



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์

Using Instagram to promote Eiam Tour sales

โดย

นางสาววรางคณา

ภูมิรัตน์

5704420004

นายเพชร

ธนสวรคุณ

5704420006

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาสหกิจศึกษา 116 - 495

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์
Using Instagram to promote Eiam Tour sales
รายชื่อผู้จัดทำ นางสาววรางคณา ภูมิรัตน์
 นายเพชร ชนสพรคุณ
ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษา คร.กฤต จุระกะนิศย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการ โรงแรมและ
การท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบโครงการ

Kaipa J.

(ดร.กฤต จุระกะนิศย์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

คุณองศา ศรีวิพันธุ์

(คุณอนัญญา ศรีวิพันธุ์)

พนักงานที่ปรึกษา

ดร.ชนาธิป สุกใส

(ดร.ชนาธิป สุกใส)

กรรมการกลาง

ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนะ

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนะ)

ชื่อโครงการ : การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์

หน่วยกิต : 5

ผู้จัดทำ : นางสาวรวงคณา ภูมิรัตน์ และนายพชร ธนสหารคุณ

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กฤต จูระกะนิษฐ์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

สาขาวิชา : การท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2561

บทคัดย่อ

บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด (Eiam Tour & Transport Co., Ltd.) เป็นบริษัทนำเที่ยวเก่าแก่ เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2517 โดยสร้างชื่อเสียงจากการให้บริการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและเป็นผู้บุกเบิกการนำเที่ยวประเทสมาเลเซียและสิงคโปร์โดยเส้นทางเครื่องบิน และยังมีบริการอีกหลากหลายรูปแบบ ให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ในปัจจุบันบริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการโปรโมทรายการและแพ็คเกจทัวร์มากนัก

ทางคณะผู้จัดทำจึงจัดทำโครงการเรื่อง “การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัท เอี่ยมทัวร์” นี้ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำอินสตาแกรมมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัท เอี่ยมทัวร์ และนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับบริษัทมากขึ้น ทั้งนี้สามารถนำอินสตาแกรมที่สร้างขึ้นมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทได้จริงและยังสามารถเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทได้อีกด้วย

คำสำคัญ : ส่งเสริมการขาย, อินสตาแกรม, เอี่ยมทัวร์

Project Title : USING INSTAGRAM TO PROMOTE EIAM TOUR SALES

Credits : 5

By : Warangkana Poomirat and Pachara Thanasahaworakun

Advisor : Dr.Krip Jurakanit

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism

Faculty : Liberal Arts

Semester/Academic year : 3/2018

Abstract

Eiam Tour & Transport Co. Ltd. is a long time tour operator in Thailand. The company was established in 1974 and has operated its business under its reputation to provide quality tourism services and as a pioneer tour operator serving the demand for Malaysia and Singapore trips via airplane. In addition, the company provides various services and fully-integrated tour services for customers. However, Eiam Tour & Transport Co. Ltd. does not adopt technology in promoting tour programs and packages. Therefore, the authors initiated and prepared the project entitled "Using Instagram to Promote Eiam Tour Sales" The objectives of this project were to increase the sales promotion for Eiam Tour & Transport Co. Ltd. and to increase the role of applying technology, including Instagram to promote the company's sales in order to enhance communication channels between the company and customers as well.

Keyword : Promote, Instagram, Eiam Tour

Approved by

กิตติกรรมประกาศ

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต (Eiam Tour & Transport Co., Ltd.) ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงาน สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต โดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต ได้เรียนรู้งานและปัญหาต่างๆที่พบในการทำงาน จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ จากความสนับสนุนจากหลายท่านดังนี้

1. คุณเมธิณี แซ่เจียม (เจ้าของบริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต)
2. คุณทัศนีย์ เกียรติกำจรชัย (ประธานบริษัท)
3. คุณอนัญญา ศรีวิพันธุ์ (Ticketing)
4. ดร.กฤต จุระกะนิศย์ (อาจารย์ที่ปรึกษา)

ที่ได้ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือและแนะนำจนทำให้โครงการฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ได้ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจและสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้นี้

ขอขอบคุณเพื่อน พี่ น้องในบริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ทุกคนที่ช่วยให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำ จนโครงการของคณะผู้จัดทำสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณะผู้จัดทำ

28 กันยายน 2562

สารบัญ

หน้า

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

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2

บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	3
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของอินเทอร์เน็ต.....	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์.....	13
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media).....	16
2.6 ความหมายของอินสตาแกรม (Instagram).....	19
2.7 สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินสตาแกรม.....	20

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	25
3.2 ลักษณะการให้บริการ.....	26

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารงานขององค์กร.....	27
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	28
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	28
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	28
3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน.....	29
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	30
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 บทสัมภาษณ์และข้อสรุปจากการสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา.....	31
4.2 ขั้นตอนการใช้งานอินสตาแกรม (Instagram).....	32
4.3 ขั้นตอนการทำโปสเตอร์จาก Adobe Photoshop.....	37
4.4 ขั้นตอนการสร้างไฮไลต์ในอินสตาแกรม.....	42
4.5 ผลจากการปฏิบัติงาน.....	47
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการ.....	52
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	53
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	53
บรรณานุกรม.....	54
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา.....	57
ภาคผนวก ข รูปภาพของคณะผู้จัดทำขณะปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	59

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ค บทความวิชาการ.....64

ภาคผนวก ง โปสเตอร์.....70

ภาคผนวก จ แบบรายงานผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา.....72

ภาคผนวก ฉ ประวัติคณะผู้จัดทำ.....80



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.7.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินโครงการ.....	29
--	----



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
ภาพที่ 2.6.1 อินสตาแกรม (Instagram).....	20
ภาพที่ 2.7.1 จำนวนผู้ใช้งานดิจิทัล.....	21
ภาพที่ 2.7.2 จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	21
ภาพที่ 2.7.3 จำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media).....	22
ภาพที่ 2.7.4 ช่วงอายุของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media).....	23
ภาพที่ 2.7.5 จำนวนผู้ใช้งานอินสตาแกรม (Instagram).....	23
ภาพที่ 2.7.6 ช่วงอายุผู้ใช้งานอินสตาแกรม (Instagram).....	24
ภาพที่ 3.1.1 โลโก้ของบริษัท เอ็มทาว์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด.....	25
ภาพที่ 3.1.2 แผนที่บริษัท เอ็มทาว์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด.....	26
ภาพที่ 3.3.1 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารงาน.....	27
ภาพที่ 4.2.1 การสมัครบัญชีผู้ใช้งานใหม่.....	32
ภาพที่ 4.2.2 การสร้างชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่าน.....	33
ภาพที่ 4.2.3 การเพิ่มรูปโปรไฟล์.....	33
ภาพที่ 4.2.4 แสดงหน้าโปรไฟล์ผู้ใช้งานใหม่.....	34
ภาพที่ 4.2.5 เลือกรูปภาพที่ต้องการโพสต์.....	35
ภาพที่ 4.2.6 การใส่คำบรรยายและรายละเอียด.....	36
ภาพที่ 4.2.7 การติตแฮชแท็ก.....	36
ภาพที่ 4.2.8 การโพสต์ที่เสร็จสมบูรณ์.....	37
ภาพที่ 4.3.1 แสดงโลโก้ของโปรแกรม Adobe Photoshop.....	37

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.3.2 แสดงหน้าเริ่มต้นของโปรแกรม Adobe Photoshop	38
ภาพที่ 4.3.3 แสดงไฟล์ใหม่ที่สร้างขึ้น.....	38
ภาพที่ 4.3.4 แสดงรูปภาพที่เลือกไว้.....	39
ภาพที่ 4.3.5 แสดงรูปภาพที่นำมาใส่ในไฟล์.....	39
ภาพที่ 4.3.6 แสดงรูปภาพที่มีข้อความต่างๆ.....	40
ภาพที่ 4.3.7 แสดงไฟล์โลโก้ของบริษัท.....	40
ภาพที่ 4.3.8 แสดงภาพที่นำไฟล์โลโก้ของบริษัทมาใส่เรียบร้อยแล้ว.....	41
ภาพที่ 4.3.9 แสดงไฟล์ที่เสร็จสมบูรณ์.....	41
ภาพที่ 4.4.1 การเพิ่มไฮไลต์.....	42
ภาพที่ 4.4.2 การเลือกไฮไลต์.....	42
ภาพที่ 4.4.3 แสดงไฮไลต์บนหน้าโปรไฟล์.....	43
ภาพที่ 4.4.4 แสดงชื่อผู้ใช้งานที่ตั้งไว้ในอินสตาแกรม.....	44
ภาพที่ 4.4.5 แสดงประวัติความเป็นมาของบริษัทเอี่ยมทัวร์.....	44
ภาพที่ 4.4.6 แสดงลิงค์หน้าเว็บไซต์ของบริษัทเอี่ยมทัวร์.....	45
ภาพที่ 4.4.7 แสดงช่องทางการติดต่อสอบถามเพิ่มเติมของบริษัทเอี่ยมทัวร์.....	45
ภาพที่ 4.4.8 แสดงข้อความดึงดูดความสนใจจากลูกค้า.....	46
ภาพที่ 4.5.1 แสดงหน้าโปรไฟล์ก่อนและหลังการทำโปรโมท.....	47
ภาพที่ 4.5.2 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์เกาหลี.....	48
ภาพที่ 4.5.3 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์พม่า.....	48
ภาพที่ 4.5.4 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์ไต้หวัน.....	49

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.5.5 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดตัวเครื่องบิน.....	49
ภาพที่ 4.5.6 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดตัวรถเกาหลี่.....	50
ภาพที่ 4.5.7 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดตัวรับรู้น.....	51



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเจริญเติบโตมากขึ้นและเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่สามารถทำให้การสื่อสารในยุคปัจจุบันเข้าถึงกันอย่างง่ายดาย หรือที่เราเรียกกันในชื่อ โซเชียลมีเดีย (Social Media) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social) ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือความสนใจ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างเสรี มีหนึ่งแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการหรือธุรกิจต่างๆ ก็คือ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานทั่วโลก 894.9 ล้านบัญชี (Hootsuite, 2019) จุดเด่นที่ทำให้อินสตาแกรมได้รับความนิยมอย่างสูงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคือใช้งานง่าย สะดวกรวดเร็ว มีผู้ใช้งานเยอะ มีความสนุกอยู่ในตัว และมีฟังก์ชันครบครัน ยิ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้กระแสของอินสตาแกรมแรงขึ้นตามลำดับ ลูกเล่นของอินสตาแกรมมีทั้งการใส่ฟิลเตอร์ลงรูปภาพ (Filters) การอัปเดตเรื่องราวของตนเองลงอินสตาแกรม (Story) การไลฟ์สด (Live) การกดถูกใจรูปภาพของเพื่อนๆ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และมีระบบที่สามารถกดติดตามผู้อื่นได้ (Following) หรือผู้อื่นก็สามารถกดติดตามได้เช่นกัน (Followers) และที่สำคัญสามารถใช้งานผ่านมือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ได้อย่างง่ายดาย จึงทำให้ผู้ประกอบการหรือธุรกิจส่วนใหญ่หันมาอินสตาแกรม (Instagram) เข้ามามีบทบาทในธุรกิจมากขึ้น โดยทำการโปรโมทและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ บนอินสตาแกรม เพื่อที่จะเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นบริษัทนำเที่ยวที่เก่าแก่ เริ่มก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยสร้างชื่อเสียงจากการให้บริการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและเป็นผู้นำบริการนำเที่ยวประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์โดยเส้นทางเครื่องบิน ในปัจจุบันมีบริการหลากหลายรูปแบบ ให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้อย่างครบถ้วน มีบริการจัดทัวร์ไพรเวท ทัวร์หมู่คณะ ทักษิณศึกษา ดูงาน ประชุม

สัมมนา ทุกเส้นทางรอบโลก ทั้งในและต่างประเทศ และยังมีบริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พักและโรงแรมอีกด้วย

ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงมีความประสงค์ที่จะจัดทำโครงการนี้เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีในปัจจุบันที่สามารถเพิ่มช่องทางในการขายบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้และยังสามารถเพิ่มช่องทางให้บริษัทเอี่ยมทัวร์ได้เป็นที่รู้จักบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

ขอบเขตด้านสถานที่ บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทราเวลสปอร์ต จำกัด

21 ถนนกรุงธนบุรี แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กทม. 10600

ขอบเขตด้านเวลา ดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 - 30 สิงหาคม 2562

รวม 16 สัปดาห์

ขอบเขตด้านข้อมูล <http://www.tourdlike.com/>

<https://www.instagram.com/eiamtour2517/>

ขอบเขตด้านประชากร พนักงานในบริษัทเอี่ยมทัวร์

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 สามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้น มาใช้ในการส่งเสริมการขายได้จริง

1.4.2 สามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์

บทที่ 2

ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงการเรื่อง “การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมท้าว” คณะผู้จัดทำได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลต่างๆ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

2.6 ความหมายของอินสตาแกรม (Instagram)

2.7 สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินสตาแกรม

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้เข้ามามีความสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยอยู่ในรูปแบบของสื่อต่าง ๆ ทั้งเสียง ภาพและตัวอักษร ด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีโทรคมนาคม ระบบมีสายและไร้สาย รวมทั้งระบบสื่อมวลชน ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มี 5 ประการ (Souter, 1999) ได้แก่

1. การสื่อสารถือเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ สิ่งสำคัญที่มีส่วนในการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ย่อมประกอบด้วยสื่อที่ใช้สื่อสาร (Communications media) การสื่อสารโทรคมนาคม (Telecoms) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ตัวอย่าง เช่น การสร้างภูมิกันโรคให้กับพลเมืองจะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หากมีการบันทึกข้อมูลประวัติผู้ป่วยหรือข้อมูลอื่นๆ ไว้ในฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์

2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักที่มากกว่าโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ เช่น แฟกซ์ อินเทอร์เน็ต อีเมล ทำให้สารสนเทศเผยแพร่หรือกระจายออกไปในที่ต่าง ๆ ได้สะดวก สิ่งเหล่านี้เป็นบริการสำคัญของการสื่อสารโทรคมนาคมที่ทำให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีมากยิ่งขึ้น

3. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีผลให้การใช้งานด้านต่างๆ มีราคาถูกลง เช่น การใช้แฟกซ์และอีเมลจะถูกกว่า นำเชื่อถือกว่า และรวดเร็วกว่าการใช้บริการไปรษณีย์แบบเดิม (Post and Courier) ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐกิจ รัฐบาล และบุคคลทั่วไปต่างนิยมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากขึ้น เพราะช่วยประหยัดเวลาและเงิน รวมทั้งทำให้มีผลิตผล (Productivity) เพิ่มขึ้น

4. เครือข่ายสื่อสาร (Communication networks) ได้รับประโยชน์จากเครือข่ายภายนอกเนื่องจากจำนวนการใช้เครือข่าย จำนวนผู้เชื่อมต่อ และจำนวนผู้ซึ่งมีศักยภาพในการเข้าเชื่อมต่อกับเครือข่ายนับวันจะเพิ่มสูงขึ้น

5. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้ฮาร์ดแวร์คอมพิวเตอร์ และต้นทุนการใช้ไอซีที่มีราคาถูกลงมาก แม้ว่าการเป็นเจ้าของคู่สายโทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ยังเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยสำหรับคนในสังคมส่วนใหญ่ แต่ประชาชนจำนวนมากก็เริ่มมีกำลังหามาใช้ได้เองแล้ว เช่น เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก การพัฒนาแบบก้าวกระโดดของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ ใยแก้วนำแสง ดาวเทียมสื่อสาร ระบบเครือข่าย ซอฟต์แวร์ และมัลติมีเดีย ประกอบกับราคาของอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ที่ถูกลงแต่มีขีดความสามารถในการทำงานเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้งานต่าง ๆ มีมากขึ้นเป็นลำดับ

นอกจากนี้ ชูเตอร์ ได้ให้ทรรศนะว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ไอซีที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการพัฒนาประเทศใน 3 ลักษณะ ได้แก่

1. การลงทุนภายในประเทศของธุรกิจระหว่างประเทศ บริษัทธุรกิจระหว่างประเทศจะเลือกตัดสินใจเข้ามาลงทุนในประเทศที่พร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นลำดับแรก โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยงหน่วยงานธุรกิจในทุกๆ จุดต่างๆ ทั่วโลก

2. การพัฒนาธุรกิจของกิจการภายในประเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของเจ้าของธุรกิจภายในประเทศ รวมถึงเจ้าของธุรกิจส่งออกในด้านการตลาดข้ามพรมแดนระหว่างภูมิภาค (Regional cross-border Markets) และการจ้างงาน

3. การรวมกลุ่มกันทางสังคมและวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนทรัพยากรสารสนเทศระหว่างบุคคลและชุมชน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้บุคคลและชุมชนสามารถเข้าถึงสารสนเทศอย่างไร้ขอบเขต สามารถใช้สารสนเทศตามความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าไปเกี่ยวข้องในเรื่องนโยบายการวางแผนและการพัฒนา ตลอดจนสามารถร่วมมือกับผู้อื่นในการดำเนินการในเรื่องที่เห็นตรงกันหรือมีจุดประสงค์ร่วมกัน

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2541) ได้กล่าวถึงเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กรหรือหน่วยงานห้างร้านต่างๆ นั้นมีหลายข้อด้วยกัน สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. สามารถจัดเก็บข้อมูลจากจุดเกิดได้อย่างรวดเร็ว
2. สามารถบันทึกข้อมูลจำนวนมาก ๆ เอาไว้ใช้งาน หรือเอาไว้อ้างอิงการดำเนินงาน
3. สามารถคำนวณผลลัพธ์ต่าง ๆ ได้รวดเร็ว
4. สามารถสร้างผลลัพธ์ได้หลากหลายรูปแบบ
5. สามารถส่งสารสนเทศข้อมูล หรือผลลัพธ์ที่ได้จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้ อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. ด้านเศรษฐกิจ ในประเทศที่พัฒนาแล้วมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างมาก การขยายตัวของผลผลิต การส่งออกและรายได้จากการผลิตอุปกรณ์ด้านสารสนเทศ กลายเป็นสินค้าออกที่มีความสำคัญและมูลค่าสูงมากเป็นลำดับต้น ๆ ของสินค้าออกทั้งหมดของประเทศ

2. ด้านการศึกษา ระบบสารสนเทศทางการศึกษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนานโยบายการวางแผนและพัฒนาการศึกษา เพราะกระบวนการตัดสินใจในการบริหารย่อมมีระบบสารสนเทศเป็นหัวใจสำคัญในทุกขั้นตอน การพัฒนาการศึกษาของประเทศ จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับระบบข้อมูลข่าวสารและระบบสารสนเทศที่ดีเป็นประการสำคัญ การที่จะ

พัฒนา และกระจายการบริการด้านการศึกษาให้เข้าถึงประชาชนให้มากที่สุด จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3. **ด้านสาธารณสุข** เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนในส่วนของสุขภาพอนามัย เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพ ของสถานพยาบาลของรัฐและเอกชนในการให้บริการแก่ประชาชน โดยใช้เทคโนโลยีระบบเครือข่ายสาธารณสุข การปรึกษาผู้ป่วยผ่านดาวเทียม เป็นต้น

4. **ด้านการเกษตร** เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพของเกษตรกรไทยในเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ข้อมูล การตลาด ผลิตผลทางการเกษตร เช่น ราคากลาง ความต้องการในตลาดโลก เป็นต้น ทำให้เกษตรกรสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตได้ดีขึ้น และสามารถผลิตได้ตรงกับความต้องการของตลาด

5. **ด้านสิ่งแวดล้อม** เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการส่งเสริมป้องกันและแก้ไขปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเป็นระบบฐานข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติ สำหรับการวางแผนด้านสิ่งแวดล้อมในระดับนโยบาย หรือการนำดาวเทียมเข้ามาช่วยในการสำรวจและเก็บข้อมูลฐานทรัพยากรธรรมชาติ การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดระบบจราจร เป็นต้น

6. **ด้านอุตสาหกรรมและการบริการ** ได้มีการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการ เพื่อให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงขึ้นด้วยต้นทุนที่ต่ำลง เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือการใช้คอมพิวเตอร์เข้าควบคุมกระบวนการผลิต เป็นต้น

7. **ด้านการท่องเที่ยว** เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นส่วนประกอบหนึ่งในกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการให้บริการข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกในการสำรองที่นั่ง

8. **ด้านการบริการของรัฐ** การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชน เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการสำรองตั๋วโดยสารรถไฟ การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยตรวจจับคนร้าย การพัฒนาระบบฐานข้อมูลทะเบียนราษฎรลงสู่คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

9. ด้านอื่น ๆ ได้แก่ การติดต่อสื่อสารการจัดสร้างเครือข่ายโทรคมนาคมต่าง ๆ ทั้งเครือข่ายโทรศัพท์ในประเทศไทย เครือข่ายโทรศัพท์ระหว่างประเทศหรือเครือข่ายสื่อสารข้อมูลด้วยดาวเทียมขนาดเล็กการบันเทิงต่าง ๆ เช่น การแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ เคเบิลทีวี เป็นต้น

สรุป เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีความสำคัญมากในปัจจุบัน และในอนาคต เพราะเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานสารสนเทศตั้งแต่การผลิต การจัดเก็บ การประมวลผล การเรียกใช้ การแลกเปลี่ยนและใช้ทรัพยากรสารสนเทศร่วมกันให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยในการจัดระบบอัตโนมัติ ช่วยในการสื่อสารระหว่างกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ลดอุปสรรคเกี่ยวกับเวลาและระยะทาง โดยใช้ระบบโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างมาก เช่น ด้านการศึกษา การท่องเที่ยว ธุรกิจ อุตสาหกรรม สาธารณสุข เป็นต้น

2.1.1 ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ

การกำเนิดของคอมพิวเตอร์เมื่อประมาณห้าสิบกว่าปีที่แล้ว เป็นก้าวสำคัญที่นำไปสู่ยุคสารสนเทศ ในช่วงแรกมีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นเครื่องคำนวณ แต่ต่อมาได้มีความพยายามพัฒนาให้คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์สำคัญสำหรับการจัดการข้อมูลเมื่อเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ได้ก้าวหน้ามากขึ้นทำให้สามารถสร้างคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดเล็กลง แต่ประสิทธิภาพสูงขึ้น สภาพการใช้งานจึงใช้งานกันอย่างแพร่หลาย ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อชีวิตความเป็นอยู่และสังคมจึงมีมากมีการเรียนรู้และใช้สารสนเทศกันอย่างกว้างขวาง ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมกล่าวได้ดังนี้ (นิพนธ์ เบ็ญญา, 2549)

การสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สภาพความเป็นอยู่ของสังคมเมือง มีการพัฒนาใช้ระบบสื่อสารโทรคมนาคมเพื่อติดต่อสื่อสารให้สะดวกขึ้น มีการประยุกต์มาใช้กับเครื่องอำนวยความสะดวกภายในบ้าน เช่น ใช้ควบคุมเครื่องปรับอากาศ ใช้ควบคุมระบบ ไฟฟ้าภายในบ้าน เป็นต้น

สารสนเทศกับการเรียนการสอนในโรงเรียน การเรียนการสอนในโรงเรียนมีการนำคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือประกอบช่วยในการเรียนรู้ เช่น วีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพคอมพิวเตอร์ช่วยสอน คอมพิวเตอร์ช่วยจัดการศึกษา จัดตารางสอน คำนวณระดับคะแนน จัดชั้นเรียน ทำรายงานเพื่อให้

ผู้บริหารได้ทราบถึงปัญหาและการแก้ปัญหาในโรงเรียน ปัจจุบันมีการเรียนรู้การสอนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในโรงเรียนมากขึ้น

เทคโนโลยีสารสนเทศกับสิ่งแวดล้อม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติหลายอย่าง จำเป็นต้องใช้สารสนเทศเช่น การดูแลรักษาป่า จำเป็นต้องใช้ข้อมูล มีการใช้ภาพถ่ายดาวเทียมการติดตามข้อมูลสภาพอากาศ การพยากรณ์อากาศ การจำลองรูปแบบสภาวะสิ่งแวดล้อม เพื่อปรับปรุงแก้ไข การเก็บรวบรวมข้อมูลคุณภาพน้ำในแม่น้ำต่าง ๆ การตรวจวัดมลภาวะ ตลอดจนการใช้ระบบการตรวจวัดระยะไกลมาช่วยที่เรียกว่าโทรมาตร เป็นต้น

เทคโนโลยีสารสนเทศกับการป้องกันประเทศ กิจกรรมทางด้านการทหาร มีการใช้เทคโนโลยีอาวุธยุทโธปกรณ์สมัยใหม่ล้วนแต่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และระบบควบคุม มีการใช้ ระบบป้องกันภัย ระบบเฝ้าระวังที่มีคอมพิวเตอร์ควบคุมการทำงาน

การผลิตในอุตสาหกรรม และการพาณิชย์กรรม การแข่งขันทางการผลิตสินค้า อุตสาหกรรมจำเป็นต้องหาวิธีการในการผลิตให้ได้มาก ราคาถูกลงเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เข้ามามีบทบาทมาก มีการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการบริหาร และการจัดการ การดำเนินการและยังรวมไปถึงการให้บริการกับลูกค้า เพื่อให้ซื้อสินค้าได้สะดวกขึ้น

ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลเกี่ยวข้องกับทุกเรื่องในชีวิตประจำวัน บทบาทเหล่านี้มีแนวโน้มที่สำคัญมากยิ่งขึ้นด้วยเหตุนี้เยาวชนคนรุ่นใหม่จึงควรเรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจะได้ เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศให้ก้าวหน้าและเกิดประโยชน์ต่อประเทศต่อไป

2.1.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในคริสต์ศตวรรษที่ 21 มีแนวโน้มที่จะพัฒนาคอมพิวเตอร์ให้มีความสามารถใกล้เคียงกับมนุษย์ เช่น การเข้าภาษาสื่อสารของมนุษย์ โครงข่ายประสาทเทียมระบบจำลอง ระบบเสมือนจริง โดยพยายามนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้นลดข้อผิดพลาดและป้องกันไม่ให้นำไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้องหรือผิดกฎหมาย

แนวโน้มในด้านบวก

1. การพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันทั่วโลกก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ช่องทางการดำเนินธุรกิจ เช่น การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การผ่อนคลายด้วยการดูหนัง ฟังเพลง และบันเทิงต่างๆ เกมออนไลน์
2. การพัฒนาให้คอมพิวเตอร์สามารถฟังและตอบเป็นภาษาพูดได้ อ่านตัวอักษรหรือลายมือเขียนได้ การแสดงผลของคอมพิวเตอร์ได้เสมือนจริง เป็นแบบสามมิติ และการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส เสมือนว่าได้อยู่ในที่นั้นจริง
3. การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูล ฐานความรู้ เพื่อพัฒนาระบบผู้เชี่ยวชาญและการจัดการความรู้ การศึกษาตามอัธยาศัยด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) การเรียนการสอนด้วยระบบโทรศึกษา (tele-education) การค้นคว้าหาความรู้ได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากห้องสมุดเสมือน (virtual library)
4. การพัฒนาเครือข่ายโทรคมนาคม ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายไร้สาย เครือข่ายดาวเทียม ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ทำให้สามารถค้นหาตำแหน่งได้อย่างแม่นยำ
5. การบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ ดำเนินการของภาครัฐที่เรียกว่ารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) รวมทั้งระบบฐานข้อมูลประชาชน หรือ e-citizen

แนวโน้มในด้านลบ

1. ความผิดพลาดในการทำงานของระบบ คอมพิวเตอร์ ทั้งส่วนฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ที่เกิดขึ้นจากการออกแบบและพัฒนา ทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบและสูญเสียค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหา
2. การละเมิดลิขสิทธิ์ของทรัพย์สินทางปัญญา การทำสำเนาและลอกเลียนแบบ
3. การก่ออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ การโจรกรรมข้อมูล การล่วงละเมิด การก่อความวุ่นวายระบบคอมพิวเตอร์ (รุ่งธรรม บัวแดง, 2559)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การดำเนินธุรกิจของบริษัทต่าง ๆ ในยุคปัจจุบันล้วนอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีความเข้มข้นมากขึ้น ดังนั้นการหาลูกค้าและความพยายามในการรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ย่อมเป็นสิ่งที่บริษัททั่วไปได้ยึดถือปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จทั้งในธุรกิจแบบดั้งเดิมและแบบออนไลน์ และหนึ่งในกุญแจหลักที่จะถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าก็คือ ความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์ นั่นเอง

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึงบุคคลใด ๆ ก็ตามที่แสดงออกถึงความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการที่ถูกเสนอขายในตลาด แม้ว่าทุกคนล้วนเป็นผู้บริโภค ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ ที่ผู้บริโภคเข้าใจว่าจะตอบสนองความต้องการได้ ในทำนองเดียวกันกับพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มุ่งศึกษากลุ่มผู้บริโภคบนโลกออนไลน์เป็นหลัก เนื่องจากกระแสของอินเทอร์เน็ตได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยหันมาใช้บริการออนไลน์กันมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคออนไลน์ยังแบ่งออกเป็น 2 ชนิดด้วยกัน คือ ผู้บริโภคแต่ละราย กับผู้ซื้อระดับองค์กร ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน (ราช สิริวัฒน์, 2560)



ภาพที่ 2.2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

1. ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ

จัดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 5 ข้อดังต่อไปนี้

- 1) คุณลักษณะของผู้บริโภค
- 2) คุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อม
- 3) คุณลักษณะของผู้ประกอบการและคนกลาง
- 4) คุณลักษณะเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- 5) ระบบอีคอมเมิร์ซ

สำหรับปัจจัยในสามข้อแรกจัดเป็นตัวแปรที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยพิจารณาจากมุมมองของผู้ขาย ซึ่งถูกนำเสนออยู่ในภาพที่ 2.2.1 ในขณะที่ปัจจัย 2 ข้อสุดท้ายเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้โดยผู้ขาย

2. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

สำหรับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะเริ่มต้นจากทัศนคติในด้านบวกและจบลงด้วยการตัดสินใจของผู้ซื้อและการซื้อซ้ำ (ความภักดี) ทั้งนี้ทัศนคติที่ดีจะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อที่แข็งแกร่ง ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เกิดขึ้นจริงในที่สุด ดังนั้นการพัฒนาทัศนคติของผู้บริโภคในเชิงบวกย่อมมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้าย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราหลายด้าน ทั้งการศึกษา พาณิชยกรรม ธุรกรรม วรรณกรรม และอื่นๆ ดังนี้ (พุทธรักษ์ มุลมั่ง, 2557)

ด้านการศึกษา

- สามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆ ที่น่าสนใจ
- ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่
- นักศึกษาในมหาวิทยาลัย สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ติดต่อกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้ ทั้งที่ข้อมูลที่เป็น ข้อความ -เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เป็นต้น

ด้านธุรกิจและการพาณิชย์

- ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ
- สามารถซื้อขายสินค้า ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- ผู้ใช้ที่เป็นบริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ ก็สามารถเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้าของตน ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำ สอบถามปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (Shareware) หรือโปรแกรมแจกฟรี (Freeware) เป็นต้น

ด้านการบันเทิง

- การพักผ่อนหย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine Online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆ โดยมีภาพประกอบ ที่จอคอมพิวเตอร์ เหมือนกับวารสาร ตามร้านหนังสือทั่วไป
- สามารถฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
- สามารถดึงข้อมูล (Download) ภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่ และเก่า มาดูได้

จากเหตุผลดังกล่าว พอจะสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญ ในรูปแบบ ดังนี้

- การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย
- การติดต่อสื่อสารที่สะดวก และรวดเร็ว
- แหล่งรวบรวมข้อมูลแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก

โดยสรุปอินเทอร์เน็ต ได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับงานไอที ทำให้เกิดช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว ช่วยในการตัดสินใจ และบริหารงานทั้งระดับบุคคลและองค์กร

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์

กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นการวางแผน ที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจ การวางแผนที่ดียังสามารถทำให้สินค้า หรือแบรนด์เติบโตอย่างมีแบบแผน ไม่หลงไปกับสถานะเศรษฐกิจ หรือความกดดันจากคู่แข่ง และยังทำให้สินค้า หรือแบรนด์นั้นๆ มีความชัดเจน (ว่าตัวสินค้าของเราเองเป็นสินค้ากลุ่มใด ลูกค้าน่าหมายถึงกลุ่มใด) เมื่อตำแหน่งในตลาดชัดเจนแล้ว ย่อมทำให้การกำหนดกลยุทธ์ต่างๆออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพตามไปด้วย

แม้ว่า ผู้บริหาร จะมีรูปแบบกลยุทธ์ให้เลือกมากมายที่เหมาะสมสำหรับนำมาปรับใช้กับธุรกิจ แต่ในด้านกลยุทธ์ ที่ต้องถือเป็นแม่บททางการตลาดอย่างแท้จริงคงเห็นจะหนีไม่พ้น “กลยุทธ์ 4P” เป็นที่ยอมรับทั้งใน และต่างประเทศว่ามีประสิทธิภาพในการทำตลาดค่อนข้างสูง

4P หรือ Marketing Mix สามารถเรียกเป็นภาษาไทยได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด เป็นทฤษฎีหนึ่งที่นิยมใช้ในการวางแผนการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลักๆ ได้แก่ Product, Price, Place และ Promotionมีส่วนประกอบด้วยกันทั้งหมด 4 อย่างได้แก่ (จุฬารัตน์ ชันแก้ว, 2561)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ธุรกิจมีองค์ประกอบหลักซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างแรก คือ ผลิตภัณฑ์สินค้า (Goods) หรือบริการ (Service) สำหรับในส่วนสินค้านั้นแบ่งออกเป็น สินค้าประเภทจับต้องได้ และสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ สำหรับการบริการนั้นแบ่งออกเป็น บริการแบบมีส่วนร่วม และการบริการแบบไม่มีส่วนร่วม ดังนั้นสินค้า และบริการจึงนับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง โดยต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ คุณภาพ (Quality)

สำหรับในส่วนของคุณภาพนั้นยังมีความหมายรวมถึง ด้านความเหมาะสมในการใช้งาน คุณภาพการออกแบบ และคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อีกด้วย นอกจากนั้นคุณภาพยังเป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจอีกด้วย

2. ราคา (Price)

การกำหนดราคานั้นว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ โดยมีจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ขนาดของตัวธุรกิจ ประเภทของสินค้าที่ต้องการจำหน่าย ค่าใช้จ่ายต่างๆ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด กฎหมาย ความเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ หรือแม้แต่วิธีการจัดจำหน่าย ต้นทุนการผลิต และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

สำหรับธุรกิจขนาดเล็กนั้น การกำหนดราคาขายของสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากราคานี้ เป็นสิ่งที่ใช้วัดค่า และประโยชน์ของตัวสินค้า และยังเป็นตัวกำหนดว่าเราจะสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดไปในทิศทางใด จะสามารถขายสินค้าอย่างไร จำนวนเท่าไร ราคาขายจะเป็นเครื่องบ่งชี้สำคัญของความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจนั้น ทั้งนี้เนื่องจากกำไรนั้นคำนวณจากรายรับหักลบด้วยต้นทุน และรายรับได้จากปริมาณจำนวนที่ขายคูณด้วยราคาต่อหน่วย

อีกหนึ่งกลยุทธ์การขายสินค้าที่นิยมนำมาใช้กัน อย่างแพร่หลาย ได้แก่ การให้ส่วนลด (Discount) การขายเชื่อ (Credit) และการฝากขาย (Consignment) และยังมีการใช้นโยบายการตั้งราคามาใช้อีกด้วย

นโยบายการตั้งราคาแบ่งออกเป็น 6 ข้อ ดังนี้

- **นโยบายราคาเพียงราคาเดียว (One Price Policy)** เป็นการเสนอขายสินค้า หรือบริการในราคามาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าจะซื้อมากหรือน้อยก็ตาม เช่น ราคาน้ำมัน ค่าขนส่งสินค้า ค่าตามน้ำหนัก หรือธุรกิจขายสินค้าราคาเดียวทั้งร้าน (ทุกอย่าง 20 บาท)
- **นโยบายราคาที่แตกต่างกัน (Variable Price Policy)** มีเหตุมาจากความแตกต่างในด้านคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือตัวบริการ และการเจรจาต่อรองของลูกค้า นั่นจึงเป็นเหตุให้มีการตั้งราคาขายแตกต่างกัน เช่น สินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าจะมีราคาที่สูงกว่า สินค้าที่คุณภาพรองลงมา เช่น ราคาตัวหมภาพยนตร์ที่หนังธรรมดา กับที่หนังพิเศษ เสื้อผ้าแบรนด์ดังกับเสื้อผ้าไม่มีแบรนด์

- นโยบายกำหนดราคาขายแบบแพ็คเกจ (Multiple Unit Package Pricing Policy) เป็นการกำหนดราคาขายโดยเปรียบเทียบความแตกต่างในด้านปริมาณสินค้าที่ซื้อ อธิบายง่ายๆ คือถ้าซื้อในจำนวนมากราคาจะถูกกว่าซื้อในจำนวนน้อย เช่น เครื่องดื่ม บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป สินค้าประเภทอุปโภคบริโภค
- นโยบายกำหนดราคาตามสายราคา (Price Lining-Policy) เป็นรูปแบบการกำหนดราคาสินค้าแบบต่อเนื่องตามขนาด และปริมาณของสินค้า โดยแบ่งตามขนาด ใหญ่ กลาง เล็ก ทั้งนี้เพื่อความสะดวกแก่พนักงานขาย และตัวลูกค้าเอง เช่น นำยาบ้วนปาก ยาสีฟัน
- นโยบายกำหนดราคาเชิงจิตวิทยา (Psychological-Pricing Policy) ธุรกิจอาจจะใช้วิธีการกำหนดราคาให้น่าสนใจ โดยอาศัยหลักจิตวิทยาซึ่งเชื่อว่ามีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้า หรือผู้บริโภค เช่น สินค้าที่มีราคาดังท้ายเหมือนกัน 59, 89, 99 หรือสินค้าที่มีป้ายกำกับ เช่น สินค้าขายดี
- นโยบายกำหนดราคาตามจำนวน (Unit Pricing-Policy) เป็นรูปแบบการตั้งราคาให้แตกต่าง โดยอ้างอิงจากน้ำหนักของสินค้าต่อหน่วยเป็นเกณฑ์ เช่น ซื้อสินค้าที่มีน้ำหนักที่แตกต่างกัน 100, 50 และ 30 กรัม ตัวสินค้าจะมีราคาไม่เท่ากัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้า โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว วิธีขายหรือกระจายสินค้าที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด ต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด หากเป็นสินค้าที่ขายไปหลายๆ แห่งวิธีการขาย หรือการกระจายสินค้านั้นจะมีความสำคัญมาก โดยหลักการของการเลือกวิธีกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ความสำเร็จทางด้านธุรกิจ คือ การขายสินค้า หรือบริการให้ได้มากที่สุด แต่มักจะปัญหาว่าต้องทำอะไร การส่งเสริมการขาย จึงมีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น กิจกรรมดังกล่าวประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพเมื่อธุรกิจทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร มีรสนิยมแบบไหน เพื่อที่จะสามารถสร้างโปรโมชั่นที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้โดยตรง แต่การส่งเสริมการขาย

นั้นมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับงบประมาณ ด้านค่าใช้จ่ายอย่างมาก และควรจะต้องพยายามให้ได้ผลลัพธ์ กลับคืนอย่างคุ้มค่าที่สุด ซึ่งมีอยู่หลายวิธีที่สามารถช่วยได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

- **การโฆษณา (Advertsing)** อาจจะใช้คำพูด หรือข้อความ โดยมีความหมายที่จะให้ลูกค้ามีความรู้สึกดี ต่อต่อสินค้า หรือบริการนั้น รวมทั้งจงใจให้เกิดความต้องการอยากทดลองสินค้า หรือบริการของเรา

- **การขายโดยตรง (Direct Sales)** เป็นการขายโดยเข้าไปติดต่อดึงตัวลูกค้าโดยตรง โดยการอธิบาย รายละเอียดต่างๆ ของสินค้าให้ลูกค้าได้ทราบ หรือที่เรียกว่าการเสนอขาย โดยต้องอาศัยเทคนิค และ วิธีการที่น่าสนใจ

- **การส่งเสริมการขายทางด้านลูกค้า (Consumer Promotion)** เป็นรูปแบบในการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับ ตัวลูกค้าโดยตรง เช่น การลด แลก แจก แถม หรือการเล่นเกมส์เพื่อชิงรางวัล เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิด ความสนใจ และมีความหวังในประโยชน์ที่ได้รับจากตัวสินค้า หรือบริการของเรา

- **การบริการ (Service)** เป็นรูปแบบการให้บริการทั้งก่อน และหลังการขาย (การอธิบายคุณลักษณะที่ดี และการใช้สินค้าก่อนลูกค้าจะทำการซื้อ เพื่อเป็นการเชื้อเชิญให้เกิดสนใจ) การบริการขณะขาย (การ สาธิตให้ลูกค้าได้ชมก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า หรืออาจจะเป็นการให้ลูกค้าทดลองด้วยตัวเองก่อน) และบริการหลังการขายสินค้าให้กับลูกค้า (เช่นการซ่อมบำรุง หรือตรวจสอบสินค้าเมื่อลูกค้าได้ซื้อไป แล้วโดยทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจระยะยาว)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ปัจจุบันการสื่อสารของมนุษย์ได้รับการพัฒนาให้สื่อสารถึงกันอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจาก ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น สื่อ ชนิดหนึ่งที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วม สร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ คือ social media คำนี้คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน บัญญัติศัพท์ว่า สื่อสังคม หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า สื่อออนไลน์ หรือ สื่อสังคม ออนไลน์ ในทางเทคนิค สื่อสังคม จะหมายถึง โปรแกรมกลุ่มหนึ่งที่ทำงานโดยใช้พื้นฐานและ เทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น 2.0 เช่น บีโอบี มายสเปซ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ วิกีพีเดีย ไฮไฟฟ์ และบล็อก ต่าง ๆ ในทางธุรกิจเรียกสื่อสังคมว่า สื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (consumer-generated media หรือ CGM) สำหรับ

กลุ่มบุคคลผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนกันแล้ว ยังอาจทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกันด้วย กลุ่มบุคคลที่ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคมดังกล่าว คือ social network ซึ่งคณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ บัญญัติศัพท์ social network ว่า เครือข่ายสังคม ในเครือข่ายสังคม กลุ่ม “เพื่อน” หรือ “ผู้ติดต่อกัน” จะต้องแนะนำตนเองอย่างสั้น ๆ โดยทั่วไปซอฟต์แวร์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมจะเปิดโอกาสให้กลุ่มเพื่อน ๆ วิจารณ์วิจารณ์กันเองได้ ส่งข้อความส่วนตัว และเข้าไปอ่านข้อความของเพื่อน ๆ ในกลุ่มได้ ซอฟต์แวร์บางประเภทจะสามารถให้เพื่อน ๆ เพิ่มเสียงและภาพเคลื่อนไหวลงในประวัติของตนได้ด้วย นอกจากนี้เพื่อนบางคนก็อาจจะสร้างโปรแกรมย่อย ๆ ขึ้นมาให้ใช้ร่วมกันได้ เช่น เล่นเกม ถามปัญหา หรือปรับแต่งรูปภาพ ทำให้บางคนมีผู้สมัครเข้ามาเป็นเพื่อนด้วยมากมาย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์มีหลายรูปแบบ ทั้งประเภทเครื่องมือ และการประยุกต์ใช้งานที่หลากหลาย ซึ่ง อาจแบ่งได้ดังนี้ (Williamso, 2013)

1. **เครือข่ายสังคม (Social networking site)** เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือ หน่วยงานสามารถสร้างข้อมูล และเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบ หรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือ แสดงความเห็น โต้ตอบการ สนทนา หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ เช่น Facebook, Instagram, Badoo, Google+, Linkdin, Orkut
2. **ไมโครบล็อก (Micro-blog)** เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล หรือข้อความสั้น ในเรื่องที่สนใจเฉพาะด้าน รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ เช่น Instagram, Twitter, Blauk, Weibo, Tout, Tumblr
3. **เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website)** เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝาก หรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ ขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปัน แก่ผู้อื่น เช่น Flickr, Vimero, Youtube, Instagram, Pinteres

4. บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์สามารถเขียนในลักษณะไม่เป็นทางการและแก้ไขได้บ่อย ซึ่งบล็อกสามารถใช้ได้ทั้งส่วนบุคคล และกลุ่ม หรือองค์กร เช่น Blogger, WordPress, Bloggang, Exteen

5. บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet) เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์แต่มีรูปแบบ และความเป็นทางการมากกว่าบล็อก เช่น theguardian.com เจ้าของคือ หนังสือพิมพ์ The Guardian

6. วิกีและพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space) เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะ ออนไลน์เพื่อรวบรวมข้อมูล และเอกสาร เช่น Wikipedia, Wikia

7. กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group)

เป็นเว็บไซต์หรือกลุ่มจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะ มีทั้งที่เป็นกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะ เช่น Google Groups, Yahoo Groups, Pantip

8. เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform) เป็นเว็บไซต์ที่เสนอรูปแบบการเล่นเกมนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถเล่นได้คนเดียวหรือเป็นกลุ่ม เช่น Second life, World of Warcraft

9. ข้อความสั้น (Instant messaging) การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือ เช่น SMS (text messaging)

10. การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial tagging) เป็นการแสดงตำแหน่งที่อยู่ พร้อมความเห็นและรูปภาพ ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Foursquare

ดังนั้น คำว่า Social Media จึงมีความหมายว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้คนบนสังคมออนไลน์สามารถมีปฏิสัมพันธ์หรือตอบโต้กันได้ พื้นฐานการเกิด Social Media มาจากความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการติดต่อสื่อสารกันอย่างรวดเร็ว จึงมีการพัฒนาเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่างๆมาเรื่อยๆ จนปัจจุบันอยู่ในยุค 4.0

2.6 ความหมายของอินสตาแกรม (Instagram)

อินสตาแกรมถูกคิดค้นขึ้นเมื่อ ค.ศ. 2010 ที่เมืองซานฟรานซิสโก โดย Kevin Systrom และ Mike Krieger โดยเปิดตัวบนแอปสโตร์ของแอปเปิลในวันที่ 6 ตุลาคม ค.ศ. 2010 และต่อมาในเดือนมกราคม ค.ศ. 2011 อินสตาแกรมได้เพิ่มแฮชแท็กเข้าไป ซึ่งเป็นระบบที่สามารถให้ป้ายชื่อที่พิมพ์ลงไปนั้นค้นหาได้ง่ายขึ้น โดยการพิมพ์ “#” หรือแฮชแท็ก ตามด้วยป้ายชื่อที่จะพิมพ์ และเริ่มปล่อยเวอร์ชันต่างๆออกมาให้ดาวน์โหลดอย่างต่อเนื่อง

โดยปัจจุบัน Instagram มียอดผู้ใช้งานทั่วโลกกว่า 100 ล้านคนและมียอดผู้ใช้งานต่อวันถึง 11 ล้านคน หลังจาก Facebook เข้าซื้อกิจการและออกเวอร์ชันแอนดรอยด์เมื่อเดือนเมษายนปี 2555 ที่ผ่าน มา ส่งผลให้ยอดผู้ใช้งาน Instagram สูงสุดและกลายเป็นแอปพลิเคชันแต่งภาพยอดนิยมตลอดกาล สำหรับแอปพลิเคชัน Instagram สามารถใช้งานได้บนระบบปฏิบัติการ iOS (iPhone, iPad และ iPod Touch) และระบบปฏิบัติการ Android เวอร์ชัน 2.2 ขึ้นไป ส่วน Instagram สำหรับระบบปฏิบัติการอื่นๆ เช่น Windows Phone, BlackBerry คาดว่าจะตามมาในอนาคต

จุดเด่นที่ทำให้อินสตาแกรมได้รับความนิยมอย่างสูงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคือใช้งานง่าย สะดวกรวดเร็ว มีผู้ใช้งานร่วมกันเยอะ มีความสนุกอยู่ในตัว และยังมีดาราดังชอบใช้กันอีกยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้กระแสของอินสตาแกรมแรงขึ้นตามลำดับ ลูกเล่นของอินสตาแกรมก็จะมี การใส่ฟิลเตอร์ลงรูปภาพ (Filters) การอัปเดตเรื่องราวของตนเองลงอินสตาแกรม (Story) การไลฟ์สด (Live) การกดถูกใจรูปภาพของเพื่อนๆ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และมีระบบที่สามารถกดติดตามผู้อื่นได้ (Following) หรือผู้อื่นก็สามารถกดติดตามได้เช่นกัน (Followers) และที่สำคัญสามารถใช้งานผ่านมือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ได้อย่างง่ายดาย (CHINTANALUNLA, 2013)



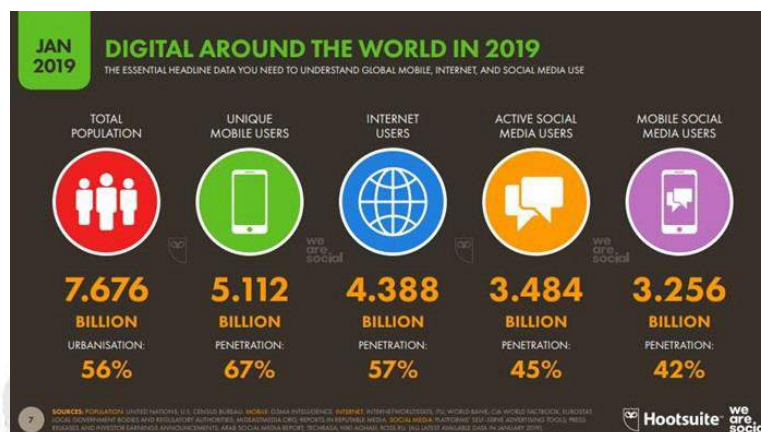
ภาพที่ 2.6.1 อินสตาแกรม (Instagram)

สืบค้นจาก <https://instagram.kapook.com/view58987.html>.

2.7 สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินสตาแกรม

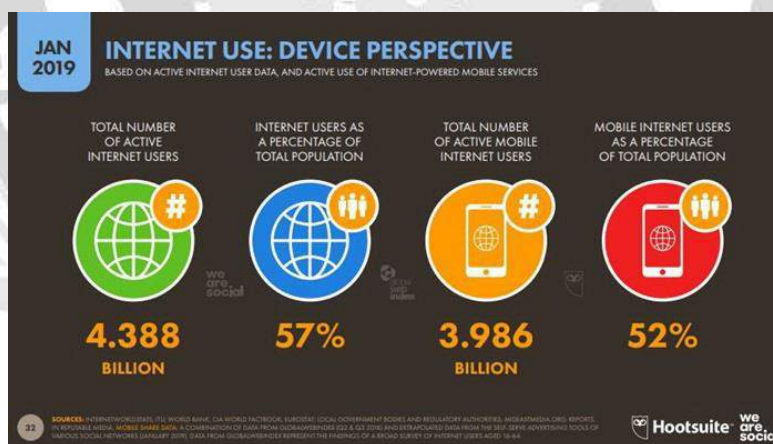
มากกว่า 50% ของประชากรโลก เข้าถึง “อินเทอร์เน็ต – โซเชียลมีเดีย”

- ทั่วโลกมีประชากร 7,876 ล้านคน แบ่งเป็นประชากรผู้หญิง 49.5% – ผู้ชาย 50.5%
- มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4,388 ล้านคนของจำนวนประชากรโลก
- ทั่วโลกมีจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 5,112 ล้านคน
- มีจำนวนผู้ใช้ Social Network 3,484 ล้านคนของจำนวนประชากรโลก
- ในจำนวนผู้ใช้ Social Network ทั้งหมด พบว่ามีมากถึง 3,256 ล้านคนที่ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ (Hootsuite, 2019)



ภาพที่ 2.7.1 จำนวนผู้ใช้งานดิจิทัล

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

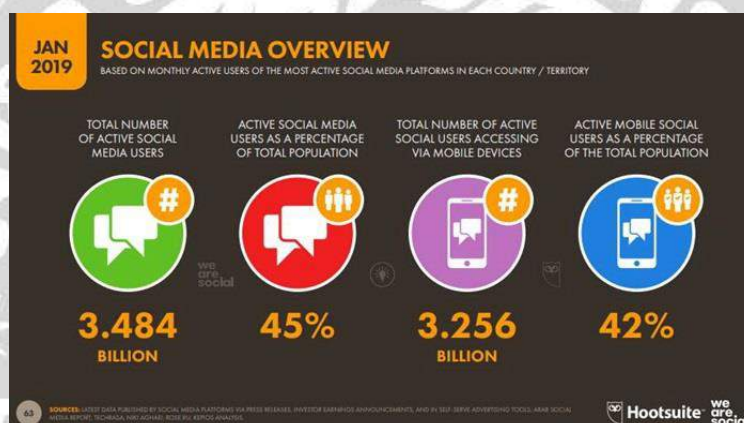


ภาพที่ 2.7.2 จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

จากภาพที่ 2.7.2 จะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4,388 ล้านคน เชื่อมต่อผ่าน “โทรศัพท์มือถือ” 3,986 ล้านคน ใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 6 ชั่วโมง 42 นาทีต่อคนต่อวัน ลดลงจากปี 2018 ที่ใช้เวลาอยู่บนอินเทอร์เน็ต 6 ชั่วโมง 49 นาที

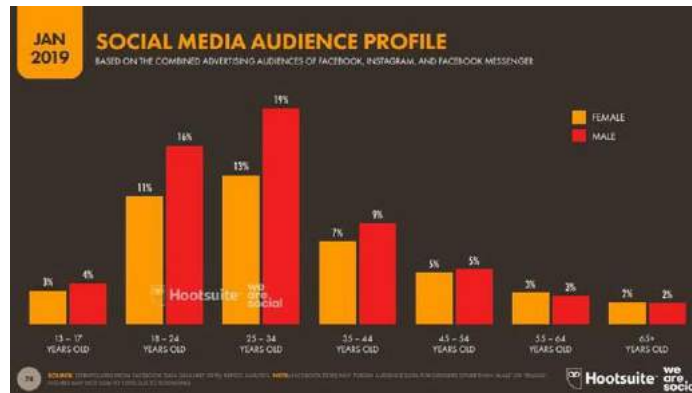
ถ้าแยกระยะเวลาการใช้งานอินเทอร์เน็ต ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จะพบว่า ใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ต ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 14 นาทีต่อคนต่อวัน ใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ต ผ่านคอมพิวเตอร์ และแท็บเล็ต ประมาณ 3 ชั่วโมง 28 นาทีต่อคนต่อวัน



ภาพที่ 2.7.3 จำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

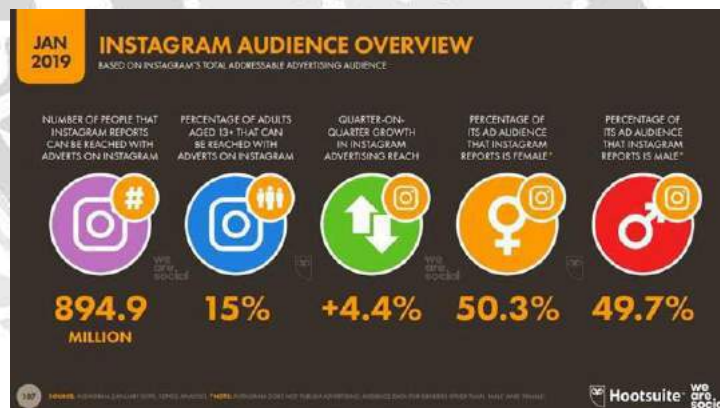
จากภาพที่ 2.7.3 จะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้ใช้งาน Social Media ปี 2019 อยู่ที่ 3,484 ล้านคน เติบโตจากปี 2018 ที่มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ที่ 3,196 ล้านคน



ภาพที่ 2.7.4 ช่วงอายุของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

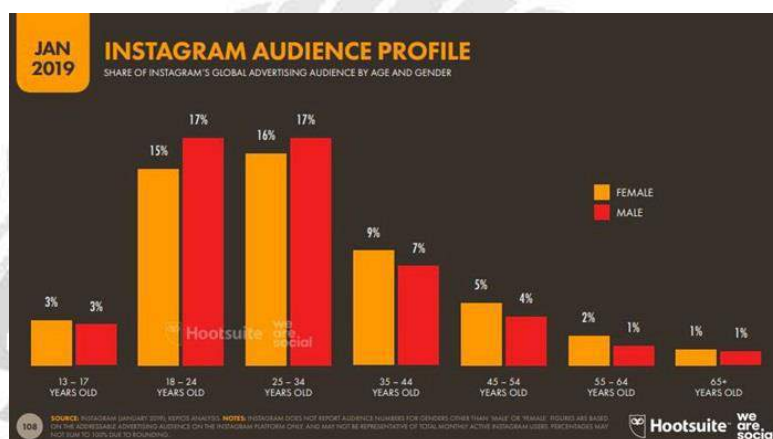
จากภาพที่ 2.7.4 จะเห็นได้ว่ากลุ่มประชากรใหญ่ที่ใช้ Social Media ยังคงเป็นกลุ่มอายุ 18 – 24 ปี และช่วงอายุ 25 – 34 ปี ใช้เวลาไปกับ Social Media โดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 16 นาทีต่อวัน ประชากร 1 คน โดยเฉลี่ยแล้วมีบัญชี Social Media 8.9 บัญชี



ภาพที่ 2.7.5 จำนวนผู้ใช้งานอินสตาแกรม (Instagram)

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

จากภาพที่ 2.7.5 จะเห็นได้ว่ายอดผู้ใช้ Instagram ที่สามารถเข้าถึงโฆษณาบนแพลตฟอร์มนี้ มี 894.9 ล้านรายทั่วโลก แบ่งเป็นกลุ่มผู้หญิง 50.3% และผู้ชาย 49.7% กลุ่มผู้ใช้ Instagram ใหญ่คือ คนอายุ 18 – 24 ปี และช่วงอายุ 25 – 34 ปี



ภาพที่ 2.7.6 ช่วงอายุผู้ใช้งานอินสตาแกรม (Instagram)

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

จากภาพที่ 2.7.6 จะเห็นได้ว่าช่วงอายุผู้ใช้งานอินสตาแกรม แบ่งเป็นกลุ่มผู้หญิง 50.3% และผู้ชาย 49.7% กลุ่มผู้ใช้อินสตาแกรมส่วนใหญ่คือ คนอายุ 18 – 24 ปี และช่วงอายุ 25 – 34 ปี

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

3.1.1 ชื่อสถานประกอบการ

บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

Eiam Tour & Transport Co., Ltd.

3.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ

เลขที่ 21 ถนนกรุงธนบุรี แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี

กรุงเทพฯ 10600

Tel. 02 862 2522

Fax. 02 862 3385

E-mail: info@eiamtour.com



ภาพที่ 3.1.1 โลโก้ของบริษัทเอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด



ภาพที่ 3.1.2 แผนที่บริษัทเอ็มทิวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

3.2 ลักษณะการให้บริการ

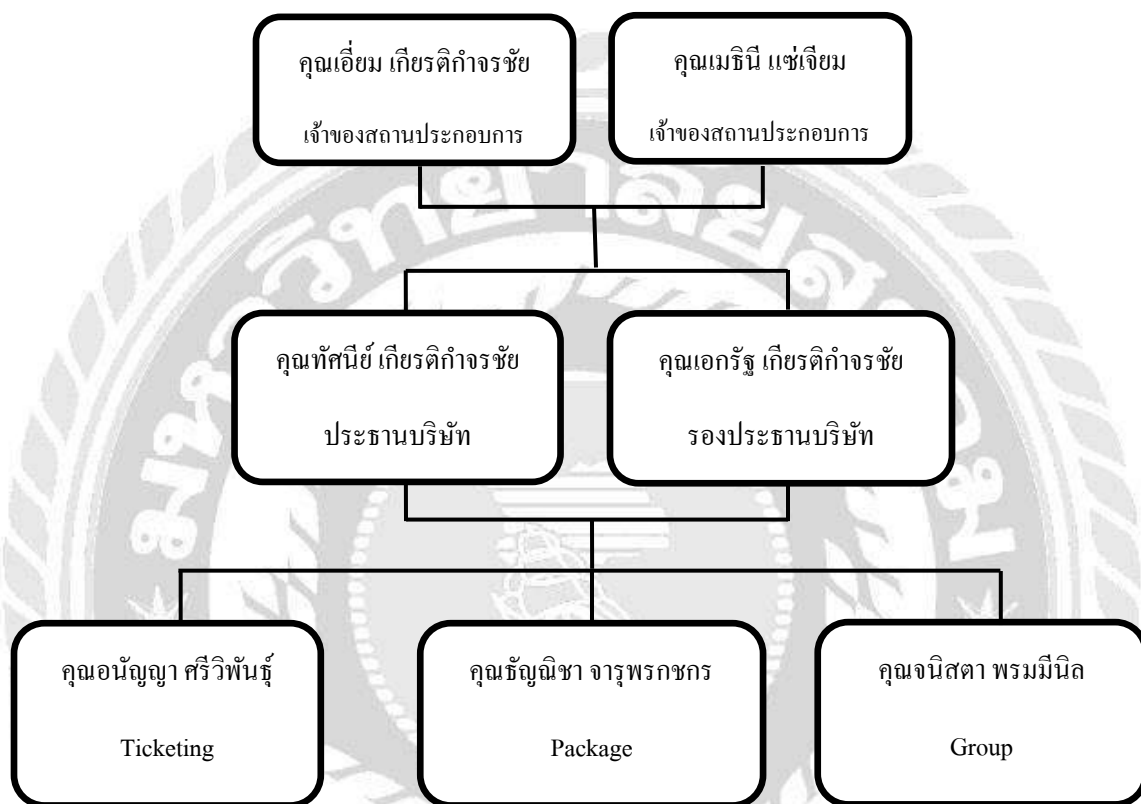
บริษัท เอ็มทิวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นบริษัทนำเที่ยวเก่าแก่ ให้บริการทัวร์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 สร้างชื่อเสียงจากการให้บริการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และเป็นผู้บุกเบิกการนำเที่ยวประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์โดยเส้นทางเครื่องบิน อีกทั้งยังมีบริการมากมายหลากหลายรูปแบบดังต่อไปนี้

- บริการจัดทัวร์คุณภาพดี ราคามาตรฐาน ทุกเส้นทางรอบโลก
- บริการจองและจำหน่ายตั๋วเครื่องบินทุกสายการบินทั่วโลก
- บริการรับจัดทัวร์เป็นหมู่คณะทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนคณะทัศนศึกษา ภูเขา ประชุมและสัมมนา
- บริการรับจองที่พักและโรงแรมต่างๆ

นโยบายของบริษัทคือ “บริการด้วยความจริงใจ ให้ลูกค้ามีความสุข” ดังนั้นบริษัทเอ็มทิวร์จึงคัดสรรแต่สิ่งที่ดี มีคุณภาพและการบริการที่แสนประทับใจมอบให้แก่ท่าน

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารงานขององค์กร

บริษัท เอี่ยมทวัตร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด



ภาพที่ 3.3.1 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารงาน

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

- นางสาววรางคณา ภูมิรัตน์ ตำแหน่งประชาสัมพันธ์รายการและแพ็คเกจทัวร์
- นายพชร ธนสวรคุณ ตำแหน่งประชาสัมพันธ์รายการและแพ็คเกจทัวร์

3.4.2 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายในส่วนของฝ่ายประชาสัมพันธ์รายการและแพ็คเกจทัวร์ มีบทบาทหน้าที่ดังนี้

- สร้างอินสตาแกรม พร้อมตั้งชื่อเป็นชื่อของบริษัท และใช้โลโก้ของบริษัทตั้งเป็นรูปของผู้ใช้งาน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์รายการและแพ็คเกจทัวร์
- ทำโปสเตอร์ โดยการนำรูปสถานที่ท่องเที่ยวในแพ็คเกจทัวร์ มาตัดแต่งในโปรแกรม Photoshop พร้อมใส่รายการทัวร์
- โพสต์ลงในอินสตาแกรม พร้อมรายละเอียดรายการและแพ็คเกจทัวร์ ช่องทางการติดต่อ และติดแฮชแท็ก (#) ได้ภาพ

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา คุณอนัญญา ศรีวิพันธุ์

ตำแหน่ง Ticketing

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เริ่มตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 จำนวน 16 สัปดาห์

วันและเวลาในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.30 น.- 17.30 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 คิดหัวข้อโครงการ

โดยพิจารณาจากข้อบกพร่องของบริษัทฯ และสิ่งที่ยากนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติสหกิจศึกษา

3.7.2 นำเสนอหัวข้อโครงการ

นำหัวข้อโครงการที่คิด เสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ เพื่อรับฟังคำแนะนำและแก้ไขให้ถูกต้อง

3.7.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์

โดยเริ่มจากการทำการประชาสัมพันธ์ด้วยการโพสต์รายการและแฟ้มเอกสารผ่าน Instagram

3.7.4 ตรวจสอบการเข้าถึงและผลตอบรับ

ดำเนินการตรวจสอบการเข้าถึงและผลตอบรับที่ได้จากการโพสต์ผ่าน Instagram โดยดูจากจำนวนผู้ติดตามและจำนวนการกดถูกใจใน Instagram

3.7.5 สรุปผลที่ได้จากการดำเนินโครงการ

รวบรวมข้อมูลและผลที่ได้จากการดำเนินโครงการ สรุปและเรียบเรียงให้ถูกต้อง

3.7.6 จัดทำรูปเล่ม

จัดทำรูปเล่มโครงการ โดยเรียงตามลำดับทั้ง 5 บท รวมถึงเอกสารอื่นๆ พร้อมงานนำเสนอในรูปแบบ Power Point

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม 2562	มิถุนายน 2562	กรกฎาคม 2562	สิงหาคม 2562
คิดหัวข้อโครงการ	←→			
นำเสนอหัวข้อโครงการ	←→			
ดำเนินการประชาสัมพันธ์		←→		→
ตรวจสอบผลตอบรับ			←→	→
สรุปผลที่ได้จากการดำเนินโครงการ				←→
จัดทำรูปเล่ม				←→

ตารางที่ 3.7.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

- คอมพิวเตอร์
- โทรศัพท์มือถือ

ซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Adobe Photoshop
- อินสตาแกรม (Instagram)

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การจัดทำโครงการเรื่อง “การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์” มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์และนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับบริษัทเอี่ยมทัวร์มากขึ้น มีรายละเอียดดังนี้

4.1 บทสัมภาษณ์และข้อสรุปจากการสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

4.2 ขั้นตอนการใช้งานอินสตาแกรม (Instagram)

4.3 ขั้นตอนการทำโปสเตอร์จาก Adobe Photoshop

4.4 ขั้นตอนการสร้างไฮไลต์ในอินสตาแกรม

4.5 ผลจากการปฏิบัติงาน

4.1 บทสัมภาษณ์และข้อสรุปจากการสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

4.1.1 บทสัมภาษณ์

ก่อนดำเนินการคิดหัวข้อโครงการ ได้มีการสอบถามจากพนักงานที่ปรึกษาว่า ในปัจจุบันที่บริษัทมีปัญหาหรือข้อบกพร่องตรงไหนที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ยุค 4.0 พนักงานที่ปรึกษาจึงแนะนำเรื่องการใช้โปรแกรม Microsoft Excel แต่ยังไม่ตรงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่มากนัก จึงสอบถามพนักงานที่ปรึกษาอีกครั้งว่าทางบริษัทมีการประชาสัมพันธ์รายการและแพ็คเกจทัวร์ผ่านทางช่องทางใดบ้าง พนักงานที่ปรึกษาแจ้งว่ามีการประชาสัมพันธ์ที่เว็บไซต์ของบริษัท และเฟสบุ๊คของบริษัทที่มีการอัพเดทไม่มากนัก จึงเสนอกับพนักงานที่ปรึกษาว่ามีความประสงค์ที่จะทำการประชาสัมพันธ์รายการและแพ็คเกจทัวร์ผ่านช่องทางอินสตาแกรม พนักงานที่ปรึกษาก็นิดีและเห็นด้วย

4.1.2 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

หัวข้อโครงการที่เสนอให้กับสถานประกอบการ คือ การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์ พนักงานที่ปรึกษามีข้อสรุปตรงกันว่าหัวข้อโครงการที่เสนอมีความเหมาะสมที่จะจัดทำโครงการ

4.2 ขั้นตอนการใช้งานอินสตาแกรม (Instagram)

4.2.1 ขั้นตอนที่ 1 ทำการสมัครบัญชีผู้ใช้งานใหม่ โดยสามารถสมัครด้วยเบอร์โทรศัพท์หรือ E-mail



ภาพที่ 4.2.1 การสมัครบัญชีผู้ใช้งานใหม่

คณะผู้จัดทำเลือกสมัครบัญชีผู้ใช้งานใหม่ด้วย E-mail เพื่อความสะดวกในการใช้งาน

4.2.2 ขั้นตอนที่ 2 การสร้างชื่อผู้ใช้งานและสร้างรหัสผ่าน

< **ตั้งชื่อผู้ใช้**

เลือกชื่อผู้ใช้สำหรับบัญชีผู้ใช้ใหม่ของคุณ คุณสามารถเปลี่ยนชื่อผู้ใช้ในภายหลังได้ทุกเมื่อ

eiamtour2517

ถัดไป

< **สร้างรหัสผ่าน**

รหัสผ่าน

☒ บันทึกรหัสผ่าน

ถัดไป

ภาพที่ 4.2.2 การสร้างชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่าน

ขณะผู้จัดทำสร้างชื่อผู้ใช้งานเป็นชื่อบริษัท เพื่อการค้นหาที่สะดวกขึ้น

4.2.3 ขั้นตอนที่ 3 การเพิ่มรูปโปรไฟล์


เพิ่มรูปโปรไฟล์แล้ว!
 เปลี่ยนรูปภาพ
 แชร์รูปภาพนี้เป็นโพสต์ด้วยเช่นกัน ☒
 ทำรูปภาพนี้เป็นโพสต์แรกของคุณเพื่อให้ผู้คนสามารถกด
 ถูกใจและแสดงความคิดเห็นบนรูปภาพนี้
 ถัดไป

ภาพที่ 4.2.3 การเพิ่มรูปโปรไฟล์

ขณะผู้จัดทำเลือกโลโก้ของบริษัทมาเพิ่มเป็นรูปโปรไฟล์

หมายเลข 9 ปุ่มแสดงเรื่องราวต่างๆของผู้คนที่กำลังติดตาม

หมายเลข 10 ปุ่มค้นหาผู้ใช้งานจากชื่อหรือค้นหาบางอย่างจากแฮชแท็ก (#)

หมายเลข 11 ปุ่มสำหรับเพิ่มรูปภาพที่ต้องการโพสต์

หมายเลข 12 ปุ่มการแจ้งเตือนเมื่อมีผู้คนกดถูกใจหรือแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์

หมายเลข 13 ปุ่มแสดงหน้าโปรไฟล์ (กรณีมีมากกว่า 1 บัญชี สามารถกดปุ่มค้างไว้

เพื่อที่จะสลับบัญชีผู้ใช้งานที่เพิ่มไว้ได้)

4.2.5 ขั้นตอนที่ 5 เลือกรูปภาพที่ต้องการโพสต์



ภาพที่ 4.2.5 เลือกรูปภาพที่ต้องการโพสต์

คณะผู้จัดทำได้ทำการเลือกรูปภาพมา 1 รูปภาพ

4.2.6 ขั้นตอนที่ 6 ใส่คำบรรยายหรือรายละเอียดต่างๆ



ภาพที่ 4.2.6 การใส่คำบรรยายและรายละเอียด

คณะผู้จัดทำใส่คำบรรยายให้น่าสนใจและรายละเอียดอย่างครบถ้วน

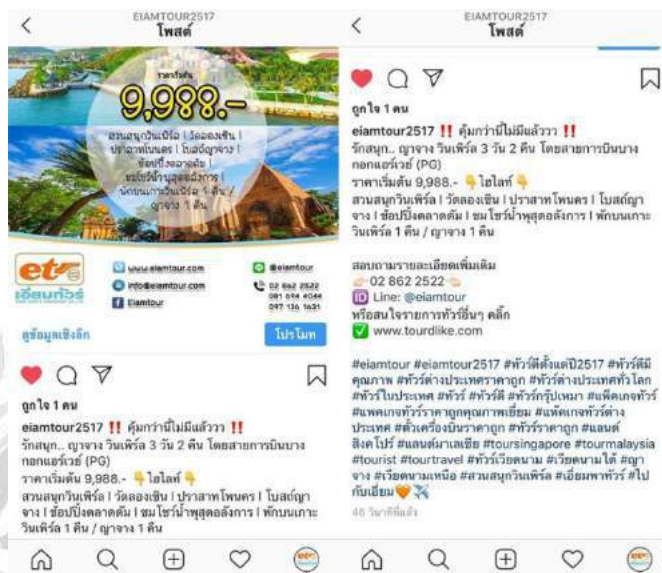
4.2.7 ขั้นตอนที่ 7 การติดแฮชแท็กในคำบรรยาย



ภาพที่ 4.2.7 การติดแฮชแท็ก

คณะผู้จัดทำได้ทำการติดแฮชแท็กต่างๆ เพื่อการค้นหาก็กว้างขึ้น

4.2.8 ขั้นตอนที่ 8 ทำการโพสต์



ภาพที่ 4.2.8 การโพสต์ที่เสร็จสมบูรณ์

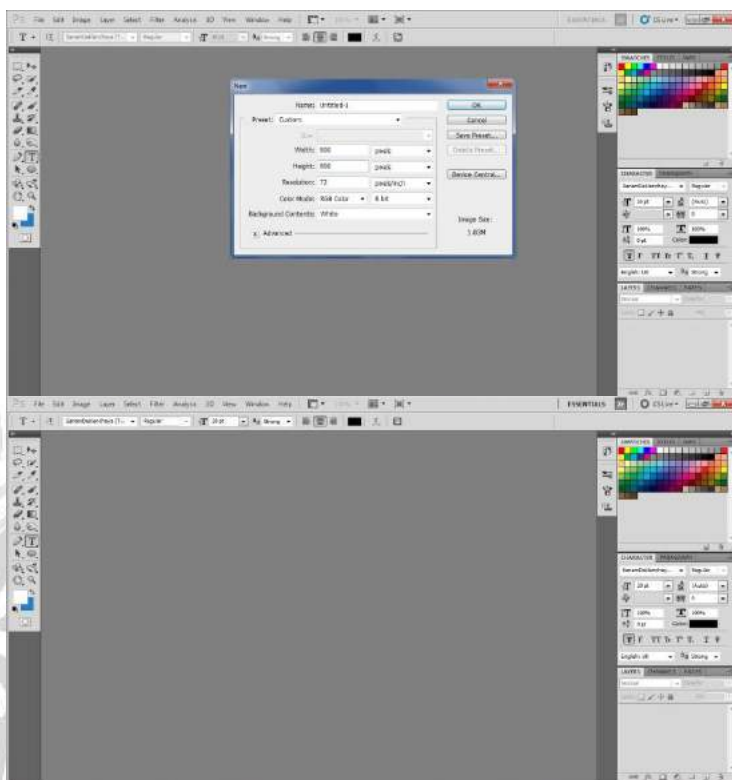
เมื่อทำการโพสต์เสร็จเรียบร้อยแล้ว จะได้รับภาพและคำบรรยายตามภาพที่ 4.2.8

4.3 ขั้นตอนการทำโปสเตอร์จาก Adobe Photoshop

4.3.1 ขั้นตอนที่ 1 เปิดโปรแกรม Adobe Photoshop

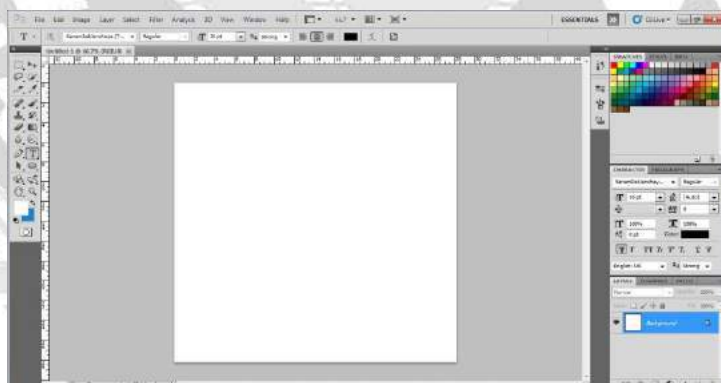


ภาพที่ 4.3.1 แสดงโลโก้ของโปรแกรม Adobe Photoshop



ภาพที่ 4.3.2 แสดงหน้าเริ่มต้นของโปรแกรม Adobe Photoshop

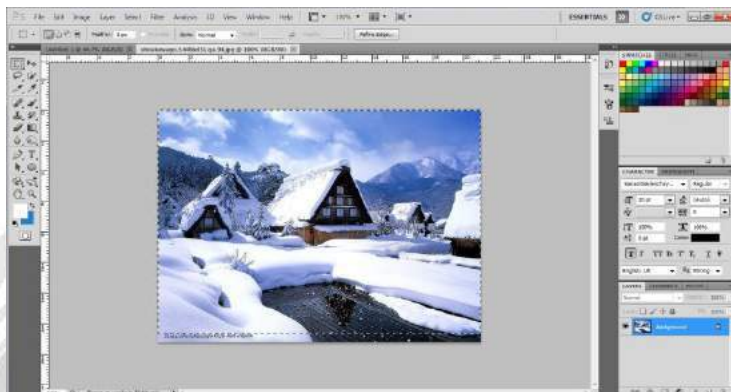
4.3.2 ขั้นตอนที่ 2 ทำการสร้างไฟล์ใหม่ขึ้นมา



ภาพที่ 4.3.3 แสดงไฟล์ใหม่ที่สร้างขึ้น

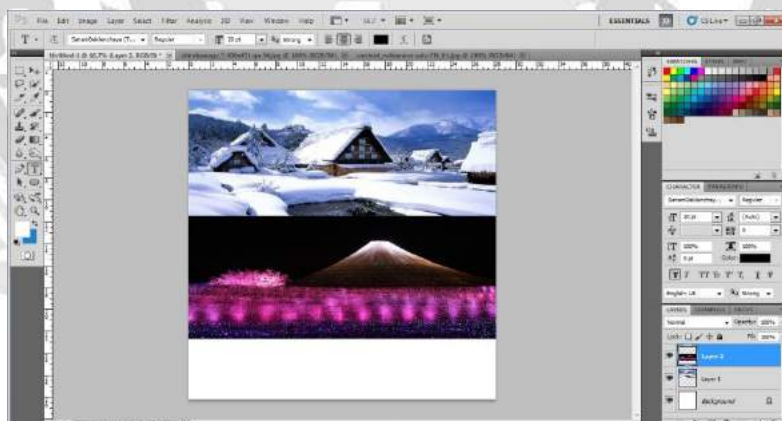
คณะผู้จัดทำได้ทำการสร้างไฟล์ใหม่ขึ้นมา ขนาด 800 x 800

4.3.3 ขั้นตอนที่ 3 เปิดรูปภาพที่เลือกไว้



ภาพที่ 4.3.4 แสดงรูปภาพที่เลือกไว้

4.3.4 ขั้นตอนที่ 4 ทำการตัดรูปภาพ แล้วนำไปใส่ในไฟล์ใหม่ที่สร้างขึ้น



ภาพที่ 4.3.5 แสดงรูปภาพที่นำมาใส่ในไฟล์

ขณะนี้ผู้จัดทำได้ทำการตัดรูปภาพ แล้วนำไปใส่ในไฟล์ใหม่ที่สร้างขึ้น

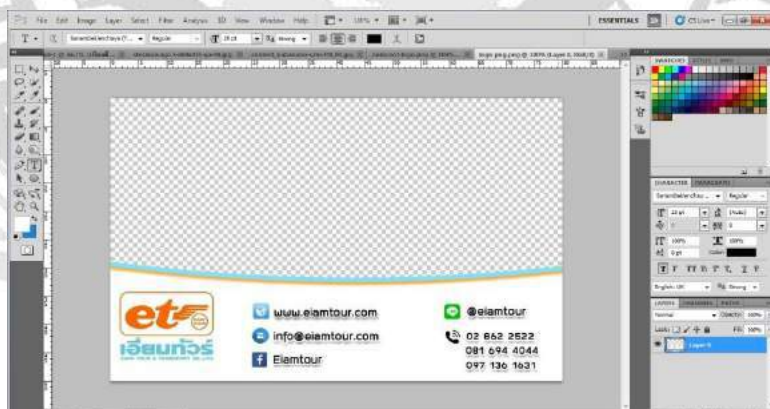
4.3.5 ขั้นตอนที่ 5 ใส่ข้อความที่น่าสนใจ



ภาพที่ 4.3.6 .แสดงรูปภาพที่มีข้อความต่างๆ

คณะผู้จัดทำได้ทำการใส่ข้อความที่น่าสนใจลงไป เช่น ประเทศ ไฮไลต์ทัวร์ และราคา

4.3.6 ขั้นตอนที่ 6 ทำการเปิดไฟล์โลโก้ของบริษัท



ภาพที่ 4.3.7 แสดงไฟล์โลโก้ของบริษัท

คณะผู้จัดทำเตรียมไฟล์โลโก้และข้อมูลการติดต่อของบริษัท เพื่อที่จะนำไปใส่ในส่วนล่างสุดของไฟล์

4.3.7 ขั้นตอนที่ 7 นำไฟล์โลโก้ของบริษัท ใส่รวมไว้กับไฟล์ที่ทำเสร็จแล้ว



ภาพที่ 4.3.8 แสดงภาพที่นำไฟล์โลโก้ของบริษัทมาใส่เรียบร้อยแล้ว

คณะผู้จัดทำได้นำไฟล์โลโก้ของบริษัท มาใส่ไว้ด้านล่างสุดของไฟล์

4.3.8 ขั้นตอนที่ 8 ไฟล์ที่เสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 4.3.9 แสดงไฟล์ที่เสร็จสมบูรณ์

4.4 ขั้นตอนการสร้างไฮไลต์ในอินสตาแกรม

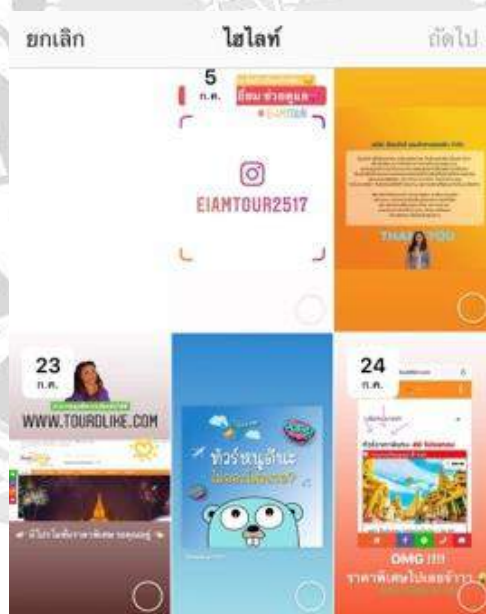
4.4.1 ขั้นตอนที่ 1 การเพิ่มไฮไลต์



ภาพที่ 4.4.1 การเพิ่มไฮไลต์

กดปุ่มเพิ่มใหม่ (+) เพื่อที่จะสร้างไฮไลต์ไว้สำหรับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้าโปรไฟล์

4.4.2 ขั้นตอนที่ 2 เลือกรายการที่ต้องการให้เป็นไฮไลต์



ภาพที่ 4.4.2 การเลือกไฮไลต์

แสดงรายการที่ต้องการให้เป็นไฮไลต์ แล้วเลือกทีละ 1 รายการ

4.4.3 ขั้นตอนที่ 3 ไฮไลต์จะแสดงอยู่บนหน้าโปรไฟล์



ภาพที่ 4.4.3 แสดงไฮไลต์บนหน้าโปรไฟล์

จากภาพที่ 4.4.3 จะมีรายละเอียดไฮไลต์ที่เพิ่มไว้ดังนี้



ภาพที่ 4.4.4 แสดงชื่อผู้ใช้งานที่ตั้งไว้ในอินสตาแกรม



ภาพที่ 4.4.5 แสดงประวัติความเป็นมาของบริษัทเอี่ยมทัวร์



ภาพที่ 4.4.6 แสดงลิงค์หน้าเว็บไซต์ของบริษัทเอี่ยมทัวร์



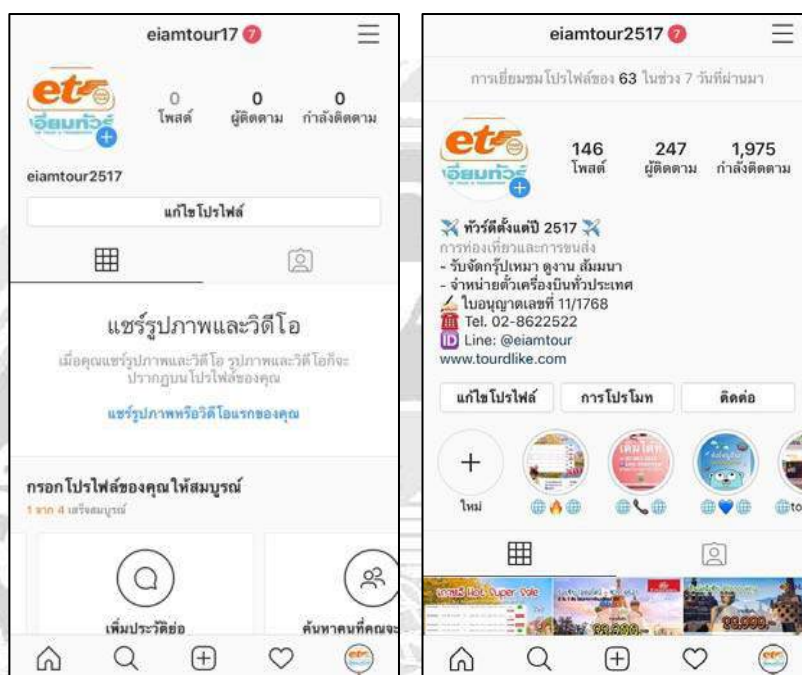
ภาพที่ 4.4.7 แสดงช่องทางการติดต่อสอบถามเพิ่มเติมของบริษัทเอี่ยมทัวร์



ภาพที่ 4.4.8 แสดงข้อความตึงเครียดความสนใจจากลูกค้า

4.5 ผลจากการปฏิบัติงาน

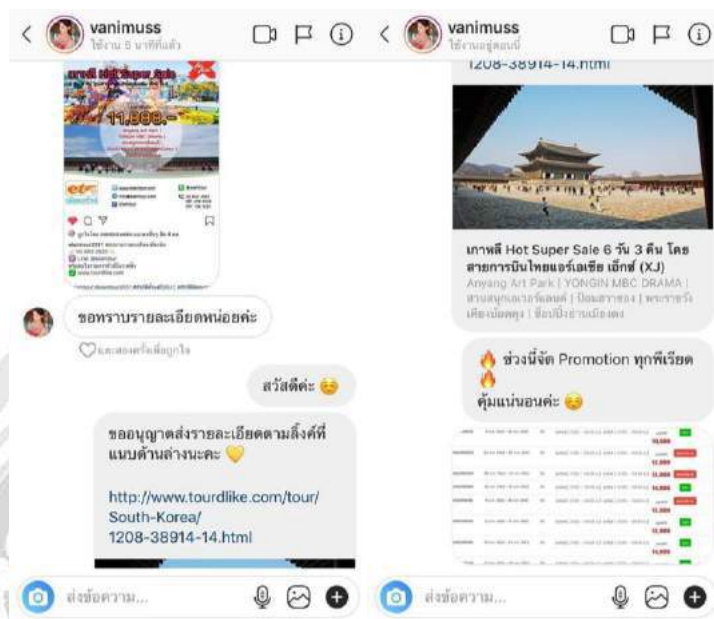
4.5.1 ภาพก่อนและหลังการทำโปรโมท



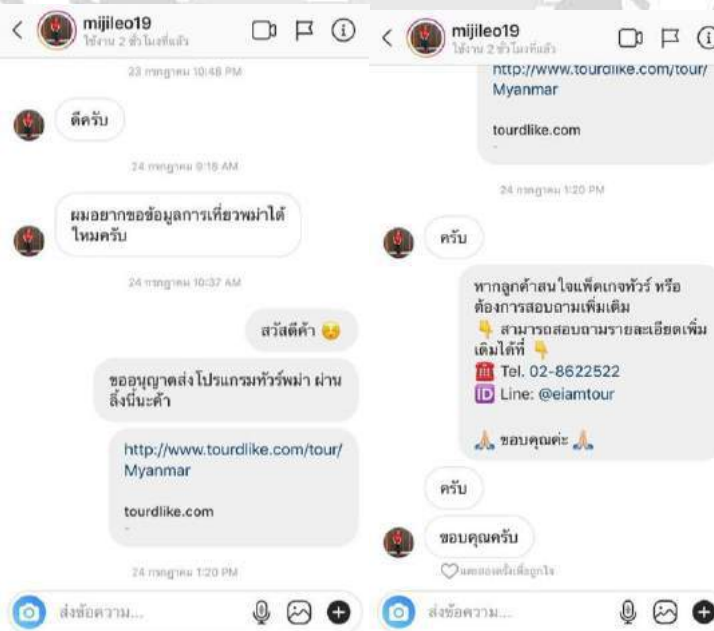
ภาพที่ 4.5.1 แสดงหน้าโปรไฟล์ก่อนและหลังการทำโปรโมท

จากภาพที่ 4.5.1 คือน้ำโปรไฟล์แรกหลังจากการสมัครบัญชีผู้ใช้งานใหม่ ซึ่งยังไม่มีโพสต์ และไม่มีผู้ติดตาม ทั้งหมดเริ่มจาก 0 หลังจากได้ทำการโพสต์อย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่ามีจำนวนโพสต์ มากขึ้นและมีจำนวนผู้ติดตามมากขึ้นเช่นกัน

4.5.2 ภาพการสนทนากับลูกค้าในอินสตาแกรม



ภาพที่ 4.5.2 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์เกาหลี



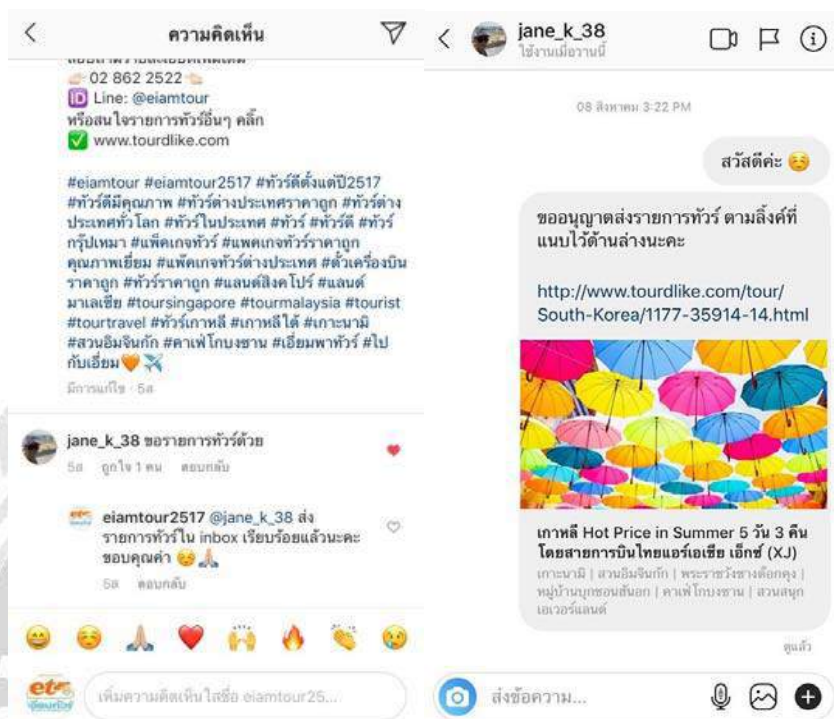
ภาพที่ 4.5.3 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์พม่า



ภาพที่ 4.5.4 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์ไต้หวัน



ภาพที่ 4.5.5 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดตั๋วเครื่องบิน



ภาพที่ 4.5.6 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์เกาหลี



ภาพที่ 4.5.7 ลูกค้าสอบถามรายละเอียดทัวร์บรูไน

จากภาพที่ 4.5.1 ถึง 4.5.7 จะเห็นได้ว่ามีลูกค้าหลายท่านเข้ามาติดต่อสอบถามเกี่ยวกับแพ็คเกจทัวร์และตั๋วเครื่องบิน ที่คณะผู้จัดทำได้ทำการโปรโมทลงไปในอินสตาแกรมอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 จากการปฏิบัติสหกิจศึกษาดังแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 รวมระยะเวลาทั้งหมด 16 สัปดาห์ ณ บริษัทเอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด (Eiam Tour & Transport Co., Ltd.) คณะผู้จัดทำได้จัดทำโครงการเรื่อง การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์ (Using Instagram to promote Eiam Tour sales) โดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ อินสตาแกรม โซเชียลมีเดียและสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ในการโปรโมทรายการและแพ็คเกจทัวร์ให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ เพื่อที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาจับกับบริษัทเอี่ยมทัวร์มากขึ้น โดยหลังจากการดำเนินงานเสร็จสิ้น สามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้นมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้จริงและยังสามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้อีกด้วย

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ

- ไม่สามารถตั้งเวลาโพสต์อัตโนมัติได้ ใน Instagram
- ไม่สามารถกดติดตามผู้ใช้งานแบบต่อเนื่องได้ เนื่องจาก Instagram มีการจำกัดจำนวนการกดติดตามในแต่ละวัน
- ไม่สามารถตอบข้อความใน Instagram ผ่านคอมพิวเตอร์ได้

5.1.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการแก้ไข

- ตั้งช่วงเวลาในการโพสต์และขยับโพสต์สม่ำเสมอ แทนการตั้งเวลาโพสต์อัตโนมัติ
- เว้นระยะในการกดติดตามผู้ใช้งาน

- ใช้โทรศัพท์มือถือตอบข้อความแทนการใช้คอมพิวเตอร์

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติสหกิจศึกษา

- ได้เรียนรู้ถึงกระบวนการการทำงานในตำแหน่งต่างๆ
- ได้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการดำเนินการ และเตรียมเอกสารในการขอวีซ่าจีนและเยอรมนี
- ได้ความรู้เกี่ยวกับการเขียนใบ ตม.เข้า-ออก ต่างประเทศ
- ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- ฝึกให้มีความขยันและความอดทนในการทำงาน
- ฝึกให้มีความตรงเวลากับตัวเองและผู้อื่น
- มีความละเอียด รอบคอบ ต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- ได้รู้หลักการแก้ปัญหาเบื้องต้นที่ดี
- สามารถนำประสบการณ์จากการฝึกงาน ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

5.2.2 ปัญหาที่พบเจอของการปฏิบัติสหกิจศึกษา

- การใช้ทักษะด้านภาษา เนื่องจากผู้ที่โทรศัพท์มาติดต่อบางท่านไม่สามารถใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษได้
- การสื่อสารภายในองค์กรมีความผิดพลาดในบางครั้ง จึงส่งผลให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่ต้องการ

5.3 ข้อเสนอแนะ

- เตรียมความพร้อมในด้านทักษะการพูด อ่าน และเขียน อย่างสม่ำเสมอ
- พยายามมีความชัดเจนในการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อลดปัญหาในการดำเนินงานที่ผิดพลาด

บรรณานุกรม

- กัมปนาท ฤทธิชู. (2554). เทคโนโลยีสารสนเทศ. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/kampanatritchoo/thekhnoloyi-sarsnthes>
- เครือข่ายสังคมออนไลน์. (2017). เข้าถึงได้จาก http://www.krukittin.info/?p=836&fbclid=IwAR2LnMknd2s8deLE5WXJxDxOAU9_TIAJuYDED2pHttn_zn_ur6C14eyESjDw
- นิพนธ์ เป็ญญา. (2549). ประโยชน์ของเทคโนโลยี. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/31276>
- พุทธรักษ์ มุลมวง. (2557). ความหมายของอินเทอร์เน็ต. เข้าถึงได้จาก <http://computer.bcnv.ac.th/hnangsux-xangxing>
- มุฮัมมะอัลลี มุฮัมหมัดฮูเซ็น. (2559). ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/socialnetworkappfbigline/12>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media). เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/saowaluk571031476/khwam-hmay-khxng-sux-sangkham-xxnlin-social-media>
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค. เข้าถึงได้จาก <https://doctemple.wordpress.com/>
- รุ่งธรรม บัวแดง. (2559). แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต. เข้าถึงได้จาก <http://www.dstd.mi.th/board/index.php?topic=1239.0>
- สุจินันท์ ขวัญแก้ว. (2558). ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต. เข้าถึงได้จาก <https://sujinanbee.wordpress.com/>
- CSL Marketing. (2018). เทรนด์ Facebook และ Instagram จะเป็นอย่างไรในปี 2018. เข้าถึงได้จาก <https://www.csloxinfo.com/fb-and-instagram-trend-2018-2/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hootsuite. (2019). *ลี้ว Insight การใช้งาน “ดิจิทัล” ทั่วโลก 2019*. เข้าถึงได้จาก
<https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>
- PR News. (2015). *Instagram เผยพฤติกรรมน่าสนใจผู้ใช้งานชาวไทยกว่า 7.1 ล้านคน*. เข้าถึงได้จาก
<https://www.flashfly.net/wp/134269>
- RACY53. (2013). *ขอบเขตโครงการ*. เข้าถึงได้จาก <https://ray20000.wordpress.com/2013/01/08/>
- Souter. (1999). *ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ*. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/amieimmika/home/khwam-sa-khay-khxng-thekhnoloyi-sarsnthes>
- Tukko Nathida. (2013). *พฤติกรรมและทัศนคติการใช้ Instagram ของคนไทย*. เข้าถึงได้จาก
<https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/consumer-thought-of-instagram/>



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

บทสัมภาษณ์ความคิดเห็นของพนักงานที่ปรึกษาที่มีต่อโครงการเรื่อง
“ การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์ ”



เห็นด้วยที่น้องสร้างอินสตาแกรมขึ้นมาใหม่เพื่อมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัท เพราะที่บริษัทเคยสร้างอินสตาแกรมไว้ แต่ไม่ได้มีการอัปเดตมานานมากแล้ว ปกติที่บริษัทจะใช้ e-mail และ line@ เป็นส่วนใหญ่ การที่น้องสร้างอินสตาแกรมขึ้นมาก็ถือว่าเป็นความแปลกใหม่ให้กับบริษัทและใช้งานได้จริง

อณิศา ศรีวิพันธุ์

(คุณอณิศา ศรีวิพันธุ์)

พนักงานที่ปรึกษา



ภาคผนวก ข

รูปภาพของคณะผู้จัดทำขณะปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

รูปภาพของคณะผู้จัดทำขณะปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



ภาพอาจารย์ที่ปรึกษามาตรวจเยี่ยมสหกิจศึกษา



ภาพนักศึกษาฝึกงาน ขณะออกบูชขายแพ็คเกจทัวร์มาเลเซีย



ภาพนักศึกษาฝึกงาน ขณะส่งทัวร์ที่สนามบินดอนเมือง



ภาพนักศึกษาฝึกงาน ขณะทำ Power Point นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น



ภาพนักศึกษาฝึกงาน ขณะทำโปสเตอร์



ภาพนักศึกษาฝึกงาน ขณะนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย



ภาพบรรยากาศการประชุม



ภาคผนวก ค

บทความวิชาการ

การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์

Using Instagram to promote Eiam Tour sales

นางสาววราภรณ์ ภูมิรัตน์และนายพชร ธนสวรคุณ

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

บทคัดย่อ

บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด (Eiam Tour & Transport Co., Ltd.) เป็นบริษัทนำเที่ยวเก่าแก่ เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2517 โดยสร้างชื่อเสียงจากการให้บริการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและเป็นผู้บุกเบิกการนำเที่ยวประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์โดยเส้นทางเครื่องบิน และยังมีบริการอีกหลากหลายรูปแบบ ให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ในปัจจุบันบริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการโปรโมทรายการและแพ็คเกจทัวร์มากนัก

ทางคณะผู้จัดทำจึงจัดทำโครงการเรื่อง “การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์” นี้ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ และนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับบริษัทมากขึ้น ทั้งนี้สามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้นมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทได้จริงและยังสามารถเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทได้อีกด้วย

คำสำคัญ : ส่งเสริมการขาย, อินสตาแกรม, เอี่ยมทัวร์

Abstract

Eiam Tour & Transport Co. Ltd. is a long time tour operator in Thailand. The company was established in 1974 and has operated its business under its reputation to provide quality tourism services and as a pioneer tour operator serving the demand for Malaysia and Singapore trips via airplane. In addition, the company provides various services and fully-integrated tour services for customers. However, Eiam Tour & Transport Co. Ltd. does not adopt technology in promoting tour programs and packages. Therefore, the authors initiated and prepared the project entitled “Using Instagram to Promote Eiam Tour Sales” The objectives of this project were to increase the sales promotion for Eiam Tour & Transport Co. Ltd. and to increase the role of applying technology, including Instagram to promote the company’s sales in order to enhance communication channels between the company and customers as well.

Keyword : Promote, Instagram, Eiam Tour

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเจริญเติบโตมากขึ้นและเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่สามารถทำให้การสื่อสารในยุคปัจจุบันเข้าถึงกันอย่างง่ายดาย หรือที่เรารู้จักกันในชื่อ โซเชียลมีเดีย (Social Media) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social) ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือความสนใจ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างเสรี มีหนึ่งแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับผู้ประกอบการหรือธุรกิจต่างๆ ก็คือ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานทั่วโลก 894.9 ล้านบัญชี (Hootsuite, 2019) จุดเด่นที่ทำให้อินสตาแกรมได้รับความนิยมอย่างสูงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคือใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว มีผู้ใช้งานเยอะ มีความสนุกอยู่ในตัว และมีฟังก์ชันครบครัน ยิ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้กระแสของอินสตาแกรมแรงขึ้นตามลำดับ ลูกเล่นของอินสตาแกรมมีทั้งการใส่ฟิลเตอร์ลงรูปภาพ (Filters) การอัปเดตเรื่องราวของตนเองลงอินสตาแกรม (Story) การไลฟ์สด (Live) การกดถูกใจรูปภาพของเพื่อนๆ (Like)

การแสดงความคิดเห็น (Comment) และมีระบบที่สามารถกดติดตามผู้อื่นได้ (Following) หรือผู้อื่นก็สามารถกดติดตามได้เช่นกัน (Followers) และที่สำคัญสามารถใช้งานผ่านมือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ตหรือคอมพิวเตอร์ได้อย่างง่ายดาย จึงทำให้ผู้ประกอบการหรือธุรกิจส่วนใหญ่หันมาอินสตาแกรม (Instagram) เข้ามามีบทบาทในธุรกิจมากขึ้น โดยทำการโปรโมทและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ บนอินสตาแกรม เพื่อที่จะเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทราเวล สปอร์ต จำกัด เป็นบริษัทนำเที่ยวที่เก่าแก่ เริ่มก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยสร้างชื่อเสียงจากการให้บริการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและเป็นผู้บุกเบิกการนำเที่ยวประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์โดยเส้นทางเครื่องบินในปัจจุบันมีบริการหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้อย่างครบถ้วน มีบริการจัดทัวร์ไพรเวท ทัวร์หมู่คณะ ทักษิณศึกษา ดูงาน ประชุม สัมมนา ทุกเส้นทางรอบโลก ทั้งในและต่างประเทศ และยังมีบริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พักและโรงแรมอีกด้วย

ดังนั้น คณะผู้จัดทำจึงมีความประสงค์ที่จะจัดทำโครงการนี้เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ เนื่องจากเล็งเห็นถึง

ความสำคัญของเทคโนโลยีในปัจจุบันที่สามารถเพิ่มช่องทางการขายบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้และยังสามารถเพิ่มช่องทางการให้บริษัทเอี่ยมทัวร์ได้เป็นที่รู้จักบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้น มาใช้ในการส่งเสริมการขายได้จริง
2. สามารถเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์

ขั้นตอนการทำโครงการ

ขั้นตอนการสร้างอินสตาแกรม เริ่มจากสร้างบัญชีผู้ใช้งานใหม่ในอินสตาแกรมด้วยอีเมลพร้อมทั้งสร้างรหัสผ่านเพื่อรักษาความปลอดภัยของบัญชี หลังจากนั้นทำการเพิ่มรูปภาพของผู้ใช้งานใหม่โดยใช้โลโก้ของบริษัทมาตั้งเป็นรูปภาพผู้ใช้งาน จากนั้นทำการตั้งชื่อผู้ใช้งาน ทางคณะผู้จัดทำได้ตั้งชื่อบัญชีเป็น eiamtour2517 จากนั้นทำการศึกษาปุ่มต่างๆบนหน้าโปรไฟล์ว่ามีหน้าที่การใช้งานอย่างไรบ้าง เมื่อศึกษาเสร็จเรียบร้อยแล้วทำการหากลุ่มลูกค้าเพื่อติดตาม จากนั้นทำการเลือกโพสต์เตอร์ที่ทำเสร็จเรียบร้อยแล้วมาโพสต์โดยเว้นช่วงระยะเวลาในการโพสต์ที่

เหมาะสม พร้อมใส่คำบรรยาย รายละเอียดต่างๆ พร้อมติดแฮชแท็ก (#)

ขั้นตอนการทำโพสต์เตอร์ เริ่มจากการเปิดโปรแกรม Adobe Photoshop หลังจากนั้นทำการสร้างไฟล์ขึ้นมาใหม่ขนาด 800x800 จากนั้นเข้าไปดูรายการทัวร์ในหน้าเว็บไซต์ tourdlike.com แล้วเลือกมา 1 รายการทัวร์ที่ต้องการนำมาทำโพสต์เตอร์ หลังจากนั้นนำรูปสถานที่ท่องเที่ยวไฮไลท์ของรายการทัวร์นั้นมาตัดให้สวยงาม แล้วนำไปใส่ในไฟล์ใหม่ที่สร้างขึ้น จากนั้นใส่ข้อความและรายละเอียดต่างๆลงไป ตกแต่งสีสันให้สวยงาม เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้วเปิดไฟล์โลโก้ของบริษัทที่มีข้อมูลการติดต่อ นำมาใส่ด้านล่างสุดของไฟล์ พร้อมเซฟเป็นไฟล์ JPG

สรุปผลโครงการ

จากการปฏิบัติสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 รวมระยะเวลาทั้งหมด 16 สัปดาห์ ณ บริษัทเอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด (Eiam Tour & Transport Co., Ltd.) คณะผู้จัดทำได้จัดทำโครงการเรื่อง การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์ (Using Instagram to promote Eiam Tour sales) โดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ อินสตาแกรม โซเชียลมีเดียและสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ในการโปรโมทรายการและแพ็คเกจทัวร์ให้กับบริษัทเอี่ยม

ทัวร์ เพื่อที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับบริษัทเอี่ยมทัวร์มากขึ้น โดยหลังจากการดำเนินงานเสร็จสิ้น สามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้นมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้จริงและยังสามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

กัมปนาท ฤทธิ์ชู. (2554). เทคโนโลยีสารสนเทศ. วันที่สืบค้น 2 สิงหาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/site/kampanatritchoo/thechnology-sarsnthes>

นิชนันท์ เป็ญญาภา. (2549). ประโยชน์ของเทคโนโลยี. วันที่สืบค้น 13 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/31276>

พุทธรักษ์ มูลม่วง. (2557). ความหมายของอินเทอร์เน็ต. วันที่สืบค้น 28 กรกฎาคม 2562, จาก <http://computer.bcnv.ac.th/hnangsux-xangxing>

มุฮัมมะอัสรี มุฮัมหมัดฮูเซ็น. (2559). ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์. วันที่สืบค้น 10 สิงหาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/site/socialnetworkappfbigline/12>

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media). วันที่สืบค้น 14 สิงหาคม 2562, จาก

<https://sites.google.com/site/saowaluk571031476/khwam-hmay-khxng-sux-sangkham-xxnlin-social-media>

ราช ศิริวัฒน์. (2560). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค. วันที่สืบค้น 26 สิงหาคม 2562, จาก

<https://doctemple.wordpress.com/>

รุ่งธรรม บัวแดง. (2559). แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต. วันที่สืบค้น 21 มิถุนายน 2562, จาก

<http://www.dstd.mi.th/board/index.php?topic=1239.0>

สุจินันท์ ขวัญแก้ว. (2558). ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต. วันที่สืบค้น 25 กรกฎาคม

2562, จาก <https://sujinanbee.wordpress.com/>

Admin. (2017). เครือข่ายสังคมออนไลน์.

วันที่สืบค้น 1 กรกฎาคม 2562, จาก

http://www.krakittin.info/?p=836&fbclid=IwAR2LnMknd2s8deLE5WXJxDxOAU9_TIAJuYDED2pHtyzn_ur6C14eyESjDw

CSL Marketing. (2018). เทรนด์ Facebook และ Instagram จะเป็นอย่างไรในปี 2018.

วันที่สืบค้น 25 พฤษภาคม 2562, จาก

[https://www.csloxinfo.com/fb-and-](https://www.csloxinfo.com/fb-and-instagram-trend-2018-2/)

[instagram-trend-2018-2/](https://www.csloxinfo.com/fb-and-instagram-trend-2018-2/)

Hootsuite. (2019). ล้าง Insight การใช้งาน “ดิจิทัล” ทั่วโลก 2019. วันที่สืบค้น 5

มิถุนายน 2562, จาก

<https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>

PR News. (2015). Instagram เผยพฤติกรรม

น่าสนใจผู้ใช้งานชาวไทยกว่า 7.1 ล้านคน.

วันที่สืบค้น 2 มิถุนายน 2562, จาก

<https://www.flashfly.net/wp/134269>

RACY53. (2013). ขอบเขตโครงการ. วันที่

สืบค้น 3 มิถุนายน 2562, จาก

<https://ray20000.wordpress.com/2013/01/08/>

Souter. (1999). ความสำคัญของเทคโนโลยี

สารสนเทศ. วันที่สืบค้น 27 สิงหาคม 2562,

จาก

<https://sites.google.com/site/amieimmika/home/khwam-sa-khay-khxng-thekhnologyi-sarsnthes>

Tukko Nathida. (2013). พฤติกรรมและ

ทัศนคติการใช้ Instagram ของคนไทย. วันที่

สืบค้น 29 พฤษภาคม 2562, จาก

<https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/consumer-thought-of-instagram/>

avisors/consumer-thought-of-instagram/

UNIVERSITY

UNIVERSITY

UNIVERSITY

UNIVERSITY



ภาคผนวก ง

โปสเตอร์



การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์ (Using Instagram to promote Eiam Tour sales)

บทคัดย่อ

บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด (Eiam Tour & Transport Co., Ltd.) เป็นบริษัทที่เก่าแก่ เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยสร้างชื่อเสียงจากการให้บริการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและเป็นผู้นำในการนำเที่ยวประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์โดยเส้นทางเครื่องบิน และยังมีการบริการอีกหลากหลายรูปแบบ ให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ในปัจจุบันบริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการไปรษณีย์และการติดต่อลูกค้ามากนัก

ทางคณะผู้จัดทำจึงจัดทำเป็นโครงการ "การใช้ Instagram เพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเอี่ยมทัวร์" (Using Instagram to promote Eiam Tour sales) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ เพื่อที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยกับบริษัทมากขึ้น ทั้งยังสามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้นมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทได้จริงและยังสามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อนำ Instagram มาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- สามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้น มาใช้ในการส่งเสริมการขายได้จริง
- สามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์

ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

- สร้างอินสตาแกรม พร้อมตั้งชื่อเป็นชื่อของบริษัท และใช้โลโก้ของบริษัทเป็นรูปของพนักงาน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์รายการและแพ็คเกจทัวร์
- ทำโปสเตอร์ โดยการนำรูปสถานที่ท่องเที่ยวในรายการแพ็คเกจทัวร์มาตัดแต่งในโปรแกรม Photoshop หรือมีโปรแกรมทัวร์
- โพสต์ลงในอินสตาแกรม พร้อมรายละเอียดรายการและแพ็คเกจทัวร์ ช่องทางการติดต่อ และติดแฮชแท็ก (#) ได้ภาพ

สรุปผล

ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ อินสตาแกรม โซเชียลมีเดียและสื่อสังคมออนไลน์ มาใช้ในการไปรษณีย์และการแพ็คเกจทัวร์ให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ เพื่อที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยกับบริษัทเอี่ยมทัวร์มากขึ้น โดยหลังจากการดำเนินการเสร็จสิ้นสามารถนำ Instagram ที่สร้างขึ้นมาใช้ในการส่งเสริมการขายให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้จริงและยังสามารถเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้กับบริษัทเอี่ยมทัวร์ได้อีกด้วย

นางสาววรรณา ภูมิรัตน์ นอนาย พชร ธนสารวาทกุล
ภาควิชาการ วิศวกรรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
อาจารย์ที่ปรึกษา ครุฑคู่ พระกระษัตริย์ พนักงานที่ปรึกษา คุณอนัญญา ศรีวิพันธุ์
บริษัท เอี่ยมทัวร์ แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด (Eiam Tour & Transport Co., Ltd.)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการสร้างอินสตาแกรม เริ่มจากการตั้งชื่อผู้ใช้งานใหม่เป็นอินสตาแกรมด้วยอีเมลพร้อมทั้งสร้างรหัสผ่านเพื่อรักษาความปลอดภัยของผู้ใช้ หลังจากนั้นทำการเพิ่มรูปภาพของผู้ใช้งานใหม่โดยใช้โลโก้ของบริษัทมาตั้งเป็นรูปภาพผู้ใช้งาน จากนั้นทำการตั้งชื่อผู้ใช้งาน ทางคณะผู้จัดทำตั้งชื่อผู้ใช้งานเป็น eiamtour2517 จากนั้นทำการศึกษาขั้นตอนต่างๆมาเพื่อไปพร้อมกันกับการใช้งานอย่างไรบ้าง เมื่อศึกษาเสร็จเรียบร้อยแล้วทำการหาคุณสมบัติการติดตาม จากนั้นทำการเลือกโปสเตอร์ที่ทำเสร็จเรียบร้อยแล้วมาโพสต์โดยเว้นช่วงระยะเวลาในการโพสต์ที่เหมาะสม พร้อมใส่คำบรรยายรายละเอียดต่างๆ พร้อมติดแฮชแท็ก (#)

ขั้นตอนการทำโปสเตอร์ เริ่มจากการเปิดโปรแกรม Adobe Photoshop แล้วจากนั้นทำการสร้างไฟล์ขึ้นมาใหม่ขนาด 800x800 จากนั้นเข้าไปดูรายการทัวร์ในหน้าเว็บไซต์ (ourdlike.com) แล้วเลือกมา 1 รายการทัวร์ที่สนใจการนำมาทำโปสเตอร์ หลังจากนั้นนำรูปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็ได้ของรายการทัวร์นั้นมาใส่ให้สวยงาม แล้วนำไปใส่ในไฟล์ใหม่ที่เราสร้างขึ้น จากนั้นใส่ข้อความและรายละเอียดต่างๆลงไป ตกแต่งสีสันให้สวยงาม เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้วเปิดไฟล์โลโก้ของบริษัทที่มีข้อมูลการติดต่อ นำมาใส่ด้านล่างของไฟล์ พร้อมเซฟเป็นไฟล์ JPG



eiamtour2517



ภาคผนวก จ

แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1.	14 พ.ค. 62	ได้เลข passport คนตัว / ที่ร่นทวนตาเข้าชม	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	15 พ.ค. 62	รายงานการไปชม / ทำความเข้าใจ	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	16 พ.ค. 62	ฝึกงานการไปชม / ออกรอรถ Air Asia	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	17 พ.ค. 62	เขียนลงของ Airbus กับ Boeing	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
2	20 พ.ค. 62	ทำรายงานการไปชม	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	21 พ.ค. 62	ตั้งฐานข้อมูลผู้เดินทางของเรือ / ชื่อ Alphabet	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	22 พ.ค. 62	เขียนข้อมูลเข้า passport เล่มที่ 2	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	23 พ.ค. 62	ทำรายงานการไปชม / แยกกลุ่มเอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	24 พ.ค. 62	อธิบายขั้นตอนการขอ passport เล่มที่ 2 ใหม่	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
3.	27 พ.ค. 62	ฝึกงานการไปชม / ฝึกทำเอกสารตัว / ฝึกใช้	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	28 พ.ค. 62	ออกข้อมูลตัว Visa ใหม่	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	29 พ.ค. 62	ฝึกงานการไปชม / เห็น Ticket	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	30 พ.ค. 62	สแกนเอกสารสารพัด	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	31 พ.ค. 62	ฝึกงานการไปชม / รับผิดชอบสารพัด	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
4	4 มิ.ย. 62	ฝึกงานการไปชม / รับผิดชอบสารพัด	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	5 มิ.ย. 62	เขียนข้อมูลของ Genting Malaysia	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	6 มิ.ย. 62	เขียนข้อมูลการไปชม / ฝึกใช้ / ชื่อ Alphabet	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	7 มิ.ย. 62	ฝึกงานการไปชม / ฝึกใช้เอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
5	10 มิ.ย. 62	เข้าทำตัวไปชม / ฝึกงานการไปชม	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	11 มิ.ย. 62	เขียนข้อมูลของ Genting / ฝึกใช้เอกสารใน Tourpro	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	12 มิ.ย. 62	ฝึกงานการไปชม / ฝึกใช้เอกสารใน Tourpro	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	13 มิ.ย. 62	ฝึกใช้เอกสาร / ฝึกใช้เอกสาร มาเลเซีย	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	14 มิ.ย. 62	ฝึกงานการไปชม / ฝึกใช้เอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	17 มิ.ย. 62	เขียนข้อมูลมาเลเซีย / ฝึกใช้เอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
6.	18 มิ.ย. 62	ฝึกงานการไปชม / ฝึกใช้เอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	19 มิ.ย. 62	ฝึกใช้เอกสารมาเลเซีย / ฝึกใช้เอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	20 มิ.ย. 62	ฝึกใช้เอกสารมาเลเซีย / ฝึกใช้เอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์
	21 มิ.ย. 62	ฝึกใช้เอกสารมาเลเซีย / ฝึกใช้เอกสาร	ทรงคนา	อ. ธีรพงษ์



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
7.	24 ธ.ค. 62	ขับมอเตอร์ไซด์ทัวร์กลางดึก	วราภรณ์	อ.อริยา
	25 ธ.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / ลงมือทำใน Tourpro	วราภรณ์	อ.อริยา
	26 ธ.ค. 62	ขับมอเตอร์ไซด์ใน Tourpro	วราภรณ์	อ.อริยา
	27 ธ.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / ลงมือทำอาหารตาม	วราภรณ์	อ.อริยา
	28 ธ.ค. 62	ขับมอเตอร์ไซด์ / ไปดูกิจกรรมที่สวนนก Malaysia	วราภรณ์	อ.อริยา
8	1 ก.ค. 62	ขับรถตามเส้นทางที่กำหนด / ทำอาหารตามโปรแกรม	วราภรณ์	อ.อริยา
	2 ก.ค. 62	ทำ Booklet มีภาพวาด / เก็บ Ticket	วราภรณ์	อ.อริยา
	4 ก.ค. 62	ทำ Booklet มีภาพวาด / เก็บงาน	วราภรณ์	อ.อริยา
	5 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / เก็บงาน	วราภรณ์	อ.อริยา
	8 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / ทำ Photo Shop	วราภรณ์	อ.อริยา
9.	9 ก.ค. 62	ดูเครื่องบินแอร์ - ไทยแอร์ ไทย Air Asia	วราภรณ์	อ.อริยา
	10 ก.ค. 62	วัดอุณหภูมิ / ทำอาหารตามโปรแกรม	วราภรณ์	อ.อริยา
	11 ก.ค. 62	ดูข้อมูลลูกค้า / เก็บ / เก็บเอกสารขึ้นตั๋วขึ้น	วราภรณ์	อ.อริยา
	12 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
	15 ก.ค. 62	ไปขึ้นตั๋วขึ้น	วราภรณ์	อ.อริยา
10.	17 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / ดูเครื่องบินที่สนามบิน	วราภรณ์	อ.อริยา
	18 ก.ค. 62	ไปขึ้นตั๋วขึ้น / เก็บงาน / ดู Check-In ที่	วราภรณ์	อ.อริยา
	19 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
	22 ก.ค. 62	เก็บงานก่อนออกตัว Air Asia	วราภรณ์	อ.อริยา
	23 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
11.	24 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
	25 ก.ค. 62	ไปส่งตั๋วขึ้น / เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
	26 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม	วราภรณ์	อ.อริยา
	30 ก.ค. 62	ดูงานก่อนออกตัว เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
	31 ก.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม	วราภรณ์	อ.อริยา
12	1 ธ.ค. 62	ขับมอเตอร์ไซด์ไป / เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
	2 ธ.ค. 62	ทำอาหารตามโปรแกรม / เก็บงานก่อนออกตัว	วราภรณ์	อ.อริยา
				อ.อริยา



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
13	5 ส.ค. 62	เช็คตารางบิน: สายการบิน Korean Air. / ทำเอกสารใบประกอบ	จากดา.	อ.อึ้ง
	6 ส.ค. 62	เช็คเอกสารการขอวีซ่า / สัมภาษณ์ passport	จากดา.	อ.อึ้ง
	7 ส.ค. 62	ทำเอกสารใบประกอบ / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	8 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า	จากดา.	อ.อึ้ง
14	13 ส.ค. 62	ทำเอกสารใบประกอบ / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	14 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	15 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	16 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	17 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
15	20 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	21 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	22 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	23 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	24 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
16	26 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	27 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	28 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	29 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง
	30 ส.ค. 62	นำเอกสารไปยื่นที่กองวีซ่า / สัมภาษณ์	จากดา.	อ.อึ้ง



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1	14/05/62	ฟังประชุม แนะนำตัว พูดคุยแนะนำทางการช่างหัว	พชร	อโนชา
	15/05/62	ตรวจสอบ passport ให้ Tag ย้ายชื่อติดกระเป๋า	พชร	อโนชา
	16/05/62	การรับสายโทรศัพท์ การพูดคุยกับลูกค้า ประสานงาน	พชร	อโนชา
	17/05/62	นำข้อมูลเกี่ยวกับ เกษตร ดาพรรณ	พชร	อโนชา
2	20/05/62	นำข้อมูลเกี่ยวกับ Air Bus Boeing และ ภาพวาดเครื่องบิน	พชร	อโนชา
	21/05/62	จัดทำสื่อสำหรับการเรียน ชื่อ A-Z	พชร	อโนชา
	22/05/62	ชื่อเรื่อง ตัวอย่าง ตัวอย่างนามบัตร ตัวอย่างนามบัตร	พชร	อโนชา
	23/05/62	เรียนรู้เกี่ยวกับ Photo Shop สืบค้น	พชร	อโนชา
	24/05/62	การชงกาแฟเอสเปรสโซ่	พชร	อโนชา
3	27/05/62	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ตลาด หัว สดหทัยสาธิตในศึกษา Kaan Show ที่ลำไย ปราสาทสุวรรณ	พชร	อโนชา
	28/05/62	รถเก่า-ของเก่า จัดทำ ที่ลำไย เรียนรู้ประวัติความเป็นมา เป็นมาของวิบูลย์พาณิชย์	พชร	อโนชา
	29/05/62	ทำแฟ้มข้อมูลลูกค้า ติด Tag ติดใบ แก้ไข หน้ารายชื่อข้อมูล พิมพ์ tourprox	พชร	อโนชา



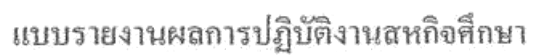
แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
	30/05/62	สถานที่ราชการ	พชร	อ.วิมล
	31/05/62	ทำรายงานสรุป / ทำข้อสอบ	พชร	อ.วิมล
4	4/06/62	เก็บข้อมูล	พชร	อ.วิมล
	5/06/62	ทำข้อสอบ Malaysia	พชร	อ.วิมล
	6/06/62	ทำข้อสอบ 011 เซียน/Alphabet	พชร	อ.วิมล
	7/06/62	อินวิชั่น ส่วน เงินของรถพ่วง	พชร	อ.วิมล
5	10/06/62	ไป China Embassy of Thai	พชร	อ.วิมล
	11/06/62	การไปรับวีซ่าทำเอกสาร	พชร	อ.วิมล
	12/06/62	ทำประกันการเดินทาง	พชร	อ.วิมล
	13/06/62	ทำข้อสอบภาษาอังกฤษ	พชร	อ.วิมล
	14/06/62	ทำรายงานสรุป / ทำเอกสาร	พชร	อ.วิมล
6	17/06/62	ทำข้อสอบภาษาอังกฤษ	พชร	อ.วิมล
	18/06/62	ทำข้อสอบภาษาอังกฤษ	พชร	อ.วิมล
	19/06/62	การเตรียมตัวก่อนสอบ	พชร	อ.วิมล
	20/06/62	รายงานสรุป / ทำข้อสอบ Pass	พชร	อ.วิมล
	21/06/62	สอบ Central World	พชร	อ.วิมล
7	25/06/62	ทำ Tour pro	พชร	อ.วิมล
	26/06/62	ทำข้อสอบภาษาอังกฤษ	พชร	อ.วิมล
	27/06/62	ทำข้อสอบ - ภาษา อังกฤษ	พชร	อ.วิมล
	28/06/62	ทำข้อสอบแบบ ทัวริสติก	พชร	อ.วิมล
8	1/07/62	ทำรายงานสรุป / ทำข้อสอบ	พชร	อ.วิมล
	2/07/62	ทำข้อสอบ Passport	พชร	อ.วิมล
	3/07/62	ทำข้อสอบ / สอบ	พชร	อ.วิมล
	4/07/62	ทำ Booklet มีบทเพลง	พชร	อ.วิมล
	5/07/62	รายงานสรุป / สอบ	พชร	อ.วิมล
9	8/7/62	รายงานสรุป / สอบ	พชร	อ.วิมล
	9/7/62	รายงาน / สอบ / สอบ	พชร	อ.วิมล
	10/7/62	สอบภาษาอังกฤษ / สอบ / สอบ	พชร	อ.วิมล



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
10	11/7/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	12/7/62	ทำ Tag check in online / ฝึกอบรมพนักงาน WOS	พชร	อ.อ.อ.
	15/7/62	รายงานปฐม/ฝึกงาน/รายงานฝึกงาน/ประกัน	พชร	อ.อ.อ.
	17/7/62	ทำดาพสอวด/ทำข้อมูลบริษัท	พชร	อ.อ.อ.
	18/7/62	รายงานปฐม/ใช้ดสอวด	พชร	อ.อ.อ.
11	19/7/62	ทำดาพสอวด/รับเล่มวิชา	พชร	อ.อ.อ.
	22/7/62	Tourpro / ใช้ดสอวด	พชร	อ.อ.อ.
	23/7/62	ขึ้นวิชาจีน	พชร	อ.อ.อ.
	25/7/62	รายงานปฐม/ใช้ดสอวด	พชร	อ.อ.อ.
	26/7/62	ทำข้อมูลท่องเที่ยว	พชร	อ.อ.อ.
12	30/7/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	31/7/62	ปฐ.รายงาน/ทำดาพสอวด	พชร	อ.อ.อ.
	1/8/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	2/8/62	ปฐ.รายงาน/ส่งจดหมาย	พชร	อ.อ.อ.
	5/8/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน/ทำดาพสอวด	พชร	อ.อ.อ.
13	7/8/62	รับเล่ม / ทำเอกสาร/ทำดาพสอวด	พชร	อ.อ.อ.
	8/8/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	9/8/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	13/8/62	ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	14/8/62	รายงานปฐม	พชร	อ.อ.อ.
14	15/8/62	วิชา ดสอวด	พชร	อ.อ.อ.
	16/8/62	ข้อมูลท่องเที่ยว/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	19/8/62	ปฐ.รายงาน TourPro	พชร	อ.อ.อ.
	21/8/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
	22/8/62	วิชา ดสอวด / ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.
15	23/8/62	รายงานปฐม/ปฐ.รายงาน	พชร	อ.อ.อ.

[illegible]



ภาคผนวก ฉ
ประวัติคณะผู้จัดทำ

ประวัติคณะผู้จัดทำ



ชื่อ - นามสกุล : นางสาวรวงคณา ภูมิรัตน์

รหัสนักศึกษา : 5704420004

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : 44/19 ถนนเพชรเกษม ซอยเพชรเกษม 6

แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กทม. 10600



ชื่อ - นามสกุล : นายพชร ธนสวรคุณ

รหัสนักศึกษา : 5704420006

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ที่อยู่ปัจจุบัน : Aspire sathorn-taksin (timberzone) 55/281

ชั้น 15 แขวงจอมทอง เขตบางคอ กทม. 10150