการนี้คือเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจในประเทศจีน และเป็นส่วนในการเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น

จากการจัดทำสื่อโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เฟสบุ๊กแฟนเพจ Go tour China นี้ ใช้ระยะเวลาเพียง 2 เดือน ทำให้ได้ผลตอบรับจากลูกค้าจำนวน 82 คนการมีส่วนร่วมมากที่สุด 29 ครั้งและการเข้าถึงของลูกค้าจำนวน 396 ครั้ง ซึ่งสามารถขยายฐานลูกค้าจากเดิมได้ ทางบริษัทได้เห็นประโยชน์นี้ จึงทำการซื้อโฆษณาของเฟสบุ๊กเป็นจำนวน 100 บาท ทำให้แฟนเพจนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคมออนไลน์หลังจากซื้อโฆษณาสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมได้ 89 ครั้งและเพิ่มการเข้าถึงเป็น 1,900 ครั้ง

คำสำคัญ: การโฆษณา / เฟสบุ๊ก / แฟนเพจ Go tour China

Project Title : Chinese Tourism Online advertising through Facebook  
Fanpage 'Go Tour China' with H.Y.T Travel Services Co.,  
Ltd.'s case study

Credits : 5

By : Miss. Kanchana Wuthimongkonlert 5804400183  
Mr. Nattakit Kosoludomsuk 5804400216  
Mr. Poramain Amornwanitsak 5804400287

Advisor : Ms. Supattra Huabcharoen

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 2/2018

### Abstract

The Project "Chinese Tourism Online advertising through Facebook Fanpage 'Go Tour China' with H.Y.T Travel Services Co., Ltd.'s" case study has the purpose to study how much social network and Google website advertising can affect customers' interest and how it can be a part of expanding sales channels. The author has discovered that the company has only 2 advertising channels; Google ads and Bangkok Business news newspaper (alias Krungthep Turakij newspaper). These findings showed the opportunity to increase sales channels by using a social network fan page on Facebook to post various information on 'Go tour China' fan page, such as compelling tour programs, exotic food, famous tourist attraction and more.

The results showed that by using the Facebook channel to advertising our tourism company in 2 months, the fan page subscriber increased by 82, the fan page activities participation by 29 times and fan page visitation by 396 times. This outcome has shown that we can increase more sales traffic by using Facebook fan page thus we have continued the advertising by paying 100 Baht to buy Facebook ads, it has helped us become acknowledged by more people, increased fan page activity participation by 89 times and fan page visitation by 1,900 times.

**Key words:** Advertising / Facebook / Fanpage/ Go tour China

Approved by



## กิตติกรรมประกาศ

### (Acknowledgement)

คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท เอช วาย ที แทรเวล เซอร์วิส จำกัด ตั้งแต่วันที่ 7 มกราคม พ.ศ 2562 ถึงวันที่ 27 เมษายน พ.ศ 2562 ส่งผลให้ คณะผู้จัดทำ ได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่ง Sale and marketing ณ บริษัท เอช วาย ที แทรเวล เซอร์วิส จำกัด สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต โดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท เอช วาย ที แทรเวล เซอร์วิส จำกัด ได้สอน ได้เรียนรู้งาน และ ปัญหาที่พบ ในการทำงาน ในแผนกต่างๆ จึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ และ สนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. นางสาวเพ็ญศิริ จันทร์แสง ตำแหน่ง:รองผู้จัดการ
2. อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจ ในชีวิตการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาวกาญจนา วุฒิมงคลเลิศ

นายณัฐกฤษ โภคผลอุดมสุข

นายปรเมนทร์ อมรวณิชศักดิ์

21 พฤษภาคม 2562

## สารบัญ

ใบอนุญาตขยายเข็ญคัณะกรรมการสอบ	ก
จดหมายนำส่งรายงาน	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
Abstract	จ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
<b>บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ข้อมูลประเทศจีน.....	3
2.2 ข้อมูลจังหวัดฉะเชิงเทรา.....	5
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ Online Marketing.....	9
<b>บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน</b>	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ.....	22
3.2 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	24
3.3 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	25
3.4 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	25
3.5 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	25

## สารบัญ(ต่อ)

### บทที่4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ขั้นตอนเริ่มต้น ในการสร้างสื่อ โฆษณาออนไลน์ บน Page Facebook.....	27
4.2 ผลการปฏิบัติงาน.....	38

### บทที่5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	43
5.2 สรุปผลการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา.....	43
5.3 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา.....	44
5.4 ข้อเสนอแนะของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	44
บรรณานุกรม.....	45
ภาคผนวก ก ภาพขณะปฏิบัติงานและการนิเทศของอาจารย์.....	47
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ของพนักงานที่ปรึกษา.....	56
ภาคผนวก ค บทความวิชาการ.....	58
ภาคผนวก ง ไปสเตอร์.....	64
ภาคผนวก จ แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	65
ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้จัดทำ.....	79

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	26
---------------------------------------	----





## สารบัญรูปรภาพ

รูปที่2.1 รูปภาพ เอียงบู๊ชัว สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชวเถา.....	6
รูปที่2.2 เมืองแต้จิว สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชวเถา.....	7
รูปที่2.3 สะพานเซียงจื่อ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชวเถา.....	8
รูปที่2.4 วัดโคหยวน สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชวเถา.....	8
รูปที่3.1 แผนที่และสถานประกอบการของบริษัท.....	22
รูปที่4.1 ตัวอย่างหน้าแฟนเพจ.....	28
รูปที่4.2 แสดงถึงโพสต์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม.....	29
รูปที่4.3 แสดงถึงโพสต์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม.....	30
รูปที่4.4 แสดงถึงโพสต์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม.....	31
รูปที่4.5 แสดงถึงโพสต์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม.....	32
รูปที่4.6 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	33
รูปที่4.7 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	33
รูปที่4.8 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	34
รูปที่4.9 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	35
รูปที่4.10 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	35
รูปที่4.11 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	36
รูปที่4.12 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	36
รูปที่4.13 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	37
รูปที่4.14 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ.....	37
รูปที่4.15 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า.....	38

รูปที่4.16 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า.....	39
รูปที่4.17 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า.....	40
รูปที่4.18 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า.....	41
รูปที่4.19 แสดงถึงตัวอย่างการ โปสต์ในแฟนเพจ.....	42



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวในประเทศจีนมากมายหลายแห่ง หลายบริษัทมีความสามารถ และเทคนิควิชาการเฉพาะ ทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง จากความสำคัญดังกล่าว จึงทำให้บริษัทท่องเที่ยวต้องหาจุดแข็งเป็นของตัวเอง เช่น ความชำนาญในเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศจีน เป็นต้น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการเกิดความ ส่งผลให้บริษัทเกิดความมั่นคงและการหมุนเวียน ทางด้านเศรษฐกิจ

บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิสจำกัด เป็นบริษัททัวร์ ที่ทำการพาท่องเที่ยวทั่วประเทศ จีนแผ่นดินใหญ่ ฮองกง มาเก๊าและไต้หวันเป็นหลัก โดยมีแนวความคิดที่ว่า “เราจะทำเฉพาะที่เราเชี่ยวชาญ ถ้าไม่เชี่ยวชาญ เราจะไม่ทำ” เรียกได้ว่า จะมุ่งเน้น ไปที่การตลาดเหล่านี้อย่างเดียว จึงกล่าวได้ว่า เป็นหนึ่งในผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวเส้นทางประเทศจีน ในปัจจุบันมีบริษัททัวร์จำนวนมาก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์จึงมีความจำเป็นอย่างมาก ที่จะเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขาย รวมถึงการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น ในการเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาบริษัทให้เติบโตเช่นกัน

ทั้งนี้ การโฆษณาผ่านเฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทาง การสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่สนใจและมีประสิทธิภาพ เพราะ Facebook เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมรับกันอย่างแพร่หลาย และมีผู้ใช้งานจำนวนมาก อีกทั้งยังมีแนวโน้มของผู้ใช้งาน Facebook เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นักการตลาด Online มองข้ามไม่ได้ แต่ต้องปรับตัวให้ทันพฤติกรรมการใช้ Facebook ของผู้ใช้ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และที่สำคัญ คือ การศึกษาและใช้เครื่องมือต่างๆ ของ Facebook โดยเฉพาะการซื้อโฆษณาที่เลือกกลุ่มเป้าหมายให้ถูกต้อง เพื่อสร้าง Engagement ที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นสื่อออนไลน์ที่น่านำมาใช้ ประโยชน์ในการทำธุรกิจอย่างมาก

คณะผู้จัดทำ เล็งเห็นโอกาสทำให้คนรู้จักบริษัทมากขึ้น มีโอกาสในการเพิ่มยอดขาย และสร้างช่องทางการติดต่อเพิ่มขึ้น คณะผู้จัดทำ จึงเริ่มจัดทำ การโฆษณา นำจุดแข็งของบริษัท คือ เส้นทางจังหวัดฉะเชิงเทรา มาโฆษณา โดยรูปแบบการจัดทำแฟนเพจ Facebook Go tour China คณะ

ผู้จัดทำได้โพสต์สิ่งที่น่าสนใจต่างๆของประเทศไทย โดยเฉพาะเส้นทางจังหวัดชวเถา ความน่าสนใจ และความสวยงาม ของจังหวัดชวเถา ทางธรรมชาติ โบราณสถาน อาหาร และ ความเชื่อ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดนักท่องเที่ยว และ คณะผู้จัดทำแนะนำสถานที่ต่างๆภายในประเทศไทย วัฒนธรรม อาหาร และแหล่งช้อปปิ้ง ให้ผู้คนได้เห็นสนใจอยากไปเที่ยวจีนมากขึ้น และสามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้มีวงกว้างมากขึ้นจากเดิม ให้คนได้รู้จักตัวบริษัท

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อจัดทำโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีนผ่านแพลตฟอร์มเฟสบุ๊ก Go tour China

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ กำหนดพื้นที่ ภายในบริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิสจำกัด

1.3.2 ขอบเขตการลงข้อมูลในแพลตฟอร์ม เฟสบุ๊ก “Go tour China” ศึกษาเส้นทางจีน

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา วันที่ 7 มกราคม 2562 ถึงวันที่ 27 เมษายน 2562

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 บริษัทได้เพิ่มช่องทางการติดต่อของลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีและมีโอกาสลูกค้าเข้าถึงได้มากขึ้นและมีโอกาสเพิ่มยอดขายจากเดิม และสามารถนำแพลตฟอร์ม Go tour China ไปพัฒนาต่อยอดเพิ่มขึ้นได้

1.4.2 ลูกค้าสามารถติดต่อได้หลายช่องทางมากขึ้นจากเดิมสามารถเห็นข้อมูลมากขึ้นเพื่อเพิ่มความตัดสินใจในการมาซื้อแพ็คเกจทัวร์ของบริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิสจำกัด



## บทที่ 2

### การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาโครงการสหกิจเรื่องการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่านแพลตฟอร์มเฟสบุ๊ค Go tour China กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด ได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบและแนวทางสำหรับการศึกษาโดยมีหัวข้อต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลประเทศจีน

2.2 ข้อมูลจังหวัดฉะเชิงเทรา

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับOnline Marketing

#### 2.1 ข้อมูลประเทศจีน

ประเทศจีน มีชื่ออย่างเป็นทางการว่า สาธารณรัฐประชาชนจีน (จีนตัวย่อ: 中华人民共和国; จีนตัวเต็ม: 中華人民共和國; พินอิน: Zhōnghuá Rénmín Gònghéguó; อังกฤษ: People's Republic of China (PRC)) เป็นรัฐเอกราชในเอเชียตะวันออก เป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก กว่า 1400 ล้านคน เป็นรัฐพรรคการเมืองเดียวปกครองโดยพรรคคอมมิวนิสต์จีน มีเมืองหลวงอยู่ที่กรุงปักกิ่ง ประเทศจีนแบ่งการปกครองออกเป็น 22 มณฑล (ไม่รวมพื้นที่พิพาทไต้หวัน), 5 เขตปกครองตนเอง, 4 เทศบาลนคร (ปักกิ่ง เทียนจิน เซี่ยงไฮ้ และฉงชิ่ง), และ 2 เขตบริหารพิเศษ ได้แก่ ฮองกงและมาเก๊า <http://www.tieca.com> 01 July 2016

ประเทศจีนมีพื้นที่ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร นับเป็นประเทศที่มีพื้นที่ทั้งหมดใหญ่ที่สุดในโลกเป็นอันดับ 3 หรือ 4 แล้วแต่วิธีการวัด ลักษณะภูมิประเทศของจีนมีความหลากหลาย ตั้งแต่ป่าสลับเขตอบอุ่นและทะเลทรายในพื้นที่แห้งแล้งทางตอนเหนือของประเทศติดกับประเทศมองโกเลียและไซบีเรียของรัสเซีย และป่าฝนกึ่งโซนร้อนในพื้นที่ชื้นทางใต้ซึ่งติดกับเวียดนาม ลาว และพม่า ส่วนภูมิประเทศทางตะวันตกนั้นขรุขระและเป็นที่สูง โดยมีเทือกเขาหิมาลัยและเทือกเขาเทียนชานกั้นเป็นพรมแดนตามธรรมชาติกับประเทศอินเดีย เนปาล และเอเชียกลาง ในทางตรงกันข้าม แนวชายฝั่งด้านตะวันออกของจีนแผ่นดินใหญ่นั้นเป็นที่ราบต่ำ และมีแนวชายฝั่งยาว 14,500 กิโลเมตร (ยาวที่สุดเป็นอันดับที่ 11 ของโลก) ซึ่งติดต่อกับทะเลจีนใต้ทางใต้และทะเลจีนตะวันออกทางตะวันออก นอกจากนี้ยังมีประเทศที่เป็นเกาะอยู่ใกล้เคียง ได้แก่ เกาหลี และญี่ปุ่น

อารยธรรมจีน โบราณ ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งอารยธรรมยุคแรกเริ่มของโลก เจริญรุ่งเรืองในกลุ่มแม่น้ำเหลืองอันอุดมสมบูรณ์ ซึ่งไหลผ่านที่ราบลุ่มจีนเหนือ<sup>[7]</sup> จีนใช้ระบบการเมืองแบบราชาธิปไตยหลายสหัสวรรษ จีนรวมกันเป็นปึกแผ่นครั้งแรกในสมัยราชวงศ์ฉินเมื่อ 221 ปีก่อนคริสตกาล ส่วนราชวงศ์สุดท้าย ราชวงศ์ชิง สิ้นสุดลงในปี ค.ศ. 1912 ด้วยการสละราชสมบัติของจักรพรรดิผู่อี๋ พร้อมกันกับการสถาปนาสาธารณรัฐจีนโดยพรรคก๊กมินตั๋ง พรรคชาตินิยมจีน ในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 1912 ครั้งแรกของคริสต์ศตวรรษที่ 20 นั้น เป็นยุคสมัยแห่งความแตกแยกและสงครามกลางเมืองซึ่งแบ่งประเทศออกเป็นค่ายการเมืองสองค่ายหลักคือ ก๊กมินตั๋งและคอมมิวนิสต์ ความเป็นปฏิปักษ์ส่วนใหญ่สิ้นสุดลงในปี ค.ศ. 1949 เมื่อฝ่ายคอมมิวนิสต์ชนะสงครามกลางเมือง และสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีนขึ้นในจีนแผ่นดินใหญ่ ส่วนสาธารณรัฐจีน ซึ่งอยู่ภายใต้การนำของก๊กมินตั๋งนั้น ได้ย้ายเมืองหลวงไปยังไทเปบนเกาะไต้หวัน นับแต่นั้นมา สาธารณรัฐประชาชนจีนได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในความขัดแย้งทางการเมืองกับสาธารณรัฐจีนเหนือปัญหาอธิปไตยและสถานะทางการเมืองของไต้หวัน

นับตั้งแต่การปฏิรูปเศรษฐกิจซึ่งมีพื้นฐานอยู่บนตลาดเมื่อปี ค.ศ. 1978 ประเทศจีนได้กลายมาเป็นหนึ่งในเศรษฐกิจสำคัญที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก โดยเป็นผู้ส่งออกสินค้ารายใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่ที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของโลก และเป็นเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่ที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของโลกทั้งในด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศราคาตลาดและความเท่าเทียมของอำนาจซื้อ ตลอดจนเป็นสมาชิกถาวรของคณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติ ประเทศจีนได้รับการจัดให้เป็นรัฐอาวุธนิวเคลียร์และมีกองทัพขนาดใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งมีค่าใช้จ่ายด้านกลาโหมมากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก ประเทศจีนถูกจัดว่ามีศักยภาพที่จะก้าวขึ้นมาเป็นอภิมหาอำนาจของโลกโดยนักวิเคราะห์วิชาการ นักวิเคราะห์การทหาร ตลอดจนนักวิเคราะห์นโยบายสาธารณะและเศรษฐกิจ

### 2.1.1. ความหลากหลายทางชีวภาพ

จีนเป็นหนึ่งใน 17 ประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง และตั้งอยู่ในสองเขตชีวภาพสำคัญของโลก เขตชีวภาพพาลีอาร์กติกและเขตชีวภาพอินโดมาลาया ในเขตพาลีอาร์กติกจะพบสัตว์เลี้ยงลูกด้วยน้ำนมอย่างเช่น ม้า อูฐ สมเสร็จและหนูเจอร์บัว ส่วนสปีชีส์ที่พบในเขตอินโดมาลาयाเช่น แมวดาว ตุ่นพงสาถิ กระแต ไปจนถึงลิงและเอปหลายสปีชีส์ สัตว์บางชนิดพบในเขตชีวภาพทั้งสองเนื่องจากการแพร่พันธุ์ตามธรรมชาติและการอพยพ และกวางหรือแอนติโลป หมี หมาป่า สุนัขและสัตว์ฟันแทะสามารถพบได้ในทุกสภาพแวดล้อมทางภูมิอากาศและภูมิศาสตร์ที่แตกต่าง

กัน แพนด้ายักษ์ที่มีชื่อเสียงนั้นพบได้ในบริเวณจำกัดตามแม่น้ำแยงซี ประเทศจีนกำลังประสบปัญหาที่กำลังดำเนินอยู่ในด้านการค้าสปีชีส์ใกล้สูญพันธุ์ ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีกฎหมายห้ามกิจกรรมดังกล่าวแล้วก็ตาม

ประเทศจีนมีป่าหลายประเภท ขอบเขตทางตะวันออกเฉียงเหนือและตะวันตกเฉียงเหนือ นั้นมีภูเขาและป่าสนเขตอากาศหนาว ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์บางสปีชีส์ รวมไปถึง มูสและหมีดำเอเชีย นอกจากนี้ยังมีนกอีกราว 120 ชนิด ป่าสนจีนมีชั้นไม้พุ่มเป็น ไม้แทนที่โดยกุหลาบพันปีกลุ่มไม้จำพวกสนและยิวบนภูเขาที่สูงกว่า ป่าได้เขตร้อน ซึ่งพบมากทางตอนกลางและตอนใต้ของจีน พบพรรณพืชจำนวนน่าพิศวงถึง 146,000 สปีชีส์ ป่าฝนเขตร้อนและป่าดิบแล้ง ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีขอบเขตเพียงมณฑลยูนนานและเกาะไหหลำแต่มีพรรณพืชและพันธุ์สัตว์คิดเป็นหนึ่งในสี่ของทั้งหมดที่พบในประเทศจีน

### 2.1.2. สิ่งแวดล้อม

ประเทศจีนมีการวางกฎข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติบางฉบับ เช่น กฎหมายป้องกันสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2522 ซึ่งส่วนใหญ่ยึดแบบมาจากกฎหมายสหรัฐอเมริกา แต่สิ่งแวดล้อมยังคงเสื่อมโทรมลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ข้อบังคับนั้นค่อนข้างที่จะเข้มงวด แต่การบังคับใช้กฎหมายเหล่านี้ยังคงไม่ค่อยดีนัก เนื่องจากชุมชนหรือรัฐบาลท้องถิ่นมักจะปล่อยปละละเลยอยู่บ่อยครั้ง ขณะที่มุ่งให้ความสนใจกับการพัฒนาเศรษฐกิจมากกว่า หลังจากกฎหมายมีผลใช้บังคับมานาน 12 ปี มีนครเพียงแห่งเดียวในจีนเท่านั้นที่กำลังมีความพยายามที่จะบำบัดน้ำเสีย

ส่วนหนึ่งของรายจ่ายที่จีนต้องเสียเพื่อแลกกับความเฟื่องฟูที่เพิ่มขึ้นนั้นคือความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม ตามข้อมูลของกระทรวงทรัพยากรน้ำ ชาวจีนราว 300 ล้านคนกำลังดื่มน้ำที่ไม่ปลอดภัยสำหรับบริโภค ซึ่งทำให้เกิดวิกฤตการณ์ขาดแคลนน้ำที่กำลังทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น โดยที่ 400 จาก 600 นครทั่วประเทศกำลังขาดแคลนน้ำ

อย่างไรก็ตาม ด้วยเงินกว่า 34,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐที่ลงทุนในเทคโนโลยีสะอาดใน พ.ศ. 2552 ทำให้ประเทศจีนเป็นประเทศผู้นำการลงทุนเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียน ประเทศจีนผลิตกังหันลมและแผงสุริยะต่อปีมากที่สุดในโลก

### 2.2 ข้อมูลจังหวัดฉวเถา

“ฉวเถา” ทำเรือสำคัญแต่อดีต ที่นำความเจริญเทียบเมืองหลวงเก่าอย่างแต่จีวตามลูกหลานจีนโพ้นทะเลในไทยจำนวนหนึ่งว่าบรรพบุรุษมาจากไหนก็มักได้คำว่า “ฉวเถา” คนไทยส่วนใหญ่ก็



เข้าใจว่า คนจีนมาจาก “ซัวเถา” และล่าสตูดิโตนายกๆ คนหนึ่งของไทยก็ไปเป็นผู้บริหารที่ “ซัวเถา” แล้ว “ซัวเถา” ที่ว่ามาคือเมืองอะไร อยู่ตรงไหนของจีน ซัวเถาเป็นพื้นที่หนึ่งในเมืองแต้จิ๋ว มณฑลกว่างตุง ประเทศจีน ถอยหลังกลับไปเมื่อประมาณ พ.ศ. 2281 เมืองแต้จิ๋วมี 9 อำเภอ คือ 1. เหี้ยวเพ็ง 2. ไทเอี้ย (เตี้ยอ้ง) 3. เตี้ยเอี้ย 4. ก๊กเอี้ย 5. เท่งไฮ้ 6. โฟวโล้ง 7. ฮู่ยี้ไล้ 8. ฮงฮุน 9. ตั่วโป้ว สำหรับ “ซัวเถา” เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งอยู่ในอำเภอเท่งไฮ้ ต่อมาพ.ศ. 2404 (บ้างเอกสารว่า พ.ศ. 2403) มีการตั้งท่าเรือซัวเถาขึ้นกับอำเภอเท่งไฮ้ ซัวเถาจึงกลายเป็นเมืองหน้าด่านทางทะเลเมืองแรกๆ ของประเทศจีน ได้รับฉายาให้เป็น “ร้านขายของเก่าแก่ 100 ปี” ประเทศมหาอำนาจ อาทิ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมัน ญี่ปุ่น รัสเซีย ฮอลแลนด์ และเบลเยียม ต่างมีที่ทำการของสถานกงสุลใหญ่ที่นี้ ไว้เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้าขายและขนส่งสินค้าซัวเถาซึ่งอยู่ติดทะเลเริ่มมีความเจริญขึ้นเป็นลำดับ คนจีนโพ้นทะเลที่อพยพมาไทยในช่วง 70 ปีที่ผ่านมา นับล้านคนส่วนมากก็ลงเรือกลไฟจากท่าเรือที่ซัวเถาเช่นกันในปี พ.ศ. 2524 มณฑลกว่างตุงได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีจีนให้พัฒนาเมืองซัวเถา ให้กลายเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ หรือ Special Economic Zone (SEZ) ตามนโยบายของประธานาธิบดีเติ้ง เสี่ยวผิง ที่ต้องการให้จีนมีการติดต่อกับต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งนอกจากซัวเถาแล้ว ยังมีเมืองเซี่ยเหมิน ไทหนาน จูไห่และเซินเจิ้น พ.ศ. 2526 ตั้งซัวเถาจังหวัดเป็นปกครอง 8 อำเภอ พ.ศ.2534 มีการจัดเขตปกครองในถิ่นแต้จิ๋วใหม่เป็น 3 จังหวัด คือ 1.จังหวัดแต้จิ๋ว 2.จังหวัดซัวเถา 3.จังหวัดก๊กเอี้ย ปัจจุบันในจีนจะเรียกถิ่นแต้จิ๋ว, ภาษาแต้จิ๋ว, วัฒนธรรมแต้จิ๋ว ฯลฯ ว่า “แต้ซัว” ซึ่งมาจากแต้จิ๋ว+ซัวเถา เนื่องจากซัวเถามีความเจริญทัดเทียมแต้จิ๋วที่เป็นเมืองหลวงเก่าของคนแต้จิ๋ว มาดูกันว่าไปเที่ยวจีนที่เมืองซัวเถา จะมีสถานที่อะไรบ้าง



รูปที่2.1 รูปภาพ เฮียงบูซัว สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดซัวเถา

ที่มา : [www.doyouhike.net](http://www.doyouhike.net)

เชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่อำเภอฝาง สร้างในสมัยราชวงศ์ซ่ง มีการบูรณะซ่อมแซมมากมาย จนกลายเป็นศาลเจ้าของศาสนาเต๋าที่ใหญ่โต มีผู้คนศรัทธามานับช้านาน ปัจจุบันเชียงใหม่ได้ผสมผสานกับศาสนาพุทธให้เป็นหนึ่งเดียวกัน ให้ท่านได้สัมผัสการเจ้าพ่อเสือ ซึ่งถือเป็นองค์จริงที่ทางไทยได้จำลองมาสู่ศาลเจ้าพ่อเสือบริเวณเสาชิงช้า ชาวจีนแต่จิวถือว่าในชีวิตหนึ่งสำหรับนักธุรกิจจีนแล้วจะต้องมานมัสการสักครั้งหนึ่ง ซึ่งคนส่วนใหญ่หลังจากนมัสการที่เชียงใหม่แล้ว กลับมาก็จะทำการค้าขึ้นประสบความสำเร็จในชีวิต ในทุกๆ ปีจะมีผู้ที่มาบนบานและแก้บน เดินทางมาจากภายในประเทศและต่างประเทศทุกสารทิศ ภายในวัดมีทั้งเทวรูปเจ้าแห่งภาคเหนือ ซึ่งเป็นเทวรูปที่รักษาคุณแลเรื่องน้ำ ประดิษฐานปิดทองอยู่ในศาลเจ้าพร้อมกันนั้นก็ยังมีพระพุทธรูป ประดิษฐานอยู่ในวิหารหน้า เป็นสถานที่สักการะบูชาของคนชวเถาอย่างกว้างขวาง และเป็นสถานที่ที่ชาวจีนโพ้นทะเล โดยเฉพาะชาวจีนในประเทศไทยจะนับถือกันมาก



รูปที่ 2.2 เมืองแต้จิว สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชวเถา

ที่มา [arts.cultural-china.com](http://arts.cultural-china.com)

เมืองแต้จิว เป็นเมืองโบราณ ที่เป็นต้นกำเนิดของวัฒนธรรมจีนโพ้นทะเลสำคัญอีกแห่ง ที่ต้อนรับการกลับบ้านของชาวจีนทั่วโลกด้วยศรัทธาบ้านช่องแบบโบราณ ที่บางแห่งมีประวัตินับพันปีอย่างไม่เปลี่ยนแปลง



รูปที่ 2.3 สะพานเซียงจื่อ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชวเลา

ที่มา [news.hqcr.com](http://news.hqcr.com)

สะพานเซียงจื่อ เป็นสะพาน โบราณข้ามแม่น้ำหานเจียง มีชื่ออีกชื่อว่าสะพานกว้างจี ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกของตัวเมืองแต้จิ๋ว เริ่มสร้างในสมัยราชวงศ์ซ่ง ตรงกับปี ค.ศ. 1170 โดยใช้เวลาสร้างยาวนานถึง 57 ปี มีความยาว 515 เมตร ช่วงกลางสะพานซึ่งเป็นช่วงที่กว้างที่สุด มีความกว้างประมาณ 100 เมตรเป็นสะพานแห่งแรกของเมืองจินที่เปิดปิดได้



รูปที่ 2.4 วัดไคหยวน สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชวเลา

ที่มา [greenleaves-tc.blogspot.com](http://greenleaves-tc.blogspot.com)

วัดไคหยวน เป็นวัดที่ใหญ่ที่สุดของเมืองแต้จิ๋ว วัดสร้างขึ้นในสมัยราชวงศ์ถังราว ค.ศ. 738 สมัยจักรพรรดิถังสวนจง (หมิงตี้) บางส่วนเป็นศิลปะสมัยราชวงศ์ซ่งและหยวน แต่ก่อนเคยมีเนื้อที่ร่อยกว่าโหม่ว (โหม่ว เป็นภาษาจีนแต้จิ๋ว ภาษาจีนกลางเรียกว่า หมู่ เป็นมาตราวัด 1 หมู่มีเนื้อที่

เท่ากับ 666.7 ตร.ม.) แต่ปัจจุบันเหลืออยู่เพียง 20 โหม่ว ถูกกรุกที่บั้ง เอาไปทำอย่างอื่นบ้าง ประตูใหญ่ที่คนเข้าออก (ซานเหมื่อน) มีท้าวโลกบาล (เทียนหวัง) อยู่ด้านซ้ายขวาข้างละ 2 องค์ ตรงกลางเป็นรูป พระศรีอาริยมตไตร อาคารหลักเรียกว่า ต้าจงอู่เตียน เป็นวิหารกลาง ประตูบนยกพื้น หินแกรนิต ภายในมีพระปฏิมาประธาน 3 องค์ ตรงกลางเป็นพระศากยมุนี ข้างซ้ายเป็นพระไภษัชยคุรุ ด้านขวาเป็นพระอมิตาภะ ริมผนังสองด้านเป็นพระอรหันต์ข้างละ 9 องค์ รวมเป็น 18 ที่เรียกว่า จับโป๊ยหล่อฮั่น ตรงกลางเป็นพระแม่กวนอิมเหยียบบนปลาหลีฮื้อ เรียกว่า กวนอิมทะเลใต้ ประติมากรรมทั้งหมดนี้สร้างขึ้นใหม่ แต่มีความงดงามมากเนื่องจากของเดิมถูกทำลายหมดในสมัยปฏิวัติวัฒนธรรม สร้างเพื่อรำลึกถึงเสนาบดีหั้นเหวินกงผู้ซื่อตรงและเต็มไปด้วยความสามารถในสมัยราชวงศ์ถัง แต่ถูกพวกกั๋งฉินยุยงฮ่องเต้และ โคนเนรเทศลงมาภาคใต้ ซึ่งเป็นเมืองแต่จิว ณ ปัจจุบัน โดยหั้นเหวินกงเป็นผู้ทำให้เมืองแต่จิวมีความเจริญสูงสุด ทั้งด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ฯลฯ

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับOnline Marketing

ความหมายของการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เสรี วงษ์มณฑา (2540) กล่าวว่า ปัจจุบัน การโฆษณาพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อการตอบสนองการขยายตัวของธุรกิจซึ่งอัตราการแข่งขันเพิ่มขึ้นตลอดเวลา การโฆษณาและธุรกิจ กลายเป็นสิ่งจำเป็นที่คู่กัน เพราะการโฆษณาเป็นหนึ่งในอาวุธสำคัญที่จะใช้ช่วงชิงส่วนครองตลาดที่ดี ให้กับสินค้า ขณะเดียวกันการโฆษณาจะคงอยู่ได้ก็ด้วยธุรกิจ และการโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทอย่าง มากต่อการดำเนินชีวิตระหว่างวันของคนเราในปัจจุบันแทบจะทุกขณะ เนื่องจากการโฆษณาเป็นสิ่งที่ มีอยู่ทั่วทุกแห่ง (Omnipresent) และเป็นสิ่งที่แทรกแซง (Obstructive) ในชีวิตประจำวันอยู่เสมอ ซึ่งเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีกลยุทธ์ทางการสื่อสาร ที่มีเป้าหมายหลัก คือ การชักจูงใจ และ/ หรือการโน้มน้าวในกลุ่มเป้าหมายให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมตามที่นักโฆษณาต้องการ (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2546, หน้า 163) นอกจากนี้จะเป็นการชักจูงโน้มน้าวใจแล้ว โฆษณายังมีบทบาทในการ ให้ข้อมูลข่าวสาร (Farbey, 1998) อีกทั้งยังมีบทบาทในการเตือนความจำอีกด้วย โดยการ โฆษณาเพื่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร (Informative Advertising) นั้น จะใช้เมื่อมีการแนะนำสินค้า หรือบริการใหม่ออก

สู่ตลาด และใช้อธิบายเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้า และบริการนอกจากนี้ ยังใช้สำหรับแจ้งให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาอีกด้วย โดยวัตถุประสงค์ของการโฆษณาในลักษณะนี้ ก็ เพื่อที่จะสร้างให้เกิดความต้องการเบื้องต้นในผลิตภัณฑ์ ส่วนการโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Advertising) นั้น มีความสำคัญมากขึ้นเมื่อคู่แข่งมีเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ การสร้าง

ความชอบในตัว ผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค และการชักจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า เป็นต้น ส่วนการโฆษณาเพื่อเตือนความจำ (Reminder Advertising) นั้น มีความสำคัญสำหรับ 9 ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในชั้นเติบโตเต็มที่ ซึ่งทำขึ้นเพื่อต้องการให้ผู้บริโภคนึกถึงผลิตภัณฑ์ได้แก่ เดือนให้ผู้บริโภคทราบว่า จะสามารถหาซื้อได้ที่ไหน หรือเตือนความจำผู้บริโภคให้ยังคงจำสินค้าได้อยู่เสมอ เป็นต้น (Kotler, 2004)

### ประโยชน์ของการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียล

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2553) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้หลายประการ ดังนี้

1. สามารถรู้จักกลุ่มเป้าหมายได้ละเอียด และสามารถจัดการประชาสัมพันธ์ได้ตรงกับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย 2. ราคาสินค้าสามารถสร้างระบบแฟนเพจ (Fanpage) และสร้างหน้าข้อมูลส่วนตัว (Profile) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค (CRM) ได้อย่างสะดวก และง่ายดาย เพราะการจะแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร โดลงบนสังคมออนไลน์ทำได้ง่ายจากโปรแกรมอัตโนมัติที่เครือข่ายสังคมออนไลน์เหล่านั้น ให้บริการ และทำให้เกิดการรับรู้จากผู้รับสารได้ทุกคน 3. สามารถแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างหลากหลาย ทั้งมีลิตมีเดียต่างๆ เพลง คลิปวิดีโอ รูปภาพ ข้อความ ฯลฯ
4. ทำให้เกิดเพื่อนใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในลักษณะลูกโซ่จากเพื่อนที่มีอยู่ ทำให้กลุ่มเป้าหมายขยายตัวเองตลอดเวลาแบบ Viral หรือเครือข่ายใยแมงมุม
5. สามารถวัดผลได้ง่ายเป็นรูปธรรม เช่น ดูจำนวนผู้เข้าชม จำนวนผู้ติดตาม จำนวนเพื่อนที่มี จำนวนการถูกใจ และจำนวนข้อความแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

### เป้าหมายของการใช้ Social Media ในเชิงธุรกิจ

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553) ได้อธิบายเป้าหมายของการใช้ Social Media ในเชิงธุรกิจไว้ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย เช่น มีการแจ้งข้อความเตือนในตอนที่มีการเปิดขายสินค้าลดราคาพิเศษ เฉพาะให้กับ Follower ทาง Twitter เท่านั้นทำการรีวิวสินค้าโดยให้ Blogger ที่มีชื่อเสียงและมี

อิทธิพลทางการตลาดได้ทดลองใช้สินค้าจากนั้นเปิดโอกาสให้ทำการแนะนำแก่ลูกค้าเมื่อ Blogger เกิดความประทับใจ และบอกต่อซ่อมสร้างกำลังซื้อจากผู้ติดตามอ่านได้มาก และเปิดโอกาสให้ลูกค้า ได้เขียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ

2. เพื่อเพิ่มการรับรู้ (Brand Awareness) วิธีการสร้าง Brand Awareness ผ่านทาง Social Media คือ การพยายามให้ผู้บริโภคเข้ามีส่วนร่วม กับกิจกรรมทางการตลาด หรือการเข้า พுகคุยกับ Brand อย่างเป็นกันเอง และรู้สึกว่ Brand นั้นเสมือนเพื่อนของคน

3. เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เป็นการ ใช้ Social Media เสมือนแบบสื่อเดิม สื่อการสื่อสารทางตรง ซึ่งแม้จะตรงไปตรงมาจนเกินไป แต่หากเราไม่ได้เอาแต่บอกเรื่องราวของเราเพียงอย่างเดียว หรือมีเรื่องราวที่น่าสนใจ การเลือกใช้ Social Media บางประเภทเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็สามารถ สร้างประสิทธิภาพได้มาก

4. เพื่อทราบ Feedback จากลูกค้า เป็นประโยชน์ที่ตัวกิจการจะต้องใส่ใจนั้นเป็นเพราะเสียงสะท้อนจากลูกค้าไม่เพียงได้ย้ยนคนสองคนเหมือนแต่ก่อนแต่จะพูดต่อๆ กันไปหากเจ้าของสินค้าไม่เข้าไปปรับรู้ และจัดการอย่างถูกต้องก็อาจจะเกิดผลกระทบต่อตัวแบรนด์ได้

5. เพื่อเพิ่มจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ Social Media ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการผลักดันให้คนเข้ามายังเว็บไซต์ของเราได้มากขึ้น นอกจากนี้การใช้ Social Media เพื่อเชื่อมเข้ามายังเว็บไซต์หลักนั้นยังทำให้เป็นการเพิ่มจำนวนลิงค์ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่ได้อ่านบทความจาก Social Media ต่างๆ จะแนะนำต่อไปยังเพื่อนๆ ทำให้อันดับของผลการค้นหาจากเครื่องมือค้นหาหรือ Search Engine อยู่ในระดับต้นๆ ซึ่งทำให้มีจำนวนคนเข้ามายังเว็บไซต์เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้แม้ว่าการจัดอันดับนั้นจะมี หลายๆ ปัจจัยเข้ามาประกอบแต่ส่วนหนึ่งมาจากจำนวนลิงค์ที่เข้ามายังเว็บไซต์ถือเป็นปัจจัยสำคัญ

6. เพื่อสร้างการเป็นผู้นำทางความคิด เป้าหมายด้านนี้ส่วนใหญ่เป็นเป้าหมายสำหรับผู้ใช้ Social Media ในระดับปัจเจกชนมากกว่าเนื่องจาก Social Media โดยเฉพาะ Blog นั้นค่อนข้างใช้ง่าย ต่างจากรูปแบบเว็บไซต์เดิมๆ ทำให้ผู้ที่มีความชำนาญในสาขาต่างๆ ที่แต่เดิมไม่มีที่ว่างสำหรับพวกเขาในการแสดงความคิด และเมื่อพวกเขาได้เขียนเนื้อหาที่ให้ความรู้ และมีผู้คนติดตามอ่านเป็น จำนวนมากทำให้พวกเขาเป็นผู้นำทางความคิด

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาการ โฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในสื่อซึ่งมุสดี วัฒนาสาคร (2549) ได้กล่าวไว้ว่า โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการ สื่อสาร

โฆษณา และประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และประหยัดงบประมาณ กว่าสื่อรูปแบบอื่น จึงถูกเลือกให้เป็นสื่อในการโฆษณาที่สามารถสื่อสารข้อมูล และตราสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และ สหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง (2554)

การโฆษณาผ่านเฟสบุ๊ก เฟสบุ๊ก ก่อตั้งโดยมาร์ก ซัคเกอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ในปี พ.ศ. 2547 หลังจากเฟสบุ๊กเปิดตัวได้ไม่นาน กระแสความนิยมก็เพิ่มขึ้นจากในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดก็ขยายตัวไปยัง มหาวิทยาลัยต่างๆ 30 แห่งทั่วสหรัฐอเมริกา จากนั้นมาร์ก และเพื่อนร่วมงานก็ได้รับเงินสนับสนุนจาก นักลงทุน เฟสบุ๊กจึงได้เข้าสู่โลกธุรกิจอย่างเต็มตัว มาร์กและเพื่อนผู้ร่วมก่อตั้งได้รับทีมงานเพิ่มและ พัฒนาความสามารถของเฟสบุ๊กอย่างต่อเนื่อง (“5 บุคคลผู้ทรงอิทธิพลในโลกโซเชียลเน็ตเวิร์ก”, 2554)

เฟสบุ๊กมีข้อดีในการเชื่อมต่อบุคคลหลายๆ คนเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดเป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่เราสามารถร่วมแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆ ให้กับเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ เช่น บันทึกชีวิตประจำวัน การแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ การโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอ การแบ่งปันลิงค์ ต่างๆ เป็นต้น นอกจากนั้นเฟสบุ๊กยังสามารถสร้างกลุ่ม และสามารถเล่นเกมที่แบ่งปันไอเทมกับเพื่อน ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อีกด้วย นอกจากเฟสบุ๊กจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับ เพื่อนๆ แล้ว ก็ยังเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารตราสินค้าให้กับตราสินค้าต่างๆ หรือสำหรับบุคคลที่ต้องการเผยแพร่ตราสินค้าของตนเองผ่านทางแฟนเพจของเฟสบุ๊ก โดยการแบ่งปันข้อมูลของตรา สินค้าลงในแฟนเพจ ซึ่งการสื่อสารตราสินค้านั้นทำได้หลายวิธี เช่น สื่อสารผ่านข้อความ รูปภาพ หรือ วิดีโอ นอกจากนี้อาจมีการเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรม ชิงของรางวัล เป็นต้น

แฟนเพจ (Fanpage) คือ รูปแบบการใช้งานรูปแบบหนึ่งของเฟสบุ๊ก มีลักษณะที่เรียกว่า เพจ (Page) ที่สร้างขึ้นมาเพื่อที่จะสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ หรือให้ข้อมูลต่างๆ เช่น ข่าวสาร กิจกรรม ข้อมูล สินค้าหรือบริการต่างๆ เป็นต้น ให้กับเพื่อนๆ ในเฟสบุ๊กหรือบุคคลอื่นๆที่กำลังมองหาหรือมีความ สนใจในสิ่งที่สื่อสารออกไปผ่านทางแฟนเพจ ซึ่งแฟนเพจจะมีคุณสมบัติการทำงานที่เอื้อประโยชน์ ต่อเจ้าของเพจ เช่น ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ ใช้เพื่อติดตาม ดารา นักแสดงหรือตั้งเป็นแฟนคลับ ใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลจากเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของตราสินค้า ในเชิงธุรกิจ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มคน ได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งการใช้แฟนเพจนั้นจะช่วยประหยัด เวลา และค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายมีความสะดวก และง่ายที่จะติดตามแฟนเพจเช่นกัน นอกจากนี้แฟนเพจ

ยังเป็นช่องทาง ที่เหมาะสำหรับการใช้งานเพื่อธุรกิจมากที่สุดอีกด้วย ข้อดีของแฟนเพจต่อธุรกิจมีด้วยกันหลาย ประการ ดังนี้

1. แฟนเพจเป็นช่องทางที่เจ้าของตราสินค้าสามารถใช้สนับสนุนตราสินค้าของตนเองให้เป็นที่ รู้จัก เนื่องจากแฟนเพจนั้นเปิดให้ทุกคนสามารถเข้ามาดูหน้าแฟนเพจได้ โดยที่บุคคลนั้นไม่จำเป็นต้อง เป็นสมาชิกหรือติดตามเพจของผู้ทำ ทำให้คนจำนวนมากที่ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้า ได้โดยง่าย โดยที่เจ้าของตราสินค้าอาจจะไม่ทราบเลยว่าจะมีคนมากมายเท่าไรที่อาจจะมาเป็น ลูกค้าในอนาคต เพราะเห็นข้อมูลสินค้าผ่านแฟนเพจ

2. แฟนเพจเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะช่วยเพิ่มยอดคนเข้าชมเว็บไซต์มากขึ้น เพราะเฟสบุ๊คแฟนเพจอนุญาตให้เจ้าของแฟนเพจใส่ลิงค์เว็บไซต์ธุรกิจที่ตนเองเป็นเจ้าของลงไปบนแฟนเพจได้ ดังนั้น เมื่อมีคนเข้ามาในหน้าเฟสบุ๊คแฟนเพจของเจ้าของตราสินค้า ก็สามารถคลิกลิงค์เชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ อย่างเป็นทางการของตราสินค้านั้น ได้ทันที นอกจากนี้เฟสบุ๊คยังอนุญาตให้มีการใส่เฟสบุ๊ควิดเจต (Facebook Widget) คือ ลิงค์เชื่อมจากเว็บไซต์อย่างเป็นทางการเข้ามาที่แฟนเพจ ซึ่งทำให้ลูกค้าที่ เข้าไปในเว็บไซต์สามารถคลิกเข้ามายังแฟนเพจ และติดตามแฟนเพจได้ในทันที ทำให้ทั้งเว็บไซต์และ แฟนเพจมีส่วนช่วยสนับสนุนตราสินค้า

3. เพิ่มประสิทธิภาพการทำ SEO (Search Engine Optimize) ข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าที่กระจายอยู่ในหลายๆ เว็บไซต์นั้น ทำให้การค้นหาผ่านเว็บไซต์ที่เป็นเครื่องมือในการค้นหา เช่น Google มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ลูกค้าค้นหาเว็บไซต์ของตราสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว ยิ่งขึ้น นอกจากนี้โซเชียลเสิร์ช (Social Search) บริการใหม่จาก Google ยังช่วยให้ผู้ค้นหาสามารถ อ่านความเห็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ ได้ทันทีจากหน้าแสดงผลการค้นหา การเชื่อมแฟนเพจ เข้ากับเว็บไซต์หลักจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการช่วยเพิ่มยอดจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้อีก ทางหนึ่ง

4. แฟนเพจช่วยสร้างกลุ่มลูกค้าได้ง่าย และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แฟนเพจเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการทำให้กลุ่มลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับเว็บไซต์หลักของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากขึ้น นอกจากนี้เจ้าของตราสินค้ายังสามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และอื่นๆ ลงในหน้าเพจเพื่อแบ่งปันกับกลุ่มลูกค้าของสินค้าได้อีกช่องทาง อีกทั้งเจ้าของตราสินค้ายังสามารถพูดคุยกับลูกค้า ถาม คำถาม ความคิดเห็น ความพึงพอใจ หรืออื่นๆ ที่สามารถช่วยให้เจ้าของตราสินค้าพัฒนาหรือต่อยอด ผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการ จากความคิดเห็นที่ได้จากผู้บริโภค



5. แพนเพจช่วยให้เจ้าของตราสินค้าเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง ถ้าสมาชิกคนนั้นมาเป็นติดตามแพนเพจของตราสินค้าแล้ว เจ้าของตราสินค้าก็สามารถส่งข้อความถึงพวกเขาเหล่านั้นได้โดยตรง ซึ่งเจ้าของตราสินค้าสามารถเลือกได้ว่าจะส่งให้ใครบ้าง เช่น หากคุณต้องการทำกิจกรรมในจังหวัดหนึ่ง คุณก็สามารถเลือกให้ส่งข้อความชวนให้เฉพาะแพนเพจที่อยู่ในจังหวัดนั้นๆ มาร่วมกิจกรรม ซึ่งรางวัลกับสินค้าหรือบริการของคุณได้ และไม่ใช่แค่พื้นที่เท่านั้น แต่อายุหรือเพศ ก็สามารถกำหนด ได้เช่นกัน

6. แพนเพจช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น การทักทายหรือแสดงความเห็นเล็กๆ น้อยๆ นั้น สามารถทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของเพจกับลูกค้าแนบแน่นยิ่งขึ้น เพราะเป็นการพูดคุยโต้ตอบกันโดยที่ลูกค้าไม่ได้รู้สึกว่าถูกบีบบังคับให้ซื้อสินค้าแต่เป็นการคุยกันแบบไม่เป็นทางการ ทำให้ทัศนคติของลูกค้าต่อตราสินค้านั้นๆ ดียิ่งขึ้น แม้ว่าจะไม่มีการซื้อขายเกิดขึ้นเลย ก็ตาม นอกจากนี้จากการสำรวจพบว่า 90% ของผู้ใช้งานเฟสบุ๊กนั้นมีความคาดหวังที่จะเห็นสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่ตนเองใช้มีแพนเพจ เพื่อสะดวกต่อการติดตามข้อมูลสินค้าและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าของตราสินค้าได้

7. แพนเพจช่วยสร้างพื้นที่ให้กับผู้ที่ภักดีต่อตราสินค้าได้บอกต่อ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีความภักดีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะกลุ่มคนเหล่านี้จะช่วยเป็นกระบอกเสียงให้กับสินค้า โดยที่เจ้าของตราสินค้าไม่จำเป็นต้องเสียเงินจ้างค่าโฆษณาใดๆ นอกจากนี้การโพสต์ข่าวสารข้อมูลใน หน้าแพนเพจหรือการที่กลุ่มลูกค้าได้พูดคุยโต้ตอบกับเจ้าของตราสินค้าจะปรากฏบนหน้าอัปเดตของ ทั้งเจ้าของเพจและลูกค้าของสินค้านั้นๆ ด้วย ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสให้มีคนเข้ามาดูหน้าแพนเพจหรือ ติดตามแพนเพจมากขึ้นนั่นเอง

8. แพนเพจเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยจับตาดูพฤติกรรมของลูกค้าซึ่งจะช่วยพัฒนาธุรกิจต่อไป ได้ในสังคมออนไลน์แบบเฟสบุ๊กนั้น ลูกค้ามักจะไม่ค่อยต่อต้านหรือแสดงอคติต่อตราสินค้า เพราะฉะนั้นลูกค้าจึงมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หรือประสบการณ์ทั้ง ที่ดี และไม่ติต่อตราสินค้าของผู้ทำหรือของกลุ่ม ซึ่งหากเจ้าของตราสินค้าให้ความสำคัญ ใส่ใจใน รายละเอียดเหล่านี้ และสามารถตอบโจทยที่ผู้บริโภคร้องการได้ ก็จะได้เปรียบคู่แข่งรายอื่นๆ โดย ปรียาย ในหน้าแพนเพจนั้นจะมีส่วนที่เป็นถาม-ตอบ อยู่แล้ว เจ้าของตราสินค้าสามารถใช้พื้นที่นี้ให้ เป็นประโยชน์ โดยการสนับสนุนให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ เช่น ส่วนที่อยากให้เราปรับปรุงในสินค้า เป็นต้น

9. แฟนเพจเป็นเครื่องมือวัดผลที่แม่นยำ ถ้าเจ้าของตราสินค้าต้องการจะทราบว่า แฟนเพจของตนมีกระแสตอบรับอย่างไรบ้าง ก็สามารถดูผลได้จากเพจอินไซต์ (Page Insights) ซึ่งเป็นเครื่องมือรายงานและวัดสถิติ เช่น มีคนเข้ามาคอมเมนต์จำนวนกี่คน หรือมีคนแชร์จำนวนกี่คน เป็นต้น รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าของแฟนเพจ เช่น อายุ เพศ ภูมิภาค เป็นต้น ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้จะช่วยให้เจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถทำการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการสร้างสารที่เหมาะสม และสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็น ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสินค้าหรือบริการ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการตลาดที่ตั้งไว้

10. แฟนเพจช่วยให้ได้เปรียบคู่แข่ง ถ้าแฟนเพจของผู้ที่มีผู้ติดตามมากมาย และพวกเขาเหล่านั้นร่วมทำกิจกรรมต่างๆ กับผู้ทำงานมีความสัมพันธ์อันเหนียวแน่น ก็จะทำให้ผู้ทำได้เปรียบคู่แข่ง เพราะมีลูกค้าที่มีความภักดี

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์(2553) ได้กล่าวถึงการสร้างแฟนเพจให้ประสบผลสำเร็จนั้น เจ้าของ ผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. การวางตำแหน่งของสินค้าให้ชัดเจนและมีเอกลักษณ์ เจ้าของเพจควรพิจารณาจุดประสงค์ ในการสื่อสารกับลูกค้าให้มีความชัดเจน และควรเป็นสิ่งที่ลูกค้าสนใจ เช่น การให้ข้อมูลสินค้าและ บริการ การใช้คำหรือข้อความที่แสดงความเป็นมิตร ความเป็นกันเองกับลูกค้าเพื่อสร้างความผูกพัน กับลูกค้า รวมถึงการสร้างให้ตราสินค้ามีตัวตน เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนพูดคุยกับเพื่อนหรือคนรู้จัก อีกทั้งยังเป็นการทำให้ตราสินค้ามีชีวิต และมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น นอกจากข้อความแล้ว เจ้าของตราสินค้าอาจโพสต์รูป คลิปวิดีโอ เพื่อสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในใจลูกค้าเพราะลูกค้าจะให้ ความสนใจกับข้อมูลประเภทรูปหรือคลิปวิดีโอมากกว่าข้อความธรรมดา

2. การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างแฟนเพจนั้น เจ้าของตราสินค้าควรพิจารณาถึงการ สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากกว่าการสร้างยอดการติดตามจากลูกค้าเพียงอย่างเดียว แม้ว่าการมี ผู้ติดตามมากๆ จะทำให้การรับรู้ตราสินค้าเพิ่มมากขึ้นก็ตาม แต่การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นสิ่งที่ เจ้าของเพจควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เช่น การที่ลูกค้าร่วมแสดงความคิดเห็นต่อตราสินค้า ทำให้เจ้าของตราสินค้าทราบว่าควรแก้ไขปรับปรุงสิ่งใด หรือการที่ลูกค้าเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในแฟน เพจ ทำให้เจ้าของตราสินค้าทราบว่าลูกค้ามีความสนใจ และใส่ใจในตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะ ทำให้เกิดผลดีต่อตราสินค้าในระยะยาว

3. โปสต์ข้อมูลในเวลาที่เหมาะสม แฟนเพจเป็นเครื่องมือชนิดใหม่ที่ใช้ในการสื่อสาร การตลาดได้ดี และยังสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ในระดับสูง เพราะสามารถทำการ

สื่อสาร ได้บ่อยครั้งขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของความถี่ในการสื่อสารด้วยเพื่อไม่ ก่อให้เกิดความ รำคาญต่อลูกค้า โดยเฉลี่ยใน 1 วัน เจ้าของแฟนเพจควรทำการโพสต์ข้อมูลในแฟน เพจวันละประมาณ 3-5 ครั้ง เป็นกลยุทธ์ที่เรียกว่าไมโครเอนเกจเมนต์ (Micro Engagement) ซึ่งเป็น การโพสต์ข้อมูลวัน ละนิดในความถี่ที่เหมาะสม และมีความหลากหลาย เพราะถ้าโพสต์บ่อยอาจทำ ให้เกิดความรำคาญ และลูกค้าอาจจะกดไม่ถูกใจ (Unlike) แฟนเพจออกไปทันที หรืออีกกลยุทธ์ หนึ่งที่มีความเหมาะสมใน การนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการโพสต์ข้อมูลบนแฟนเพจ เรียกว่า กลยุทธ์ การโพสต์แบบการทำซูชิ (Sushi Style) คือเนื้อหาที่นำมาโพสต์ต้องมีความสดใหม่ มีความน่าสนใจ เพื่อที่จะสามารถดึงดูดใจ ลูกค้าได้

4. แบ่งกลุ่มลูกค้า การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญที่เจ้าของตราสินค้าควรคำนึงถึง เพื่อจะได้ทราบว่าลูกค้ากลุ่มใดที่เราต้องการสื่อสารด้วยมากที่สุด เพราะแต่ละกลุ่มจะมีวิธีการสร้าง แฟนเพจ และให้ผลที่แตกต่างกัน ซึ่งการสร้างแฟนเพจให้ได้ผลที่สุดคือ สร้างเพื่อสื่อสารกับกลุ่ม ลูกค้า วงในหรือลูกค้าประจำ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้จะช่วยบอกต่อตราสินค้าให้กับบุคคลอื่นๆ และการ บอกต่อ จะทำให้ได้ลูกค้าวงนอกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และอาจกลายมาเป็นลูกค้าวงในในที่สุด ทั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่ม ลูกค้าได้เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ไม่เป็นลูกค้า แต่เป็นกลุ่มเป้าหมายของตราสินค้านั้น
2. กลุ่มลูกค้าขาจร
3. กลุ่มลูกค้าขาประจำ
4. กลุ่มลูกค้าขาประจำที่มีความรักในตราสินค้า
5. กลุ่มลูกค้าขาประจำที่มีความรักในตราสินค้าที่มีการแสดงออกว่ารัก
6. กลุ่มลูกค้าขาประจำที่มีความรักในตราสินค้าที่มีการแสดงออกว่ารัก และแนะนำบอกต่อ ตราสินค้าให้กับบุคคลอื่น

5. ใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการสนับสนุนตราสินค้า ในบางครั้งสื่อออนไลน์ก็มีความจำเป็น ใน การช่วยสนับสนุนตราสินค้า เช่น การซื้อโฆษณา เพราะจะทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักได้ในเวลา อันรวดเร็ว หรือในบางครั้งการซื้อโฆษณาบนหน้าเฟซบุ๊ก (Banner) ก็สามารถเป็นเครื่องมือในการ พิสูจน์ว่าลูกค้าสนใจตราสินค้าของเราจริงหรือไม่ ถ้าลูกค้าคลิกเข้าไปดูโฆษณาก็แสดงให้เห็นถึง ความ สนใจในตราสินค้าแล้วระดับหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากการกดถูกใจเพจ เพียงเพราะต้องการร่วมชิง รางวัล ซึ่งในกรณีนี้อาจแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นอาจไม่ได้อยากติดตามเพจของเราอย่างแท้จริง

ส่วนใหญ่แฟนเพจจะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าหรือบริการ ซึ่งผู้ใช้งาน เฟสบุ๊กที่สนใจในสินค้าหรือบริการนั้นๆ ก็จะเข้าติดตามด้วยการกดไลค์ และติดตามแฟนเพจนั้นๆ และ เจ้าของเพจก็จะสามารถแจ้งข่าวหรือนำแอปพลิเคชันต่างๆมาใช้ในเพจ และผู้ใช้งานที่ติดตาม เพจนั้นก็ จะสามารถมีส่วนร่วมในการใช้แอปพลิเคชันนั้นๆได้

Safko (2010) ได้กล่าวถึงสื่อหลักที่จะช่วยผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งเฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นตัวแทนของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เติบโตเร็วที่สุด ปัจจุบันมีสมาชิกมากกว่า 750 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งร้อยละ 50 ของจำนวนผู้ใช้งานเหล่านี้มีการใช้งานอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน โดยผู้ใช้งานแต่ละคนจะมีเพื่อนหรือคนที่มีความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกันเฉลี่ย 130 คนต่อ 1 ราย (Facebook, 2011) หลักการของเฟสบุ๊กไม่ได้เป็นสิ่งใหม่ หากแต่เป็นความต้องการพื้นฐานของ มนุษย์ ตั้งแต่ยุคโบราณกาล กล่าวคือมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องการที่จะมีการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ แบ่งปัน ความคิด ความรู้สึก และไม่ชอบที่จะอยู่โดดเดี่ยวคนเดียว ดังนั้นเฟสบุ๊กจึงเป็นเหมือน เครื่องมือในยุค ปัจจุบันที่ช่วยสนองความต้องการของมนุษย์ช่วยสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลให้กระชับแน่นแฟ้น ขณะเดียวกันก็ช่วยทำให้การกระจายข่าวสารต่างๆ สามารถทำได้อย่าง สะดวกและรวดเร็ว

ปวัตน์ เลาหะวีร์(2553, หน้า 200) ได้กล่าวว่า การลงโฆษณาบน Facebook เป็นการ โฆษณา สินค้าบนเว็บไซต์ โดยที่ข้อความ และรูปภาพของโฆษณาจะถูกแสดงอยู่ทางด้านขวาของหน้า Facebook ลักษณะคล้ายๆกับการคิดแบนเนอร์บนเว็บไซต์ทั่วไป แต่จะละเอียดกว่า เพราะผู้ลง โฆษณาจะสามารถระบุรายละเอียดของกลุ่มเป้าหมายที่จะให้เห็นโฆษณาได้ เช่น ระบุอายุ เพศ ความ สนใจ เป็นต้น

ปัจจุบัน Social Network เป็นที่นิยม และเกิด Social Ads หรือโฆษณาผ่าน Social Network ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ ที่เน้นการโฆษณาในลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เรากำหนดเอาไว้ เช่น ช่วงอายุ เพศ การศึกษา หรืองานอดิเรก และความสนใจส่วนตัว ทำให้โฆษณาที่ออกไปแต่ละครั้ง ได้เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และบริการได้ ส่งผลต่อโฆษณา นั้นๆ จะมีต้นทุนต่ำกว่าโฆษณาแบบเก่า

Facebook Ad ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ ส่วนแรก ต้องการให้เชื่อมต่อไปยังหน้า เว็บไซต์ที่ต้องการ หรืออาจเชื่อมหน้า Page, Application, Group หรือ Event ส่วนที่สองคือ Ad Message ซึ่งประกอบด้วยส่วนของ Title ที่เขียนได้ไม่เกิน 25 ตัวอักษร และ Body ที่เขียนได้ไม่เกิน 135 ตัวอักษร และสุดท้าย คือ Photo เพื่อทำให้โฆษณาน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รูปแบบของต้นทุนในการ

โฆษณาทาง Facebook มีให้เลือกว่าจะจ่ายตามจำนวนครั้งที่คนคลิกคลิก (Cost Per Click-CPC) หรือจ่ายจำนวนครั้งที่โฆษณานั้นปรากฏบนหน้า Facebook (Cost Per Impression-CPM)

รูปแบบโฆษณาบน Facebook เว็บไซต์ “รู้จักประเภทและความหมาย” (2556) อธิบายการจัดรูปแบบของโฆษณาบน Facebook ดังนี้

1. Sponsored Stories เป็นโฆษณารูปแบบที่จะแสดง โดยใช้การอ้างอิงจากกิจกรรม (Activity) ของผู้ใช้งานคนนั้นๆ ที่เกิดขึ้นบน Facebook Timeline หรือมีการใช้แอปพลิเคชันอื่นๆ เป็นหลักที่เชื่อมต่อกับ Facebook โดยการกระทำหรือ Action นี้จะถูกแสดงขึ้นมาในหน้าของเพื่อนที่เป็น Friends กับคนนั้น หรือไม่กี่ขึ้นอยู่ที่ Sidebar ด้านข้าง หรืออาจปรากฏอยู่ใน News Feed สำหรับ Sponsored Stories จะไม่แสดงบนหน้าจอหากว่าเพื่อนที่เพิ่มชื่อไว้ไม่ได้กด Like หรือว่าใช้งานแอปพลิเคชันที่ทำการโฆษณานั้นๆ สำหรับผู้ลงโฆษณา ไม่ต้องตั้งค่าใดๆ ตอนลงโฆษณา เพราะโฆษณาประเภท Facebook Stories จะเกิดจากการใช้งานของผู้ใช้เองและเพื่อนของผู้ใช้งานล้วนๆ หรือเรียกว่า Organic Action รูปแบบที่เห็นกันบ่อยที่สุดใน Sponsored Stories คือ Page Like โดยที่ผู้ลงโฆษณา สามารถที่จะกำหนดการกระทำที่ต้องการให้ผู้ที่เกี่ยวข้องความนั้นทำได้อย่างเช่น ให้ Check-in สถานที่ นั้นได้โดยตรง หรือให้สิทธิประโยชน์ ส่วนลดต่างๆ หรือให้กด Like บนโพสต์ที่ต้องการได้ หรือถ้าอยากให้ทำได้มากกว่านั้น ผู้ลงโฆษณาก็สามารถปรับแต่งให้ใช้งานในรูปแบบ Open Graph ได้ หรือ สามารถแสดงข้อความการกระทำหรือ Action บน Facebook ได้เช่นกัน นอกจากนั้นหากต้องการเสนอหน้าเว็บไซต์หลักที่เราใช้งานอยู่ให้มาอยู่ในโฆษณาบน Facebook ก็สามารถทำได้ด้วยการใช้ Facebook Stories เช่นกัน โดยตัวอย่างที่เห็นกันบ่อยๆ เช่น การขายของบน Amazon หรือ Ebay เป้าหมายหลักของการลงโฆษณาแบบ Sponsored Stories นี้คือ ต้องการดึงคนจำนวนมาก ให้คลิกเข้าชมสิ่งที่เพื่อนของคุณชอบหรือสิ่งที่คุณทำ ถ้าหาก Page นั้นต้องการการกด Like การโฆษณาของ Sponsored Stories โดยมีลิงค์ให้กด Like Page นั้นๆ ถ้าหากผู้ลงโฆษณาอยาก นำเสนอข้อเสนอส่วนลดต่างๆ ก็สามารถเลือกการแสดงผลในรูปแบบที่เรียกว่า Offer Claimed Sponsored Stories ได้เป็นต้น โดย Sponsored Stories เกือบทุกแบบสามารถสร้างได้ผ่านเครื่องมือที่ Facebook มีให้อยู่แล้ว ส่วนประเภทที่ใช้เป็น Open Graph จะต้องสร้างด้วยการใช้เครื่องมือ อื่นๆ ที่สามารถทำงานและเข้าถึงกับ Facebook ได้

2. โฆษณาแบบ Page Post (Page Post Ads) โฆษณาประเภทนี้มีลักษณะเดียวกับการเขียนข้อความบนหน้า Facebook Page โดยเอาข้อความนั้นมาใช้ในการโฆษณา โดยจะต้องจ่ายเงินเพื่อทำให้คนที่มากกด Like เพื่อนของคนที่ยกด Like หรือคนที่ไม่รู้จัก Page ได้เห็นข้อความที่เราต้องการ

แสดงให้อยู่ในหน้า News Feed หรือ Side Bar ทางด้านข้างของจอ โดยการสร้างโฆษณานั้นจะ 24 คล้ายๆ กับการสร้าง Sponsored Stories คือสามารถใช้เครื่องมือที่ Facebook มีมาให้หรือจะใช้ เครื่องมืออื่นๆ แล้วต่อผ่าน API ของ Facebook สำหรับการลงโฆษณาแบบ Page Post นี้จะสามารถ ใส่ได้เป็นรูปแบบที่เหมือนกับการเขียน ข้อความ ไม่ว่าจะเป็นข้อความธรรมดา ใส่ URL ใส่รูป คลิป วิดีโอข้อเสนอสำหรับผู้ใช้งาน ใส่อีเวนต์ หรือทำเป็นแบบสอบถามก็สามารถทำได้หมดทุกรูปแบบ โฆษณาในรูปแบบนี้ทุกคนมีสิทธิที่จะเห็น ข้อความได้ ซึ่งต่างจากรูปแบบ Sponsored Stories ที่ต้องมีใครคนหนึ่งกด Like หรือใช้ แอปพลิเคชันก่อนถึงจะเห็นข้อความ โฆษณาแบบ Page Post เป็น แนวทางในการเชื่อมความสัมพันธ์และเป็นการท ๑ Content Marketing ด้วยการเน้นส่วนของเนื้อหา การใช้งานส่วนใหญ่แล้วจะใช้ในการโปร โมทงานอีเวนต์ต่างๆ หรือบอกข้อเสนอพิเศษให้กับคน ทั่วๆ ไปได้รู้ ซึ่งมักจะไม่ใช่ในการดึงคนเข้าร่วมเป็นแฟนที่ติดตาม Page ตัวอย่างเช่นการ โฆษณา แบบ Page Post จะมีตัวเลือกให้เล่นคลิปวิดีโอ หรือกด Like รวมทั้ง เขียนข้อคิดเห็น และส่งต่อได้ ตามต้องการ และยังมีตัวเลือกให้สามารถกด Like Page ได้อีก ซึ่งเมื่อ เปรียบเทียบกันกับ Sponsored Stories แล้วจะแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง เพราะรูปแบบ Page Post สามารถได้หลายๆ อย่าง แต่กับ Sponsored Stones นั้นจะบอกให้ทำเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งเท่านั้น ถึงแม้ว่าจะเรียก การโฆษณา ประเภทนี้ว่า Page Post แต่ทาง Facebook ไม่ได้ใช้นิยามนี้ แล้ว แต่นิยามนี้ก็ยังคงถูกใช้เพื่อ การศึกษา รวมทั้งเครื่องมือ สำหรับสร้างโฆษณาบน Facebook อยู่เหมือนเดิม สาเหตุที่ทาง Facebook เลิกใช้นิยามนี้เพราะว่าในหน้าการจัดการ โฆษณานั้น ทาง Facebook ต้องการที่จะเน้น วัตถุประสงค์ในการสร้างมากกว่าจะใช้นิยามเฉพาะตัวอย่าง Page Post ซึ่งผู้ที่ลงโฆษณาอาจไม่ คำนึงและสับสนได้ ดังนั้นแทนที่จะใช้คำว่า Create a Page Post Ad ก็จะใช้ เป็น Promote Page Posts นั่นคือการสร้างโฆษณาแบบ Page Post

3. Promoted Post การโฆษณาประเภทนี้น่าจะเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายที่สุด เพราะเป็นการเลือก เอาข้อความที่เขียน ไปแล้วหรือกำลังจะเขียนบนหน้า Facebook Page มาโปร โมท ผ่านปุ่ม Promote ที่อยู่ด้านล่างกล่องข้อความ สามารถเลือกปริมาณการเข้าถึงข้อความนี้ตามงบประมาณที่ กำหนด และยังมีงบมาก ข้อความนี้จะขึ้นบนหน้า News Feed มากขึ้นด้วย ด้วยระยะเวลาที่ กำหนดไว้ 3 วันหลังจากการเริ่มส่งข้อความครั้งแรก Promoted Posts และ Page Post Ads มีความแตกต่างกัน โดยข้อมูลที่จะเอามาโปร โมท นั้นจะดึงมาจากข้อความในหน้า Facebook Page เหมือนกัน แต่สิ่งที่ แตกต่างคือวิธีการตั้งค่า เพราะ สำหรับ Promoted Post นั้นจะทำผ่านปุ่ม Promote เพียงอย่างเดียว โดยเราแค่เลือกว่าต้องการจะ ให้คนเห็นกี่คน ตามงบประมาณที่ตั้งไว้ ส่วน Page Post Ads นั้น จะต้องทำผ่านหน้า Advertise on Facebook ซึ่งจะมีตัวเลือกที่สามารถปรับแต่งได้ละเอียดกว่า รวม

ไปถึงระบุว่าเราต้องการให้ข้อความ โพรโมทไปขึ้นที่หน้า News Feed ด้วย เงื่อนไขอะไรบ้าง เช่น ประเทศ ช่วงอายุ หรือความสนใจต่างๆ เป็นต้น ซึ่ง Promoted Posts ไม่สามารถระบุรายละเอียดได้ เยอะเท่านี้ เป้าหมายของการลงโฆษณา Promoted Posts แบบนี้เพื่อสร้างความเคลื่อนไหวหรือ Update ให้กับคนที่เป็แฟนของ Page อยู่แล้ว รวมทั้งเพื่อนของคนทีกด Like แล้ว ซึ่งจะช่วยให้ เนื้อหาที่อยู่บนหน้า Page นั้นถูกเห็นเป็นอันดับต้นๆ ใน News Feeds ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะไม่ใช้การ ลงโฆษณาประเภทนี้ในการเพิ่มจำนวน Like และการแสดงผลของ Promoted Posts นั้นจะแสดงอยู่ที่ หน้า News Feed เท่านั้น โดยแสดงทั้งบนหน้าบราวเซอร์และบนแอปพลิเคชัน ในขณะที่ Sponsored Stories และ Page Post Ads สามารถแสดงผลได้ที่ Sidebar ด้านข้างได้อีกด้วย

4. Marketplace Ads แฝงโฆษณา โดยจะถูกแสดงผลบนหน้าจอเบราว์เซอร์ด้านขวามือ โดย เนื้อหาโฆษณา มีดังนี้ ข้อความพาดหัว, เนื้อหารูปภาพ ซึ่งกำหนดได้ว่าเมื่อคลิกเข้าไปแล้วจะให้ไป ที่ หน้า Facebook Page นั้นๆ หรือไปที่หน้าเว็บไซต์ที่กำหนดได้ สำหรับ โฆษณาที่อยู่ใน Marketplace Ads นั้นจะมีอยู่ 2 ประเภทได้แก่ โฆษณาที่ทำผ่าน Facebook Exchange หรือเป็นระบบ การลงโฆษณาด้วยการประมูลและแสดงผลแบบ Real-time โดยการแสดงผลนั้นจะใช้การดู Cookie ของบราวเซอร์ที่ว่าเคยดูเว็บใดมาบ้างและดูว่ากด Like ที่ Page ประเภทอะไรบ้าง เพื่อที่จะให้ โฆษณานั้นแสดงออกมตรงกับคนที่เห็นมากที่สุดนั่นเอง ซึ่ง การแสดงผลแบบนี้จะไม่มีปุ่มใดๆ ให้คลิก ส่วนอีกประเภทหนึ่งที่ไม่ได้ใช้ Facebook Exchange ก็จะมีที่คลิกในการร่วมทำกิจกรรม (Action) อย่างเช่นการกด Like หรือการแสดงตนว่าใช้งานสินค้านี้ด้วยการกด Use Now เป็นต้น และจะมีการแสดงจำนวนของคนกด Like ใน Page นั้นหรือจำนวนคนใช้งานให้เห็นอีกด้วย

5. โฆษณา Mobile Application นอกจากที่โทรศัพท์จะใช้งานได้ตามพื้นฐานของโทรศัพท์ ทั่วไปแล้ว การทำงานยังเหมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่พกพาได้จึงมี คุณสมบัติเด่น คือ ขนาดเล็กน้ำหนักเบาใช้พลังงานน้อย สามารถทำหน้าที่ได้หลายอย่างในการ ติดต่อแลกเปลี่ยน ข่าวสารกับคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน โทรศัพท์สมาร์ตโฟน มีหลายระบบปฏิบัติการ ที่พัฒนาออกมาให้ ผู้บริโภคใช้ ส่วนที่มีคนใช้และเป็นที่ยอมรับมากคือ ios และ Android ทำให้เกิดการ เขียนหรือพัฒนา Application ลงบนสมาร์ตโฟนอย่างมากมายเช่น แพนที่ เกมส์ โปรแกรมคุยต่างๆ และหลายธุรกิจก็ เข้าไปเน้นในการพัฒนา Mobile Application เพื่อเพิ่มช่องทางในการ สื่อสารกับ ลูกค้ามากขึ้น

### บทที่ 3

#### รายละเอียดการปฏิบัติงาน

##### 3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ

ชื่อ : บริษัท เอช วาย ที แทรเวล เซอร์วิส จำกัด

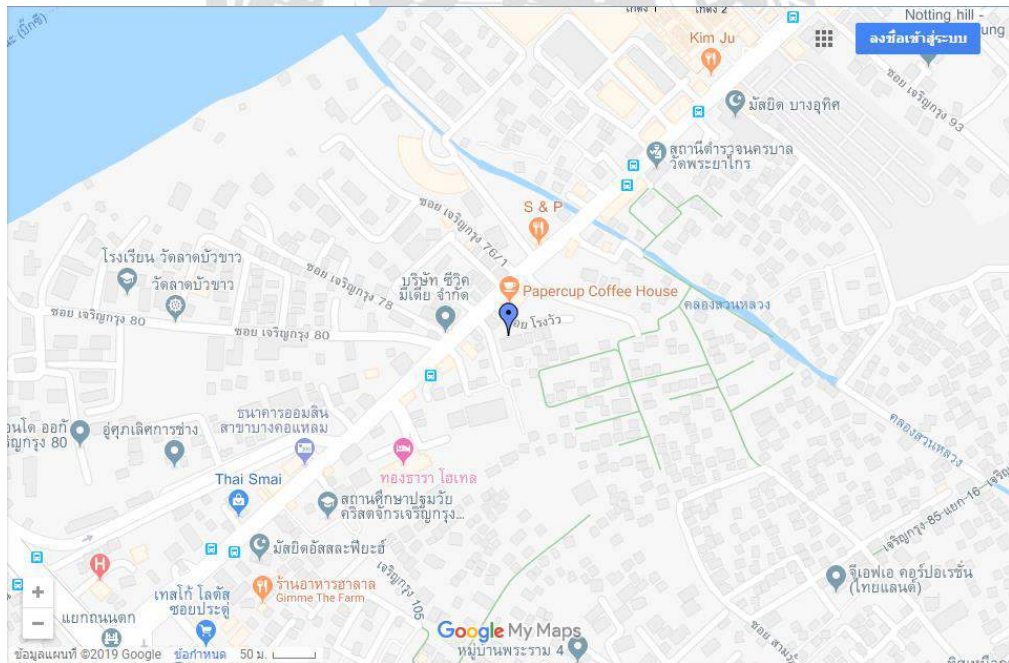
สถานที่ตั้ง : 2689/16 5 ถนน เจริญกรุง ตำบล บางคอแหลม อำเภอ บางคอแหลม จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : 02-6883636 , 02-2911108

Fax : 02-2911107

อีเมล : [hyt-travel@hotmail.com](mailto:hyt-travel@hotmail.com)

เว็บไซต์ : [www.hyt-travel.com](http://www.hyt-travel.com)



รูปที่ 3.1 แผนที่และสถานประกอบการของบริษัท

ที่มา [www.google.co.th/maps/](http://www.google.co.th/maps/)



### 3.1.1 เกี่ยวกับบริษัท

บริษัทเริ่มก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 เดิมใช้ชื่อว่า ฮั่วอิว การท่องเที่ยว ภายหลังจากในปี พ.ศ. 2543 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด (ด้วยวัตถุประสงค์ให้ท่านผู้อ่านสามารถจำชื่อบริษัทได้ง่ายขึ้น) บริษัทฯตั้งอยู่ที่เลขที่ 2689/16 ถนนเจริญกรุง เขตบางคอแหลม กทม ตั้งแต่แรกเริ่มซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ขนาด 6 ชั้นที่เป็นทรัพย์สินของทางบริษัทเอง บริษัทฯได้จดทะเบียนการค้าอย่างถูกต้องและได้ขึ้นทะเบียนนำเที่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยได้หมายเลขทะเบียนใบอนุญาตประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศเลขที่ 11/2082

บริษัทฯบริหารโดยคนรุ่นใหม่ที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน เป็นบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศที่เป็นของคนไทยเอง มีความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างดี เข้าใจความต้องการของนักเดินทางคนไทย สามารถให้บริการท่านด้วยจิตใจของการบริการและเป็นกันเอง

บริษัทฯทำตลาดทั่วประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ ฮองกง มาเก๊าและไต้หวันเป็นหลักโดยมีแนวความคิดที่ว่า “เราจะทำเฉพาะที่เราเชี่ยวชาญ ถ้าไม่เชี่ยวชาญ เราจะไม่ทำ” เรียกได้ว่า บริษัทฯจะมุ่งเน้นไปที่ตลาดเหล่านี้อย่างเดียวจึงกล่าวได้ว่าเป็นหนึ่งในผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวเส้นทางประเทศจีน ขอให้ท่านนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกับ บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด มั่นใจว่า ท่านได้ไปกับผู้เชี่ยวชาญเส้นทางจีนตัวจริงและจะได้รับความสะดวกสบายตลอดจนการบริการที่ดีและเป็นกันเองจากสตาฟทุกคน

### 3.2 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย



รูปที่3.2 นักศึกษาฝึกงานนางสาว กาญจนา วุฒิมงคลเลิศ

ชื่อนักศึกษา :นางสาวกาญจนา วุฒิมงคลเลิศ 5804400183

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย : Sale and Marketing



รูปที่3.3 นักศึกษาฝึกงานนาย ฉัฐกฤษ โทศลอุดมสุข

ชื่อนักศึกษา :นายฉัฐกฤษ โทศลอุดมสุข 5804400216

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย : Sale and Marketing



รูปที่3.4 นักศึกษาฝึกงานนาย ประเมินทร์ อมรวณิชศักดิ์

ชื่อนักศึกษา : นายประเมินทร์ อมรวณิชศักดิ์ 5804400287

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย : Sale and Marketing

## ลักษณะงานที่ได้รับ

1. ตรวจสอบความเรียบร้อยของตัวโดยสารเครื่องบินว่ามีผิดตรงไหนบ้างซึ่งถูกต้องมั้ย
2. ตรวจสอบเอกสารของลูกค้าว่าถูกต้องครบถ้วนว่าไม่มีการสะกดชื่อผิด เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา
3. กรอกข้อมูลของลูกค้าสำหรับลูกค้าที่ขอวีซ่าไปท่องเที่ยวประเทศจีน และกรอกใบ ต.ม ให้ลูกค้า และตรวจสอบรูปถ่ายมีขนาดที่ถูกต้องหรือไม่ รูปต้องห้ามใส่เสื้อสีขาวหรือสีอ่อน ให้สีตัดกับฉากรูปที่ถ่าย สีฉากหลังเป็นสีขาว และห้ามใส่เครื่องประดับทุกชนิดแล้วในรูปต้องเห็นหู
4. เตรียมเอกสารการเดินทางของลูกค้าก่อนออกการเดินทางเตรียม Passport ให้ครบจำนวน และเตรียมป้าย
5. แท็กติดกระเป๋าเดินทางให้สำหรับลูกค้า
6. เดินทางไปส่งลูกค้าและเช็คอินดูแลและดำเนินการความสะดวกให้ลูกค้าที่สนามบิน
7. ถ่ายเอกสารต่างๆ Passport, Visa และ อื่นๆ
8. เดินทางไปรับ Passport ลูกค้าในสถานที่ต่างๆ

### 3.3 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

นางสาว เพ็ญศิริ จันท์แสง ตำแหน่ง รองผู้จัดการ

### 3.4 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

เริ่มวันที่ 7 มกราคม ถึงวันที่ 29 เมษายน 2562 รวมทั้งสิ้น 16 สัปดาห์

### 3.5 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

#### 3.5.1 กำหนดหัวข้อโครงการ

หลังจากเริ่มฝึกงานได้ระยะหนึ่งคณะผู้ทำจึงทำการหาข้อมูลว่าควรทำเรื่องอะไร ที่บริษัทฯ ใด เริ่มปรึกษาพี่เลี้ยงและคอยเสนอเรื่องที่ยากทำ เพื่อทำความเข้าใจกับหัวข้อโครงการ

#### 3.5.2 รวบรวมความต้องการและศึกษาข้อมูลของโครงการ

ศึกษาข้อมูลและทำการศึกษาค้นคว้าทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีขั้นตอนการดำเนินงานการจัดทำโครงการและการเริ่มทำการจัดเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ โดยรวบรวมข้อมูลเอกสารต่างๆ จากการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

### 3.5.3 การนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา วิเคราะห์ข้อมูล ว่าเหมาะสมไหมกับโครงการใหม่ เนื้อหาตรงตามโครงการและสอดคล้องกันหรือไม่และมีปริมาณเหมาะสมเพียงพอไหม

### 3.5.4 จัดทำโครงการและให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

คณะผู้จัดทำ เริ่มจัดทำโครงการเรียงเรียงข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า มาเริ่มทำรูปเล่มโครงการ และส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยตรวจสอบเล่มโครงการ

### 3.5.5 ส่งรูปเล่มโครงการและนำเสนอโครงการ

### 3.5.6 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ม.ค.62	ก.พ.62	มี.ค. 62	ม.ย. 62
กำหนดหัวข้อโครงการ	↔			
รวบรวมความต้องการและศึกษาข้อมูลของโครงการ	↔			
การนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์	↔			
จัดทำโครงการและให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ	↔			
ส่งรูปเล่มโครงการและนำเสนอโครงการ	↔			

ตารางที่ 3.2 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การจัดทำโครงการสหกิจศึกษาโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่านแพลตฟอร์มเฟสบุ๊ค Go tour China กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด เพื่อส่งเสริมการโฆษณาให้แก่บริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและเพิ่มยอดขาย โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

4.1 ขั้นตอนการเริ่มต้น ในการสร้างสื่อ โฆษณาออนไลน์ บน Page Facebook

4.2 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ขั้นตอนการสร้างสื่อ ออนไลน์แพลตฟอร์มเฟสบุ๊ค (Facebook) เพื่อทำการโฆษณาโปรแกรมทัวร์ และให้ข้อมูลสาระสำคัญของประเทศจีน

4.1.1 ทางคณะผู้จัดทำได้ทำการประชุมการในหัวข้อการก่อตั้งแฟนเพจ

4.1.2 เริ่มสร้างเฟสบุ๊คแฟนเพจ Go tour China และกรอกข้อมูลที่จำเป็น ที่คณะผู้จัดทำได้ใช้แอปพลิเคชัน Facebook เป็นช่องทางที่ผู้คนเข้าถึงได้ง่ายและมีผู้ใช้เฟสบุ๊คจำนวนมากในประเทศไทยมากถึง 45 ล้านบัญชีในปัจจุบัน



รูปที่ 4.1 ตัวอย่างหน้าแฟนเพจ

ที่ Fan page Facebook Go to china

เป็นโพสต์แรกของ Fan page Facebook Go to china






































































#### 4.1.3 ทางคณะผู้จัดทำเริ่มทำการโพสต์ข้อความที่น่าสนใจ ภายในประเทศจีนดังนี้

การแจ้งเตือน	ข้อมูลเชิงลึก	เครื่องมือกา...	ศูนย์โฆษณา	เพิ่มเติม ▾	การตั้งค่า	ความช่วยเหลือ
9/3/2019 19:20	อึ้ง!!! 5 เรื่อง ราวแปลกๆ ที่			30	2 3	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
9/3/2019 15:40	มุกอาณัติกร แพชโด้รา แห่ง			25	5 3	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
9/3/2019 09:30	ใครบอกเที่ยว เมืองจีนเหย			156	5 11	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
8/3/2019 16:15	ความเชื่อ ดั้งเดิมของชาว			23	9 4	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
8/3/2019 11:15	เปิดม่าน เซี่ยงไฮ้ดีสนีย์			396	13 25	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
8/3/2019 10:10	รวม สารพัดของกิน			100	0 6	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
7/3/2019 20:30	ย่านช้อปปิ้งวัย รุ่น ซีเหมินติง			243	29 23	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
7/3/2019 14:07	เรามา ทำความรู้จัก			28	0 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
7/3/2019 10:30	15 ชื่อน่ารู้ก่อน เที่ยวกว่าแพง			27	0 3	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
6/3/2019 15:30	ดินแดน เทพนิยาย จิว			108	3 4	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
6/3/2019 11:55	จีนเปิด เทศกาลน้ำ			122	2 6	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
6/3/2019 09:10	วัดเหวินอู(文 武廟) ตำนาน			188	11 12	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
5/3/2019 18:15	10 สถานที่ ที่หลงใหลใน			81	0 7	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
5/3/2019 15:01	ดินแดนตื่นใจ! ชวนดูความ			408	53 21	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
5/3/2019 13:29	หนเขาสอ ปริศนาคด			301	9 23	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>

รูปที่ 4.2 แสดงถึงโพสต์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม










































































































ที่มา Fan page Facebook Go to china

12/3/2019 18:30	 จีนสร้างสะพานด้วย			15		0 0		ไปรับทโพสค์
12/3/2019 15:27	 อัปเดต 12 สถานที่ท่องเที่ยว			213		7 10		ไปรับทโพสค์
12/3/2019 08:15	 เที่ยว ประดูสวรรค์ เขา			70		2 6		ไปรับทโพสค์
11/3/2019 19:30	 เที่ยว'จงชิ่ง'ตามรอยหนึ่ง			23		3 1		ไปรับทโพสค์
11/3/2019 16:30	 ที่ผ่านมาคำว่า "Made in			22		1 2		ไปรับทโพสค์
11/3/2019 09:30	 แนะนำ 10 เมืองใหม่มา			28		0 2		ไปรับทโพสค์
11/3/2019 08:17	 Go tour china			31		0 2		ไปรับทโพสค์
11/3/2019 08:11	 Go tour china			26		8 1		ไปรับทโพสค์
10/3/2019 18:15	 4 สถานที่ ไคโลทซ์			22		1 2		ไปรับทโพสค์
10/3/2019 12:50	 หมีแพนด้า กังหน้ (Giant			22		1 2		ไปรับทโพสค์
10/3/2019 09:45	 เที่ยวคุณหมิง เส้นทางใหม่			25		0 1		ไปรับทโพสค์
9/3/2019 19:20	 อึ้ง!!! 5 เรื่อง รวบรวมที่			30		2 3		ไปรับทโพสค์
9/3/2019 15:40	 บุกอาณาจักรแพนโดรา แห่ง			25		5 3		ไปรับทโพสค์
9/3/2019 09:30	 ใครบอกเที่ยวเมืองจีนเหย			156		5 11		ไปรับทโพสค์
8/3/2019 16:15	 ความเชื่อดั้งเดิมของชาว			23		9 4		ไปรับทโพสค์

รูปที่ 4.3 แสดงถึงโพสค์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม

ที่มา Fan page Facebook Go to china











































22/3/2019 07:16	 Go tour china			13		0 0				โปรโมทโพสต์
21/3/2019 10:36	 แนะนำโปรแกรมเที่ยว			1.9K		89 45				ดูการโปรโมท
20/3/2019 11:15	 เทศกาล'เซ็งเม้ง' วันเซ็งเม้ง			22		1 1				โปรโมทโพสต์
19/3/2019 09:33	 ทะเลสาบพระจันทร์เสี้ยว			20		0 2				โปรโมทโพสต์
18/3/2019 18:41	 เตรียมตัวยังไง? ก่อนเที่ยว			25		0 2				โปรโมทโพสต์
18/3/2019 12:45	 เมืองโบราณเพ็งหวง เกิน			109		4 5				โปรโมทโพสต์
16/3/2019 13:13	 คุณหญิง ผู้เจอเศียร ตามรอยซี			17		5 2				โปรโมทโพสต์
16/3/2019 07:55	 หยุดสงกรานต์ทั่วไร่เที่ยว			14		0 1				โปรโมทโพสต์
15/3/2019 16:04	 เทศกาลโคมไฟมังกร			15		1 1				โปรโมทโพสต์
15/3/2019 10:35	 อนุสรณ์สถานเจียงไคเชก -			12		1 2				โปรโมทโพสต์
14/3/2019 19:35	 หมู่บ้านสายรุ้ง(Rainb			14		0 1				โปรโมทโพสต์
14/3/2019 18:30	 10 ที่เที่ยวจีนสวยจนต้องไป			26		0 2				โปรโมทโพสต์
13/3/2019 18:51	 ตำนานทอง (จีนเต๋ยง)			13		3 1				โปรโมทโพสต์
13/3/2019 13:03	 Xin Tian Di (ซินเทียนตี้)			15		0 0				โปรโมทโพสต์
13/3/2019 10:39	 คุณหญิง เมืองที่มีอากาศอบอุ่น			17		0 0				โปรโมทโพสต์

รูปที่ 4.4 แสดงถึงโพสต์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม

ที่มา Fan page Facebook Go to china

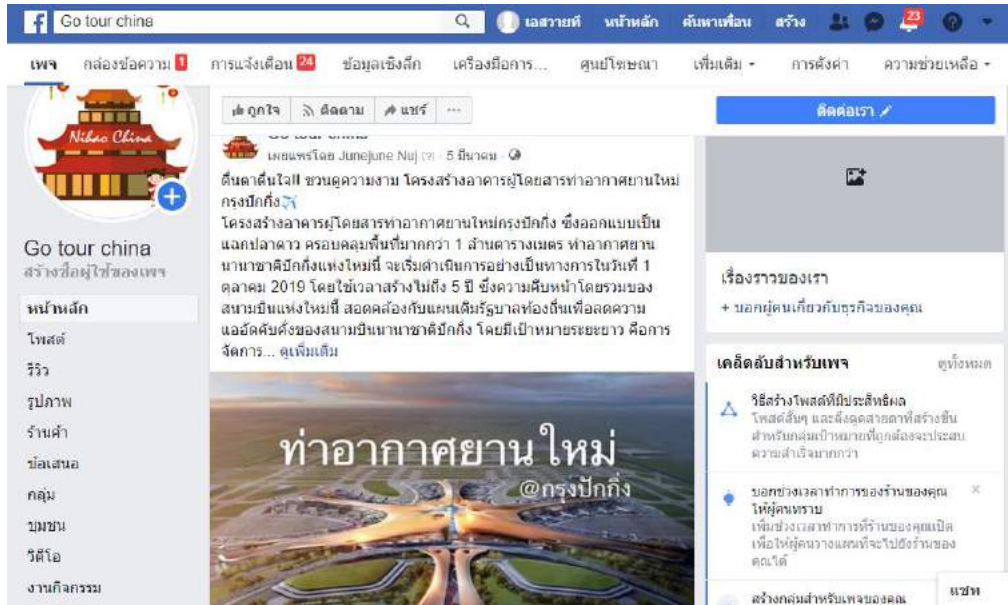
จากภาพที่ 4.4 ภายในกรอบสี่เหลี่ยม คือ โพสต์ที่ทางคณะผู้จัดทำได้ซื้อโฆษณา ทางเฟสบุ๊ก (Facebook) ในวันที่ 21 มี.ค. 2562 โดยโพสต์ข้อความเกี่ยวกับแนะนำโปรแกรมเที่ยว”ในราคา 100 บาท ผลพบว่ามีการเข้า 1,900 ครั้ง มีส่วนร่วม 89 ครั้ง

วันที่เผยแพร่	โพสต์	ประเภท	การกำหนดเป้าหมาย	การเข้าถึง #	การมีส่วนร่วม	โปรโมท
12/5/2019 13:30	 #สะพานเชียง ฉีล่ง👍👍👍👍👍			18	0 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
11/5/2019 23:07	 💖โดนใจ ภรรยาไป แหะ!!			9	1 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
11/5/2019 12:00	 ประวัติเมืองชิว เถาในมณฑล			28	0 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
11/5/2019 08:00	 🙏ชวนกันไป ไหว้พระ ที่จิว			25	1 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
10/5/2019 07:31	 อาหารขึ้นชื่อ ของชิวเถา			21	1 2	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
13/4/2019 09:44	 เมือง โจราณเฟิง			17	0 0	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
4/4/2019 12:50	 10 เรื่องน่ารู้ ประเทศจีน			25	2 2	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
3/4/2019 08:03	 HONG KONG			18	0 2	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
29/3/2019 17:17	 ริช่าจีน ท่างาย ด้วยตัวเอง			41	0 0	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
29/3/2019 09:20	 เราสุขใจเมื่อ เห็นรอยยิ้ม			25	3 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
28/3/2019 10:43	 🇺🇹 SONGKARN			18	1 2	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
27/3/2019 11:34	 เทพเจ้าจีน ตัว เหล่าเล็ก เต็กง			17	0 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
26/3/2019 08:12	 จีนฮากกา(จีน และ) ภัทท์กัน			12	0 1	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>
24/3/2019 15:24	 เปิดโลกกว้าง ไกล ใจใกล้			129	2 5	<a href="#">โปรโมทโพสต์</a>

รูปที่ 4.5 แสดงถึงโพสต์ในแฟนเพจและแสดงจำนวนผู้เข้าชม

ที่มา Fan page Facebook Go to china

จากรูปที่ 4.2-4.5 เป็นตัวอย่างโพสต์บางส่วนที่ทางคณะผู้จัดทำนำมาแสดงให้ชมในตาราง จะประกอบไปด้วย วันที่เผยแพร่เวลาโพสต์ ประเภทของโพสต์ การกำหนดเป้าหมายคือใครบ้างที่สามารถเห็น โพสต์ การเข้าถึงคือจำนวนคนที่เข้ามาชมโพสต์ การมีส่วนร่วมคือจำนวนการคลิกโพสต์กับความรู้จัก ความคิดเห็น และการแชร์ขอโพสต์นั้นๆ



รูปที่ 4.6 แสดงถึงตัวอย่างการโพสต์ในแฟนเพจ

ที่มา Fan page Facebook Go to china

จากรูปที่ 4.6 โพสต์ที่น่าสนใจ ชวนดูความงามท่าอากาศยานใหม่ ณ กรุงปักกิ่ง เป็นโพสต์ที่มีคนสนใจเข้ามารับชมถึง 408 คน



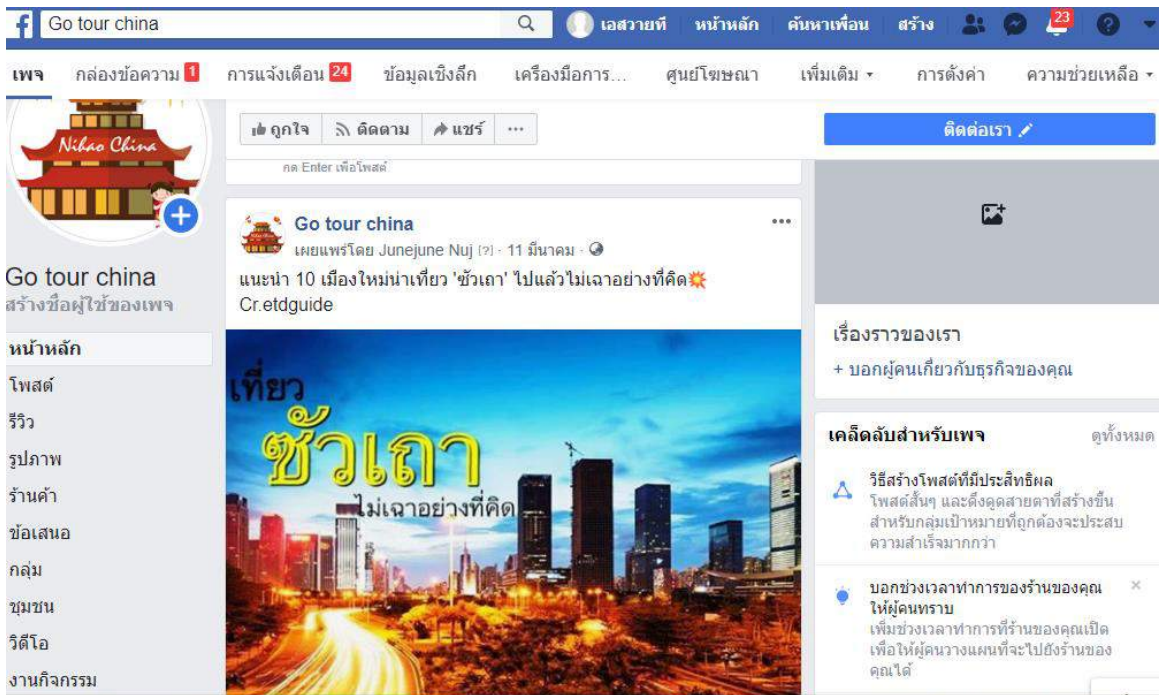
รูปที่ 4.7 แสดงถึงตัวอย่างการโพสต์ในแฟนเพจ

ที่มา Fan page Facebook Go to china

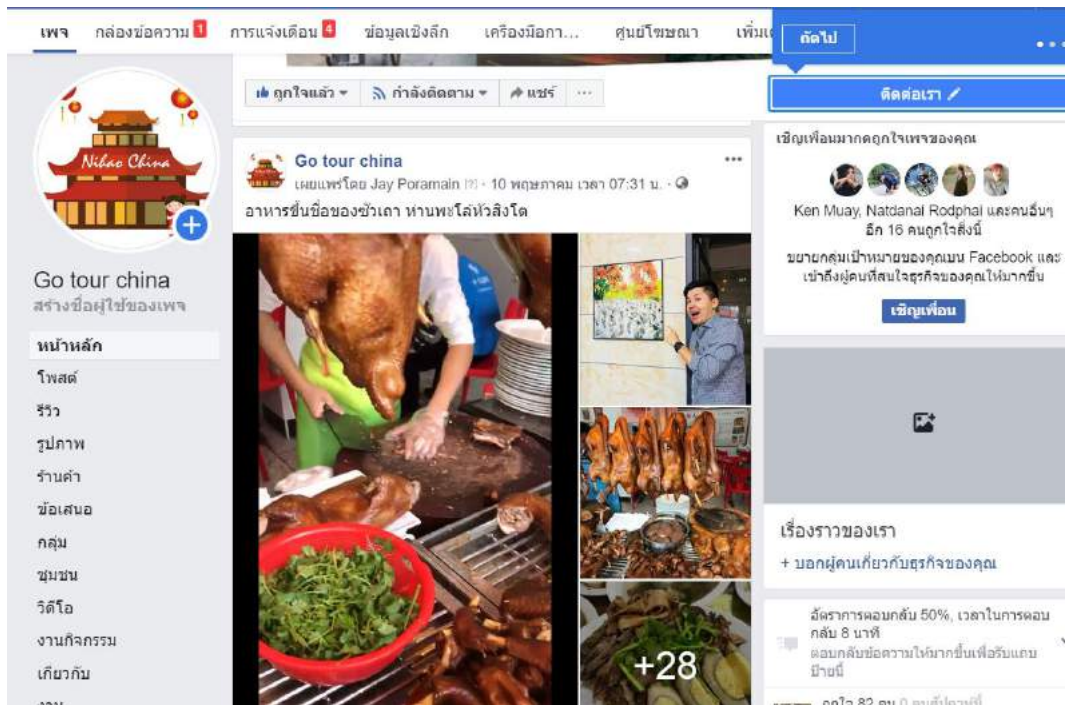
จากรูปที่ 4.7 โพสต์เปิดมา... เชิญไฮ้ดิสนีย์แลนด์เป็นโพสต์ที่มีคนสนใจเข้ามารับชมถึง 396 คน

#### 4.1.4 ตัวอย่างการโพสต์ข้อความที่น่าสนใจของจังหวัดฉะเชิงเทรา

เพื่อให้ผู้คนรู้จักจังหวัดฉะเชิงเทรามากขึ้นให้รู้จัก สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา

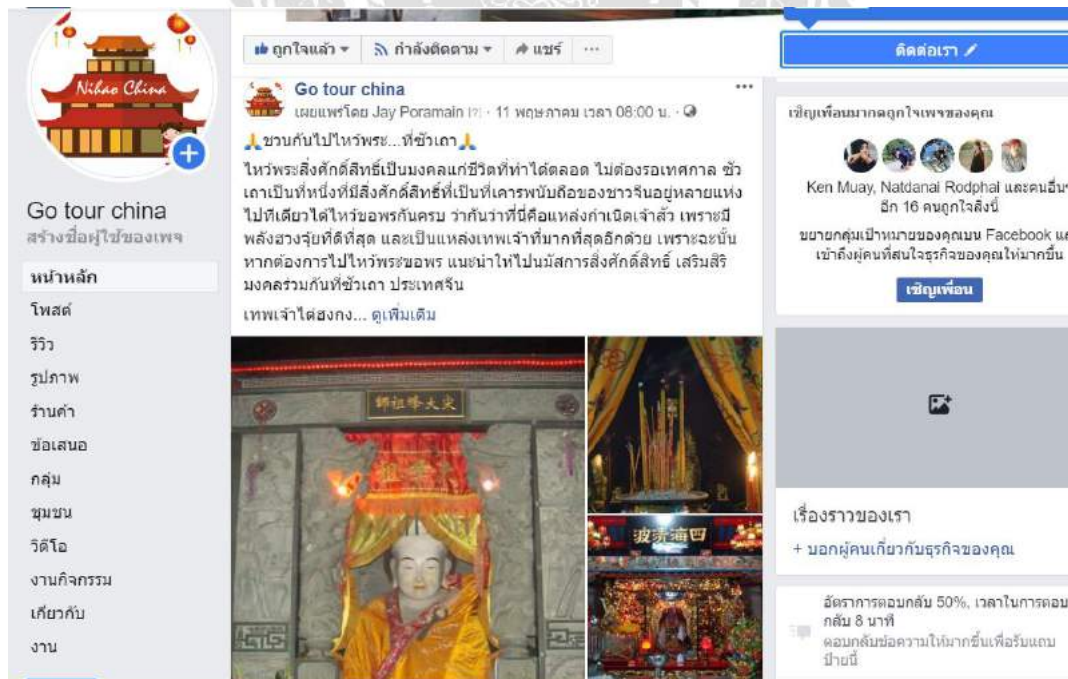


รูปที่ 4.8 แสดงถึงตัวอย่างการโพสต์ในแฟนเพจ  
ที่มา Fan page Facebook Go to china



รูปที่ 4.9 แสดงถึงตัวอย่างการโพสต์ในแฟนเพจ

ที่ 1 Fan page Facebook Go to china



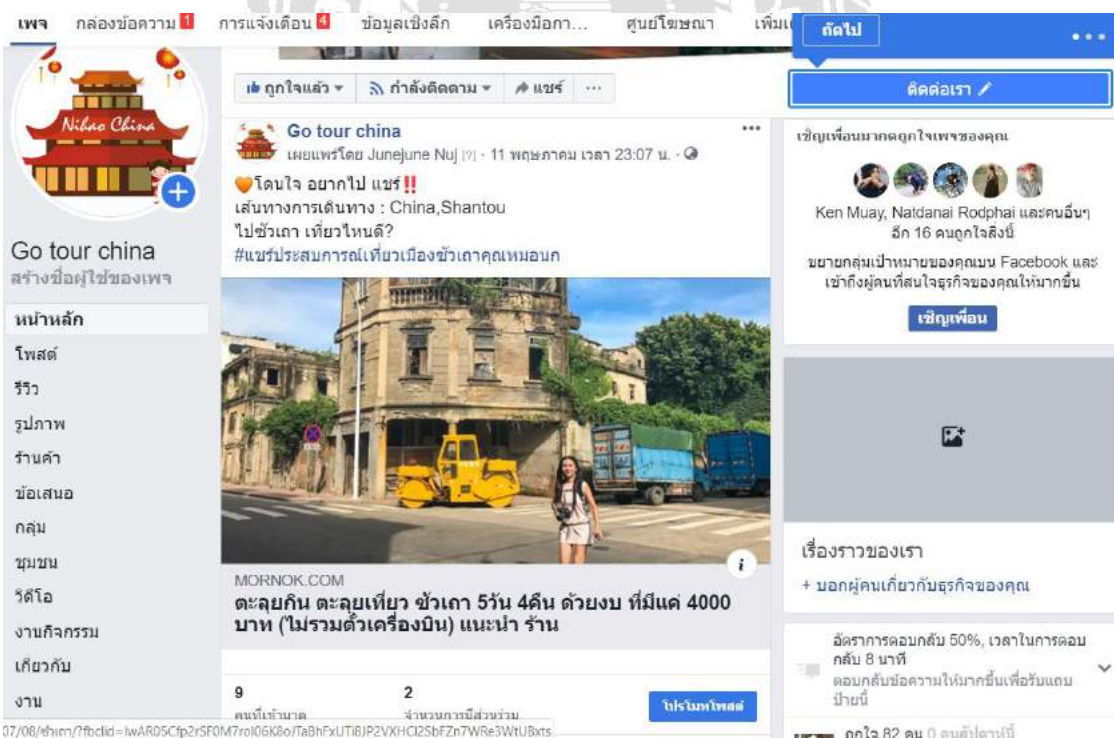
รูปที่ 4.10 แสดงถึงตัวอย่างการโพสต์ในแฟนเพจ

ที่ 1 Fan page Facebook Go to china



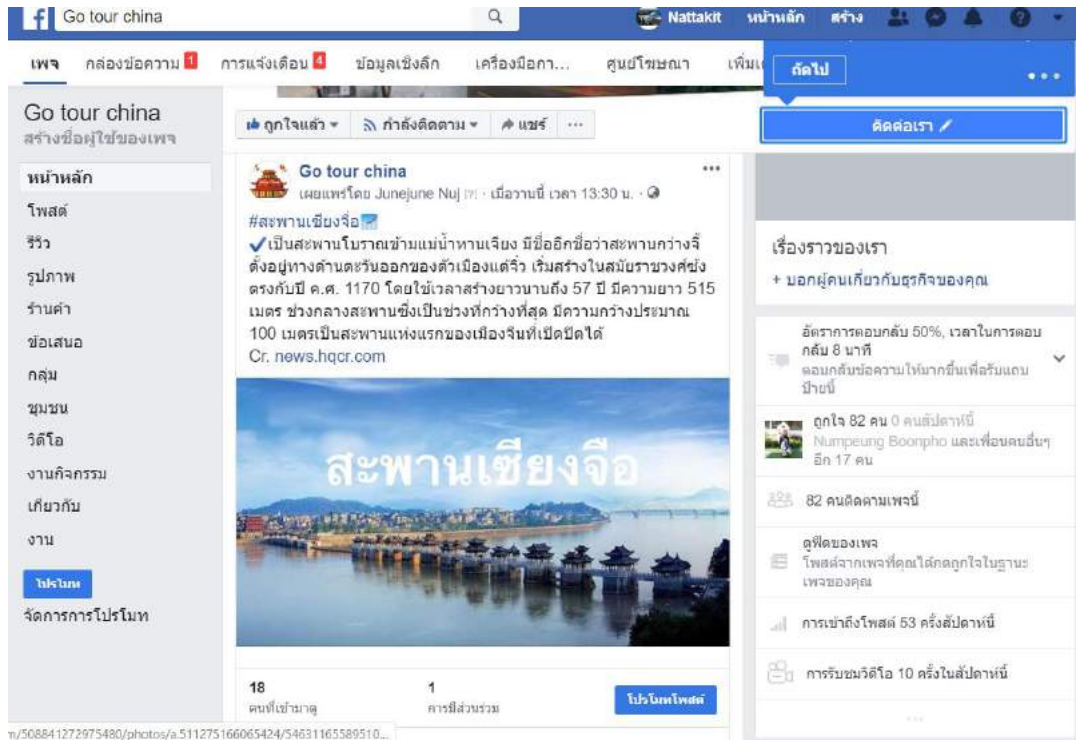
รูปที่ 4.11 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ

ที่มา Fan page Facebook Go to china



รูปที่ 4.12 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ

ที่มา Fan page Facebook Go to china



รูปที่ 4.13 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ

ที่มา Fan page Facebook Go to china



รูปที่ 4.14 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ

ที่มา Fan page Facebook Go to china

## 4.2 ผลการปฏิบัติงาน

หลังจากคณะผู้จัดทำได้โพสต์ข้อความลงทางแฟนเพจ Go tour China ได้มีลูกค้าเข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูลจากทางแฟนเพจเกี่ยวกับแพ็คเกจทัวร์จากรูปที่ 4.7 ได้ทำการโพสต์ เปิดமான เชียงไฮ้ดิสนีย์แลนด์ ทำให้ลูกค้าสนใจสอบถามข้อมูลแพ็คเกจทัวร์ ทางคณะผู้จัดทำมีการโพสต์ 63 โพสต์ระยะเวลาดำเนินการ 2 เดือน



รูปที่ 4.15 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า

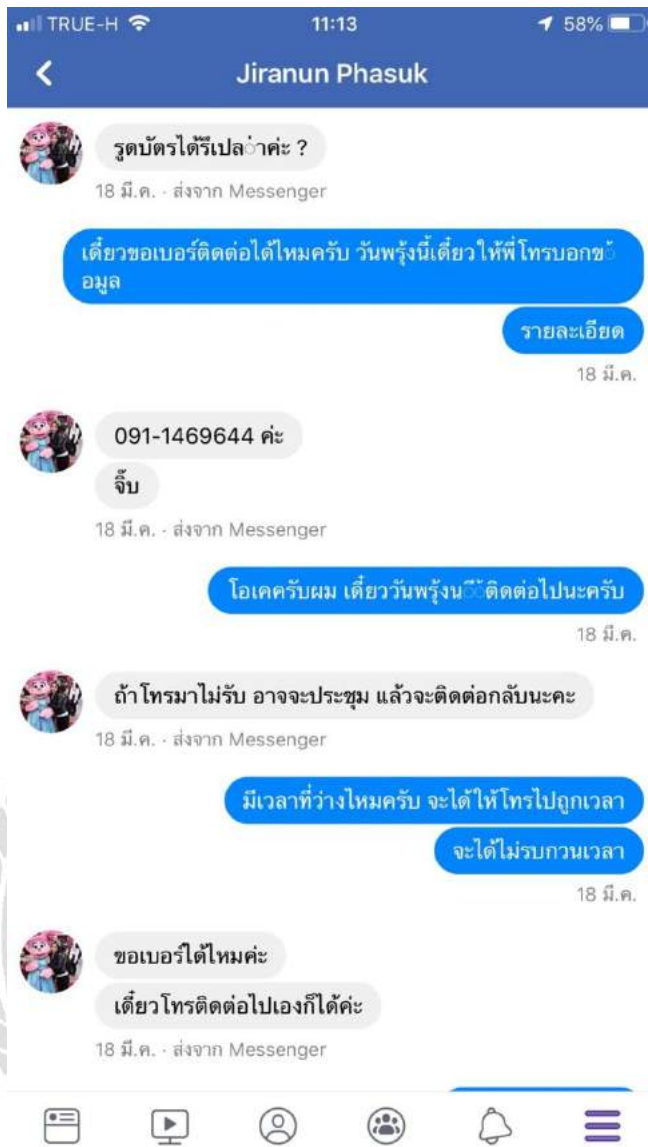
ที่มา คณะผู้จัดทำ





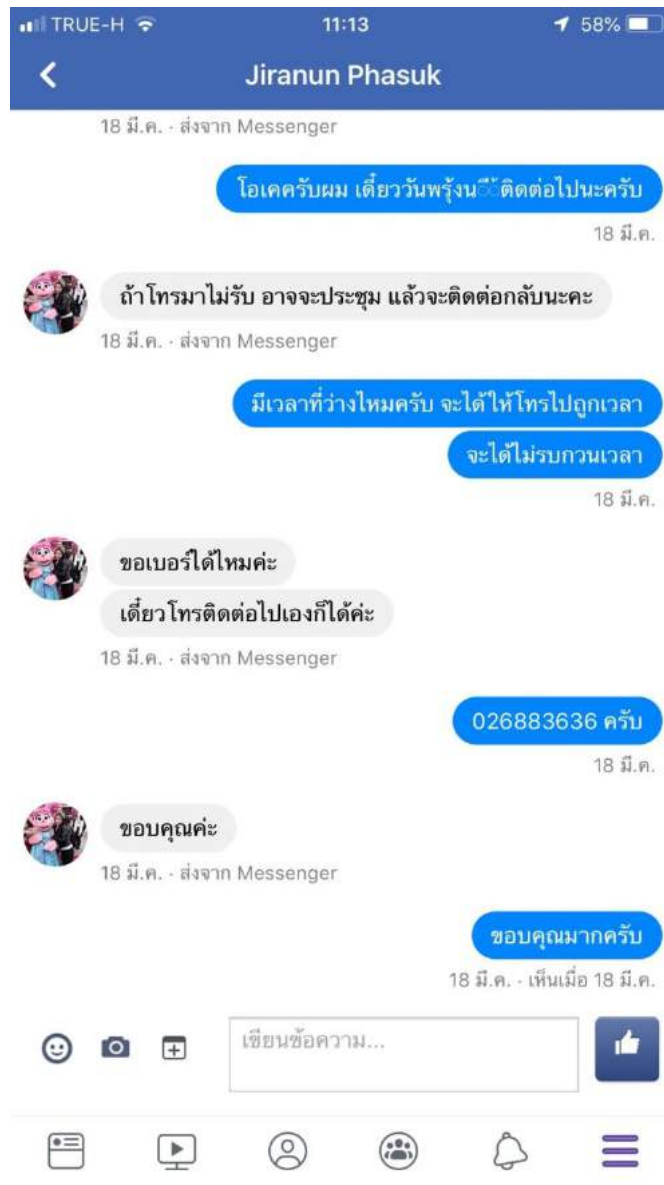
รูปที่ 4.16 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า

ที่มา คณะผู้จัดทำ



รูปที่ 4.17 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า

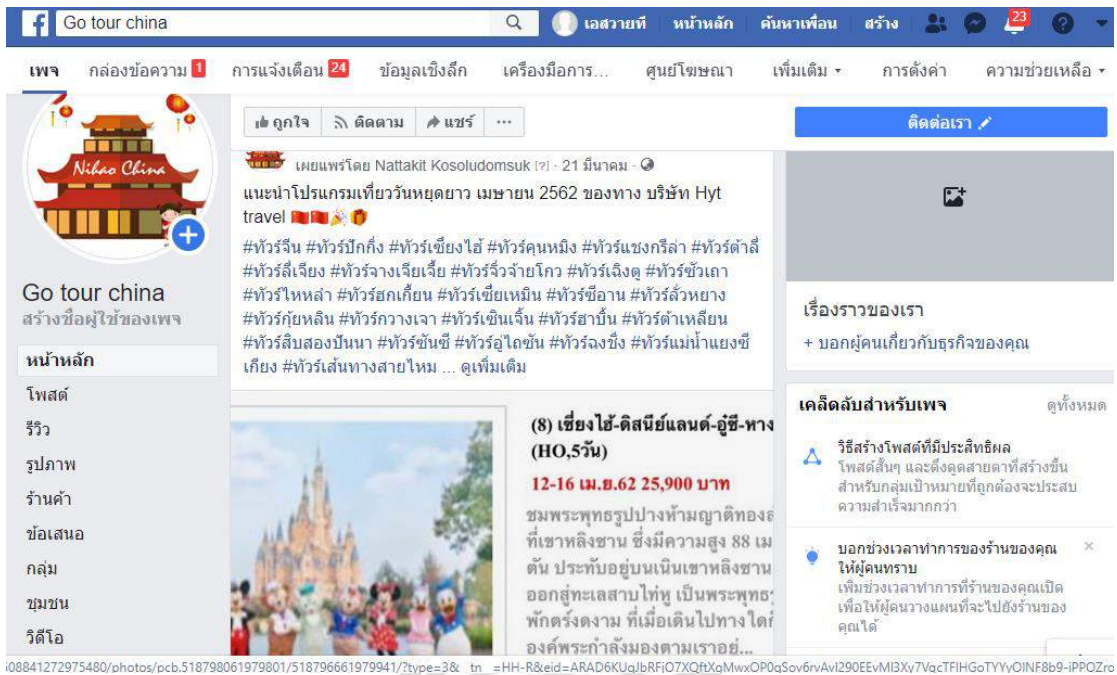
ที่มา คณะผู้จัดทำ



รูปที่ 4.18 แสดงรายละเอียดการสนทนากับลูกค้า

ที่มา คณะผู้จัดทำ

จากรูปภาพที่ 4.18 ลูกค้าโทรมาสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และได้ตกลงทำการซื้อแพ็คเกจทัวร์ เชียงไฮด์สไนซ์แลนด์กับทางบริษัทเป็นจำนวน 2 ท่าน หลังจากที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อแพ็คเกจทัวร์ไป กับทางบริษัท คณะผู้จัดทำจึงลองทำการซื้อโฆษณา



รูปที่ 4.19 แสดงถึงตัวอย่างการ โพสต์ในแฟนเพจ

ที่มา Fan page Facebook Go to china

จากการจัดทำสื่อโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เฟสบุ๊กแฟนเพจ Go tour China นี้ ใช้ระยะเวลาเพียง 2 เดือน ทำให้ได้ผลตอบรับจากลูกเพจจำนวน 82 คนการมีส่วนร่วมมากที่สุด 29 ครั้งและการเข้าถึงของลูกเพจจำนวน 396 ครั้ง ซึ่งสามารถขยายฐานลูกค้าจากเดิมได้ ทางบริษัทได้เห็นประโยชน์นี้ จึงทำการซื้อโฆษณาของเฟสบุ๊กเป็นจำนวน 100 บาท ทำให้แฟนเพจนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคมออนไลน์หลังจากซื้อโฆษณาสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมได้ 89 ครั้งและเพิ่มการเข้าถึงเป็น 1,900 ครั้ง

## บทที่ ๕

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### การจัดทำโครงการเรื่องการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน

#### ผ่านแฟนเพจเฟสบุ๊ก Go tour China

#### กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด สรุปได้ดังนี้

##### 5.1 สรุปผลโครงการ

การจัดทำโครงการแฟนเพจ เฟสบุ๊ก (Facebook) “Go tour China” เพื่อให้ความรู้และสิ่งที่น่าสนใจต่างๆของประเทศจีนว่ามีความสวยงาม เช่นไร มีสถานที่ท่องเที่ยวอะไรบ้างแล้วคณะผู้จัดทำก็จะแนะนำสถานที่ต่างๆภายในประเทศจีน วัฒนธรรม อาหาร และแหล่งช้อปปิ้ง ให้ผู้คนได้เห็นสนใจอยากไปเที่ยวจีนมากขึ้นและช่วยเพิ่ม โอกาสเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับทางบริษัทเป็นช่องทางโปรโมท โฆษณา อีกช่องทางหนึ่ง มีช่องทางติดต่อเพิ่มมาจากเดิมได้อีกและขยายฐานลูกค้า

ผลการดำเนินงาน คณะผู้จัดทำการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ โดยสร้างแฟนเพจ เฟสบุ๊ก (Facebook) “Go tour China” ให้ข้อมูลดึงดูดความสนใจของลูกค้าเกี่ยวกับประเทศจีน และแทรก ลิงค์เว็บไซต์ของบริษัท ทำให้ได้ลูกค้าเกิดความสนใจและได้ทักเข้ามาสอบถามข้อมูลทางกล่องข้อความบนเฟสบุ๊ก และตกลงซื้อทัวร์ดิสนีย์แลนด์ จำนวน 2 ท่าน ทางบริษัทเห็นแนวทาง จึงได้ทำ การซื้อโฆษณาบนเฟสบุ๊ก ในจำนวนเงิน 100 บาท ซึ่งส่งผลให้ผู้เข้าชมมีเพิ่มขึ้นจากเดิมไม่เกิน 400 คน เป็น 1,900 คน

##### 5.2 ข้อจำกัดและปัญหาในการจัดทำโครงการ

5.2.1. ในช่วงแรกของการปฏิบัติงาน ยังขาดความรู้ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ต้อง ใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้

5.2.2. ต้องศึกษาที่เกี่ยวกับเทคนิคการโพสต์เพื่อให้ผู้คนสนใจและเห็นโพสต์ได้มากขึ้น

### 5.3 แนวทางการแก้ไขปัญหาข้อเสนอแนะ

5.3.1. ต้องศึกษาทำความเข้าใจในรายละเอียดของโครงการเพื่อลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น

5.3.2. ควรจัดลำดับความสำคัญของโครงการและเรียนรู้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำรูปเล่มโครงการสหกิจ

5.3.3. คอยอัปเดตข้อมูลที่น่าสนใจของประเทศจีน

5.3.4. ควรซื้อโฆษณาโปร โปสต์ในช่วงเทศกาลเพื่อเพิ่มยอดขาย

### 5.4 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ควรมีความรอบคอบในการทำงาน เพราะ ในการทำงานต้องมีการตรวจความถูกต้องของชื่อนามสกุลวันเดือนปีเกิดและวันทำวันหมดอายุพาสปอร์ตของลูกค้าเพื่อใช้ในการขอวีซ่าและซื้อตั๋วโดยสารถ้าทำการตรวจผิดก็จะทำให้บริษัทนั้นเสียเวลาและเงินให้การไปทำใหม่

#### 5.4.1 ปัญหาที่พบ

1. เรื่อง โปสต์ในช่วงใกล้จะออกกรุ๊ปไม่มีเวลาโปสต์ทำให้ไม่เป็นไปตามที่

กำหนดทำให้ยอดเข้าชมลดลง

2. ภาษาในการกรอกเอกสารสำหรับทำวีซ่ามีเพียงภาษาจีนกับภาษาอังกฤษอาจจะเขียนผิดพลาดได้

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะ

1. ควรฝึกทักษะการใช้ไมโครซอฟเวิร์ดกับไมโครซอฟเอ็กเซล

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับโปสต์ว่าโปสต์เวลาไหนจะมีคนเห็นเยอะที่สุด

3. มีข้อสงสัยให้สอบถามในทันที

4. หากไม่มีเวลาโปสต์ควรตั้งโปสต์ล่วงหน้าเอาไว้

## บรรณานุกรม

- จุฑามาศ พลายมี. (2558). ความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อโฆษณาออนไลน์ Facebook  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชัยนันท์ ธีนวารชร. (2560). การโฆษณาสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ  
สินค้า. เข้าถึงได้จาก: [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/  
TU\\_2017\\_5902037091\\_7290\\_6043](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902037091_7290_6043)
- ถาวร สิกขโกศล. (2554). *แต่จิว:เงินกลุ่มน้อยที่ยิ่งใหญ่*. เข้าถึงได้จาก: [https://www.silpa-  
mag.com/culture/article\\_25680](https://www.silpa-mag.com/culture/article_25680)
- ธีรพล จิวเจริญ. (2560). อิทธิพลของการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้า  
ของประชาชนในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ไอทีแอล เทรด มีเดีย จำกัด.
- นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม. (2559). งานวิจัย เรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคม.  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปวัฒน์ เลาหะวีร์. (2553). *ชนะคู่แข่งด้วยการตลาดกับ Facebook+twitter marketing*. กรุงเทพฯ :วิดี  
กรุ๊ป.
- บริษัทมิราม่าเซอร์วิส(ประเทศไทย)จำกัด. *เที่ยวจีน ไปเมืองชัวเถาดูว่ามีอะไรน่าเที่ยวบ้าง*.  
เข้าถึงได้จาก: <https://www.wonderfulpackage.com/article/v/130/>
- สุสดี วัฒนสาคร. (2549). *การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติในการเปิดรับชมสื่อโฆษณาทาง  
อินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2546). *แรงจูงใจกับการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). *การตลาดแนวใหม่ผ่าน social media* . กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2553). *การศึกษากระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ใน  
องค์กรธุรกิจข้ามชาติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิกิพีเดีย. (ม.ป.ป.). ข้อมูลประเทศจีน. วันที่สืบค้น 6 มีนาคม 2562, เข้าถึงได้จาก:  
[https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80  
%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%88%E0%B8%B5%E0%B8%99](https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%88%E0%B8%B5%E0%B8%99)
- สหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง. (2554). การโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ตราสินค้า  
ของผู้บริโภคในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เสวี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทวิสิทธิ์พัฒนาจำกัด.  
อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2553). มัดใจ Gen Y ด้วยดีไซน์ โดนๆ. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategy-brand-marketing/gen-y/>

Safko, L. (2010). The Social Media Bible. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.







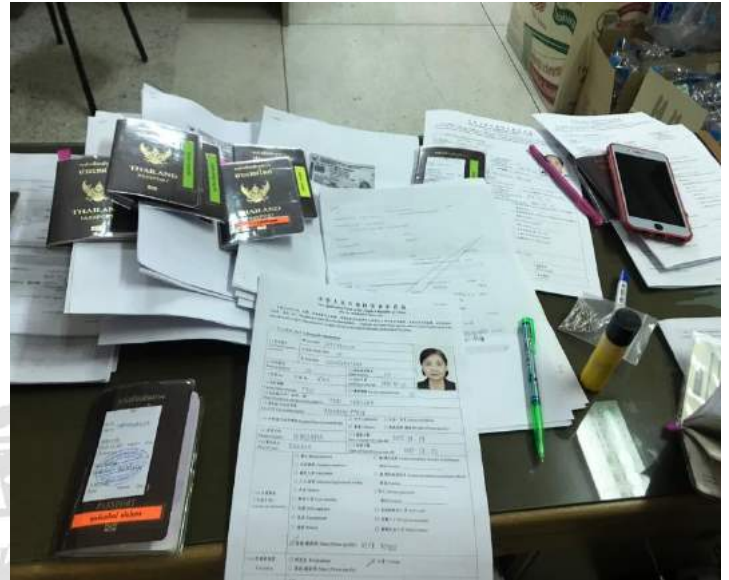
ภาคผนวก



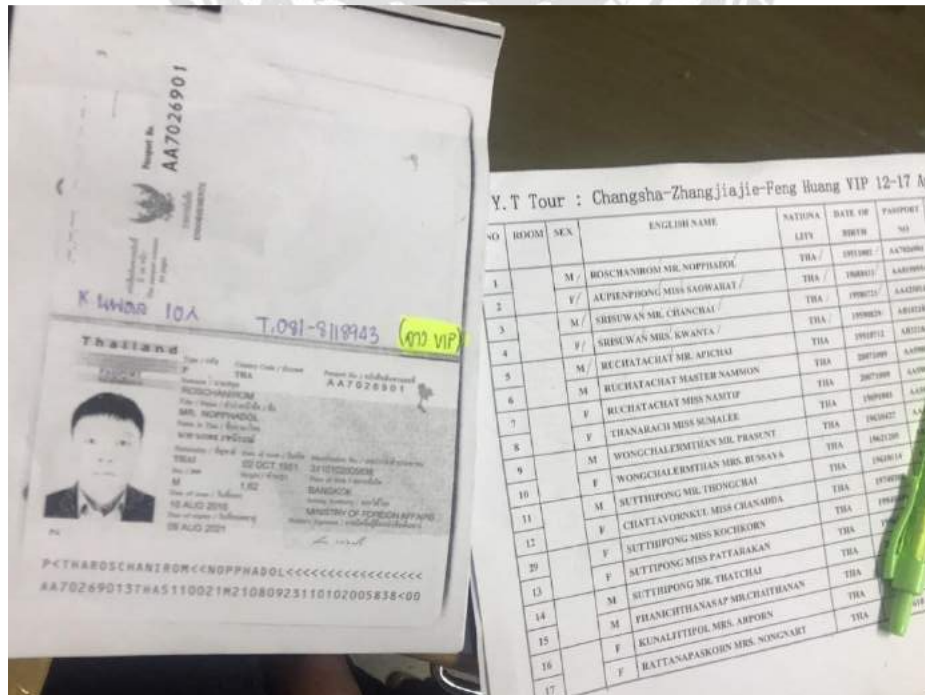
ภาคผนวก ก

# ภาพขณะปฏิบัติงานและการนิเทศของอาจารย์

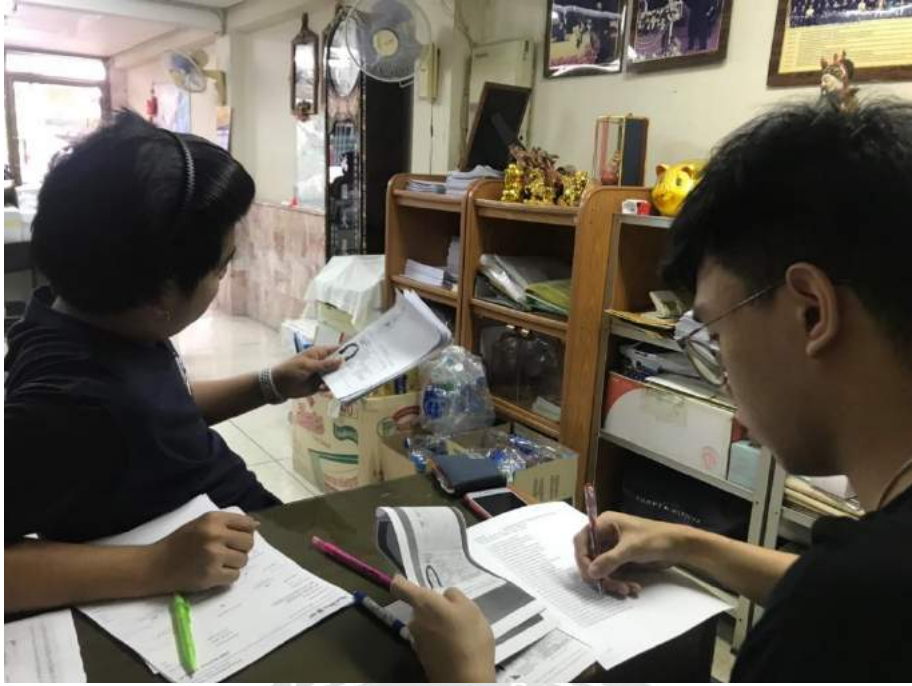
## กรอกเอกสารและตรวจสอบรายชื่อของลูกค้า



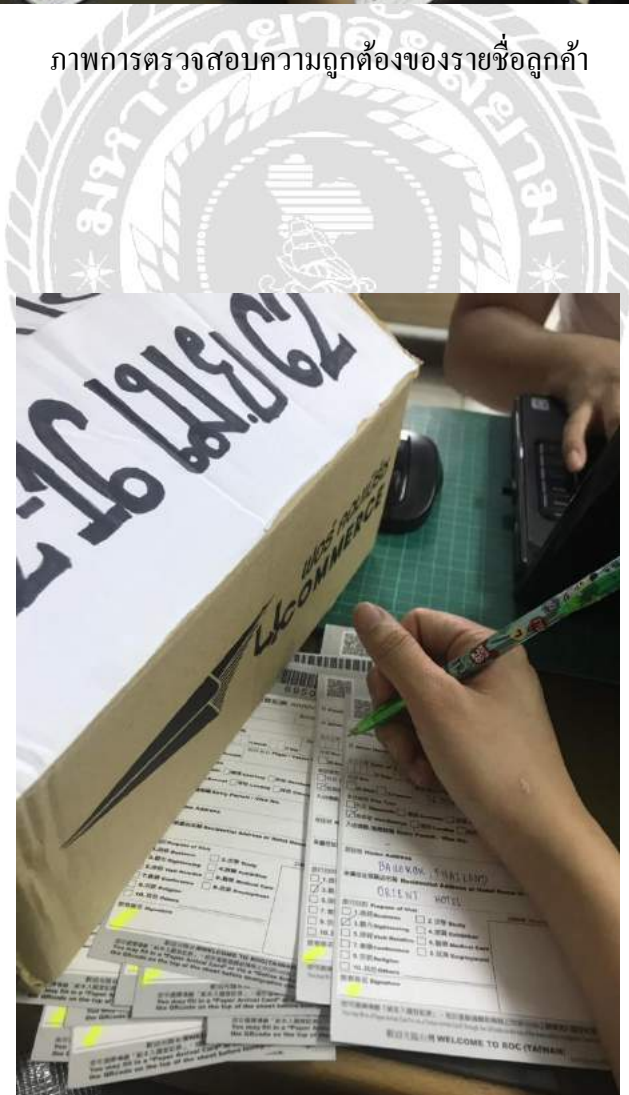
## ภาพการกรอกข้อมูลขอวีซ่าจีน



## ภาพการตรวจสอบความถูกต้องของรายชื่อลูกค้า



ภาพการตรวจสอบความถูกต้องของรายชื่อลูกค้า



ภาพการกรอกข้อมูลใบตรวจคนเข้าเมือง



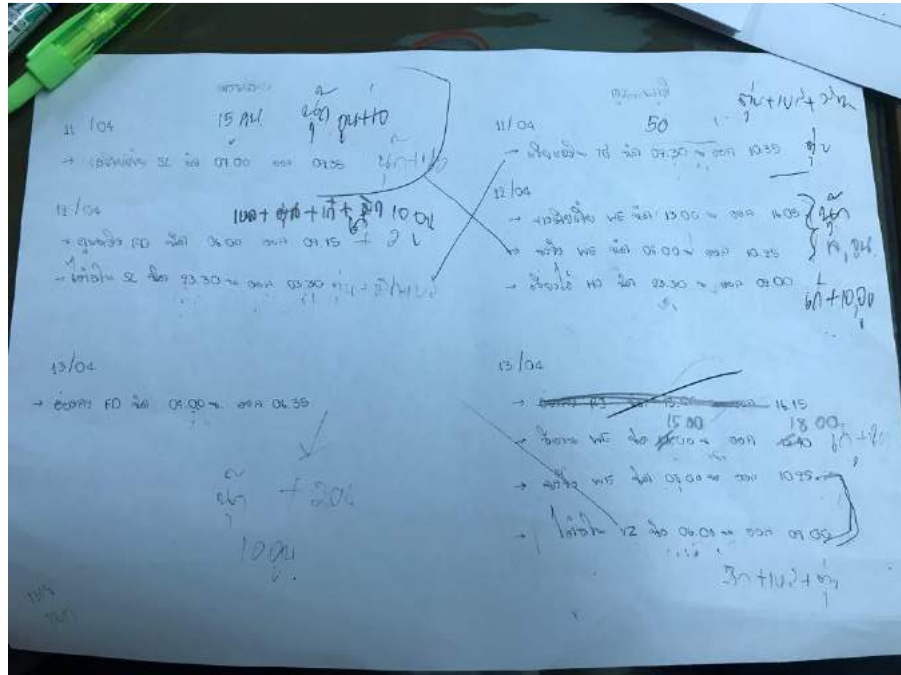
ภาพขั้นตอนการนำรายชื่อลูกค้าทำแท็กระเบียบ

คณจิ๋ว/WE (๕ วัน) 12-16 APR

วันที่	ชื่อ	รับPASS	เส้นทาง	หมายเหตุ
*รับบัตร 13/3รับ PASS*	ท.พนมณี	4X	ท.๕๒๐คต/ไซ	*รับบัตร ฝั่งพททล 13/3รับ 11คน ส่งเอกสาร X ขนย้ายตัว X
*รับบัตร เข้า 12/3	ท.นภมว	2X+10คน	ขทางรถ รถชัย 66/4 ๓.10รับบัตรเข้า	

ภาพใบแสดงสถานที่นี้รับ passport กับลูกค้า

## การปฏิบัติงานส่งลูกค้าที่สนามบิน



## ภาพใบตารางนัดส่งลูกค้า



## ภาพการปฏิบัติงานนอกสถานที่



ภาพการปฏิบัติงานนอกสถานที่



ภาพการปฏิบัติงานนอกสถานที่





ภาพการปฏิบัติงานนอกสถานที่



อาจารย์ ศุภัตรา ฮวบเจริญ เดินทางมานิเทศนักศึกษา





**ภาคผนวก ข**

### บทสัมภาษณ์ของพนักงานที่ปรึกษา



#### ข้อดีของนักศึกษา คือ

- 1.) รับผิดชอบหน้าที่และงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จลุล่วงได้ดี
- 2.) ขยันและกระตือรือร้นต่อการทำงาน
- 3.) มีความสามัคคีและแนวคิดร่วมกันอย่างสร้างสรรค์
- 4.) มีความรู้ความสามารถอื่นๆช่วยเหลือเพื่อนๆ ได้เป็นอย่างดี

#### สิ่งที่ต้องพัฒนาเพิ่มขึ้น

- 1.) เรื่องภาษาควรฝึกฝนและพัฒนาให้มากขึ้น
- 2.) ควรมีความรอบคอบกับงานที่ได้รับมอบหมาย อย่างเช่น การตรวจตัวและอื่นๆ

(พนักงานที่ปรึกษา).....



(นางสาว เพ็ญศิริ จันทร์แสง)



**ภาคผนวก ค**

# การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่านแฟนเพจเฟสบุ๊ค “Go tour China”

:กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด

Chinese Tourism Online advertising through Facebook

Fanpage “Go Tour China” with H.Y.T Travel Services Co., Ltd's case study

นางสาว กาญจนา วุฒิมงคลเลิศ

นาย ณัฐกฤษ โทศลอุดมสุข

นาย ประเมินทร์ อมรรวณิชศักดิ์

อาจารย์ สุภัตรา ฮวบเจริญ

38 ถนน เพชรเกษม เขต ภาษีเจริญ กทม. 10160

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

E-mail : jayporamain@gmail.com, nattakit.kos@siam.edu, Kanchana.wut@siam.edu

## บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการ “การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่าน แฟนเพจเฟสบุ๊ค Go tour China กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด” คณะผู้จัดทำพบว่าช่องทางการขายของบริษัทนี้มีเพียง 2 ช่องทางเท่านั้น คือ การโฆษณาผ่านเว็บ Google และทางหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครทางคณะผู้จัดทำ จึงเห็น โอกาสเพิ่มช่องทางการขายผ่านสื่อออนไลน์เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นวงกว้างและทันสมัย คณะผู้จัดทำ จึงได้สร้างช่องทางการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีนผ่านแฟนเพจเฟสบุ๊ค Go tour China โดยโพสต์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเทศจีน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร จุดเด่นเอกลักษณ์ รวมไปถึงโปรแกรมทัวร์ที่น่าสนใจ เป็นต้น และสอดแทรกเว็บไซต์ของบริษัทไว้ โดย

วัตถุประสงค์ของโครงการนี้คือเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจในประเทศจีน และเป็นส่วนในการเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น

จากการจัดทำสื่อโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ แฟนเพจเฟสบุ๊ค Go tour China นี้ ใช้ระยะเวลาเพียง 2 เดือน ทำให้ได้ผลตอบรับจากลูกค้าจำนวน 82 คนการมีส่วนร่วมมากที่สุด 29 ครั้งและการเข้าถึงของลูกค้าจำนวน 396 ครั้ง ซึ่งสามารถขยายฐานลูกค้าจากเดิมได้ ทางบริษัทได้เห็นประโยชน์นี้ จึงทำการซื้อโฆษณาของเฟสบุ๊คเป็นจำนวน 100 บาท ทำให้แฟนเพจนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคมออนไลน์หลังจากซื้อโฆษณาสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมได้ 89 ครั้งและเพิ่มการเข้าถึงเป็น 1,900 ครั้ง

คำสำคัญ: การโฆษณา / เฟสบุ๊ค / แฟนเพจ Go tour China

## Abstract

The Project "Chinese tourism online advertising through Facebook fan page 'Go tour China' with H.Y.T Travel Services Co., Ltd's" case study has the purpose to study how much social network and Google website advertising can affect customers' interest and how it can be a part of expanding sales channels. The author has discovered that the company has only 2 advertising channels; Google ads and Bangkok Business news newspaper (alias Krungthep Turakij newspaper). These findings showed the opportunity to increase sales channels by using a social network fan page on Facebook to post various information on 'Go tour Chinas' fan page, such as compelling tour programs, exotic food, famous tourist attraction and more.

The results showed that by using the Facebook channel to advertising our tourism company in 2 months, the fan page subscriber increased by 82, the fan page activities participation by 29 times and fan page visitation by 396 times. This outcome has shown that we can increase more sales traffic by using Facebook fan page thus we have continued the advertising by paying 100 Baht to buy Facebook ads, it has helped us become acknowledged by more people, increased fan page activity participation by 89 times and fan page visitation by 1,900 times.

Key words: Advertising / Facebook / Fanpage/ Go tour China

## วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย จีน ผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก “Go tour China”

### 1.)ขอบเขตของโครงการ

ในการศึกษาโครงการสหกิจศึกษาคั้งนี้ มีขอบเขตของการศึกษาโครงการแบ่งออกเป็น 3ส่วนดังนี้

### 2.)ขอบเขตด้านพื้นที่

ภายในบริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิสจำกัด

### 3.)ขอบเขตด้านข้อมูล

ในแฟนเพจ เฟซบุ๊ก (Facebook) “Go tour China” ศึกษาเส้นทางจีน

1. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและสอบถามข้อมูลต่างๆจากพนักงานที่ปรึกษารวมทั้งบุคลากรของบริษัท เอชวายที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด

2. ศึกษาข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต

3. ศึกษาข้อมูลเส้นทางการเดินทางจาก อินเทอร์เน็ต และหนังสือเดินทาง

### 4.)ขอบเขตด้านระยะเวลา

วันที่ 7 มกราคม 2562 ถึงวันที่ 27 เมษายน 2562

### ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1.สร้างแฟนเพจ

2. หาข้อมูลลงโพสต์

3.ซื้อโฆษณาโปรโมทโพสต์

### สรุปผลของโครงการ

ผลการดำเนินงาน คณะผู้จัดทำกร  
โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ โดยสร้างแฟนเพจ เฟซบุ๊ก (Facebook) “Go tour China” ให้ข้อมูลดึงดูดความ

สนใจของลูกค้าเกี่ยวกับประเทศจีน และแทรกสิ่งค  
เว็บไซต์ของบริษัท ทำให้ได้ลูกค้าเกิดความสนใจ  
และได้ทักเข้ามาสอบถามข้อมูลทางกล่องข้อความ  
บนเฟสบุ๊ก และตกลงซื้อทัวร์คีนีย์แลนด์ จำนวน 2  
ท่าน ทางบริษัทเห็นแนวทาง จึงได้ทำการซื้อ  
โฆษณาบนเฟสบุ๊ก ในจำนวนเงิน 100 บาท ซึ่ง  
ส่งผลให้ผู้เข้าชมมีเพิ่มขึ้นจากเดิมไม่เกิน 400 คน  
เป็น 1,900 คน

### กิตติกรรมประกาศ

การที่ คณะผู้จัดทำ ได้มาปฏิบัติงานใน  
โครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท เอช วาย ที แทรเวล  
เซอร์วิส จำกัด ตั้งแต่วันที่ 7 มกราคม พ.ศ 2562 ถึง  
วันที่ 27 เมษายน พ.ศ 2562 ส่งผลให้ คณะผู้จัดทำ  
ได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์  
ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการ  
ปฏิบัติงานตำแหน่ง Sale marketing ณ บริษัท  
เอช วาย ที แทรเวล เซอร์วิส จำกัด สามารถนำ  
ความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดย  
ได้รับความร่วมมือจาก บริษัท เอช วาย ที แทรเวล  
เซอร์วิส จำกัด ได้สอน ได้เรียนรู้งาน และ ปัญหาที่  
พบ ในการทำงาน ในแผนกต่างๆ จึง ขอขอบคุณมา  
 ณ ที่นี้ และ สนับสนุนจากหลายฝ่าย

### เอกสารอ้างอิง

จุฑามาศ พลายมี. (2558). ความพึงพอใจของผู้ใช้  
อินเทอร์เน็ตต่อโฆษณาออนไลน์Facebookกรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชัยนันท์ ชันวารชร.(2560).การโฆษณาสินค้าผ่าน  
เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ  
สินค้า.เข้าถึงได้จาก

[http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5902037091\\_7290\\_6043](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902037091_7290_6043)

ถาวร สิกขโกศล.(2554).แต่จิว:เงินกลุ่มน้อยที่  
ยิ่งใหญ่. เข้าถึงได้จาก [https://www.silpa-mag.com/culture/article\\_25680](https://www.silpa-mag.com/culture/article_25680)

ธีรพล จิวเจริญ. (2560). อิทธิพลของการโฆษณา  
ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้า  
ของประชาชนใน ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : โรง  
พิมพ์ ไอทีแอล เทรด มีเดีย จำกัด.

นุชจรินทร์ ชอบดำรงธรรม. (2559). งานวิจัย เรื่อง  
อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมกรุงเทพฯ:  
โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปวีตัน เลาหะ  
วีร์. (2553). ชนะคู่แข่งด้วยการตลาดกับ  
Facebook+twitter marketing.กรุงเทพฯ :วิดีกรุ๊ป  
บริษัทมिरามาเซอร์วิส(ประเทศไทย)จำกัด. เที่ยวจีน  
ไปเมืองซัวเถาคูว่ามีอะไรน่าเที่ยวบ้าง. วันที่สืบค้น  
6 มีนาคม 2562, จาก.

<https://www.wonderfulpackage.com/article/v/130/>

ผุสดี วัฒนสาคร. (2549). การศึกษาพฤติกรรมและ  
ทัศนคติ ในการ เปิดรับ ชม สื่อ โฆษณา ทาง  
อินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2546). แรงจูงใจกับการ  
โฆษณา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน  
social media . กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2553). การศึกษากระบวนการ  
จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ในองค์กร  
ธุรกิจข้ามชาติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิกิพีเดีย. (ม.ป.ป.). ข้อมูลประเทศจีน. วันที่สืบค้น 6  
มีนาคม 2562, จาก<https://th.wikipedia.org/wiki>

สหเทพ เพ็ชรเกลี้ยง. (2554). การโฆษณาผ่านระบบ  
อินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ตราสินค้าของ



ผู้บริโภคในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสาร  
การตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทวิสิทธ์พัฒนาจำกัด.

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาดย์. (2553). มัดใจ Gen Y ด้วย  
ดีไซน์ โคนๆ. เข้าถึงได้จาก

[http://www.marketingoops.com/brand-  
marketing/strategy-brand-marketing/gen-y/](http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategy-brand-marketing/gen-y/)

Safko, L. (2010). The Social Media Bible. New  
Jeracy: John Wilcy & Sons, Inc.





ภาคผนวก ง

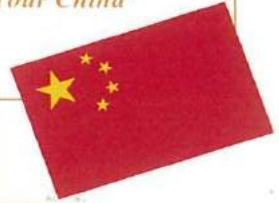


การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีนผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก "Go Tour China"

กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด

Chinese Tourism Online advertising through Facebook Fanpage "Go Tour China"

with H.Y.T Travel Services Co., Ltd.'s case study



สถานประกอบการ กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที  
แทรเวลเซอร์วิส จำกัด

อาจารย์ที่ปรึกษา ศุภกัตรา สวมเจริญ

พนักงานที่ปรึกษา นางสาว เพ็ญทิวรี จันทร์แสง

## บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการ "การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีน ผ่าน แฟนเพจเฟซบุ๊ก Go tour China กรณีศึกษา บริษัท เอช วาย ที แทรเวลเซอร์วิส จำกัด" คณะผู้จัดทำพบว่าช่องทางการขายของบริษัทนี้มีเพียง 2 ช่องทางเท่านั้น คือ การโฆษณาผ่านเว็บ Google และทางหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครทางคณะผู้จัดทำ จึงเห็นโอกาสเพิ่มช่องทางการขายผ่านสื่อออนไลน์เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับข่าวสารเป็นวงกว้างและทันสมัย คณะผู้จัดทำจึงได้สร้างช่องทางการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีนผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก Go tour China โดยโพสต์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเกี่ยวกับประเทศจีน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร จุดเด่น เอกอัครราชทูต รวมไปถึงโปรแกรมทัวร์ที่น่าสนใจ เป็นต้น และสอดคล้องเว็บไซต์ของบริษัทไว้ โดยวัตถุประสงค์ของโครงการนี้คือเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจในประเทศจีน และเป็นส่วนในการเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น

จากการจัดทำสื่อโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ Go tour China นี้ ใช้ระยะเวลาเพียง 2 เดือน ทำให้ได้ผลตอบรับจากลูกค้าจำนวน 82 คน การมีส่วนร่วมมากที่สุด 29 ครั้งและการเข้าถึงของลูกค้าจำนวน 396 ครั้ง ซึ่งสามารถขยายฐานลูกค้าจากเดิมได้ ทางบริษัทได้เห็นประโยชน์นี้ จึงทำการซื้อโฆษณาของเฟซบุ๊กเป็นจำนวน 100 บาท ทำให้แฟนเพจนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคมออนไลน์หลังจากซื้อโฆษณาสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมได้ 89 ครั้งและเพิ่มการเข้าถึงเป็น 1,900 ครั้ง

## วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวประเทศจีนผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก Go tour China

## ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

### 1. การจัดเตรียมข้อมูล

ทางคณะผู้จัดทำต้องทำการค้นหาข้อมูลของสถานที่ต่างๆที่มีความน่าสนใจมาจัดการเพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าตรงตามความต้องการหรือไม่

### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากค้นหาข้อมูลนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตรงกับสถานที่ทางบริษัทมีการจัดการนำเพื่อนำมาวิเคราะห์มีความน่าสนใจที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้คนสนใจได้หรือไม่

### 3. เตรียมการออกแบบและโพสต์ข้อความ

นำข้อมูลมาเตรียมการ โพสต์ลงใน แฟนเพจ และตกแต่งรูปภาพบทความให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

## สรุปผลของโครงการ

ผลการดำเนินงาน คณะผู้จัดทำทำการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ โดยสร้างแฟนเพจ เฟซบุ๊ก (Facebook) "Go tour China" ให้ข้อมูลดึงดูดความสนใจของลูกค้าเกี่ยวกับประเทศจีน และแทรกสิ่งเว็บไซต์ของบริษัท ทำให้ได้ลูกค้าเกิดความสนใจและได้ทักเข้ามาสอบถามข้อมูลทางกล่องข้อความบนเฟซบุ๊ก และตกลงซื้อทัวร์ดีสนีย์แลนด์ จำนวน 2 ท่าน ทางบริษัทเห็นแนวทาง จึงได้ทำการซื้อโฆษณาบนเฟซบุ๊ก ในจำนวนเงิน 100 บาท ซึ่งส่งผลให้ผู้เข้าชมมีเพิ่มขึ้นจากเดิมไม่เกิน 400 คน เป็น 1,900 คน

## ประโยชน์ที่ได้รับ

คณะผู้จัดทำได้เรียนรู้งานวิธีการจัดการแฟนเพจ มีขั้นตอนและวิธีการเช่นไรสามารถนำไปปรับใช้ได้ในอนาคต

จากโครงการที่ได้จัดทำประสบความสำเร็จมีการเพิ่มยอดขายให้กับทางบริษัทจริงมีลูกค้าสนใจเห็นข้อมูลจากแฟนเพจที่จัดทำ

นางสาว กาญจนา วุฒิมงคลเลิศ 5804400183

นาย ณัฐกฤษ โทศลอุดมสุข 5804400216

นาย ประเมินทร์ อมรวณิชศักดิ์ 5804400287



ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์



**ภาคผนวก จ**



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อนักงาน ที่ปรึกษา
1	7 ธ.ค - 12 ธ.ค 62	- เรียนรู้ร้านอาหาร สาขา สาขา บริษัท H.Y.T โรงแรม - กรอกเอกสาร ติดต่อ เกี่ยวกับ ข้อมูลต่าง ๆ เอกสาร - ฝึกสังเกต ไปโรงแรมทั่วๆ ที่ตั้งในบริษัท ทำสื่อจัดทำ ไปที่ ในช่าง - ทำเอกสาร - ตรวจเอกสาร ตามกฎข้อ	กมล จพ	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
2	14 ธ.ค - 19 ธ.ค 62	- รับผิดชอบงานต้อนรับ คอยตอบคำถามลูกค้า งานไปโรงแรมทั่วๆ - ส่งแฟ้ม - รับแฟ้ม - ทำเอกสาร - ตรวจเอกสาร - กรอกเอกสาร VISIT - กรอกใบ ม.๒	กมล จพ	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
3	21 ธ.ค - 28 ธ.ค 62	- ฝึกออกสื่อโดยส่ง ออกรายการ คมคมผู้ชม การออกสื่อ โดย อ.ม จัดเตรียมเอกสาร ให้พร้อม - ทำเอกสาร - ออกไปส่งออกคนที่ แลดู สรรหา ไป คือเอกสาร ทำเอกสาร	กมล จพ	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
4	28 ธ.ค - 1 ก.พ 62	- รับผิดชอบงานกรอกเอกสาร ติดต่อเกี่ยวกับ ที่ติดต่อเกี่ยวกับ การกรอกเอกสาร การออกสื่อ และ จัดทำเอกสารคู่มือ 11เอกสาร เกี่ยวกับเอกสารเกี่ยวกับลูกค้า - กรอกเอกสาร รับ ใบ อ.ม - รับเอกสารคืน	กมล จพ	เพ็ญศิริ จันทร์แสง









แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
5	4 กพ - 9 กพ 62	- วิทยุ อรุณราชบุรี -	กมลจรรยา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
6	11 กพ - 16 กพ 62	- ศึกษา แห้วต่อท่อที่ขั้วของสายอากาศรับ จอสว่างเรือ สดุดะเว้า 600 ตัว ๗๗.๑๘๐.๑๕๑๗ - ศึกษา ปลายเสาอากาศ โซลาร์เซลล์ ฐานกรวย - ต่ออเนกานท์ A-2 ในเขตทหารอเนกานท์ - กรอกเบรคสารตัวทำ ไซ ๓.๖ - ผ่าขบเบรคสาร และรับไฮดรอสแตติก	กมลจรรยา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
๗	18 กพ - 23 กพ 62	- ศึกษารูปแบบ ล่องแก่งเรือ สลัด รัชการศิลป์ - ศึกษารูปแบบแก่งน้ำร้อน ใต้เขื่อนลำปาว รายละเอียดของโปรแกรม - ส้อมเหล็ก และ ผ่าขบเบรคสาร - ศึกษาของชำร่วยของร้านค้าทั่วไป, VIP มอชชช ส่วนต่อขยายต่อกรมการศึกษานอกโรงเรียน - กรอกเบรคสารตัวทำ ไซ ๓.๖ และของชำร่วย	กมลจรรยา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
8	25 กพ - 2 มี.ค	- กรอกเบรคสารตัวทำ ไซ ๓.๖ และของชำร่วย - ศึกษารูปแบบของร้านค้า และรับไฮดรอสแตติก ศึกษารูปแบบอากาศ อื่นๆที่อเนกานท์ - ศึกษารูปแบบของร้านค้า อื่นๆที่ - ส้อมเหล็ก และ ผ่าขบเบรคสาร	กมลจรรยา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
9	4 มี.ค - 9 มี.ค	- กรอกเบรคสารตัวทำ ผ่าขบเบรคสาร - ศึกษาของชำร่วยของร้านค้า อื่นๆที่อเนกานท์ รับไฮดรอสแตติก อื่นๆที่อเนกานท์ - ศึกษาของชำร่วยของร้านค้า อื่นๆที่ - ศึกษาของชำร่วยของร้านค้า อื่นๆที่	กมลจรรยา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
10	11 ส.ค. - 16 ส.ค. ๕๖	- อั่งท้าวท่าอ่าวมาวีน สุวรรณบุรี - ดิอนทักทอ: เจ้า และ ซากะ: หัวลูกคำไหลล บ้านเกร็ดจ ๑๑/๑ จากทล ๒๐๑๒คีน - ไร่: เควอานด. เอ็งอ ก่าลูกคำฮักคีน - กอกรัว ซ้ำ: ย่างเอกสาร - ไร่: กีน: มาอปลอฮักคีน	กตฉนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง 
11	18 ส.ค. - 23 ส.ค. ๕๖	- ทอทอฮักคีน ๕ ค่ำ (๖ ไร่ของไร่) - ดิอนทอไร่: รอยล: เอ็งอฮักคีน พรอของจื่อ ค้ำฮักคีน ๑๑/๖ ไร่ของไร่ - ไหล: ออฮักคีน พรอของไร่: ไหลทอ - ไร่: ไหล: ฮักคีน - คีน: ไร่: ฮักคีน ๑๑/๖ ไร่ของไร่ - กอกรัว: ฮักคีน ๑๑/๖ ไร่ของไร่	กตฉนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง 
12	25 ส.ค. - 30 ส.ค. ๕๖	- ไร่: ฮักคีน: ย่างเอกสาร - ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน - กอกรัว: ฮักคีน - ๑๑/๖ ไร่ของไร่: ฮักคีน - ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน - ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน	กตฉนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง 
13	1 เม.ย. - 6 เม.ย. ๕๖	- ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน - ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน - ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน - ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน - ไร่: ฮักคีน: ไร่: ฮักคีน	กตฉนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง 



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
		- ทำหน้าที่กรหน้า ทำงโต๊ะ ตักกาแฟ หน้าประตู		
		- ดูแลงานเอกสาร		
		- เก็บขยะ ตม. ประตู กอล์ฟ		
14	8 เม.ย - 13 เม.ย 62	- จัดเตรียมอาหาร เครื่องดื่ม ของว่าง กอล์ฟ และ พักคนเล่นกอล์ฟ - ตักกาแฟและเครื่องดื่ม ตระเวนตามห้อง ต่างๆ (โถงรถส่งรถ เลี้ยวรถ 7 รอบ มี ทำอาหารว่าง ทำน้ำดื่มอุ่น - ส่งลูกค้าที่เล่นกอล์ฟ ส่งรถคนเล่น 5 คนเสร็จ - ต่อหน้ากรหน้า ในอาคารเก่า เจ็ดชั้น ในรถคัน	กมลจนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง HVI TRAVEL SERVICE CO., LTD.
15	18 เม.ย - 20 เม.ย 62	- รับใบเสร็จรับเงิน ส่งคืน - พิมพ์ Roomlist, Visa, Ticket	กมลจนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง HVI TRAVEL SERVICE CO., LTD.
16	22 เม.ย - 27 เม.ย 62	- ทำหน้าที่กรหน้า ทำงโต๊ะ ตักกาแฟ และ เครื่องดื่ม ตม. - ตระเวนตามลูกค้าส่งของ และเตรียมความ พร้อมส่งของ - เคลียร์ร้าน กอล์ฟ สนามกอล์ฟ - โทรติดต่อเกี่ยวกับลูกค้า หรือรับทราบเรื่อง - ทำใบเสร็จรับเงิน - ส่งหนังสือ / ผังเอกสาร	กมลจนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง HVI TRAVEL SERVICE CO., LTD.
17	29 เม.ย 62	- ผังเอกสาร ส่งบริษัท	กมลจนา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง





แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1	7 ม.ค. - 12 ม.ค. 62	- เรียนรู้งานต่างๆ - กรอกเอกสารห้องพักเที่ยว - เริ่มศึกษาโปรแกรมทัวร์ของบริษัท - ตารางเอกสาร	จ.ร.เมกทว	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
2	14 ม.ค. - 19 ม.ค. 62	ตารางเอกสาร กรอก ใบ ต.ม. กรอก เอกสาร ว่าง	จ.ร.เมกทว	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
3	21 ม.ค. - 25 ม.ค. 62	กรอก ว่าง กรอก ใบ ต.ม. ฝึกออกตั๋วโดยสาร ตารางเช็คอินออกเที่ยว	จ.ร.เมกทว	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
4	27 ม.ค. - 2 ก.พ. 62	เรียนรู้เส้นทางรถโดยสาร การท่องเที่ยว และราคาของบริษัทที่อื่น ๆ กรอกว่าง กรอก ใบ ต.ม.	จ.ร.เมกทว	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
5	4 ก.พ. - 9 ก.พ. 62	- หยุดตรุษจีน -	จ.ร.เมกทว	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
6	11 ก.พ. - 16 ก.พ. 62	กรอกว่าง กรอก ใบ ต.ม. ค่ารถเอกสาร จัดเตรียมเอกสาร	จ.ร.เมกทว	เพ็ญศิริ จันทร์แสง



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
7	14 กพ - 23 กพ 62	ดูข้อมูลรายละเอียดโปรแกรมทัวร์ เมือง เชียง อำเภอ นคร ตัวเมือง นคร	จ.เมณฑา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
8	25 กพ - 2 มีค	ไปเก็บข้อมูลมาทำวีดิทัศน์ 3 ที่ กรอด วังง กรอด ไผ่ตม. ทำแผนที่ กรอด	จ.เมณฑา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
9	4 มีค - 9 มีค 62	กรอด วังง พินิจวางข้อมูลค่า ตารางราคาห้องพัก พัก ตัดกระดาษทำแผ่นราคา	จ.เมณฑา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
10	11 มีค - 16 มีค 62	- ไปดูสถานที่ที่หมายจับ 177777 - ยากระงับในคดี - ติดแก้คดี - กรอดวังง - ไร่บึงบัว เรือขุดอ้อย	จ.เมณฑา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
11	17 มีค - 23 มีค 62	บารเทวี ได้จากเพจเฟสบุ๊ค กรอดวังง พินิจวางข้อมูลค่า ตารางราคาห้องพัก เอาเช็คเข้าธนาคาร	จ.เมณฑา	เพ็ญศิริ จันทร์แสง



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
12	25 ธ.ค. - 30 ธ.ค. 62	การออกใบตม. การออกวีซ่า การจองซื้อตั๋วเครื่องบิน ที่พักโรงแรม การจองซื้อรถเช่า	ประพนธ์	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
13	1 เม.ย. - 6 เม.ย. 62	เที่ยวชม เอกสาร - ซื้อตั๋วเครื่องบิน - จองโรงแรม - จองรถเช่า - จองรถเช่า	ประพนธ์	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
14	4 เม.ย. - 13 เม.ย. 62	จัดทำใบเสนอราคาของอาหารและ เอกสารของลูกค้า - ส่งลูกค้าที่เข้ามาใน สาขาพรมแดน คอกเหล็ก - จัดที่พักโรงแรม โรงแรมที่พัก เจ้าอาวาส 9 ไร่ลูกค้า	ประพนธ์	เพ็ญศิริ จันทร์แสง
15	14 เม.ย. - 20 เม.ย. 62	การออกใบตม. ใบเอกสาร ส่งสมัคร สมัครเอกสาร	ประพนธ์	เพ็ญศิริ จันทร์แสง





แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อนักงาน ที่ปรึกษา
1	7 ม.ค - 17 ม.ค 62	เรียนรู้ ว่างาน ต่างๆ ภายในบริษัท ศึกษาไปรษณีย์ ท่าอากาศยาน	นังกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง
2	14 ม.ค - 18 ม.ค 62	- ทดลองรับฟังวิทยุสมัครเล่น การตอบคำถาม ดูวิดีโอ - ส่งอีเมลล์ - ทำเอกสาร - ทดลองเอกสาร - ทดลอง ข้อมูลเอกสารต่างๆ	นังกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง
3	21 ม.ค - 25 ม.ค 62	- ฝึกออกตั๋วโดยสาร ใช้คอมพิวเตอร์ - กรอกข้อมูล ใน คอมพิวเตอร์ - ทำเอกสาร - ออกไปรษณีย์ จัดส่งเอกสาร	นังกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง
4	29 ม.ค - 1 ก.พ 62	- ฝึกหน้า หน่วยงาน การตลาด การท่องเที่ยว - ฝึก ออกเอกสาร ทดสอบ บริษัทอื่นๆ - ทำเอกสาร - ทดลองเอกสาร ต่างๆ	นังกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง
5	4 ก.พ - 8 ก.พ 62	- บัญชีรายวัน -	นังกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
6	11 ต.พ - 15 ต.พ 62	กิจกรรมออก วิชา ปรเทศจีน - ทำพาสปอร์ต - สั่งกาแฟ - เงินไทย ก.จ	นังนก	เพ็ญศิริ จันทรแสง
7	18 ต.พ - 22 ต.พ 62	เงินบาท วิชา ปรเทศจีน - ทำพาสปอร์ต - สั่งกาแฟ - ซื้อของ การโอนเงิน		เพ็ญศิริ จันทรแสง
8	28 ต.พ - 1 มิ.ย 62	- ทราบข้อมูล ห้องฝึก - จัดทำเอกสารใบ - สั่งสุกี้ ที่สนามจีน เค้ออิน - เงินบาท - เงินไทย ก.จ	นังนก	เพ็ญศิริ จันทรแสง
9	4 มิ.ย - 8 มิ.ย 62	- กรอกเอกสาร วิชา - กรอกข้อมูล ของที่วางโต๊ะจีน - ใช้อาหาร จากห้องอาหาร - ทำพาสปอร์ต - ประมวลผล ชื่อ ชื่อลงนาม Passport	นังนก	เพ็ญศิริ จันทรแสง





แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

สัปดาห์ที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
10	11 มี.ค - 15 มี.ค 62	- ทักข้อมูลการจองวีซ่า - พิมพ์ใบจอง - ทำหนังสือขอเข้า - ตรวจสอบข้อมูลที่พัก ของที่ว่างออนไลน์	ณัฐกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง
11	16 มี.ค - 22 มี.ค 62	ขานักท่องเที่ยวจาก เพจ เฟสบุ๊ก ที่ สร้างเงิน - กรอกรายชื่อ - ออกใบรับเอกสาร passport ลูกค้า ที่ต่าง ๆ	ณัฐกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง
12	23 มี.ค - 29 มี.ค 62	- ตรวจสอบรายชื่อ ของที่ว่างออนไลน์ - ทัก ROOMING - ทำหนังสือขอเข้า - ไปส่งเอกสาร passport ลูกค้า - กรอกเอกสาร VISIT - กรอกใบจอง - ออกเอกสาร ทำการจองรถไฟ ที่โรงแรมต่าง ๆ	ณัฐกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง
13	1 เม.ย - 6 เม.ย 62	- ทัก ROOMING ที่ TSC ประจำเมือง สงขลา - ทำหนังสือขอเข้า - ไปส่งเอกสาร - พิมพ์ใบจอง - ตรวจสอบข้อมูลเอกสาร	ณัฐกร	 เพ็ญศิริ จันทร์แสง



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
14	9 เม.ย - 15 เม.ย	1. ฝึกงานชื่อ บริษัท เคียวสาด้า	คังคณ	เพ็ญศิริ จันทรเส
	82	ทัศนารมอิน 9 นักค้าได้รู้		
		7. ทัศนารมอิน 9 นักค้าได้รู้		
		วัน 11. ส่งลูกค้าที่ สกวทวอ		
		หัด 1.90 7.00		
		12. ส่งลูกค้าออกเมือง รอม		
		6.00 11.30 25.30		
		13. ส่งลูกค้าที่ ตามไป สกวทวอ		
		รอม 6.00 11.30 15.00		
		15.00		
15	18 เม.ย - 19 เม.ย	ทำเอกสาร	คังคณ	เพ็ญศิริ จันทรเส
	82	1. ฝึกงานเอกสาร		
		ทำ 11.30 13.00		
		ทำเอกสาร		
16	22 เม.ย - 29 เม.ย	ทำ 11.30 13.00	คังคณ	เพ็ญศิริ จันทรเส
		ส่งเอกสาร		
		แลกเอกสาร		
		ยื่น VISA		
		ทำ 9.00 11.00		
		ตรวจเอกสาร		
		ยื่นใบ ม.ย		





ภาคผนวก ฉ

## ประวัติคณะผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5804400183

ชื่อ – นามสกุล : นางสาวกาญจนา วุฒิมงคลเลิศ

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : 702/103 หมู่บ้านคุณาลัย ซ.12/7 ถ.บางขุน  
เทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กทม 10150



รหัสนักศึกษา : 5804400216

ชื่อ – นามสกุล : นายณัฐฤกษ์ โกศลอุดมสุข

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : 72 หมู่2 ต.อ้อมน้อย อ.กระทุ่มแบน  
จ.สมุทรสาคร 74130



รหัสนักศึกษา : 5804400287

ชื่อ – นามสกุล : นายปรเมนทร์ อมรวณิชศักดิ์

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : 99/195 หมู่3 ถ.เอกชัย ซ.กำนันแมน แขวงบาง  
ขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

## ประวัติคณะผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5804400183

ชื่อ – นามสกุล : นางสาวกาญจนา วุฒิมงคลเลิศ

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : 702/103 หมู่บ้านคุณาลัย ซ.12/7 ถ.บางขุน  
เทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กทม 10150



รหัสนักศึกษา : 5804400216

ชื่อ – นามสกุล : นายณัฐฤกษ์ โกศลอุดมสุข

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : 72 หมู่2 ต.อ้อมน้อย อ.กระทุ่มแบน  
จ.สมุทรสาคร 74130



รหัสนักศึกษา : 5804400287

ชื่อ – นามสกุล : นายปรเมนทร์ อมรวณิชศักดิ์

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : 99/195 หมู่3 ถ.เอกชัย ซ.กำนันแมน แขวงบาง  
ขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150