



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์สติกเกอร์แอปพลิเคชัน

Increase marketing channel through Line Sticker Application

โดย

นางสาว นุชรินทร์ งามอังสกุล 5804400199

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชา การโรงแรมการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์สติ๊กเกอร์แอปพลิเคชัน

Increase marketing channel through Line Sticker Application

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาว นุชรินทร์ งามอังสกุล

ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.นันทิรา ภูขาว สนใจ

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการสอบโครงการ

ชื่อ.....

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.นันทิรา ภูขาว สนใจ)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณ เครือวัลย์ ศรีลาศักดิ์)

.....กรรมการกลาง

(คุณ อมรวัฒน์ คำครุฑ)

.....

.....ผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผศ.ดร.มารุจ ลิ้มประวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ : การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์สติ๊กเกอร์แอปพลิเคชัน

หน่วยกิต : 5

ผู้จัดทำ : นางสาว นุชรินทร์ งามอังสกุล

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.นันทิรา ภูขาว สนใจ

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3 / 2560

บทคัดย่อ

บริษัท พีดับบลิวที เอ็กซ์เพรส เป็นบริษัทที่ให้บริการทางด้านธุรกิจนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศรวมถึงการจองตั๋วเครื่องบินทั่วโลก บริการให้ข้อมูล นำเสนอข้อมูล ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากทางบริษัทมีช่องทางการตลาดไม่มาก จึงทำให้ขาดโอกาสในการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้น้อย ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมจะทำให้บริษัทมีผู้บริโภคเข้าถึงมากขึ้น โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท PWT Express และศึกษาช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่บริษัทโดยใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ ผลการศึกษาความพึงพอใจพบว่าพนักงานภายในบริษัท 4 คน จากการถามความคิดเห็น พนักงาน 3 คน พึงพอใจในตัวสติ๊กเกอร์ไลน์และความคิดสร้างสรรค์ พนักงานอีก 1 คนชอบในตัวสติ๊กเกอร์มีความชัดเจนบ่งบอกถึงความเป็นบริษัททัวร์

คำสำคัญ : บริษัทนำเที่ยว / การบริการการท่องเที่ยว / สติ๊กเกอร์ไลน์

Project Title : Increase marketing channels through LINE Application Stickers

Credits : 5

By : Nucharin Ngamangsakul

Advisor : Dr. Nantira Pookhao Sonjai

Degree : Bachelor of Arts (Hotel and Tourism Studies)

Major : Hotel and Tourism

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 3 /2017

Abstract

PWT Express is a travel agency providing both domestic and international tour package. The company also offers worldwide air ticket reservations, providing and servicing travel information and other related information. Since the company had few marketing channels, there was less chances to promote and penetrate the target group. Therefore, to increase communication channels and public relation channels via social media, they need opportunities to reach the target market. This project aimed to study the marketing strategy of PWT Express and study marketing channels to increase sales volume for PWT Express by applying LINE Application Stickers. The resulted satisfaction level of four staff were that three of them were satisfied with line stickers and the creativity and one of them liked the stickers as they represented the uniqueness of the company.

Keywords : travel agency/travel service/line stickers

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

ผู้จัดทำปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษาบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

คุณ นุชนา เนืองชมภู เจ้าของบริษัท

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาว นุชรินทร์ งามอังสกุล

4 ตุลาคม 2561

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ.....	3
2.2 แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด	4
2.3 ความสำคัญของการตลาด	5
2.4 กลยุทธ์ทางการตลาด.....	6
2.5 ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด	8
2.6 กลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัล	10
2.7 การใช้แอปพลิเคชันไลน์บนโทรศัพท์มือถือ.....	12
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	16
3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร	17
3.3 รูปแบบการจัดการองค์การและการบริหารงานขององค์กร	19
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	20
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	20
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	21
3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน	21
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้.....	22

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	23
4.2 กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดของบุคคลกร ในบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ	30

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ	31
5.1.1 สรุปผลโครงการ	31
5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงการ	31
5.1.3 ข้อเสนอแนะ	31
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	31
5.2.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	31
5.2.2 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	32
5.3 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	32
5.3.1 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	32
5.3.2 ข้อเสนอแนะ	32

บรรณานุกรม	33
------------------	----

ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก. การถอดเทปบทสัมภาษณ์
- ภาคผนวก ข. ภาพการปฏิบัติงาน
- ภาคผนวก ค. บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา
- ภาคผนวก ง. บทความวิชาการ
- ภาคผนวก จ. โปสเตอร์
- ภาคผนวก ฉ. ประวัติผู้จัดทำ

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	16
--	----



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 3.1 แผนที่และที่ตั้งของบริษัทท้าว พิด้บลิทที เอ็กซ์เพรส ภาษีเจริญ.....	16
รูปที่ 3.2.2 บริเวณข้างหน้าบริษัท	17
รูปที่ 3.2.2 จุดให้ลูกค้านั่งรอ.....	18
รูปที่ 3.2.3 ออฟฟิศด้านใน.....	18
รูปที่ 4.1 แอปพลิเคชันที่แสดงบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน	23
รูปที่ 4.2 การเข้าถึงแอปพลิเคชันไลน์.....	24
รูปที่ 4.3 รูปตัวอย่างสติ๊กเกอร์	24
รูปที่ 4.4 การสแกนรูป.....	25
รูปที่ 4.5 รูปที่ตัดในโปรแกรม Photoshop	25
รูปที่ 4.6 การใช้โปรแกรม Paint	26
รูปที่ 4.7 การตัดสติ๊กเกอร์.....	26
รูปที่ 4.8 เขียนข้อความลงในสติ๊กเกอร์.....	27
รูปที่ 4.9 การตกแต่งสติ๊กเกอร์.....	28
รูปที่ 4.10 การขายสติ๊กเกอร์ไลน์.....	29

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท PWT Express ภาษีเจริญ เป็นบริษัทที่ให้บริการทางด้านธุรกิจนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศรวมถึงการจองตั๋วเครื่องบิน การทำวีซ่า บริการอย่างครบถ้วน กล่าวคือ บริษัทจะเสนอโปรแกรมทัวร์ที่ทางบริษัทได้จัดทำขึ้นแล้วส่งต่อไปยังบริษัททัวร์อื่นๆ ไปขายต่อและยังให้บริการทางด้านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว คือ ทำหน้าที่จัดการทุกสิ่งเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวให้กับตัวแทนจำหน่ายบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์ ไม่ว่าจะเป็น ทำวีซ่า จองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรมที่พัก และรวมไปถึงการพาเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เส้นทางที่บริษัทเปิดให้บริการส่วนใหญ่เป็นเส้นทางเดินทางต่างประเทศ หากเป็นเส้นทางภายในประเทศจะเน้นเส้นทางภาคเหนือและอีสาน

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วมาก ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศก็ได้ เหล่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างก็ผลิตสินค้าและบริการออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ และน่าสนใจอยู่เสมอ ซึ่งในปัจจุบันคือ Internet และ Social Media เริ่มเข้ามามีบทบาทและกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ตามความต้องการผ่านช่องทาง Internet ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการเลือกซื้อสินค้าบริการได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2554)

บริษัท PWT Express ภาษีเจริญ เป็นอีกหนึ่งบริษัทธุรกิจนำเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์จริงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จากการที่ผู้จัดทำได้สังเกตและสอบถามพนักงานที่ทำงานในบริษัท PWT Express เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายโปรแกรมทัวร์ และการจองตั๋วเครื่องบิน ส่วนใหญ่แล้วลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาจากการโทรศัพท์ ติดต่อผ่าน line@ ผ่านตัวแทนจำหน่ายบริษัทนำเที่ยว Website หลากหลายช่องทางที่บริษัทได้ทำไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะนำ Social Media เข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอขายโปรแกรมทัวร์ การจองตั๋วเครื่องบินของบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการ

บริการที่ครบถ้วนและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งลูกค้ายังสามารถติดต่อกลับมาทางบริษัท

เพื่อสอบถามข้อมูล รายละเอียดผ่าน Application Line ได้ทันที และยังเป็นการเพิ่มช่องทางการขาย และการทำการตลาดโดยใช้แอปพลิเคชันไลน์สตีกเกอร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์บริษัทอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท PWT Express

1.2.2 ศึกษาช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่บริษัทโดยใช้ สตีกเกอร์ไลน์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร: พนักงานของบริษัท PWT Express ภาษีเจริญจำนวน 4 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา: การสืบค้นข้อมูลจากห้องสมุด ข้อมูลทฤษฎี และการสังเกตการณ์ การปฏิบัติงาน การทำการตลาดทาง Social Media ของบริษัท PWT Express

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่: บริษัท PWT Express ภาษีเจริญ

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา: วันที่ 14 พฤษภาคม- 31 สิงหาคม 2561

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 บริษัททัวร์ได้พัฒนารูปแบบการให้บริการและการประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าได้ดีขึ้น ทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น

1.4.2 ลูกค้ามีความสะดวกรวดเร็วและมีช่องทางการใช้บริการกับบริษัททัวร์มากขึ้น

1.4.3 บริษัทมีชื่อติดหูติดตลาด มีผู้บริโภคเข้าถึงมากขึ้น

บทที่ 2

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าเรื่อง การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์สติ๊กเกอร์แอปพลิเคชันของบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ ผู้จัดทำศึกษาจากเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด

2.3 การใช้แอปพลิเคชันไลน์บนโทรศัพท์มือถือ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ

บริษัท PWT Express ภาษีเจริญ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2559 เป็นอีกหนึ่งสาขาที่ขยายตัวออกมาเปิดที่ภาษีเจริญและเป็นที่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก บริษัท PWT Express ภาษีเจริญ เกิดขึ้นจากแนวคิดและความมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัททัวร์ที่ครอบคลุมทุกเรื่องของการเดินทาง คือการให้บริการคิดและเสนอโปรแกรมทัวร์ตามที่ลูกค้าต้องการหรือตามที่จัดไว้รวมไปถึงการรับจองตั๋วเครื่องบิน ทำวีซ่า จองที่พัก โรงแรม และการพาเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้แก่บริษัททัวร์ outbound ทุกขนาด ทุกระดับ ได้ประสบความสำเร็จในการขายเป็นอย่างมาก เส้นทางที่เปิดให้บริการของบริษัท PWT Express ภาษีเจริญมีทั้งในและต่างประเทศ ให้บริการครอบคลุมทุกเส้นทางในการเดินทาง ควบคู่กับการบริการที่ครบครันในครั้งเดียว เรียกได้ว่ามาทีเดียวได้ครบทุกสิ่ง และที่สำคัญบริษัทยังให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในการเดินทางและความคุ้มค่าคุ้มราคากับโปรแกรมการเดินทางการท่องเที่ยวที่จะต้องมียอดราคาดีที่สุด จึงมั่นใจได้ว่าท่องเที่ยวกับบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ ลูกค้าจะได้ท่องเที่ยวโปรแกรมที่ดีที่สุดและได้รับความประทับใจกลับไปอย่างแน่นอน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด

2.2.1 สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (2553) ได้ให้ความหมายคำว่า "Marketing" ไว้ดังนี้

การตลาด คือ การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในทางการค้าขายธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ให้บริการนั้นๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกัน ก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

องค์ประกอบของการตลาด

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

ตลาดตามความหมายทางธุรกิจทั่วไป

ตลาด หมายถึง สถานที่ ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะกันเพื่อทำธุรกิจ หรือที่ซึ่งมีสินค้าหรือบริการเสนอขาย และมีการโอนเปลี่ยนมือกันทางกรรมสิทธิ์ เช่น เมืองใหญ่ๆ ในสมัยกลางจะมีจัตุรัสเป็นที่ซึ่งผู้ขายจะนำสินค้ามาเสนอขายและผู้ซื้อก็จะมาเลือกซื้อสินค้านั้น แต่ในปัจจุบันการค้าต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะเกิดในบริเวณย่านการค้ามากกว่าในตลาด (วิมล จิโรจน์พันธุ์ 2538 : หน้า 3)

ตลาดตามความหมายของนักธุรกิจหรือนักการตลาด

ตลาด คือ ประกอบด้วยบุคคลหรือองค์กรธุรกิจ ทั้งที่เป็นลูกค้าในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเป็นลูกค้าในอนาคต ที่มีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการตอบสนอง มีอำนาจในการซื้อ และมีความเต็มใจที่จะใช้อำนาจในการซื้อนั้น (Etzel, Malke, Bruce J and Stanton, William J, 2001 : 5)

2.3 ความสำคัญของการตลาด

การตลาดมีความสำคัญต่อบุคคล องค์กรธุรกิจ และสังคมในแง่มุมต่างๆ สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.3.1 ความสำคัญต่อบุคคล

ความสำคัญต่อบุคคล ทุกวันนี้การตลาดได้เข้ามาผสมผสานเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของบุคคล และทำให้บุคคลมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีผลิตภัณฑ์หรือบริการสนองความต้องการ ในเวลาที่ต้องการ และในสถานที่ที่สะดวกที่ผู้บริโภคจะทำการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การตลาดยังสร้างโอกาสในการจ้างงานด้วยการก่อให้เกิดหน้าที่งานต่างๆ มากมายจากการดำเนินกิจกรรมการตลาด เช่น การวิเคราะห์ฐานข้อมูล การออกแบบทางด้านกราฟฟิก การดำเนินการเกี่ยวกับงานคลังสินค้า และการขนส่ง เป็นต้น (ภาวิณี กาญจนานา 2554 : หน้า6-7)

2.3.2 ความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ

การตลาดสามารถช่วยสร้างรายได้และกำไรให้กับบริษัท ธุรกิจ องค์กร เมื่อเจ้าของกิจการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดและจำหน่ายจะทำให้เกิดรายได้ย้อนกลับ ทำให้สามารถลงทุนสร้างรายได้และกำไรเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการหมุนเวียน นอกจากนี้ การตลาดยังทำให้เกิดองค์กรธุรกิจใหม่ๆ ในรูปแบบที่แตกต่างขึ้น เช่น ร้านค้าขายปลีก นายหน้า พ่อค้าคนกลางเพื่อต่อรองราคาสินค้า การขนส่ง และอีกมากมาย ทำให้เกิดทางเลือกให้ผู้ประกอบอาชีพได้เลือกสรรและเกิดการขยายตัวในระบบตลาด สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้จากการกระทำหน้าที่ทางการตลาดทั้งสิ้น นักการตลาดจะทำการศึกษาถึงความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคในส่วนตลาดต่างๆ และเจาะลึกถึงความต้องการที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ มีการประสานงานหน้าที่ระหว่างแผนการตลาดและแผนอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรในแนวทางที่ก่อให้เกิดการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาตรงกับความต้องการของลูกค้า มีการจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคซึ่งอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลกอย่างมีประสิทธิภาพ มีการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ จนเกิดการยอมรับในผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และองค์กรธุรกิจในที่สุด (ภาวิณี กาญจนานา 2554 : หน้า6-7)

2.3.3 ความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม

การตลาดก่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะช่วยยกระดับมาตรฐานการดำเนินชีวิตของบุคคลให้สูงขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ ทำให้บุคคลมีผลิตภัณฑ์หรือบริการตอบสนองความต้องการในราคาที่ต่ำลง นอกจากนี้การดำเนินกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดยังก่อให้เกิดการใส่ใจในสิ่งแวดล้อมแก่สาธารณชน นักการตลาดมีการดำเนินกลยุทธ์การตลาดด้วยจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจเองและสังคม เช่น ห้างสรรพสินค้าต่างๆ มีการณรงค์ให้นำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่หรือการให้ผู้บริโภคหันมาใช้ถุงผ้า ซูเปอร์มาร์เก็ตต่างเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดย่อยสลายง่าย เป็นต้น (ภาวิณี กาญจนภา 2554 : หน้า 6-7)

2.4 กลยุทธ์การตลาด

คือ วิธิดำเนินงานทางการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขององค์กร โดยกลยุทธ์การตลาด จะประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เป็นอาวุธที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันก็มีหลากหลายกลยุทธ์ให้เลือกนำมาปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมกับธุรกิจของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นแบบ 4P ที่โดดเด่น รวมทั้งกลยุทธ์สมัยใหม่ ที่นักธุรกิจจากทั่วโลกต่างให้การยอมรับว่ามีประสิทธิภาพในการตลาดที่สามารถเห็นผลได้อย่างชัดเจน และนอกจากนั้นยังมีกลยุทธ์แนวใหม่ในยุคที่อินเทอร์เน็ตครองโลก กลยุทธ์แบบ 4P สำหรับผู้ที่ต้องการนำกลยุทธ์แบบ 4P มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างการตลาดให้กับสินค้าและบริการ สามารถหยิบเอากลยุทธ์นี้มาประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้ (ศรีสุภา สหชัยเสรี 2546 : หน้า 85)

2.4.1 Product Strategy (กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์) คือ เราจะต้องบอกให้ได้ว่าอะไรคือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของคุณ ที่ต้องการจะสื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ ซึ่งการที่เราสามารถบอกได้ถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของตัวเอง ว่าส่งผลดีต่อผู้บริโภคได้มากกว่าคู่แข่งเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

2.4.2 Pricing Strategy (กลยุทธ์ด้านราคา) คือ เราจะต้องรู้ว่าราคาเท่าไรจึงจะเหมาะสมกับตัวสินค้าที่ถูกขายได้ดีและสามารถจ่ายได้ ในขณะที่ผู้ขายสินค้านั้นก็ต้องคิดว่าควรจะบวกราคาเพิ่มเท่าไรถึงจะทำให้ตัวเองสามารถอยู่รอดได้

2.4.3 Place Strategy (กลยุทธ์ด้านสถานที่จัดจำหน่าย) หมายถึงสถานที่วางจำหน่ายสินค้า โดยจุดนี้เราจะต้องรู้ก่อนว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราคือใคร และเราสามารถพบเจอพวกเขาได้ที่ไหน เพื่อที่จะได้นำสินค้าไปวางจำหน่ายได้อย่างตรงจุดและส่งผลดีต่อยอดขายในอนาคต

2.4.4 Promotion Strategy (กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย) เนื่องจากการทำโปรโมชั่นจะช่วยดึงดูดให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้าของเรามากขึ้น อีกทั้งวิธีการนี้ยังช่วยให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นจากปากต่อปาก

กลยุทธ์แบบ 4C คือ การนำอินเทอร์เน็ตมาเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อส่งเสริมให้การตลาดแข็งแกร่งยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังสามารถนำไปใช้ควบคู่กับกลยุทธ์การตลาดแบบ 4P ได้ (Advertising Age โดย Bob Lauterborn ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย นอร์ท)

1. Consumer Strategy กลยุทธ์ที่เน้นความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของเราเข้าถึงใจผู้บริโภคมากที่สุด

2. Cost Strategy คือ กลยุทธ์ที่ทำให้ต้นทุนสินค้ามีราคาต่ำที่สุด เพื่อที่จะกำหนดราคาขายไม่ให้แพงเกินไป ซึ่งกลยุทธ์นี้จะทำให้เกิดการได้เปรียบทางด้านการแข่งขันเรื่องราคากับคู่แข่ง

3. Convenience Strategy เรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ไม่ควรพลาดเช่นกัน คือคุณต้องทำอะไรก็ได้ให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกมากที่สุด โดยการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนช่วยในเรื่องนี้

4. Communications Strategy ข้อนี้อาจเป็นเรื่องสำคัญ นั่นก็คือการสื่อสารกับลูกค้าที่จะต้องสะดวก ง่าย รวดเร็ว และสามารถสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าได้อย่างตรงจุด ซึ่งกลยุทธ์ข้อนี้จะรวมถึงการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

2.5 ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix)

การส่งเสริมการตลาดในปัจจุบัน ไม่ได้มุ่งเน้นการลด แลก แจก แถม เช่นในอดีต กระทั่งเป็นคำกล่าว “ลดแลก แจกสะสม” เมื่อจะกล่าวถึงการส่งเสริมการตลาดในช่วงเวลาหนึ่ง หากจะมุ่งเน้นการย้ำเตือนให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงการมีอยู่ของผลิตภัณฑ์ในตลาดและกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นสำคัญ โดยผ่านเครื่องมือต่างๆ คือ การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียด ดังนี้ (ศรีสุภา สหชัยเสรี 2546 : หน้า159)

2.5.1 การโฆษณา (Advertising)

เป็นวิธีการเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กรไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อสาธารณะต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร หรือการส่งผ่านสื่อเฉพาะมาโดยการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ หรือรายการผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และการจัดส่งทางไปรษณีย์ให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ (ศรีสุภา สหชัยเสรี 2546 : หน้า159)

2.5.2 การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling)

จัดเป็นเครื่องมืออีกหนึ่งในส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด และมีความเกี่ยวกับการตลาดโดยตรง คือ เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ขององค์กรให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กรในอนาคต ด้วยการพบปะโดยตรงหรือผ่านการติดต่อทางโทรศัพท์ การขายโดยพนักงานคือการขายภายในสถานที่จัดจำหน่ายขององค์กร เช่น ห้างสรรพสินค้า การขายโดยพนักงานนี้ นอกจากจะเป็นการขายที่สามารถปิดการขายได้ทันทียังถือเป็นช่องทางการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ศรีสุภา สหชัยเสรี 2546 : หน้า160)

2.5.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ในอันที่จะกระตุ้นและเร่งเร้าให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กร ซึ่งได้แก่ การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ การสาธิต รวมถึงการ ลด แลก แจก แถม แต่ผู้บริหารการตลาดควรกำหนดเงื่อนไขที่น่าสนใจและดึงดูดให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวขององค์กร ดังนั้น การส่งเสริมการขายจึงไม่ควรจัดให้เป็นประจำ เพราะจะทำให้ความน่าสนใจของกิจกรรมการส่งเสริมการขายลดทอนลง แต่ควรจัดกิจกรรมในลักษณะการตลาดตามสถานการณ์ หรือ Event Marketing จะมีความเหมาะสมและกระตุ้นความน่าสนใจของผู้บริโภค

และกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การส่งเสริมการขาย ยังสามารถใช้เป็นเนื้อหาหรือข่าวสาร ประกอบการดำเนินการของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดด้านอื่นๆ ได้เป็นอย่างดีเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย หรือการประชาสัมพันธ์ (ศรีสุภา สหชัยเสรี 2546 : หน้า1160)

2.5.4 การประชาสัมพันธ์ (Publicity)

การประชาสัมพันธ์ เริ่มมีบทบาทมากขึ้นต่อการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบัน ที่นักการตลาดทั่วไปเริ่มเล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด และบุคลิกลักษณะ ให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพราะการประชาสัมพันธ์ คือ เครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์หรือองค์กรในมุมมองที่ผู้บริหารการตลาดกำหนด ไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยไม่เป็นการบังคับให้ได้รับรู้ข่าวสารนั้นๆ แต่จะให้พบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคแต่ละคน การประชาสัมพันธ์ จึงถือเป็นเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ในด้านการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้แก่ผลิตภัณฑ์และองค์กรที่สำคัญ และยังสามารถปรับใช้เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุงภาพลักษณ์เดิมให้ดีขึ้นในการรับรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 ข้างต้น ในปัจจุบันผู้บริหารการตลาดยังสามารถกำหนดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ด้วยเครื่องมือและวิธีการต่างๆ ที่สนใจ และมีผลต่อการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้อีกหลากหลาย อาทิ การนำผลิตภัณฑ์ไปเป็นส่วนประกอบหนึ่งในสื่ออื่นๆ เช่น รถยนต์ BMW หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ เหล่านี้ล้วนมีส่วนกระตุ้นและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน (ศรีสุภา สหชัยเสรี 2546 : หน้า1161)

2.6 กลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัล

กลยุทธ์การตลาดในยุคดิจิทัล การทำธุรกิจในยุคดิจิทัลนี้จะต้องใช้กลยุทธ์การตลาดรูปแบบใหม่ เนื่องจากเทคโนโลยีใหม่ๆที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตนั้น บริษัทที่อยู่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างถอนรากถอนโคนโดยใช้การปฏิวัติอุตสาหกรรมใหม่ หากต้องการอยู่รอดและรุ่งเรืองในยุคนี้ ผู้บริหารจำเป็นต้องใส่กฎใหม่เข้าไปในสมอง ซึ่งหมายถึงการปรับปรุงตัวเองให้เข้ากับการบริหารงานผ่านเว็บ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตกำลังปฏิวัติระบบวิธีการคิดของนักการตลาด วิธีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายปัจจัยการผลิตและลูกค้า วิธีการสร้างคุณค่าให้กับคนเหล่านั้น และทำอย่างไรจึงจะได้กำไรจากการทำสิ่งเหล่านั้น สิ่งเหล่านั้นเรียกว่าการตลาดแบบปฏิวัติ นักวางแผนกลยุทธ์มองเห็นภาพของการซื้อและการขายที่มีความเกี่ยวข้องกับ การเชื่อมต่อโดยตรงทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างบริษัทกับลูกค้า สิ่งเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงมุมมองของผู้บริโภคในด้านต่างๆคือ ความสะดวก ความรวดเร็ว ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ข้อมูลด้านราคา ข้อมูลการตลาดอื่นๆ การดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลหรือยุคอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนี้ นักการตลาดได้นำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายเข้ามาใช้เพื่อให้กลยุทธ์การตลาดของบริษัทมีความแข็งแกร่ง และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากขึ้น โดยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวประกอบด้วย (ปณิศา ลัญญานนท์ 2548 : หน้า284-285)

2.6.1 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

จะเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจหรือการทำธุรกรรมต่างๆ ทั้งที่มุ่งหวังกำไรและไม่หวังกำไร ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการพาณิชย์หรือการค้าระหว่างองค์กรธุรกิจด้วยกันเองโดยอาศัยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วย อินเทอร์เน็ต

2.6.2 อินเทอร์เน็ต (Internet)

เป็นเครื่องข่ายสารสนเทศขนาดใหญ่ที่เชื่อมระหว่างผู้ใช้ได้ทั่วโลก ประกอบด้วยกิจกรรมคืออีเมลล์และเว็บไซต์ ซึ่งสามารถเปิดเผยข้อมูลได้ทั่วโลก อินเทอร์เน็ตจะทำให้เกิดเส้นทางของข้อมูลข่าวสารสนเทศจากที่ใดที่หนึ่งไปทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว การใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนี้ 1.มีความรวดเร็ว 2.มีความถูกต้อง 3.มีขอบเขตของเวลาและพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น 4.ช่วยลดต้นทุน 5.สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ดังนั้นบริษัท

จำนวนมากได้จัดทำเว็บไซต์เพื่อแจ้งข่าวสารและส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการของตน (Lovelock and Wright, 2002 : 357)

2.6.3 การเชื่อมต่อกับลูกค้า (Connecting with customers)

เนื่องจากมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น จึงทำให้วิธีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในอดีตบริษัทจะทำการตลาดมวลชน ไปยังลูกค้าทุกคนที่บริษัทเข้าถึงได้ แต่ปัจจุบันบริษัทจะสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าได้โดยตรง อีกทั้งยังสามารถเลือกลูกค้าได้อย่างเจาะจงด้วย (Today's marketing connections) (Kotler and Armstrong, 2004 : 23)

2.6.4 การทำธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer-to-Consumer)

เป็นเครือข่ายออนไลน์ของสินค้าและข้อมูลสารสนเทศระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ซึ่งมีลักษณะของการขายสินค้ารายย่อย หรือการค้าปลีกระหว่างบุคคลทั่วไปที่เปิดขายตามเว็บไซต์ต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งสินค้าอาจจะเป็นซอฟต์แวร์ที่เขียนขึ้นเอง สิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวที่ต้องการนำออกมาขาย ผู้ค้าอาจเป็นนักเรียน-นักศึกษา หรือคนทำงานทั่วไปที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีและทำเป็นอาชีพเสริมส่วนตัว

2.6.5 การทำธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับธุรกิจ (Consumer-to-Business)

เป็นการแลกเปลี่ยนออนไลน์ ซึ่งผู้บริโภครันหาผู้ขาย เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากผู้บริโภคไปยังธุรกิจ ผู้บริโภคจะสามารถสื่อสารกับบริษัทได้โดยง่ายและรวดเร็ว ซึ่งบริษัทจะมีการกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารโดยการเชิญกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคให้จัดส่งคำถาม ข้อเสนอแนะ และคำติชมผ่านสื่อทางโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์บางแห่งได้จัดเตรียมปุ่ม Call me ให้กับลูกค้าที่มีปัญหาในการใช้งาน ซึ่งสามารถใส่หมายเลขโทรศัพท์ของตนเพื่อให้ตัวแทนในการให้บริการลูกค้าจะติดต่อกลับมาหาลูกค้าได้ทันที ทำให้ตัวแทนการให้บริการลูกค้าสามารถตอบสนองต่อข่าวสารต่างๆ ของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว (ปณิศา ลัญยานนท์ 2548 : หน้า 289-290)

2.7 การใช้แอปพลิเคชันไลน์บนโทรศัพท์มือถือ

ศิริพร แซ่ลิ้ม(2548) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันเป็นยุคของการทำธุรกิจที่ต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามา มีบทบาทในการทำงานร่วมกันกับตัวบุคคลไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการติดต่อสื่อสารหรือการโฆษณา เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อหรือเข้ามาใช้บริการ และในยุคนี้ที่โซเชียลเป็นสำคัญต่อชีวิต ทำให้เกิดความง่ายและสะดวกสบายต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งแอปพลิเคชันที่สำคัญต่อการทำงาน เพราะนอกจากจะทำไว้เพื่อติดต่อพูดคุย ยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถไปรโมท โฆษณาและติดต่อกัน ทำให้ง่ายต่อการเจรจาธุรกิจ อีกทั้งยังสะดวกสบายรวดเร็วและง่ายต่อการใช้บริการ ปัจจุบันไลน์ได้มอบคุณประโยชน์เพื่อการสื่อสาร ทั้งในรูปแบบของสติ๊กเกอร์ จนถึงเกม และลักษณะการทำงานอีกมากมาย ไลน์ แอปพลิเคชันเป็นสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเว็บไซต์ เครือข่ายสังคม มีลักษณะเป็นแบบเปิด ดังนั้น ไลน์

1. ผู้ใช้สามารถเลือกรับเพื่อนได้หลายวิธี ได้แก่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือ รายชื่อ สแกนคิวอาร์โค้ด ไลน์ไอดี
2. ผู้ใช้สามารถเลือกรูปแบบการสนทนาแบบแชทลับ โดยไลน์จะทำการลบข้อความโดยอัตโนมัติหลังจากผู้ใช้ได้อ่านข้อความแล้ว ผู้ใช้สามารถตั้งค่าจับเวลาลบข้อความตั้งแต่ 2 วินาทีถึง 1 สัปดาห์
3. กรณีผู้ใช้ไม่ต้องการสนทนาหรือรับข้อความจากบุคคลที่ไม่ต้องการสนทนา ผู้ใช้สามารถบล็อก หรือปิดการแจ้งเตือน

LINE Application มีลักษณะการทำงานดังนี้

1. ตัวตน (Identity) ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติส่วนตัว ได้แก่ ชื่อผู้ใช้ รูปภาพประจำตัว และข้อความสั้นเพื่ออพเทตสถานะ เช่น อารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ใช้สามารถโพสต์ ข้อความ รูปภาพ ความคิดเห็นต่างๆของตนเองบนไทม์ไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้กับบุคคลอื่นเกี่ยวกับตนเอง
2. สนทนา (Conversation) แบบส่วนบุคคลและกลุ่ม ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกสนทนาได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การสนทนาผ่านข้อความตัวอักษร การสนทนาผ่านข้อความเสียง และการสนทนาแบบแชทลับ โดยไลน์จะทำการลบข้อความโดยอัตโนมัติหลังจากผู้ใช้ได้อ่านข้อความแล้ว นอกจากนี้บทสนทนาสามารถบันทึกเพื่อเรียกดูซ้ำ ภายหลังได้ การสนทนาเกิดขึ้นตามเวลาจริง

3. แบ่งปัน (Sharing) ผู้ใช้สามารถแบ่งปันข้อความตัวอักษร ข้อความเสียง สติกเกอร์ รูปภาพ วิดีโอ ไฟล์เอกสาร ตำแหน่งสถานที่ โดยผู้ใช้สามารถเลือก วิธีการแบ่งปันได้หลากหลาย รูปแบบ ได้แก่ การโพสต์บนไทม์ไลน์ การโพสต์บนหน้าจอหลักของตนเอง รวมถึงการแบ่งปันในห้องสนทนาส่วนบุคคลและกลุ่ม

4. ความสัมพันธ์ (Relationship) ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อนที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนมหาวิทยาลัย เป็นต้น ไลน์รองรับการสนทนาในกลุ่มสูงสุด 200 คน

5. นำเสนอ (Presence) ไลน์ไม่มีรูปภาพการทำงานหรือแสดงสถานะการออนไลน์ ของผู้ใช้ ผู้ใช้บุคคลอื่น จะไม่สามารถทราบได้ว่าบุคคลใดออนไลน์อยู่ในขณะนั้น จะทราบได้เมื่อมีการสนทนาเกิดขึ้น ซึ่ง เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมประเภทเดียวกัน ผู้ใช้สามารถแสดงสถานะทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ได้

6. ความมีชื่อเสียง (Reputation) เป็นการใช้เพื่อการโฆษณา การตลาดและประชาสัมพันธ์ของบริษัท องค์กร หน่วยงานร้านค้าต่างๆในรูปแบบของบัญชีทางการ วัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้าถึง และกระจายข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค โดยวัดจากยอดผู้ใช้งานที่รับเป็นเพื่อน เมื่อผู้ใช้เป็นเพื่อนกับบัญชีทางการแล้ว ผู้ใช้จะได้รับสติกเกอร์ใช้ฟรี รวมถึงรับทราบข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท หน่วยงาน ร้านค้า เหล่านี้

7. กลุ่ม (Group) เป็นลักษณะของการเข้าร่วมกลุ่มสนทนา เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสามารถติดต่อ สื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีสมาชิกในกลุ่มสูงสุด 200 คน

ศิริพร แซ่ลิ้ม(2548) คุณสมบัติของ LINE Application มีดังนี้

1. สามารถใช้งานได้ทุกระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน ได้แก่ Ios,Android, Windows Phone, และแท็บเล็ต ได้แก่ Ios Android รวมถึง PC ได้แก่ Windows, Mac Os

2. การเพิ่มเพื่อน (Add friend) สามารถเพิ่มเพื่อนได้หลายวิธี ได้แก่ หมายเลขโทรศัพท์มือถือ สแกนคิวอาร์โค้ด ไลน์ไอดี

3. การส่งข้อความฟรี (Free Messaging) สามารถส่งข้อความในรูปแบบข้อความตัวอักษร ข้อความเสียง รูปภาพ วิดีโอ ไฟล์เสียง ถึงกันได้ฟรี ตามเวลาจริง
4. การโทรแบบเสียงและแบบเห็นหน้า (Free Voice & Video Calls) สามารถโทรแบบเสียง และแบบเห็นหน้า ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศฟรี ตามเวลาจริง
5. ไลน์สติ๊กเกอร์ ข้อความตัวการ์ตูน หรือสติ๊กเกอร์การ์ตูน เป็นสัญลักษณ์แสดงอารมณ์ และความรู้สึก กริยาท่าทางต่างๆมีทั้งสติ๊กเกอร์แบบเคลื่อนไหวและสติ๊กเกอร์แบบมีเสียง
6. ไลน์ไทม์ไลน์ เป็นพื้นที่การแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ ข้อความและแสดงความคิดเห็น เป็นต้น
7. กลุ่ม รองรับสมาชิกในห้องสนทนากลุ่มได้สูงสุด 200 คน

แอปพลิเคชันต่างๆของไลน์

ศิริพร แซ่ลิ้ม(2548) ได้กล่าวไว้ว่า

1. ไลน์ เพย์ (LINE Pay) บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต เพื่อชำระเงินในการใช้บริการต่างๆของไลน์ เช่น ซื้อสติ๊กเกอร์ ซื้อริม และร้านค้าออนไลน์ (LINE Shop) เมื่อสมัครใช้บริการไลน์เพย์ ผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนบัตรเครดิต จึงจะสามารถใช้บริการได้
2. ไลน์ สโตร์ (LINE Store) ร้านค้าที่ผู้ใช้สามารถเลือกซื้อ เกม สติ๊กเกอร์ ริม
3. ไลน์ เอาท์ (LINE Out) สามารถโทรเข้าเบอร์โทรศัพท์บ้านได้ อัตราค่าโทรภายในประเทศ โทรเข้าเบอร์บ้านและมีอัตราค่า 0.64บาท/นาที
4. ไลน์เกม (LINE Game) ผู้ใช้สามารถร่วมเล่นเกมด้วยกันได้
5. ไลน์ แฟมิลี่ (Family App)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไลน์ (LINE) หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และแท็บเล็ต (Tablet) ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์ การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้หลายๆ ด้าน จุดเด่นที่ทำให้ไลน์แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาในรูปแบบอื่นๆ คือ รูปแบบของ “สติ๊กเกอร์” (Sticker) ที่แสดงอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้ที่หลากหลาย เช่น สติ๊กเกอร์ แสดงความรู้สึกขั้นพื้นฐาน สติ๊กเกอร์ตามเทศกาล และวันสำคัญ สติ๊กเกอร์ของตราสินค้าต่างๆ และสติ๊กเกอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ไลน์ยังคงเป็นแอปพลิเคชันใหม่ในอุตสาหกรรมสมาร์ทโฟนที่ เพิ่งเปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา นอกจากนี้ ไลน์ จะเป็นแอปพลิเคชันที่ให้บริการแบบ Instant Messaging คือสามารถส่งข้อความ ได้ตอบหากันทำนองเดียวกับแอปพลิเคชัน WhatsApp หรือโปรแกรม MSN Messenger ได้แล้ว ยังมี บริการแบบ Free Voice Call ด้วย คือสามารถโทรศัพท์หากันผ่านเครือข่าย 3G, EDGE, Wi-Fi ได้ทุกที่ ทุกเวลาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม จนมีคนกล่าวว่า ไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่รวมความสามารถ ของ WhatsApp และ Wi-Fi เอาไว้ในหนึ่งเดียว ปัจจุบันนี้ ไลน์ ยังได้เพิ่มฟีเจอร์ Timeline ซึ่งมีลักษณะการใช้งานคล้ายคลึงกับ Timeline ของ Facebook คือคุณสามารถแบ่งปันข้อมูล อัปเดตสถานการณ์ต่างๆ ผ่านการโพสรูปภาพ และการตั้ง สถานะ โดยที่เพื่อนสามารถเข้ามาคอมเมนต์ได้ นับว่า ไลน์ เป็นแอปพลิเคชันที่มีฟังก์ชันการใช้งานครบ ครันในหนึ่งเดียว ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ได้อย่างครบถ้วน จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่ ไลน์จะได้รับ ความนิยมอย่างล้นหลาม

ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (1 ก.ค. 2559)

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ

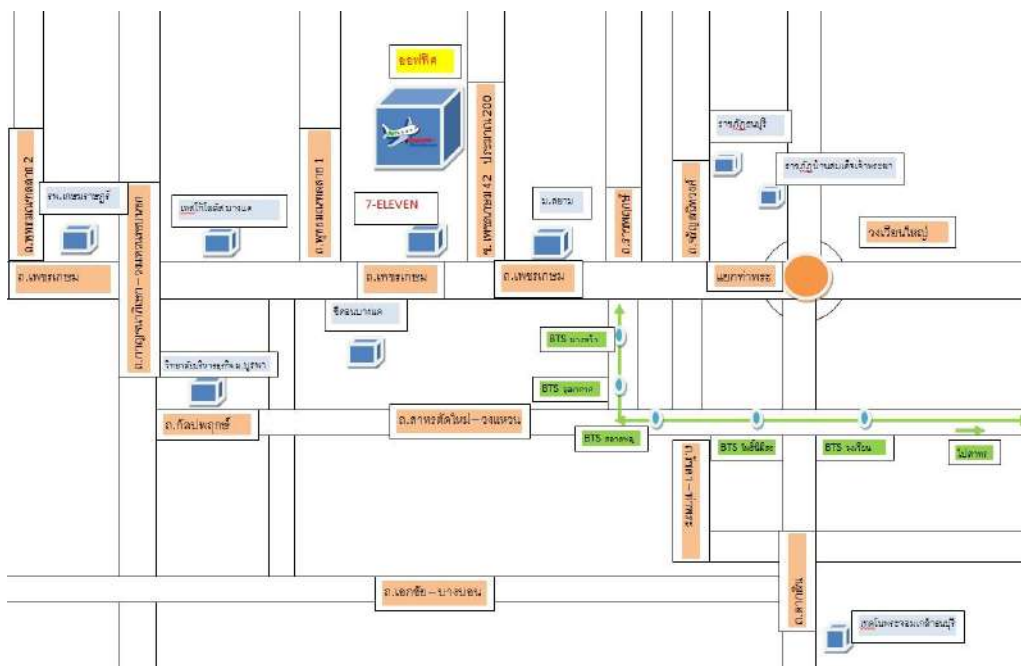
ชื่อ : PWT Express บริษัททัวร์ พีดับบลิวที เอ็กซ์เพรส (สาขากาญจนาภิเษก)

ที่ตั้ง : 68/2 ซอย เพชรเกษม 42 แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

โทร : 02-117-3489 , 061-867-0787 Fax : 02-117-3488

อีเมล : phasicharoen@premierworld.co.th

เว็บไซต์ : www.pwtphasicharoen.com หรือ www.pwtexpress.com/Phasicharoen



รูปที่ 3.1 แผนที่และที่ตั้งของบริษัททัวร์ พีดับบลิวที เอ็กซ์เพรส (สาขากาญจนาภิเษก)

ที่มา : www.pwtexpress.com

3.2 ลักษณะประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการขององค์กร

สถานที่ประกอบการธุรกิจเชิงการค้า เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าทุกท่าน ที่มาใช้บริการของ ให้เกิดความพึงพอใจในการบริการและให้ความสะดวกสบายผู้ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศและการแนะนำบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ารายบุคคลหรือเป็นหมู่คณะ รวมทั้งการให้บริการการจองตั๋วเครื่องบินและทำประกันภัยการเดินทาง ซึ่งเป็นบริเวณที่สะดวกต่อการติดต่อของลูกค้า โดยเปิดให้บริการเป็นอาคารพาณิชย์จำนวน 1 ห้อง

3.2.1 วิสัยทัศน์

NO.1 IN WORLD TOURISM

3.2.2 พันธกิจ

ONE STOP EXCELLENT SERVICES FOR THE HIGHEST CUSTOMER SATISFACTION



รูปที่ 3.2.1 บริเวณข้างหน้าบริษัท

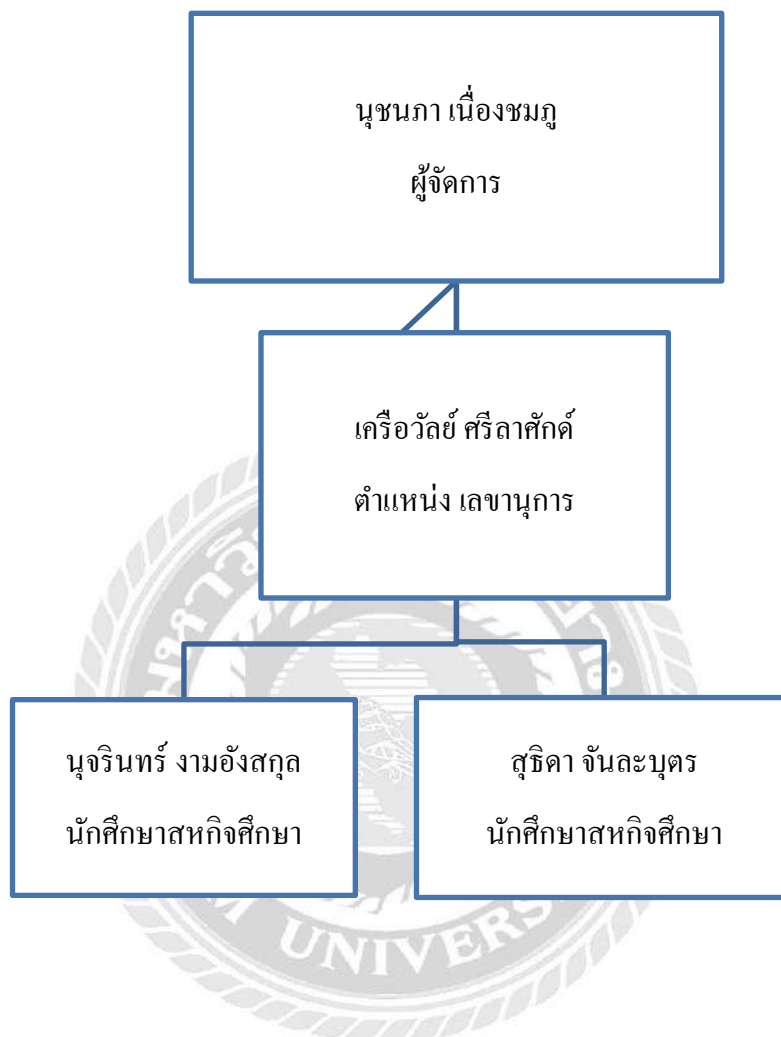


รูปที่ 3.2.2 จุดให้ลูกค้านั่งรอ



รูปที่ 3.2.3 ออฟฟิศด้านใน

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งที่ได้รับจากที่พนักงานที่ปรึกษาคือ ผู้ช่วยประสานงาน
ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

1. นำโปรแกรมทัวร์ต่างๆลงหน้าเว็บ
2. จัดทำเอกสาร
3. ตรวจสอบเช็คอีเมลล์, Official line@, Facebook Fanpage ทุกวันเพื่อถาม-ตอบลูกค้าที่ติดต่อหรือสนใจในการบริการของบริษัท
4. หากมีลูกค้าสนใจก็จะนำข้อมูลของลูกค้าที่สนใจไปให้ฝ่ายเลขานุการหรือผู้จัดการเพื่อดำเนินการต่อเกี่ยวกับเรื่องราคาหรือรายละเอียดเพิ่มเติมต่างๆ
5. จัดเรียงแก้ไขเพิ่มเติมข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัท

3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา



คุณ เกรือวัลย์ ศรีลาศักดิ์
ตำแหน่ง เลขานุการ

รูปที่ 3.5 พนักงานที่ปรึกษา

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

14 พฤษภาคม- 31 สิงหาคม 2561

3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน

ตารางที่ 3.1 แสดงเวลาระยะเวลาดำเนินโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค. 61	มิ.ย. 61	ก.ค. 61	ส.ค. 61	ก.ย. 61
1.กำหนดหัวข้อโครงการ					
2. ศึกษาและเก็บข้อมูล					
3. วิเคราะห์ข้อมูล					
4.จัดทำเล่มโครงการ					
5. นำเสนอโครงการ					

3.7.1 กำหนดหัวข้อโครงการ

ผู้จัดทำเริ่มปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและพี่เลี้ยง โดยนำข้อมูลของการปฏิบัติงานมา

กำหนดหัวข้อโครงการ

3.7.2 ศึกษาและเก็บข้อมูลโดยปรึกษากับพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษา

ในระหว่างการทำงานได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในบริษัท และมีการศึกษาข้อมูลขั้นตอนต่างๆและรวบรวมข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษา

3.7.3 วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้จัดทำวิเคราะห์ข้อมูล,ขั้นตอนต่างๆของการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปประกอบเล่มโครงการ

3.7.4 จัดทำเล่มโครงการ

ผู้จัดทำเริ่มทำเล่มโครงการ โดยนำข้อมูลจากการปฏิบัติงานจริง ข้อมูลต่างๆจากอินเทอร์เน็ตและสอบถามจากพนักงานมาประกอบเป็นเล่มโครงการ

3.7.5 นำเสนอโครงการ

นำเสนอโครงการกับคณะกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

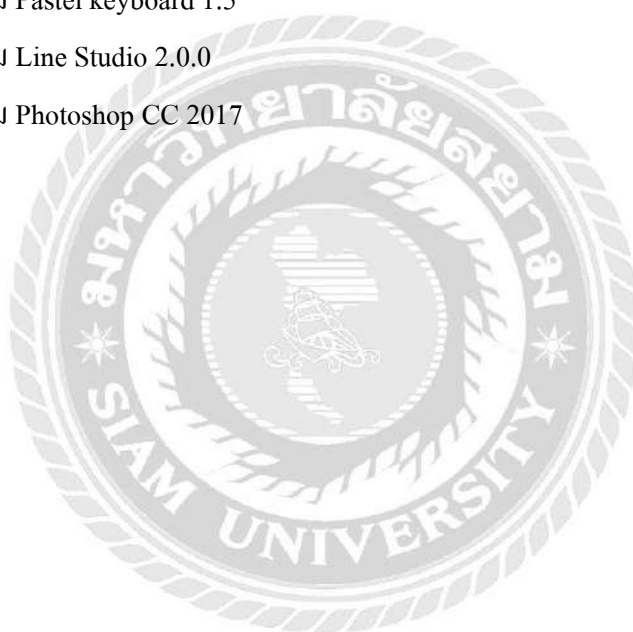
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 อุปกรณ์

- 3.8.1.1 เครื่องคอมพิวเตอร์
- 3.8.1.2 เครื่องถ่ายภาพเอกสาร
- 3.8.1.3 เครื่องปริ้นเตอร์
- 3.8.1.4 ก้านโทรศัพท์มือถือ

3.8.2 ซอฟต์แวร์

- 3.8.2.1 โปรแกรม Microsoft Word 2016
- 3.8.2.2 โปรแกรม Microsoft Power Point 2016
- 3.8.2.3 โปรแกรม Pastel keyboard 1.5
- 3.8.2.4 โปรแกรม Line Studio 2.0.0
- 3.8.2.5 โปรแกรม Photoshop CC 2017



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

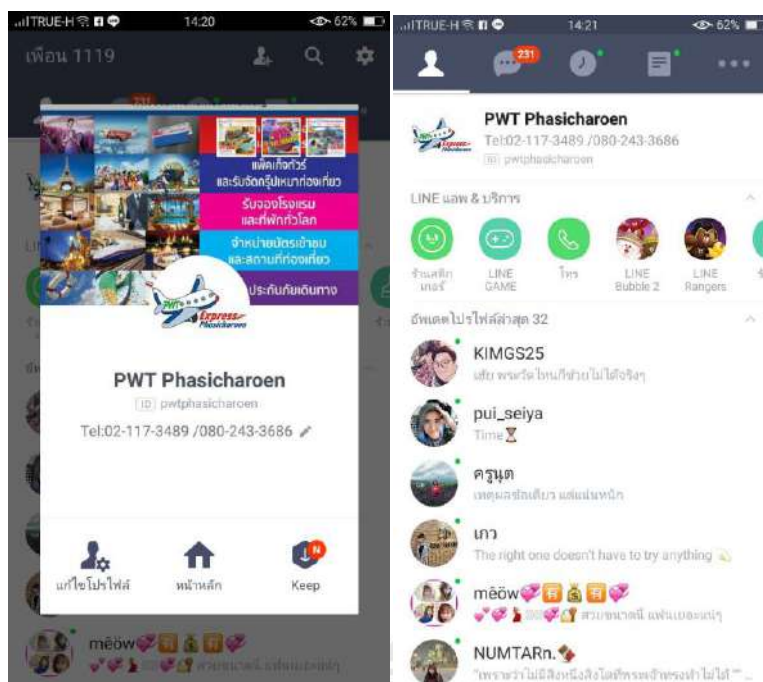
ผลของการปฏิบัติสหกิจศึกษา บริษัท PWT Express ภาษีเจริญ เรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์
สติ๊กเกอร์แอปพลิเคชัน มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

4.1 ขั้นตอนการทำสติ๊กเกอร์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์



รูปภาพที่ 4.1 รูปแอปพลิเคชันที่แสดงบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

เป็นรูปที่แสดงแอปพลิเคชันไลน์บนมือถือ จากการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่าน app store และ android ก็
จะปรากฏขึ้นที่หน้าจอโทรศัพท์



รูปภาพที่ 4.2 การเข้าถึงแอปพลิเคชัน

เมื่อดาวน์โหลด แอปพลิเคชันแล้ว จะเข้าสู่หน้าต่างนี้ ซึ่งเป็นหน้าหลักของไลน์ หน้าจอจะแสดงตัวเลือกต่างๆ ให้เลือกหลากหลาย เมื่อกดเข้าที่แชทกับไลน์ของบริษัทจะมีข้อความตอบกลับอัตโนมัติ



รูปภาพที่ 4.3 รูปตัวอย่างที่จะมาทำสติ๊กเกอร์

เลือกรูปที่จะนำมาทำสติ๊กเกอร์ไลน์เป็นของตัวเอง เลือกเอารูปที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางการท่องเที่ยว เพื่อจะได้ใช้งานได้จริงกับบริษัท



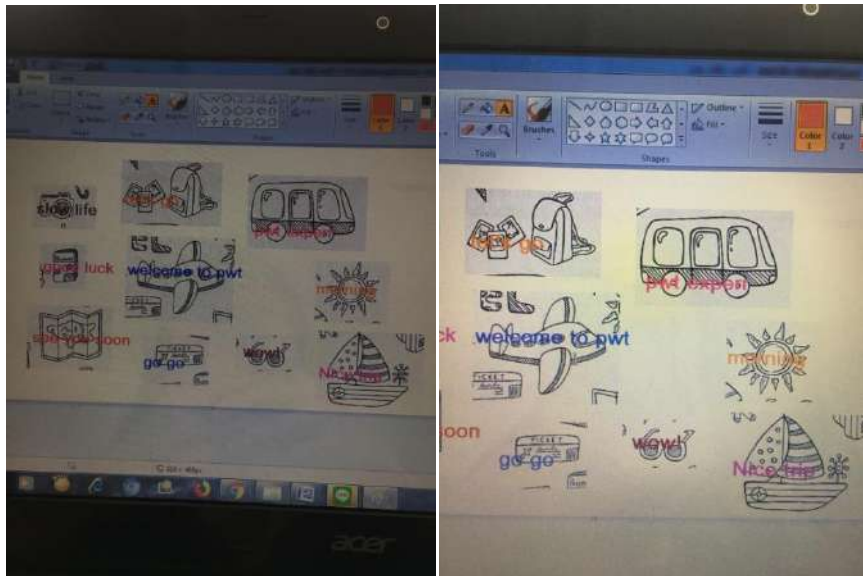
รูปภาพที่ 4.4 เลือกรูปไปสแกน

สแกนรูปจากเครื่องสแกน สแกนรูปเอาเฉพาะรูปที่จะใช้ทำสติ๊กเกอร์



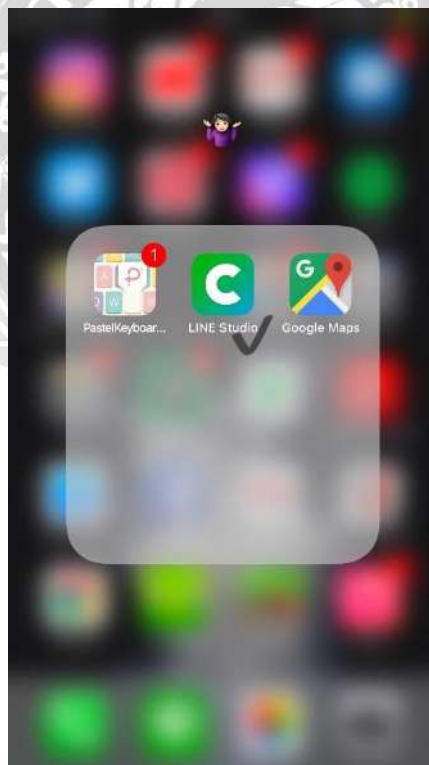
รูปภาพที่ 4.5 รูปที่ตัดแล้วในโปรแกรม Photoshop

เมื่อสแกนได้รูปที่จะใช้แล้ว นำรูปไปcropในโปรแกรมphotoshop cropให้เหลือขอบขาว เพื่อเวลาเอารูปไป
ตัดทำสติ๊กเกอร์จะสะดวกในการทำ



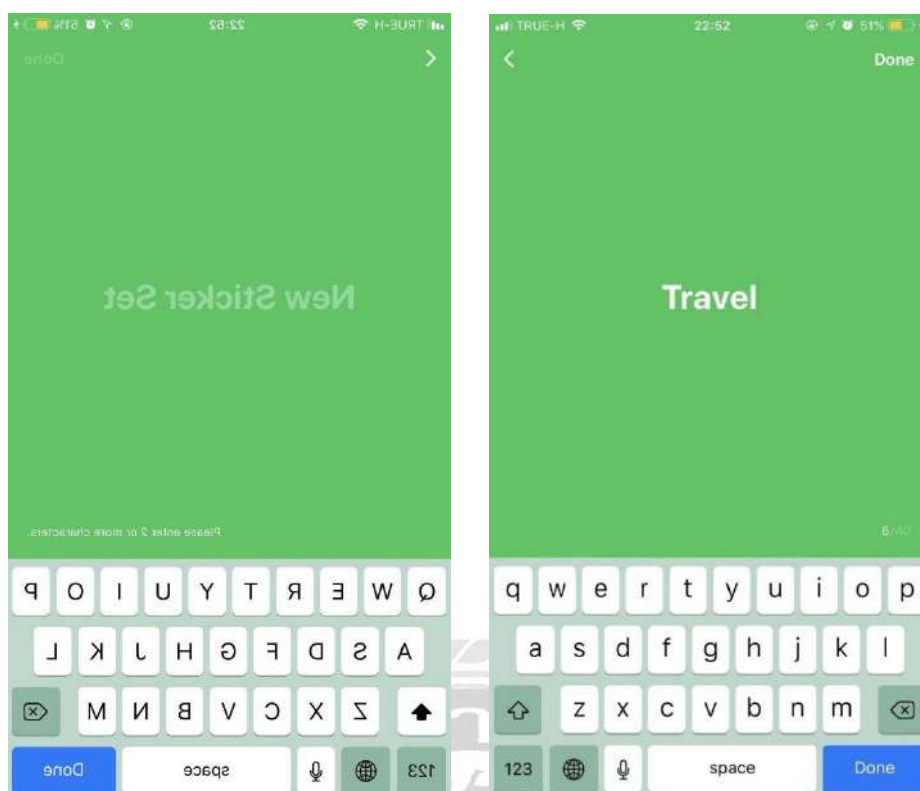
รูปภาพที่ 4.6 เขียนข้อความในโปรแกรม Paint

จะใช้โปรแกรม Paint ในการวางรูปและใส่ข้อความเพื่อที่จะเตรียมไปทำเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์



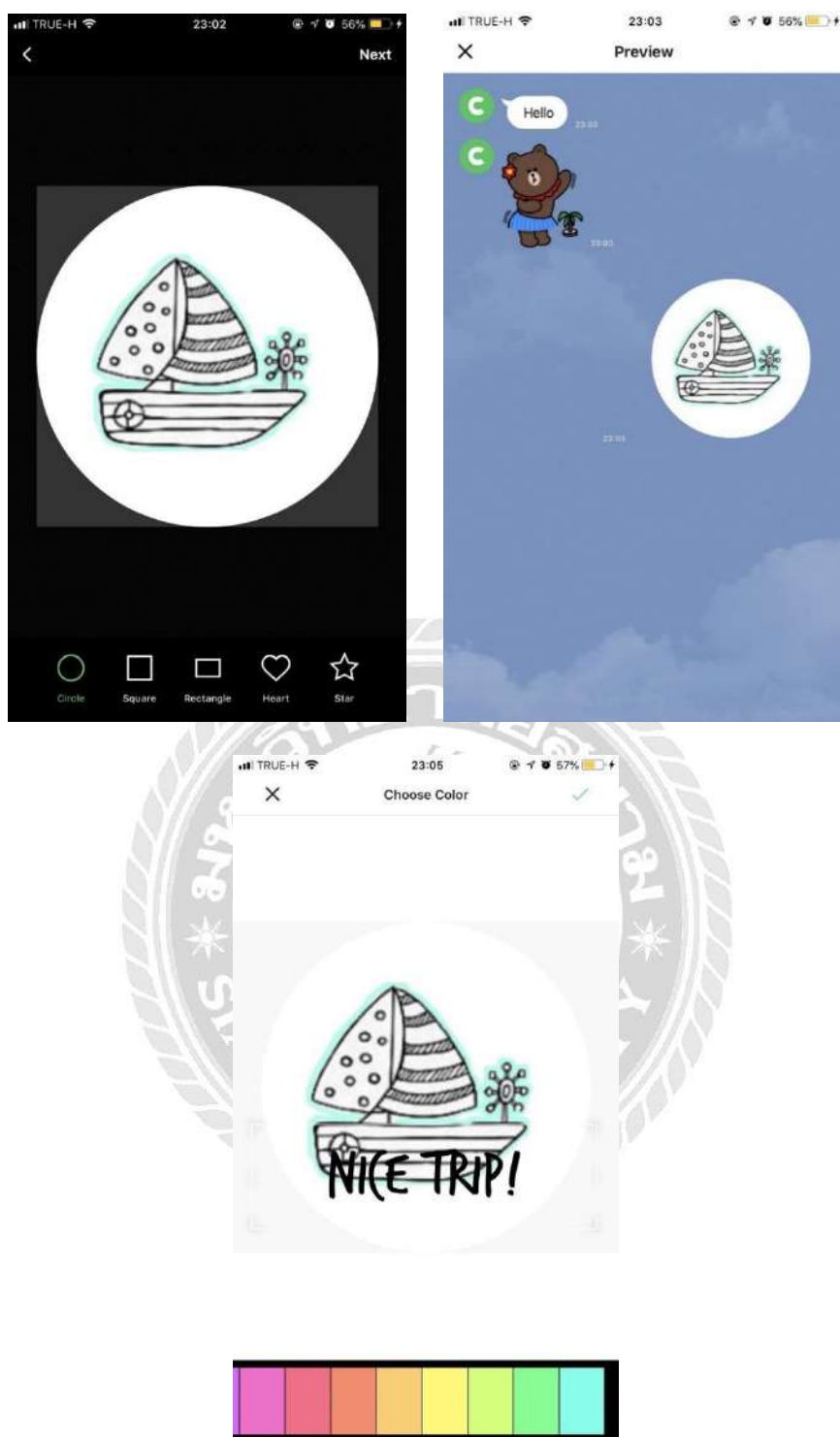
รูปภาพที่ 4.7 โปรแกรมการตัดสติ๊กเกอร์

จะใช้โปรแกรม Line Studio ในการตัดสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อไปขาย



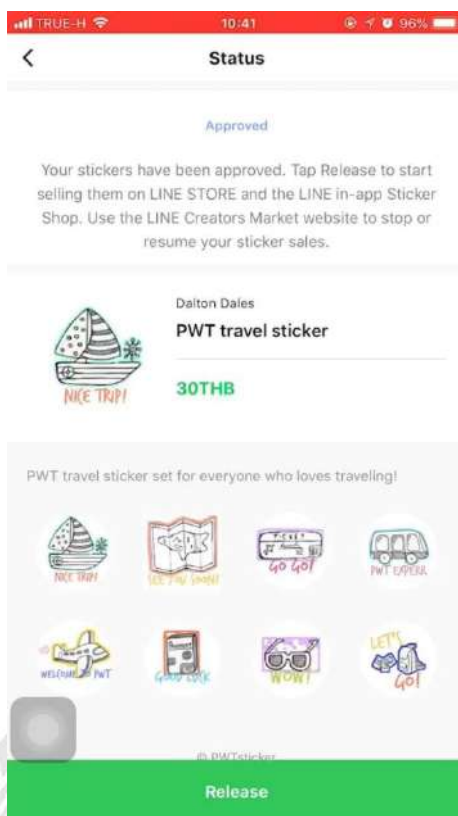
รูปภาพที่ 4.8 เขียนข้อความที่จะใส่ในสติ๊กเกอร์

เขียนคำที่จะนำไปใส่ในตัวสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปภาพที่ 4.9 ตกแต่งรูปที่เลือก

เลือกรูปที่จะใช้ทำสติกเกอร์แล้วเขียนข้อความใส่ลงไปในตัวรูป



รูปภาพที่ 4.10 ลงขายสติ๊กเกอร์ในไลน์

เมื่อใส่ข้อความจนครบทุกรูปที่ต้องการแล้ว ก็นำสติ๊กเกอร์ที่เสร็จแล้วไปขายใน Application

4.2 กลุ่มตัวอย่างของบุคลากรจำนวน 4 คน ในบริษัท PWT Express มีความคิดเห็นดังนี้

คนที่ 1 นางสาว นุชนภา เนื่องชมภู มีความคิดเห็นว่า รูปในสติ๊กเกอร์ไลน์มีความน่ารักและสามารถใช้งานได้จริง

คนที่ 2 นางสาว เครือวัลย์ ศรีลาศักดิ์ มีความคิดเห็นว่า สามารถใช้งานได้จริงและเป็นการเพิ่มลูกเล่นในการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้าผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ เพราะตัวสติ๊กเกอร์มีหลากหลายและมีความเป็นบริษัททั่วๆ

คนที่ 3 นางสาว สุธิดา จันละบุตร มีความคิดเห็นว่า ตัวสติ๊กเกอร์มีความน่ารักและบ่งบอกถึงความชัดเจนของการเป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

คนที่ 4 นางสาว ภูษิตา ชื่นสมบุญ มีความคิดเห็นว่า สติ๊กเกอร์ไลน์ที่ผู้จัดทำได้ทำขึ้นมานั้น มีขนาดเล็กไปหน่อยแต่มีจำนวนของรูปภาพเยอะทำให้สามารถใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าได้หลากหลายอารมณ์



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 สรุปผลโครงการ

สามารถเรียนรู้และเข้าใจวิธีการทำงานและการทำโปรโมท ประชาสัมพันธ์ จากการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ มากยิ่งขึ้น ทำให้ชื่อบริษัทติดหู ติดตลาด มีผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นจากการใช้ sticker line ผลการประเมินงานของบุคลากรจำนวน 4 คน ในบริษัท PWT Express ภาษีเจริญ มีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ตัวสติกเกอร์บ่งบอกถึงความชัดเจนในการใช้งานกับบริษัททั่ว

5.1.2 ปัญหาของโครงการ

1.มีระยะเวลาสั้นในการค้นคว้าหาข้อมูลที่จะมาเขียนในโครงการ

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

- 1.ควรจัดหาข้อมูลศึกษาเอกสารต่างๆที่จะนำมาจัดทำโครงการ
- 2.ควรเข้าใจระบบในการทำงานและมีข้อมูลอย่างละเอียดเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำในการทำโครงการสหกิจศึกษา

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- 1.ได้เรียนรู้และเข้าใจในการทำงานในส่วนของการให้บริการและการขายโปรแกรมทั่ว
2. เกิดความเข้าใจในการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวและเสนอขายลูกค้าผ่านทาง Application ต่างๆ
3. สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

5.2.2 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. เกิดการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆกับการทำงานในรูปแบบจริงและได้เข้าใจลักษณะการทำงานในส่วนต่างๆ
2. ได้ความรู้ ความอดทนในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและรู้จักวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน จะทำให้เรามีประสิทธิภาพที่พร้อมจะออกทำงานจริง
3. เกิดความรับผิดชอบต่องานที่ได้ทำซึ่งต่างจากการเรียนและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงในอนาคตได้

5.3 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.1 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ด้านการปรับตัวที่จะต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นในช่วงแรกๆยังปรับตัวไม่ทัน
2. ความรู้และความเข้าใจในเรื่องของโปรแกรมที่ใช้ทำงานยังไม่เชี่ยวชาญพอทำให้ในช่วงแรกๆอาจทำงานช้า

5.3.2 ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีความพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น และพร้อมที่จะปฏิบัติตาม กฎเกณฑ์ระเบียบต่างๆที่บริษัทตั้งไว้ อย่างรวดเร็วเพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการทำงาน
2. ควรมีความรู้และทักษะในการใช้โปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานมากกว่านี้เพื่อให้เกิดความถูกต้องและรวดเร็วในการทำงาน

บรรณานุกรม

บุริม โอทกานนท์. (ม.ป.ป). 4C's การตลาดปฎิวัติ. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/245074>

ปณิศา ลัญจนนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.

ภาวิณี กาญจนภา. (2554). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.

วิมล จิโรจน์พันธ์ และ อุดม เขยทิววงศ์. (2538). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ศิริพร แซ่ลิ้ม. (2558). พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. (วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2546). การบริหารการตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่ (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.





ภาคผนวก ก
บทสัมภาษณ์

ผลการทดสอบการสัมภาษณ์ความพึงพอใจต่อโครงการ

คนที่ 1 นางสาว นุชนภา เนื่องชมภู มีความคิดเห็นว่า รูปในสต็อกเกอร์ไลน์มีความน่ารักและสามารถใช้งานได้จริง

คนที่ 2 นางสาว เครือวัลย์ ศรีลาศักดิ์ มีความคิดเห็นว่า สามารถใช้งานได้จริงและเป็นการเพิ่มลูกเล่นในการสื่อสารได้ตอบกับลูกค้าผ่านสต็อกเกอร์ไลน์ เพราะตัวสต็อกเกอร์มีหลากหลายและมีความเป็นบริษัททั่วๆ

คนที่ 3 นางสาว สุธิดา จันละบุตร มีความคิดเห็นว่า ตัวสต็อกเกอร์มีความน่ารักและบ่งบอกถึงความชัดเจนของการเป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

คนที่ 4 นางสาว ญษิดา ชื่นสมบุญญ์ มีความคิดเห็นว่า สต็อกเกอร์ไลน์ที่ผู้จัดทำได้ทำขึ้นมา นั้น มีขนาดเล็กไปหน่อยแต่มีจำนวนของรูปภาพเยอะทำให้สามารถใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าได้หลากหลายอารมณ์





ภาคผนวก ข
ภาพการฝึกปฏิบัติงาน

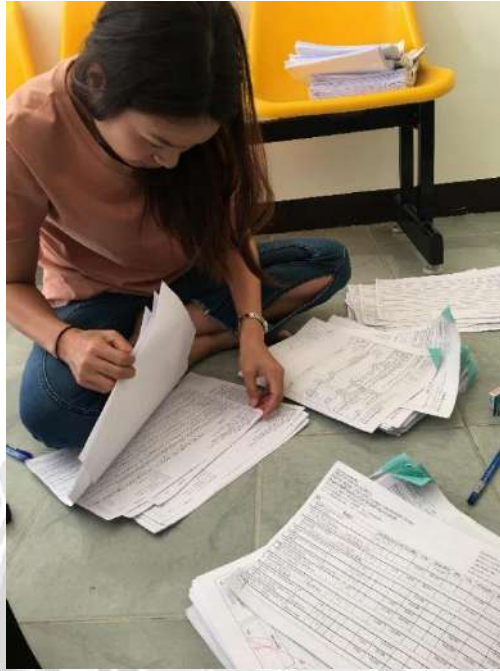
1)สถานที่ปฏิบัติสหกิจศึกษา



1.1 ตัวอย่างรูป บริษัท PWT Express ภาษีเจริญ สถานที่ปฏิบัติงานประจำวัน

2)งานด้านเอกสารของบริษัท

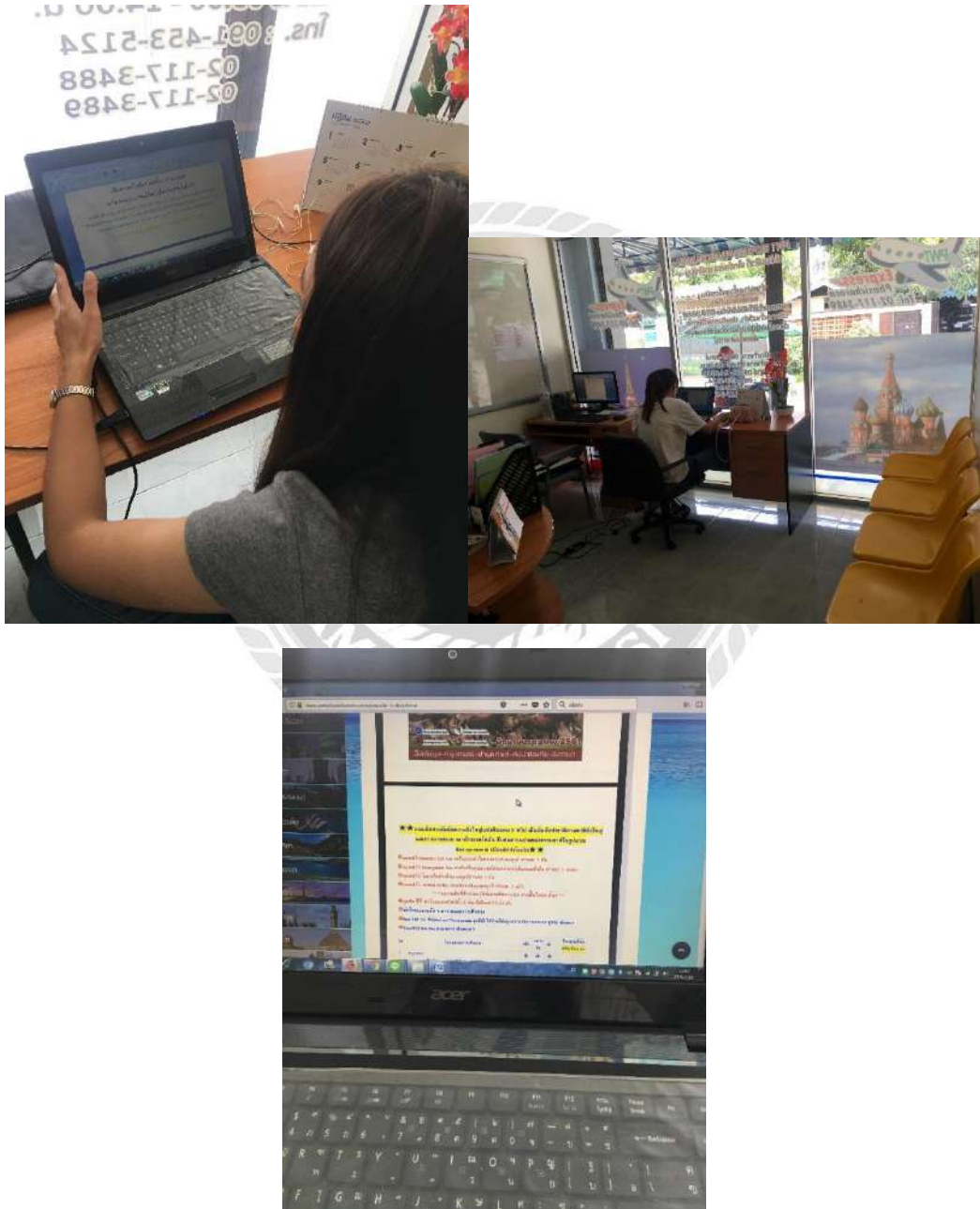
เอกสารสำคัญของบริษัทจัดแบ่งตามแผนงาน เรียนรู้เอกสารทั้งหมด ทำความเข้าใจและสามารถแบ่งประเภทของเอกสารได้ โดยแต่ละแผนจะถูกจำกัดชนิดของเนื้อหาในเอกสาร และแบ่งแยกข้อมูลออกตามแต่ละเดือนที่ลูกค้าจองโปรแกรมทัวร์



1.2 ตัวอย่างรูป การทำงานด้านเอกสาร จัดเรียงเอกสารของบริษัทตามเดือนที่ลูกค้าจองโปรแกรมท่องเที่ยว

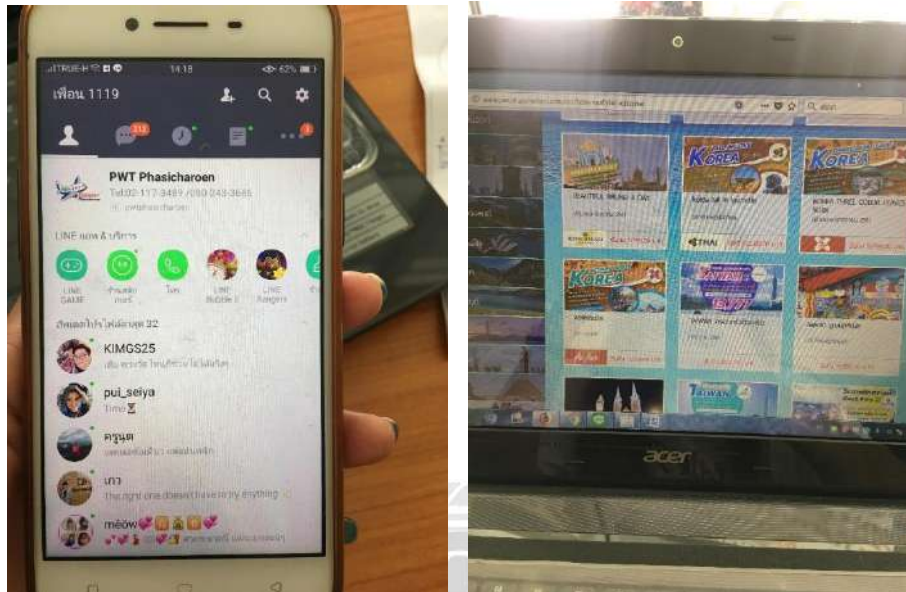
3)งานด้านการติดต่อประสานงาน

จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเสนอขายต่อลูกค้าและติดต่อขอข้อมูลกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก โรงแรม ตัวเครื่องบิน รวมถึงติดต่อและให้ข้อมูลกับลูกค้าเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องนั้นต้องถูกต้อง ทั้งในเรื่องราคาและกฎข้อตกลงต่างๆ



1.3 ตัวอย่างรูป การทำเอกสาร โปรแกรมทัวร์

4) ลงขายโปรแกรมทัวร์ผ่านหน้าเว็บของบริษัทและให้ข้อมูลคอยตอบคำถามกับลูกค้าที่ติดต่อเข้ามา ไม่ว่าจะเป็นทางเฟซบุ๊กหรือไลน์



1.4 ตัวอย่างรูป การติดต่อกับลูกค้าผ่านทางไลน์แอปพลิเคชันและลงขายโปรแกรมทัวร์ผ่านเว็บไซต์





ภาคผนวก ค
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

ความคิดเห็นพนักงานที่ปรึกษา



โครงการของนักศึกษาสหกิจในเรื่อง การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์สติ๊กเกอร์ แอปพลิเคชันมีประโยชน์มาก เนื่องจากบริษัทมีช่องทางการตลาดไม่มาก การที่นักศึกษาเข้ามาช่วย ในจุดนี้ถือเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทอีกช่องทางหนึ่ง ทำให้บริษัทมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และมีกลุ่มผู้บริโภครู้จักและเข้าถึงมากขึ้น ตัวสติ๊กเกอร์ไลน์ที่นักศึกษาทำมีความน่ารักเหมาะแก่การ ใช้งานเพราะเป็นรูปเกี่ยวกับบริษัททัวร์สามารถใช้งานได้จริงและเป็นการเพิ่มลูกเล่นในการสื่อสาร ได้ตอบกับลูกค้าผ่านสติ๊กเกอร์

เครือวัลย์ ศรีลาศักดิ์

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-นามสกุล : นางสาว นุจิรินทร์ งามอังสกุล

รหัสนักศึกษา : 5804400199

คณะ : ศิลปศาสตร์

สาขา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ที่อยู่ : บ้านเลขที่ 19/119 ม.8 ต.อ้อมใหญ่ อ.สามพราน จ.นครปฐม 73160

เบอร์โทรศัพท์ : 081-5566208

ผลงาน : โครงการเรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านไลน์สติกเกอร์แอปพลิเคชัน