



รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อ โปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัทมิตรมาया ปี พ.ศ. 2562

โดย

นางสาว วรัมพร กิจพานิชย์ 5904600065

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 143-491 สหกิจศึกษา

ภาควิชาโฆษณา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 30 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562

เรื่อง ขอส่งรายงาน การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาภาควิชา การโฆษณา
อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

ตามที่ได้จัดทำ นางสาวรัมพร กิจพาณิชย์ นักศึกษาภาควิชา การโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยามได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 14 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 30 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562 ในตำแหน่ง ครีเอทีฟ ณ บริษัท มิตรมายา จำกัด ในส่วนแผนกออนไลน์ เกี่ยวกับการคิดคอนเทนต์ลงเว็บไซต์ ออกอีเว้นท์ และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง “ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัทมิตรมายา”

ผู้จัดทำทราบว่าคณะกรรมการสหกิจศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยามได้กำหนดจริยธรรมทางวิชาการในการพิจารณารายงานสหกิจศึกษาไว้ 3 ประการดังนี้

1. รายงานสหกิจศึกษามีความซื่อสัตย์ทางวิชาการ โดยไม่นำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอมา และไม่ลอกเลียนผลงานของผู้อื่น
2. รายงานสหกิจศึกษามีให้เกียรติและอ้างอิงบุคคลหรือแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาใช้ในรายงานสหกิจศึกษาและแสดงหลักฐานของการค้นคว้า
3. รายงานสหกิจศึกษาต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ในการจัดทำรายงานจนละเมิดสิทธิของสถานประกอบการ หรือนำเสนอความลับของสถานประกอบการ

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ
นางสาวรัมพร กิจพาณิชย์
นักศึกษาสหกิจศึกษา
ภาควิชา การโฆษณา

ชื่อรายงาน : ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัท

มิตรมาษา ปี พ.ศ. 2562

ชื่อผู้จัดทำ : นางสาว วร็มพร กิจพาณิชย์

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

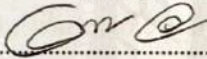
คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาควิชา : การโฆษณา

ภาคการศึกษา/ ปี การศึกษา : 3 / 2561

อนุมัติให้รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการโฆษณาประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปี การศึกษาที่ 2561


คณะกรรมการการสอบรายงาน

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

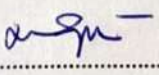
(อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์)

๑๑๐๑๕.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณพงศกร จันทรัตนสกุล)

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มารุจ ลิมปะวัฒนะ)

ชื่อโครงการ : ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัทมิตรมายา
ปี พ.ศ. 2562

ชื่อนักศึกษา : นางสาวรัมพร กิจพาณิชย์

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : การโฆษณา

คณะ : นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2561

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่อง“ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัทมิตรมายา” ปี พ.ศ. 2562 มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดบุชอิเว้นท์ 2. ศึกษากระบวนการทำงาน เพื่อนำไปโฆษณาลงเว็บไซต์มิตรมายา

จากการที่ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในบริษัท มิตรมายา จำกัด ตำแหน่งครีเอทีฟโดยมีหน้าที่รับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการคิดคอนเทนต์ลงเว็บไซต์ และออกอิเว้นท์ พบปัญหาในการอัปคอนเทนต์ลงเว็บไซต์ คือ การหารูปภาพโดยไม่ติดลิขสิทธิ์ ไม่เช่นนั้นจะไม่สามารถอัปโหลดรูปภาพลงเว็บไซต์ได้ ซึ่งมีวิธีแก้ไข คือ หารูปฟรีที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ยังให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานที่ปรึกษาและผู้ร่วมงานคนอื่นๆ ซึ่งเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระงานและสร้างประโยชน์ให้แก่องค์กร ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์นี้ นอกจากจะได้พัฒนาทักษะทางวิชาชีพแล้ว ยังได้พัฒนาทักษะการปฏิบัติงานตามสภาพจริง สามารถนำเอาความรู้ ความสามารถ นำมาปรับใช้กับการทำงานจริงได้ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่การทำงานอย่างมืออาชีพต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : คอนเทนต์/ โปรโมท/ ครีเอทีฟคอนเทนต์

ผู้ตรวจ

Title : The Procedure of Content Creation in Order to Promote Mitmaya's Website and Page 2019

Advisor : Mr. Ekkasith Uaichaiwat

Compiled by : Miss Waramporn Kitpanit

Academic Level : Bachelor of Communication Arts

Department : Advertising

Semester / Academic Year : 3/2018

ABSTRACT

This co-op report "The Procedure of Content Creation in Order to Promote Mitmaya's Website and Page 2019" was compiled with the purpose of studying the procedure of arranging a booth in a special event and studying the workflow to advertise the event on the website www.MiXMaya.com. The co-op student was assigned to operate at Mitmaya Co. Ltd. as a creative content creator. The duties of this role included creating content for the website and attending events

The issue found in creating content for the website was finding copyright-free images for the content, as copyrighted images cannot be uploaded on the website. The solution to that issue was to find copyright-free, royalty-free images. Aside from the main duties, the co-op student had assisted the training mentor and other colleagues, which helped relieve their workload and benefited the organization. Throughout the 16-week period of co-operative education, the co-op student had developed vocational skills as well as practiced operating in a real workplace environment. The knowledge and skills learned during this period could be applied to working in a professional environment, which will help prepare the co-op student for operating in the professional world.

Keywords : Content / Promotion, Creative content

Approved by



กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท มิตรมายา จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2562 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมายสำหรับ รายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณชโลธร ศิวรัตน์ เจ้าของสถานประกอบการ
2. คุณพงศกร จันทรัตนาสกุล พนักงานที่ปรึกษา
3. อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของ การทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาว วรัมพร กิจพาณิชย์

วันที่ 30 สิงหาคม 2562

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 ขอบเขตของรายงาน	1
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคอนเทนต์	3
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเพจ	5
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทของเว็บไซต์	6
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์	11
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	16
3.2 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร	20
3.3 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	20
3.4 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	20
3.5 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	20
3.6 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	21

	หน้า
3.7 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้	22
3.8 อุปกรณ์อื่นๆ	22
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 หลักการและแนวคิดในการเขียนคอนเทนต์กิจกรรมพิเศษ การบรรยายพิเศษ เชียงเสวนา	23
4.2 ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์และโปรโมท	24
4.3 ระยะเวลาในเขียนคอนเทนต์การจัดกิจกรรมพิเศษ	26
4.4 สถานที่จัด	26
4.5 ผู้เข้าร่วมงาน	26
4.6 วิทยากรและผู้ดำเนินรายการ	27
4.7 รูปแบบของโครงการ	27
4.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	28
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	29
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	30
5.3 สรุปผลการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา หรือการวิจัยสหกิจศึกษา	30
5.4 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา	31
บรรณานุกรม	32
ภาคผนวก	33
ประวัติผู้จัดทำ	37

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

หน้า

21



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท มิตรมายา จำกัด	16
รูปที่ 3.2 แผนที่บริษัท มิตรมายา จำกัด	16
รูปที่ 3.3 ตัวอย่างนิตยสารออนไลน์	18
รูปที่ 3.4 ตัวอย่าง MIX Magazine	19
รูปที่ 4.1 อีเมลเชิญให้เข้าร่วมงาน	24
รูปที่ 4.2 ถ่ายภาพกิจกรรม เก็บภาพบรรยากาศ	24
รูปที่ 4.3 ถ่ายภาพกิจกรรม เก็บภาพบรรยากาศ	25
รูปที่ 4.3 เขียนคอนเทนต์สรุปงานลงเว็บไซต์บริษัท มิตรมายา จำกัด	25
รูปที่ 4.4 วิทยากรมาแลกเปลี่ยนความรู้	27
รูปที่ 4.5 รูปแบบภายในงาน	28
รูปที่ 4.6 บุธกางเดินที่ เข้าป่า	28
รูปภาพที่ใช้ในการโฆษณา	35
รูปโฆษณาเว็บไซต์ มิตร มายา จำกัด	36
รูปโฆษณา MIX Maya ผ่านสื่อ Facebook	36
รูปภาพตอนดำเนินงาน	36

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีเว็บไซต์มากมายที่ได้รับความนิยม เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งปัจจุบันสมาร์ตโฟนก็สามารถเข้าถึงได้ จึงมีการแข่งขันกันมากกว่าแต่ก่อน ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของเว็บไซต์ จึงต้องหาคอนเทนต์ใหม่ๆที่น่าสนใจ หรือที่เป็นกระแส ในการโปรโมทโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยการคิดคอนเทนต์ที่กำลังเป็นที่นิยมมาเป็นตัวช่วย ในการคงอยู่ของเว็บไซต์ของตนเองให้อยู่ควบคู่ไปได้ในยุคปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook , IG และ You tube เป็นต้น

โดยสื่อออนไลน์ถือเป็นสื่อแขนงใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เพราะสามารถหาข้อมูลได้รวดเร็วและทันทุกสถานการณ์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของข่าวสารหรือเรื่องความบันเทิง อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้คนสามารถใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกันอีกด้วยรวมไปถึงการโปรโมทสินค้าและบริการ โดยอาศัยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อหลักในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นจึงได้จัดทำรายงานเล่มนี้ขึ้นมา เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดบุรุษอิเว้นท์ และศึกษากระบวนการทำงาน เพื่อนำไปโฆษณาลงเว็บไซต์มิตรมายา องค์กรประกอบ รูปแบบ ชนิด ประเภท ภาพเคลื่อนไหว การเขียนเค้าโครงเรื่อง การลำดับภาพ การตัดต่อภาพ ด้วยคอมพิวเตอร์ เครื่องมือ และซอฟต์แวร์ในการผลิตงานสื่อ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์ เพื่อนำไปโปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัทมิตรมายา
2. เพื่อศึกษาวิธีการทำงานในตำแหน่งครีเอทีฟของบริษัทมิตรมายา จำกัด

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาขั้นตอนการจัดบุรุษอิเว้นท์ เพื่อโปรโมทเว็บไซต์มิตรมายา ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อศึกษากระบวนการทำงาน เพื่อนำไปโฆษณาลงเว็บไซต์มิตรมายา รวมถึงการประสานงานในส่วนต่างๆ จากกรปฏิบัติงานจริง ให้เกิดความพัฒนาการทำงานในอนาคตได้ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะเกี่ยวกับขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์ ขั้นตอนการทำโฆษณา ขั้นตอนการคิดโฆษณาและการรวบรวมเนื้อหาของงาน

โดยขอบเขตการศึกษาอยู่ในช่วงระยะเวลา 16 สัปดาห์ ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 – 30 สิงหาคม 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เรียนรู้ขั้นตอนการผลิตสื่อออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ (Website) ของบริษัท มิตรมาชา
2. ได้เรียนรู้การผลิตรูปภาพและคลิปวิดีโอ เพื่อโปรโมทเว็บไซต์มิตรมาชา ผ่านสื่อออนไลน์รวมถึงการประสานงานในส่วนต่างๆ จากการทำงานจริง
3. ได้ศึกษาขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์
4. ได้ความรู้มาพัฒนาด้านกราฟิกดีไซน์เพิ่มเติมจากการศึกษาในชั้นเรียน



บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อ โปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัทมิตราสมา” ปี พ.ศ. 2562 ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคอนเทนต์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเพจ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทของเว็บไซต์

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคอนเทนต์

คอนเทนต์คืออะไรคุณเองคงมีประสบการณ์เป็นแฟนเพจแบรนด์สินค้าหรือบริการกันมาแล้วทุกท่าน ยกตัวอย่างจากผู้เขียนที่ใช้บริการต่างๆ อาทิ แอปฯ โอนเงินธนาคารที่ใช้ประจำ (กสิกร, ไทยพาณิชย์, บัวหลวงแบงก์กิ้ง) ค่าโทรศัพท์มือถือคือ Dtac, AIS จ่ายค่าอินเทอร์เน็ตให้กับ True ช้อปปิ้งออนไลน์กับ Lazada ดูสินค้าแฟชั่นผ่าน Shopee เอาของที่ไม่ได้ใช้มาปล่อยขายใน Kaidee.com ซึ่งเหล่านี้ทำให้ชีวิตสะดวกขึ้นมาก แต่คนจะไม่รู้จักแบรนด์เหล่านี้เลยถ้าไม่มี คอนเทนต์ (Content) (ลองเข้าไปคลิกดู Content สินค้าต่าง ๆ ใน Shopee ของร้านต่าง ๆ ดูได้)

หากถามว่า คอนเทนต์ คืออะไร ขออธิบายให้ฟังง่ายๆ ดังนี้

คอนเทนต์ คือ เนื้อหาของแบรนด์

ยกตัวอย่างเช่น Kaidee.com ที่ทำโฆษณาการตลาดผ่านทุกช่องทาง แต่ที่เรารู้จักแบรนด์นี้กันก็มาจาก TVC (โฆษณาทางโทรทัศน์) แม้ว่าจะเปลี่ยนชื่อมาหลายครั้ง ตั้งแต่เปิดตลาดใหม่ๆ ในชื่อ OLX จนมาลงตัวในชื่อ ขายดีดอทคอม ก็เพราะเน้นตลาดล่างเพื่อหาสมาชิก โดยสมาชิกได้สิทธิ์โพสต์ขายของได้ทุกประเภท

โฆษณาตัวที่ผู้เขียนจำได้คือ “มีอะไรในบ้านที่ไม่ใช่ เอามาขายที่ขายดีคอตคอม” สปอตนี้เล่าเรื่องราวของพ่อบ้านที่นำคอมพิวเตอร์และของใช้ของลูกที่ไม่ได้ใช้แล้ว ต้องการนำมาเปลี่ยนขายเป็นเงิน ทำให้คนตื่นตื่นสนใจว่ามีตลาดมือสองที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยที่เราอัปรูปและใส่รายละเอียด ตกถึงกับผู้ซื้อเอง

แม้จะมีความเสี่ยงว่าจะได้รับของที่คุณภาพดีหรือไม่ แต่ตลาดมือสองเป็นเรื่องของดวงอยู่แล้ว คนซื้อต้องมีวิจารณญาณ โดยส่วนตัวแล้วผู้เขียนเจอทั้งผู้ขายและผู้ซื้อที่ซื้อสตั๊ดจิ้งจู้สึกว่าบริการของขายดีคอตคอมนั้นตอบโจทย์ (แม้ทุกครั้งที่ซื้อจะมีความกังวลอยู่มาก)

ตรงนี้เป็น คอนเทนต์ ของเว็บไซต์ขายดีคอตคอม คือ “นำเสนอเรื่องราวของคนที่ต้องการขายของมือสอง” โดยที่เขาเลือกเล่าผ่านช่องทางโทรทัศน์

คอนเทนต์ คือ คำอธิบายคุณค่าของแบรนด์

ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ ไทยประกันชีวิต พอพูดชื่อปั๊บ.. คุณจะมีก้อออกว่าเคยดูโฆษณาที่ฟิล์มคำๆ เน้นเล่าเรื่องราวออกมา โดยที่ไม่บอกตรงๆ ว่าขายประกันอยู่นะ แต่เป็นการสร้างบรรยากาศให้คุณรู้สึกว่าชีวิตมีค่า นี่คือนิยามของคอนเทนต์ที่ดี

ยกตัวอย่างอีกหนึ่งบริษัท ที่ Mycontent เห็นว่าเป็นตัวอย่างการทำคอนเทนต์ที่ดี ก็คือ “ปตท” เราอาจจะคุ้นเคยกับการประหยัดพลังงานรูปแบบต่าง ๆ แต่ก็อักษระย่อว่า ปอ ตอ ทอ แถบไม่มีอะไรเลย ถ้าหากไม่ได้มีโฆษณาเกี่ยวกับแก๊สหุงต้ม และพลังงานธรรมชาติ

นอกจากแบรนด์ที่ยกตัวอย่างมานี้ ก็มีอีกหลายสื่อในโทรทัศน์ที่เดียวที่ทำคอนเทนต์ออกมาได้น่าสนใจติดตาม แต่บางแบรนด์ก็ทำออกมาฟัง ทั้งที่เสียเวลาโฆษณาวินาทีละเป็น 100,000 บาท เสีย

คอนเทนต์ คือ ความน่าสนใจ สร้างยอดขายได้

ยกตัวอย่างจากประสบการณ์ตรงที่รับงานเป็นที่ปรึกษาการตลาดให้กับเกสต์เฮ้าท์แห่งหนึ่งที่ถูกเปิดเริ่มต้นเป็นโจทย์หนักกว่าเราจะทำให้เกสต์เฮ้าท์ซึ่งเป็นห้องแถว ให้เป็นที่รู้จัก (ชนกับโรงแรม) ได้อย่างไร

โทรศัพท์ไปคุยกับเจ้าของเกสต์เฮ้าท์โดยตรง พูดยกย่องว่าครึ่งชั่วโมงเพื่อหาให้เจอว่าเกสต์เฮ้าท์มีจุดเด่นกว่าโรงแรมอย่างไรบ้าง เจ้าของเล่าว่าแรงบันดาลใจที่ออกจากงานประจำมาเปิดคือ รักการท่องเที่ยวแบบสะพายกระเป๋าเที่ยวเพราะเคยไปเจอเกสต์เฮ้าท์ที่บาห์ลีแล้วชอบ ผู้เขียนมั่นใจเลยว่าการตลาดออนไลน์ครั้งนี้ยังงี้ก็รอด (กังวลว่าเจ้าของอาจจะได้ทุนคืนช้าหน่อย แต่ต้องได้คนพักเพิ่มขึ้นแน่ๆ) เพราะ Passion ของเจ้าของ ทำให้ผู้เขียนมั่นใจว่าเกสต์เฮ้าท์ต้องไม่ตายไปจากเกาะภูเก็ต แต่เราต้องช่วยกันทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้น

สิ่งที่เกสท์เฮ้าท์แตกต่างจากโรงแรมคือความเป็นกันเองแบบบ้าน คุณสามารถไปเที่ยวและเดินกลับมาพักที่บ้านเพื่อให้เจ้าของท้องถิ่นจริงๆ ช่วยวางแผน ซึ่งการไม่มีแผนมาก่อนนั้นเป็นเสน่ห์ที่มากกว่าทัวร์ หากเราไปกับทัวร์นั้นเราจะทราบอยู่แล้วว่าเราจะเจออะไรบ้าง แต่แบ็คแพ็คนั้นจะต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งจะเป็นความประทับใจสูงสุดของการเที่ยว ณ ที่นั้น

ผู้เขียนให้เจ้าของเล่าว่าภูเก็ตมีอะไรน่าเที่ยวมาก และในฐานะเจ้าของเกสท์เฮ้าท์จะแนะนำคนที่มาเที่ยวภูเก็ตเป็นครั้งแรกได้อย่างไรบ้าง และนำตรังนี้มาปรับเป็นแผนการตลาดออนไลน์ ท่ามกลางทัวร์จีนที่ลงเต็มภูเก็ตคาดว่าน่าจะมีแขกไทยมาพักน่าจะเกิน 1 เดือน แขกชุดแรกเข้าพักใน 20 วัน หลังเร่งทำการตลาดออนไลน์ ทางเราถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี และอยากให้มิเกสท์เฮ้าท์น่ารักเป็นตัวเลือกให้นักท่องเที่ยวอยู่กับจังหวัดภูเก็ต

เมื่อคุณสร้างบริษัทของคุณขึ้นมาด้วยความตั้งใจ ตัวคุณนั้นแหละมีความน่าสนใจมี Passion ที่พร้อมจะนำเสนอออกมาให้คนอื่นได้รู้ว่าแบรนด์ของคุณทำอะไร เพราะฉะนั้นเราเน้นรับปริฟกับคุณเพื่อหา topic ที่น่าสนใจออกมาเสนอควบคู่กับคุณสมบัติสินค้าด้วย

ไม่น่าเชื่อเลยว่ายุคนี้ ร้านค้าก็ต้องมาอยู่บนอินเทอร์เน็ต การตลาดออนไลน์เป็นเรื่องยากมาก (สำหรับคน Gen X) แต่ก็ไม่ยากเกินกว่าจะทำความเข้าใจและปรับตัว เมื่อมาถึงจุดหนึ่งคุณจะสนุกกับมันมาก ริบเริ่มตั้งแต่นั้นเราจะได้มีชั่วโมงบินที่มากกว่าร้านอื่น ตลาดออนไลน์ได้เร็วจะเพิ่มยอดขายได้เร็ว .. ขอให้ทุกท่านสนุกกับธุรกิจแนวใหม่นี้ละคะ (ข้อมูลจาก<https://mycontent-thai.com/2015/08/06/content-is/>)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเพจ

Page เป็นคุณสมบัติหนึ่งของ Facebook ที่มีไว้เพื่อช่วยให้คุณได้สร้างพื้นที่ๆ หนึ่ง ไว้สำหรับการแสดงความคิดเห็น หรือรวบรวมคนที่ชอบอะไรเหมือนๆ กัน หรือไว้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์อะไรสักอย่างหนึ่งให้แก่คนทั่วไปได้รับ ทราบ โดยแยกตัวออกจาก Profile ปกตินะครับ

หลายคนไม่เข้าใจว่า แล้ว Facebook Fanpage แตกต่างกันอย่างไรกับ Facebook Profile ที่เราใช้งานตามปกติ แล้วทำไมต้องมาทำเป็น Fanpage ด้วยล่ะ? ใช้แบบ Profile ธรรมดาในการทำเป็นหน้าเว็บโปรโมทสินค้าไม่ได้หรือ?

Facebook Profile - คือ Facebook ที่คุณสมัครสมาชิกเอาไว้ เพื่อใช้ในการพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร โปสภาพ/วิดีโอ ซึ่งเหมาะที่จะใช้กับกลุ่มเพื่อน ๆ หรือคนรู้จักของคุณเท่านั้น โดยใน Facebook Profile จะจำกัดจำนวนการเพิ่มเพื่อนต่อวัน และในการโพสต์ข้อความของคุณแต่ละครั้ง ต้องระบุคนที่จะมองเห็น

ข้อความ ซึ่งก็จะมองเห็นในหมู่เพื่อน ๆ เท่านั้น (คนทั่วไปที่คุณไม่ได้รับเขาไว้เป็นเพื่อน ก็จะมองไม่เห็นข้อความที่คุณโพสต์)

Facebook Fanpage - จะสร้างเป็นหน้าเพจใหม่ ซึ่งในหน้าเพจนี้ อะไรก็ตามที่คุณโพสต์ (เช่น ข่าวสารใหม่ ๆ) และมีคนเข้ามาที่หน้าเพจของคุณ ก็สามารถเห็นข้อความนั้นได้เลยทันที โดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มคุณเป็นเพื่อน ง่ายๆ ก็คือ มันเหมือนกับหน้าเว็บที่คุณได้ทั่วไป อีกทั้งในหน้าเพจ สามารถเพิ่มเพื่อน(หรือกลุ่มลูกค้า)ได้ตลอด (ไม่จำกัดจำนวน แบบหน้า Profile) นอกจากนี้ หากในหน้าเพจ มีคนกดไลค์เกิน 300 คนไปแล้ว ก็จะทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนชื่อเพจนี้อีก (ต่างกับกับหน้า Profile ที่สามารถเปลี่ยนชื่อได้ตลอด)

ด้วยความที่มันเป็นพื้นที่ไว้สำหรับรวบรวมคนที่คิดหรือทำอะไรเหมือนๆ กัน ทำให้ Fanpage เป็นช่องทางชั้นเยี่ยมในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนจำนวนมากได้รู้ได้เห็น สิ่งที่เขาของแฟนเพจได้แสดงออกมา และเมื่อจำนวนของผู้ใช้งานค่อยๆ เพิ่มขึ้น มันจะกลายเป็นแรงดึงดูดชั้นดีที่ทำให้คนอีกมากมายเข้ามาเจอ ยกตัวอย่างเช่น Fanpage ของคุณตัน ภาสกรนที (<https://www.facebook.com/tanichitan>) มีคนถูกใจมากกว่า 1 ล้านคนเลยทีเดียวครับ

สำหรับคนที่เปิดเว็บร้านค้าออนไลน์ คงน่าจะรู้จัก Fanpage กันดีแล้วก็อยู่ที่ว่า คุณจะสามารถนำ Fanpage มาปรับใช้กับเว็บร้านค้าของคุณ เพื่อประชาสัมพันธ์อย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุด Fanpage ยังเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือดี ๆ ที่สามารถใช้ในการโฆษณากับ Facebook ได้

(ข้อมูลจากที่<http://www.clickshopzone.com/csz/blog>)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทของเว็บไซต์

เว็บไซต์มีกี่ประเภท อะไรบ้าง

เว็บไซต์ นอกจากจะเป็นมีไว้สำคัญให้ข้อมูลข่าวสาร สารที่เป็นประโยชน์แล้ว ยังมีส่วนสำคัญอีกมากมาย เช่น สร้างสังคมออนไลน์ได้อย่างใหญ่โต เหมือนกับที่เว็บไซต์ Facebook เป็นอยู่ เป็นทีวีออนไลน์ที่คุณสามารถเลือกรายได้ที่อยากดูได้เอง อย่างที่ Youtube เป็นอยู่ในขณะนี้ เป็นห้องสมุดสุดอัจฉริยะที่สุดในโลกค้นหาสารอะไรก็เจอหมด อย่างที่ Google เป็นอยู่ตอนนี้



เว็บไซต์นั้นก็มีอยู่ด้วยกันอยู่หลากหลายประเภท แต่ละประเภทก็จะมีลักษณะการทำงานและการใช้ บริการที่แตกต่างกันออกไป ประเภทของเว็บแบ่งออกได้ดังนี้ครับ

ประเภทของ เว็บไซต์ มีดังนี้

- **เว็บท่า (Portal Site)**

เว็บไซต์ประเภทนี้ เป็นเว็บไซต์ที่เรา ๆ พบเจอกันอยู่ทุกวัน โดยที่บางทีอาจจะไม่รู้ว่ามีมันคือเว็บไซต์ ที่จัดอยู่ในเว็บไซต์ประเภท เว็บท่า เว็บไซต์ประเภทนี้เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เว็บไซต์ตัวไรดี เช่น เว็บไซต์ สนุกดอทคอม, เว็บไซต์กระปุกดอทคอม เว็บไซต์ประเภทนี้ก็จะคล้าย ๆ กับเว็บข่าว (News site) แต่เว็บไซต์แนวนี้จะได้รับความนิยมมากกว่าเพราะมีความหลากหลายมากกว่าและให้ความ บันเทิงมากกว่า

- **เว็บข่าว (News Site)**

เว็บไซต์ประเภทนี้ทุกท่านน่าจะรู้จักและคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี เช่น เว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ ก็จัดว่า เป็นเว็บไซต์ในประเภทนี้ด้วย เว็บไซต์ในประเภทนี้คือเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เป็นข่าวธุรกิจ, ข่าวการเมือง, ข่าวการศึกษา, ข่าวบันเทิง เป็นต้น

- **เว็บข้อมูล (Information Site)**

เป็นเว็บที่ให้บริการเกี่ยวกับการสืบค้น ข้อมูลข่าวสาร หรือข้อเท็จจริงต่างๆ ที่น่าสนใจ

- **เว็บธุรกิจหรือการตลาด (Business/Marketing Site)**

เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นโดยบริษัท องค์กรธุรกิจต่าง ๆ โดยมีจุดประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า/ บริการของตนให้เป็นที่รู้จัก ซึ่ง เว็บไซต์ CMPRODEV.COM รับทำเว็บไซต์ ที่ เชียงใหม่ ก็จัดว่า อยู่ในกลุ่มเว็บไซต์ประเภทนี้ด้วยเช่นกัน

- **เว็บการศึกษา (Educational Site)**

ส่วนใหญ่เว็บไซต์ประเภทจัดทำขึ้นโดยสถาบันการศึกษา เช่น เว็บโรงเรียน, เว็บมหาวิทยาลัย หรืออีกประเภทหนึ่งก็จะเป็นเว็บแนวให้ความรู้เรื่องเกี่ยวกับการศึกษาหรือที่เรียกว่าเว็บ e-learning

- **เว็บบันเทิง (Entertainment Site)**

เว็บบันเทิงนั้นมุ่งเสนอและให้บริการต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความบันเทิง โดยทั่วไปอาจนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการบันเทิงทั่วไป เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ ดารา กีฬา ความรัก บทกอลอน การ์ตูน เรื่องขำขัน รวมถึงการให้บริการดาวน์โหลดไฟล์และริงโทนสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกด้วย เว็บประเภทนี้อาจมีรูปแบบที่เป็นอินเทอร์เน็ตฟลิคที่ตื่นตาตื่นใจ หรือใช้เทคโนโลยีมัลติมีเดียได้มากกว่าเว็บประเภทอื่น

- **เว็บองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (Non-profit Organization Site)**

ส่วนใหญ่สร้างขึ้นโดยบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ที่มีนโยบายในการสร้างและช่วยเหลือสังคมโดยไม่หวังผลกำไรหรือค่าตอบแทน ซึ่งกลุ่มบุคคลหรือองค์กรเหล่านี้ได้แก่ สมาคม ชมรม มูลนิธิ และโครงการต่างๆ โดยอาจจะมีจุดประสงค์เฉพาะที่แตกต่างกันเช่น เพื่อทำความดี สร้างสรรค์สังคม พิทักษ์สิ่งแวดล้อม ปกป้องสิทธิมนุษยชน รณรงค์ไม่สูบบุหรี่ เป็นต้น

- **เว็บส่วนตัว (Personal Site)**

บางครั้งอาจเป็นเว็บของคนๆ เดียว เพื่อนฝูง หรือครอบครัวก็ได้ โดยอาจจะจัดทำขึ้นด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน เช่น แนะนำตนเอง แนะนำกลุ่มเพื่อน โชว์รูปภาพ แสดงความคิดเห็น เขียนไดอารี่ประจำวัน นำเสนอผลงาน ถ่ายทอดประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งที่เชี่ยวชาญหรือสนใจ

(ข้อมูลจาก <http://www.cmprodev.com/blog/type-of-website.html>)

9 ประเภทของเว็บไซต์และรูปแบบการใช้งาน

ในเรื่องของการออกแบบที่ดีนั้นเราจำเป็นต้องรู้จักว่าเว็บไซต์ทั้งหมดนั้นมีกี่ประเภท เราควรให้ความสำคัญกับทุกองค์ประกอบของเว็บไซต์ เพราะในปัจจุบันที่มีการใช้งานที่หลากหลาย ประเภทก็มีหลากหลายเช่นเดียวกัน เนื่องจากว่าในการออกแบบเว็บไซต์แต่ละครั้งนั้นมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้งานนั้นแตกต่างกันออกไป ดังนั้นประเภทในการออกแบบเว็บไซต์จะช่วยให้นักออกแบบเว็บไซต์ได้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน และประเภทของเว็บไซต์ที่เราคุ้นเคย แบ่งได้ดังนี้

1. Personal Website

ความหมายตรงตัวนั่นคือ เว็บไซต์ส่วนบุคคล หรือเรียกว่าเว็บไซต์ส่วนตัวก็ได้ ซึ่งเป็นประเภทเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นในยุคแรกของ World Wide Web (www) และเกิดขึ้นก่อนเว็บไซต์ประเภทอื่นๆ ภายในนั้น

จะมีลักษณะการใส่ข้อมูลเหมือนไดอารี่ มีการใส่ข้อมูลส่วนตัวต่างๆ ส่วนของเนื้อหาจะเป็นไปในทิศทางใดนั้นต้องแล้วแต่เจ้าของเว็บไซต์ ปัจจุบันเว็บไซต์ประเภทนี้จะถูกนำเสนอผลงาน ถ่ายทอดประสบการณ์ด้านต่างๆ สามารถทำเป็นเว็บไซต์หรือเว็บเพจเพียงหน้าเดียวได้

2.Photo Sharing Websites

เว็บไซต์นี้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมผลงาน หรือจัดแสดงผลงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่าย ภาพถ่ายหรืองานศิลปะอื่นๆ ซึ่งเป้าหมายหลักของเว็บไซต์นี้คือ การรวบรวมรูปภาพในรูปแบบต่างๆ โดยจะมีการแสดงในรูปแบบของแกลลอรี่ (Gallery) ที่สามารถแยกหมวดหมู่ให้สะดวกมากขึ้นในการค้นหา รวมไปถึงการเปิดเว็บไซต์เพื่อเป็นตลาดกลางสำหรับการซื้อขายรูปภาพอีกด้วย

3.Community Building Websites

เว็บไซต์นี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อสังคม หรือเป็นชุมชนออนไลน์ เพื่อให้มีการพูดคุยและปฏิสัมพันธ์กันในเว็บไซต์ โดยภายในเว็บไซต์นั้นอาจมีการแบ่งแยกย่อยเป็นเรื่องราวตามกลุ่มคนที่มีความสนใจเดียวกัน เช่น กลุ่มคนที่ชื่นชอบเกมออนไลน์ ก็อาจมีการตั้งกลุ่มเพื่อพูดคุยในสิ่งที่สนใจเดียวกัน เกมเดียวกัน เพื่อให้การพูดคุยนั้นมีความสุขสนุกสนาน อีกทั้งเป็นการเพิ่มมิตรไมตรีในกลุ่มคนที่ชื่นชอบสิ่งเดียวกัน

4.Writers / Authors Websites

เว็บไซต์สำหรับนักเขียน หรือผู้ที่ทำงานเขียน โดยงานที่ถูกตีพิมพ์ตามสำนักพิมพ์ในรูปแบบหนังสือ หรือขายตามหน้าเว็บในรูปแบบของ E-book ซึ่งในส่วนของตัวเองเว็บไซต์นี้จะเน้นที่การนำเสนอผลงานเขียนที่เป็นผลงานของเจ้าของเว็บไซต์โดยที่ไม่ขึ้นตรงกับสื่อใด เพื่อให้มีผู้ติดตามผลงานจากนักเขียนโดยตรง ผ่านเว็บส่วนตัวของผู้เขียน

5.Blogging Websites

เว็บไซต์นี้จะมีลักษณะคล้ายกับเว็บไซต์ประเภท Personal Website ที่มีรูปแบบการเขียนเหมือนการเขียนไดอารี่ออนไลน์ เพื่อให้มีผู้อื่นได้แวะเวียนกันเข้ามาอ่าน ในแต่ละเรื่องราวอาจเริ่มต้นการเขียนจากสิ่งที่เจ้าของเว็บไซต์นั้นๆ ให้ความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว อาหารที่ชื่นชอบ เป็นต้น ซึ่งมองผิวเผินอาจดูมีความคล้ายกับเว็บไซต์แบบ Personal Website แต่แท้จริงแล้วมีความแตกต่าง เพราะ Blogging Websites จะมีระยะเวลาการอัปเดตเนื้อหาข้อมูลที่บ่อยกว่า แต่ Personal Website ที่มีเนื้อหาเฉพาะเจาะจง

6. Informational Websites

เว็บไซต์ที่ถูกจัดทำขึ้นเพื่อให้ข้อมูล ความรู้ ที่หลากหลาย เช่น wikipedia ที่เป็นเว็บไซต์สำหรับการค้นหาข้อมูล หรือการใช้คำจำกัดความในการค้นหา หรือ เว็บไซต์เกี่ยวกับการเกษตร ที่อาจนำเสนอเกี่ยวกับการเพาะปลูกต้นไม้ พืช ผัก การดูแลต่างๆ หรือที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรอย่างเฉพาะเจาะจง

7. Online Business Websites

เว็บไซต์ธุรกิจออนไลน์ ที่ส่งเสริมเกี่ยวกับการทำธุรกิจในรูปแบบต่างๆ สินค้า โปรโมชัน เป็นต้น หรือในบางครั้งนั้นอาจถูกจัดทำขึ้นเพื่อขายสินค้าและบริการ โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน การทำธุรกิจในลักษณะนี้จะถูกเรียกว่า E-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

8. Directory Websites

เว็บไซต์ที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูล หรือการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการทั้งหลายเอาไว้ด้วยกัน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการค้นหา อำนาจความสะดวกต่อผู้ใช้งาน เว็บไซต์จะมีลักษณะคล้ายกับสมุดหน้าเหลืองที่รวบรวมข้อมูลต่างๆ เอาไว้ในส่วนทิศทางของข้อมูลอาจขึ้นอยู่กับเจ้าของเว็บไซต์ว่ามีจุดประสงค์ใด เช่น เว็บไซต์ที่รวบรวมแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติในแต่ละฤดูทั่วประเทศ หรือเว็บไซต์ตัวช่วยในการค้นหาที่ใครก็ต่างรู้จักกันคืออย่าง Google ถือว่าเป็น Directory Websites

9. E-Commerce Websites

เว็บไซต์สำหรับขายสินค้าและบริการ โดยตรงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถกำหนดรูปแบบภายในเว็บไซต์ว่าต้องการให้เป็นไปในรูปแบบใด แสดงสินค้า การเลือกช่องทางการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น เช่นกันบางเว็บไซต์ที่มีการใช้ระบบการโอนเงินและทำการแจ้งชำระเงินภายหลัง ก็ยังไม่ถือเป็นเว็บไซต์ E-Commerce ที่แท้จริง

เมื่อรู้จักประเภทของเว็บไซต์แล้ว การทำงานของทีมไม่ว่าจะเป็นเจ้าของธุรกิจ รวมไปถึงนักออกก็ก็จะสามารถทำงานได้ง่ายขึ้น ภายใต้เงื่อนไขที่เข้าใจตรงกัน รูปแบบที่คาดเดาได้ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การทำงานได้มีความราบรื่นขึ้น อีกทั้งข้อมูลประเภทของเว็บไซต์ก็จะช่วยให้กำหนดทิศทางของเว็บไซต์ที่จะทำ ให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจของเราได้มากขึ้นอีกด้วย (ข้อมูลจาก ที่มา : am2bmarketing)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

การตลาดสังคมออนไลน์ คือ รูปแบบของการสร้างเครื่องมือทางการตลาดบนโลกอินเทอร์เน็ตซึ่งมีการใช้สื่อออนไลน์การกระจายและสร้างมูลค่าทางการตลาด โดยการสร้างการติดต่อสื่อสาร และสร้างตราสินค้าให้บรรลุตามความต้องการโดยพื้นฐานการสร้างการตลาดสังคมออนไลน์นั้น เป็นการสร้างกิจกรรมทางการตลาดทั้งเนื้อ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียงเพื่อวัตถุประสงค์หลักของการตลาดเพื่อกระจายเนื้อหาไปยังผู้บริโภค ซึ่งการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ถือได้ว่าเป็นความนิยมสามารถพัฒนาช่องทางที่หลากหลายในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการได้หลากหลายรูปแบบและกิจกรรม เช่น อีเมลล์หรือการโฆษณาออนไลน์บนเว็บไซต์ เป็นต้น (Kaur, 2016)นอกจากนั้นสื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยนักการตลาดพัฒนาโอกาสทางการธุรกิจในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี (Kelly, Kerr&Drennan, 2010 อ้างใน Godey,M anthiou, Pederzoli, R okka, A iello, D onvito& Singh, 2016) ยิ่งไปกว่านั้น สื่อสังคมออนไลน์เป็นหนทางในการสร้างเนื้อหาทางการตลาดของแบรนด์ที่ได้ด้วยการสร้างสรรค์

กระจายหรือเนื้อหาสื่อ ไปถึงผู้บริโภคเป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งที่สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าและนักการตลาดนิยมชมชอบในการใช้สร้างการตลาด (Tsai&Men, 2013 อ้างใน Godey, etal., 2016)

ทั้งนี้ตัวอย่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวงการธุรกิจ สินค้าหรูหราหรือตราสินค้าระดับแพงนิยมใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลักในการกระตุ้นทางการตลาดเพื่อสร้างให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จ ตัวอย่างเช่น หลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton: LV) มีการนำเสนอวิดีโอการเดินทางแบบผ่าน ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งทำให้เหล่าบรรดาผู้ชื่นชอบตราสินค้านิยมชมชอบและมีความสุขกับโชว์ได้เหมือนใกล้ชิดกับตราสินค้าและกิจกรรมของตราสินค้า(Kapferer, 2012) รวมไปถึงเบอร์เบอรี่ (Burberry) มีการนำเสนอร้านค้า ออนไลน์ต่อลูกค้าชาวจีนซึ่ง เป็นการเปิดบริการบนโลกอินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมงโดยรวมไปถึงระบบการอำนวยความสะดวกและเปิดให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนสอบถามทั้งนี้เบอร์เบอรี่ยังมีบริการเข้าถึงของนัก สังคม ออนไลน์ชาวจีน ผ่านเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็น kaixin001 .com และ douban .c m ทั้งนี้มีชื่อเสียงพื้นเมืองของชาวจีนยังมีการสนทนากันเกี่ยวกับ

เบอร์เบอรี่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อันเป็นชื่อเสียงของจีนหรือโปรแกรมที่มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์ที่เรียกว่า ไวโบ (Weibo) ซึ่งเป็นเว็บไซต์รูปแบบไมโครบล็อกที่มีชื่อเสียงที่สุดในจีน นอกจากนี้เดือนมกราคม ปี2012 เบอร์เบอรี่มีผู้ติดตามจำนวน 180,000คนในเว็บไซต์ไวโบ ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก90,000 คน ในต้น ปี 2011 (Spillecke & Perrey , 2012) นอกจากนี้ การตลาดของธุรกิจประเภทหรูหราหรือสินค้าระดับ

แพงมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการกระตุ้นยอดขาย โดย Kim&Ko (2012)ได้อธิบายการใช้การตลาดของสื่อสังคมออนไลน์จากสินค้าประเภทหรูหราหรือระดับแพงถึงความพยายามพัฒนาตราสินค้าด้วย 5 ทิศทางผ่านระบบการตลาดสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยความบันเทิงการปฏิสัมพันธ์ความนิยม ความเฉพาะเจาะจงและการตลาดแบบปากต่อปาก

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สื่อสังคมออนไลน์ คือ อะไร

มนุษย์เป็นสังคมที่ต้องมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกัน ซึ่งในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่น ปาก เป่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ จากนั้น เมื่อเข้าสู่ยุค ที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับ อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Webboard) จวบจนถึงปัจจุบัน มนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันถึงกันและกันด้วยการ ใช้ สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบ กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการ แบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

1. บล็อก (Blogging)

บล็อกมาจาก Web + Log แล้วย่อเหลือ Blog คือ ประเภท ของระบบการจัดการเนื้อหา ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียน บล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเอง โดยบทความที่ โพสต์ลงบล็อก เป็นการ แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน บล็อก ซึ่งจุดเด่นของบล็อก คือ การสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่าน การแสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่ง Blogger (<http://www.blogger.com>) และ WordPress (<http://wordpress.com>) เป็นสองเว็บไซต์ที่ผู้คนนิยม เข้าไปสร้างบล็อกของตนเอง

2. ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก(TwitterandMicroblogging)

ไมโครบล็อก คือ รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัด ขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้งซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่ จำกัดการโพสต์แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ในปัจจุบัน ทวิตเป็นที่นิยมใช้งานของผู้คน เพราะใช้งานง่าย และใช้เวลา ไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่างๆ ที่ใช้ทวิตเตอร์ ในการแจ้งกิจกรรมต่างๆ และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ เพื่อไม่ให้ ขาดการติดต่อกับสังคม ซึ่งหากต้องการ มี เลขที่บัญชี (Account) สำหรับทวิตเตอร์สามารถเข้าไปสมัครได้ที่เว็บไซต์ของ Twitter (<http://twitter.com>)

3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือเว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักมาก่อน หรือรู้จัก ภายหลังทางออนไลน์ ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่ง มีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกัน คือ โปรไฟล์

(Profiles - เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี) การเชื่อมต่อ (Connecting - เพื่อสร้างเพื่อนกับ คนที่รู้จักและไม่รู้จักทาง ออนไลน์) และการส่งข้อความ (Messaging - อาจเป็นข้อความ ส่วนตัว หรือ ข้อความสาธารณะ) เป็นต้น โดยมี Facebook (<http://www.facebook.com>) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

4. การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการแบ่งเป็นสื่อทางออนไลน์ เป็น เว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลด (Upload) ไฟล์สื่อผสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์ เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้ใช้งานทั่วไป ซึ่งใน ปัจจุบันได้รับความนิยมมาก เพราะด้วยความที่เป็นสื่อผสมเอง ไม่ว่าจะ เป็น รูป สไลด์ หรือวิดีโอ รวมทั้งการใช้งานง่ายขึ้นของ กล้อง ดิจิตอล และกล้องวิดีโอ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่การได้ไฟล์สื่อ ผสมแบบต่างๆ ออกมา เว็บไซต์ ประเภทนี้ที่ได้รับความนิยม คือ YouTube (<http://www.youtube.com> - สำหรับแบ่งปันไฟล์ วิดีโอ) flickr (<http://www.flickr.com> - สำหรับแบ่งปันไฟล์รูป) และ slideshare (<http://www.slideshare.net> - สำหรับ แบ่งปัน ไฟล์พรีเซนเตชัน)

สื่อสังคมออนไลน์กับคนดัง

Hi5, Youtube, Facebook, Twitter และสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ในเริ่มแรกผู้คนใช้สื่อเหล่านี้เป็นงานอดิเรก เพื่อเล่นเกมส์ พุดคุย แลกเปลี่ยนความเห็น และกิจกรรมส่วนตัวอื่นๆ เพื่อ สื่อสารข้อมูลถึงกันและกัน ต่อมาการใช้สื่อสังคมออนไลน์กว้าง ขวางมากขึ้นนอกจากการใช้เป็นงานอดิเรกแล้ว ยังใช้เพื่อเข้าถึง กลุ่มคนในวงกว้าง เพื่อจุดประสงค์อื่นที่ไม่ใช่งานอดิเรก

ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา กระแสการใช้สื่อสังคม ออนไลน์เพิ่มมากขึ้นหลังจากที่นายบารัคโอบามาได้ใช้สื่อสังคม ออนไลน์หลากหลายประเภท เช่น Twitter, Myspace, Youtube และ Facebook ในการหาเสียงเพื่อสมัครรับเลือกตั้งเป็น ประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผลทำให้ข้อมูลที่ นายบารัคโอบามา การสื่อสารสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แทบทุกระดับและมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ได้รับการเลือกตั้งเป็น ประธานาธิบดีในเวลาต่อมา

สื่อสังคมออนไลน์กับธุรกิจ

ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน การสื่อสารข้อมูลเพื่อเข้า ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ ได้มีการลงทุนในสื่อที่เป็น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร ซึ่ง เป็นการสื่อสารข้อมูล แบบทางเดียว รวมทั้งธุรกิจต้องลงทุนมากขึ้น หากต้องการขยาย ขนาดการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

ในปัจจุบันการบริโภคข้อมูลจากสื่อของผู้คนได้เปลี่ยนไป โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มใช้สื่อทางออนไลน์มากขึ้น เป็นต้นว่า หาก ต้องการซื้อสินค้าสักหนึ่งชิ้น ผู้บริโภคอาจไม่เริ่มต้นหาข้อมูล โฆษณาจากหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร แต่หันไปหาข้อมูลที่ ต้องการในสื่อออนไลน์แทน เพราะนอกจากจะได้ข้อมูลสินค้าแล้ว ยังได้ทราบความคิดเห็นที่หลากหลายเกี่ยวกับตัวสินค้าจากกลุ่ม คนต่างๆ

ไอบีเอ็ม (IBM) บริษัทยักษ์ใหญ่ของโลกด้านคอมพิวเตอร์ ยังให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการให้พนักงาน ในบริษัทเขียนบล็อกของตัวเอง เพื่อเล่าถึงประสบการณ์งานที่ กำลังทำ และเรื่องราวที่ ต้องการแบ่งปัน ซึ่งได้รับความสนใจจาก ผู้คนอย่างกว้างขวาง และมีส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงเข้าสู่กลุ่มลูกค้าของบริษัทโดยยังไม่รวมถึงการพูดคุยผ่านทวิตเตอร์ การสท้อไฟล์วิดีโอผ่านยูทูป การแสดงไฟล์ฟรีเซน เตชั่นผ่านสไลด์แชร์ และอื่นๆ

นอกจากนี้ธุรกิจขนาดเล็กได้ให้ความสนใจในสื่อสังคม ออนไลน์เช่นกัน เช่น เบลนด์เทค (Blendtec) บริษัทผู้ผลิตเครื่อง บั่น ได้ออกซีรีส์ที่เป็นคลิปวิดีโอในชื่อ “Will It Blend?” ลงใน ยูทูป โดยทำการบั่นวัตถุต่างๆ เช่น รีโมทโทรทัศน์ ลูกกอล์ฟ บัตร เครดิต ไอโฟน (iPhone) และไอแพด (iPad) เป็นต้น แม้มีการ ลงทุนที่ต่ำแต่มีผลให้ยอดขายขยายเพิ่มขึ้นห้าเท่าตัว

แม้แต่ในการดำเนินธุรกิจครอบครัวอย่าง ร้านก๋วยเตี๋ยว เจ๊กเม้ง แห่งเมืองเพชรบุรี ได้มีแนวคิดการประยุกต์ใช้สื่อสังคม ออนไลน์ กับ ธุรกิจไม่ว่าจะเป็น Facebook, Hi5 และ Twitter ผนวก กับการใช้สื่อออนไลน์รูปแบบอื่น เช่น เอ็มเอสเอ็น (MSN) แบล็ค เบอรี่ (Blackberry) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) เว็บไซต์ (Website) และ รหัสคิวอาร์ (QR Code) ส่งผลให้ร้านก๋วยเตี๋ยว จากเดิมยอดขายวันละไม่กี่พันบาท ได้เพิ่มเป็นหลายหมื่นบาทต่อวันภายในเวลาไม่ถึง 2 ปี

สื่อสังคมออนไลน์ กับ ความรับผิดชอบต่อสังคม

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ สามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่รู้จัก และไม่รู้จัก เข้าถึงองค์กร และกลุ่มคนที่มีความชอบในเรื่อง เดียวกัน

บทสรุป

ในปัจจุบัน ผู้คนเริ่มหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์แทนสื่อ แบบเดิมๆ กันมากขึ้น ในการสื่อสารข้อมูลถึงกัน ซึ่งในช่วงเริ่ม แรก การใช้สื่อสังคมออนไลน์ มักใช้ในลักษณะของงานอดิเรก สื่อสารกันระหว่างตนเองกับคนรู้จักกัน ใกล้ตัวจากนั้นได้มีการขยาย การประยุกต์ใช้สู่ภาคธุรกิจ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้คนอย่าง กว้างขวาง

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับความนิยม ขึ้นเรื่อยๆ มาจาก การใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มี การแสดงความคิดเห็นไปมา และสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะ หลากหลาย รวมทั้งการพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการ สื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำให้มีแนวโน้มค่อนข้างชัดเจนว่า สื่อ สังคมออนไลน์ จะเป็นสื่อหลักของผู้คนในโลกอนาคตอย่าง แท้จริง

(ที่มา : พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ/ Executive Journal)

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

บริษัท มิตรมายา จำกัด (MITMAYA Co.,Ltd)

ผู้บริหาร: คุณชโลธร ศิวารัตน์

ที่ตั้งสถานประกอบการ: เลขที่ 366/35-36 ซอยเจริญนคร 62 ถนนเจริญนคร แขวงดาวคะนอง เขต
ธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

การติดต่อ: หมายเลขโทรศัพท์ : 02 - 4601534 - 35

หมายเลขโทรสาร : 02 - 4601536

E – mail: webmaster@gmail.com

Website: www.mixmaya.com

Facebook: facebook.com/webmixmaya



ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ บริษัท มิตรมายา จำกัด



ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่บริษัท มิตรมายา จำกัด

บริษัท มิตรมาथा จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2549 จัดทำหนังสือนิตยสารเล่มแรก คือ MiX Magazine ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549 ปัจจุบันบริหารงานโดย คุณชโลธร ศิวารัตน์ ดำรงตำแหน่งบรรณาธิการบริหาร และ ผู้จัดการทั่วไป

บริษัท มิตรมาथा จำกัด เป็นผู้จัดทำนิตยสาร Mix นิตยสารวาไรตี้สำหรับสุภาพบุรุษ วางแผงทุกเดือน พร้อมกับสโลแกน “It’s man man’s world” เจาะกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ชายวัยทำงานอายุตั้งแต่ 25-50 ปี มีจุดเด่น คือ ภาพแฟชั่น เนื้อหาสาระครอบคลุมสิ่งที่ผู้ชายควรรู้ และเรื่องราวอัพเดทต่างๆ ปัจจุบันบริษัทปรับตัวเพื่อให้เข้ากันยุคสมัยมากขึ้น เพิ่มแฟนเพจ Facebook, You tube, Instagram, twitter เพื่อให้ผู้คนได้ติดตามข่าวสาร และคอยอัพเดทอยู่เสมอ

ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้ผู้อ่านได้อรรถรสในการอ่านที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นสาระความบันเทิง ความรู้รอบตัว ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อ่านในการก้าวไปสู่ความสำเร็จทั้งสายนักธุรกิจ และศิลปินแขนงต่างๆ

ดังนั้นนิตยสาร MiX จึงมีความแน่วแน่ที่จะยึดเป็นหนังสือไลฟ์สไตล์ของสุภาพบุรุษ ที่มีความดูดีในเรื่องความน่าเชื่อถือ เนื้อหาที่ทันสมัย และความเป็นชาย จึงทำให้ MiX Magazine เป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมรับจากบุคคลหลากหลายกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นสุภาพบุรุษเท่านั้น แต่คุณสุภาพสตรีก็ให้ความสนใจกับ MiX Magazine ด้วยเช่นกัน และอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ MiX Magazine เป็นที่ยอมรับจากเหล่าผู้บริหาร คือ ความเป็นกลางในการเขียนเนื้อหาและด้วยปณิธานอันแรงกล้าที่ บริษัท มิตรมาथा จำกัด มี คือ การมีจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ทำให้บริษัท มิตรมาथा จำกัด ได้รับการสนับสนุน จากผู้อ่านด้วยดีเสมอมา ซึ่งในส่วนของเนื้อหา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

Section M: MEN@WORK

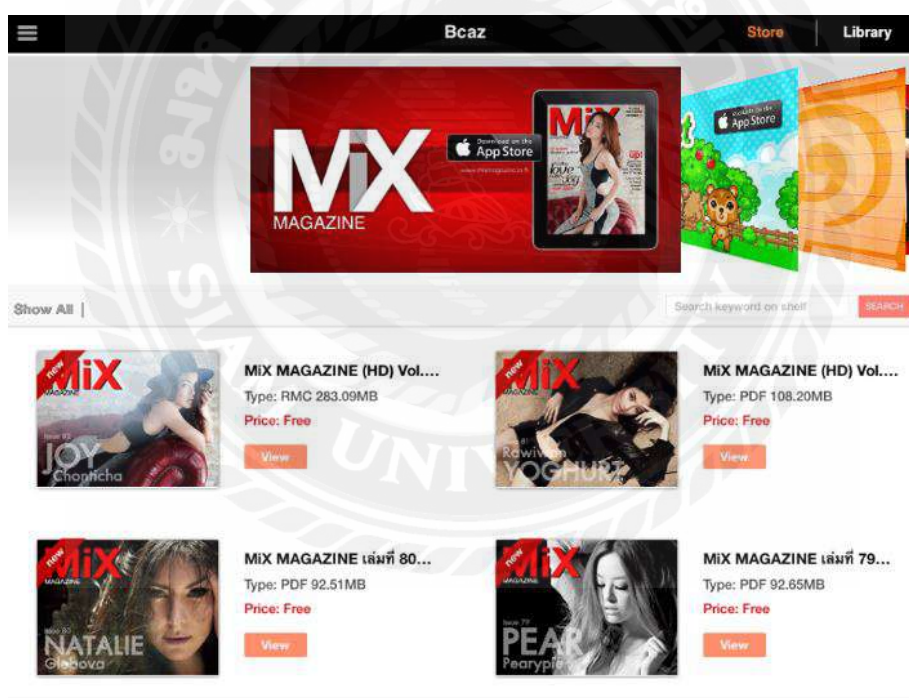
สำหรับผู้ที่เป็นหรือกำลังจะเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยมีเนื้อหาที่มีสาระสำหรับคนทำงาน ทั้งในเรื่องธุรกิจ การเงิน กฎหมายในชีวิตประจำวัน การสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจทั้งเก่าและใหม่ ว่ามีแนวคิด วิธีการขั้นตอนอย่างไร ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางหรือแนวคิดให้กับผู้อ่านที่กำลังอยากจะเป็นเจ้าของธุรกิจ รวมไปถึงเรื่องราวของศิลปะกับบทสัมภาษณ์ศิลปินแห่งชาติ นอกจากนี้ยังมีคอลัมน์ถ่ายแบบเซ็กซี่แฟชั่นปกโดยดาราและนางแบบที่มีชื่อเสียงและกำลังได้รับความนิยมในขณะนี้

Section I: INTELLIGENCE

นำเสนอความทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของดนตรี/ภาพยนตร์/หนังสือ และ เทคโนโลยี พร้อมเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้อ่านจะสามารถไปอัปเดตข่าวสารรอบตัว รวมทั้งการกิน ดื่ม เที่ยว พร้อมกับเซตแฟชั่นจากนางแบบรุ่นใหม่ และเรื่องราวที่จะทำให้คุณไม่ตกเทรนด์

Section X: XCITE

ส่วนสุดท้ายของนิตยสารเป็นส่วนที่รวบรวมความน่าสนใจ สนุก และตื่นเต้น สำหรับคุณผู้ชาย โดยเฉพาะ ตั้งแต่ กีฬา รถยนต์รวมทั้งเรื่องราวดีๆ ในชีวิตรัก พร้อมเซตแฟชั่นของนางแบบและนายแบบที่มีเสน่ห์



ภาพประกอบที่ 3.3 ตัวอย่างนิตยสารออนไลน์

ประเภทของนิตยสาร	: วาไรตี้บันเทิงสำหรับสุภาพบุรุษ
ขนาด	: 9.25 x 11.75 นิ้ว
กระดาษ	: อาร์ตสี่สีทั้งเล่ม
กำหนดวางแผง	: ช่วงต้นเดือน
จำนวนหน้า	: 204 หน้า (รวมปก)

ธุรกิจหลัก คือ เป็นผู้จัดทำ MiX Magazine นิตยสารวาไรตี้สำหรับสุภาพบุรุษ โดยครอบคลุมทั้ง ใน ส่วนของแฟชั่น และเนื้อหาหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกิน ดื่ม เที่ยว อัปเดตเรื่องราวต่างๆ ที่น่าสนใจในปัจจุบัน และเป็นช่องทางในการโฆษณาสินค้าและบริการ



ภาพประกอบที่ 3.4 ตัวอย่าง MiX Magazine

3.2 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร

รูปแบบการจัดการของบริษัท มิตรมาชา จำกัด บริษัทได้จัดทำ MiX MAGAZINE เป็นนิตยสารสำหรับผู้ชาย โดยเน้นผู้ชาย 70% ผู้หญิง 30% อายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป กลุ่มเป้าหมายที่มี Life Style การใช้ชีวิตแบบ City Life เต็มที่กับการใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ เข้าสังคม สนุกสนาน ร่าเริง เนื้อหายังผสมผสานระหว่างสาระและความบันเทิง ภายในองค์กรได้บริหารงานตาม ส่วนประกอบเนื้อหาของ MiX MAGAZINE ทั้งหมดนี้เพื่อให้ผู้อ่านได้ใช้ชีวิตสนุกสนานอย่างเต็มที่ เหมือนดังสโลแกนที่ว่า “ MiX It’s man Man’s World.”

3.3 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.3.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นางสาวรัมพร กิจพาณิชย์

ตำแหน่ง ครีเอทีฟ (Creative)

3.3.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

คิดคอนเทนต์ ออกอีเว้นท์และแต่งรูปด้วย Photoshop อัปเดตลงเว็บไซต์

3.4 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อคุณ พงศกร จันทรัตนาสกุล

ตำแหน่งตัดต่อวิดีโอ (Video Editor) , ผู้ดูแลเว็บไซต์37 (Website Administrator)

3.5 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.5.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 - 30 สิงหาคม 2562

3.5.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ วันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 09.30 น. –18.30 น

3.6 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	เรียนรู้ตำแหน่ง ระบบงานของ Mix Magazine
สัปดาห์ที่ 2	ไป Event Joox, Event Journry, Thailand Game Expo, Mobile Expo
สัปดาห์ที่ 3	รีวิวร้าน ELLE Café, Event Esports ROV Beyond, หาคณมาลง Ark them, ติดต่อประสานงานกับกรีน่า
สัปดาห์ที่ 4	ร่วมงาน Nine Entertain Awards 2018, หารายชื่อมูลนิธิเด็กยากไร้ทำโครงการบริจาคสิ่งของหรือเงิน
สัปดาห์ที่ 5	หาคณมาลง Ark them, รีวิวร้านอิฐแดง
สัปดาห์ที่ 6	ไป Event Nokia, Event Montblanc
สัปดาห์ที่ 7	ร่วมงาน IT'S A TRAP 2019
สัปดาห์ที่ 8	อัพข่าวและคิด Content ลงเว็บไซต์, หาคณมาลง Ark them
สัปดาห์ที่ 9	Event UNIQLO FALL WINTER 2019
สัปดาห์ที่ 10	Event Choe Fall Winter 2019
สัปดาห์ที่ 11	Event Bake a wish X Conan Café, Event Disaya
สัปดาห์ที่ 12	อัพข่าวและคิด Content ลงเว็บไซต์, หาคณมาลง Ark them
สัปดาห์ที่ 13	Event The Next Galaxy 10, อัพข่าวและคิด Content ลงเว็บไซต์
สัปดาห์ที่ 14	ถ่ายงาน MERIGIN ลงเว็บไซต์บริษัทและตัดต่อวิดีโอ
สัปดาห์ที่ 15	อัพข่าวและคิด Content ลงเว็บไซต์, หาคณมาลง Ark them
สัปดาห์ที่ 16	อัพข่าวและคิด Content ลงเว็บไซต์, หาคณมาลง Ark them

3.7 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

- Notebook จำนวน 1 เครื่อง
- โทรศัพท์ จำนวน 1 เครื่อง
- กล้องถ่ายรูป 1 เครื่อง
- Internet

3.8 อุปกรณ์อื่นๆ

- ดินสอ,ปากกา
- สมุดโน้ต



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามรายงาน

จากการศึกษา “ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์เพื่อ โปรโมทเว็บไซต์และเพจของบริษัทมิตราบาย” ปี พ.ศ. 2562 ผู้ศึกษาได้เรียนรู้และฝึกฝนในเรื่องของการศึกษาขั้นตอนการโฆษณาการสร้างงานโฆษณาแบบครบวงจร ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การคิดงานและผลิตงานของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ผลปฏิบัติงานในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงกระบวนการ ดังนี้

4.1 หลักการและแนวคิดในการเขียนคอนเทนต์กิจกรรมพิเศษ การบรรยายพิเศษ เชิงเสวนา การจัดกิจกรรมพิเศษ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพมีหลักการและแนวคิดสำคัญใน การจัดกิจกรรมพิเศษ การบรรยายพิเศษ เชิงเสวนา ดังนี้

1. การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นการประชุมของกลุ่มคนที่มีความสนใจ แนวคิดเรื่องเดียวกันเพื่อไปสู่จุดหมายเดียวกัน จึงมีกรอบ ทิศทาง เป้าหมายที่ชัดเจน ดังนั้นผู้จัดกิจกรรมพิเศษจึงจัดหาวิทยากรที่เก่งๆ และเข้าใจ สามารถให้ข้อมูลและความกระจ่างในขั้นตอน เพื่อเกิดประโยชน์คุ้มค่า

2. ผู้จัดกิจกรรมพิเศษมีวิธีการคิดที่มีประสิทธิภาพ และคุณภาพ จึงได้การคิดถึงหัวข้อที่จัดบรรยายเชิงเสวนา เรื่อง “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey” ดังนั้นเพื่อการชี้แนะที่ดีซึ่งได้จากวิทยากรที่มีแนวคิดที่ดี เป้าหมาย กรอบ ขอบเขตที่ชัดเจน ข้อมูลที่ดีมีความหลากหลาย มีความถูกต้อง นำเชื่อถือฉะนั้นการทำเอกสารประกอบการบรรยายพิเศษเชิงเสวนา จึงมีการจัดการที่ดีเพื่อให้มีคุณภาพพอที่จะนำมาใช้ได้

3. แนวคิดการสร้างแรงจูงใจในการบรรยายพิเศษเชิงเสวนาที่ดี และให้ได้ผลจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจ การแก้ไขปัญหาให้ลุล่วง โดยคำนึงถึงแรงจูงใจที่เหมาะสมแก่เข้าร่วมรับฟังการบรรยายพิเศษ เชิงเสวนา ได้แก่

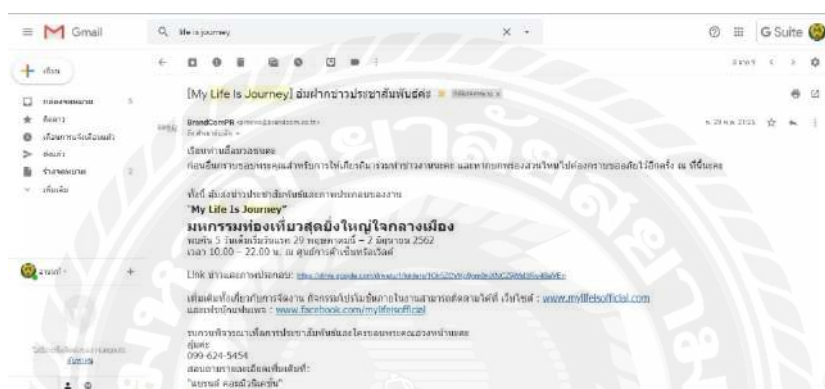
- แรงจูงใจทางกายภาพ ประกอบด้วย เรื่องสถานที่จัดการบรรยายพิเศษ นั่นคือ ห้าง Central World ชั้น M ซึ่งมีผู้คนผลุกผล่าน ทำให้เรียกความสนใจจากผู้คนที่เดินภายในห้าง เอื้อต่อการจัดการบรรยาย และมีเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ อุปกรณ์ที่จะใช้ในการบรรยายทันสมัยตามเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น ด้านอาหารว่าง อาหารเครื่องดื่มรสชาติดี พร้อมรับประทานได้สะดวก รวดเร็ว มีบุชเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมตามฐานต่างๆ และให้ถ่ายคิวอาร์โค้ดเพื่อเช็คอินเข้าร่วมงาน ช่วยให้การบรรยายน่าสนใจ

- แรงจูงใจด้านเนื้อหาสาระการจัดบรรยายพิเศษ เชิงเสวนา ประกอบด้วยกระบวนการสัมมนาที่เป็นระเบียบเรียบร้อย บรรยายภาพเป็นกันเอง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ มีการดำเนินการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นไปตามแผนที่วางไว้

4.2 ขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์และโปรโมท หัวข้อ “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey”

แผนการดำเนินงาน

1. บัณฑิตเชิญ โดยทีมงาน “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey” จะส่งอีเมลเชิญให้เข้าร่วมงาน โดยจะมีรายละเอียดครบคร่าไว้ในอีเมล ว่าภายในงานมีกิจกรรมอะไรบ้าง



ภาพประกอบที่ 4.1 อีเมลเชิญให้เข้าร่วมงาน

2. ตอบรับหมายเชิญ โดยทางบริษัทมิตรมาชา ก็จะตอบรับว่าเข้าร่วมงาน โดยตอบกลับทางอีเมลหรือจะโทร เพื่อยืนยันว่าจะเข้าร่วมงาน แจ้งจำนวนคน เพื่อทีมงานจะได้ต้อนรับได้อย่างเต็มที่

3. ลงทะเบียน พอมาถึงที่งาน “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey” ก็จะต้องลงทะเบียนที่จุดลงทะเบียน จะมีพนักงานต้อนรับและถามเราว่ามาจากบริษัทอะไร เพื่อทีมงานจะส่งรูปภาพหรือข้อมูลเพิ่มเติมมาทางอีเมลของบริษัทมิตรมาชา

4. ถ่ายภาพกิจกรรม เก็บภาพบรรยากาศ ถ่ายภาพเก็บภาพบรรยากาศภายในงาน ถ่ายบุคคลสำคัญ ถ่ายการการบรรยายการแลกเปลี่ยนกัน มันจะทำให้แนวคิดการเดินทางท่องเที่ยวเรากว้างขึ้น



ภาพประกอบที่ 4.2 ถ่ายภาพกิจกรรม เก็บภาพบรรยากาศ



ภาพประกอบที่ 4.3 ถ่ายภาพกิจกรรม เก็บภาพบรรยากาศ

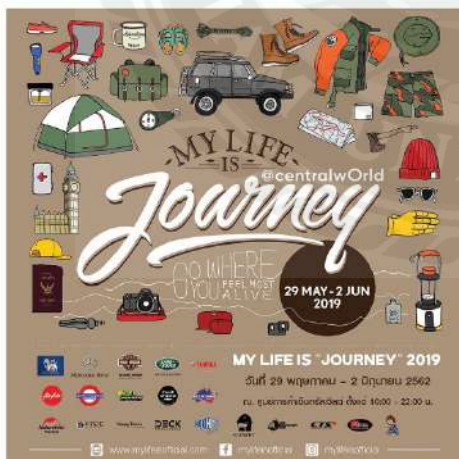
5. ปรับแสงสีรูปภาพและใส่โลโก้บริษัท นำภาพที่ถ่ายภายในงานมาแต่งรูปในโปรแกรม Adobe Photoshop และใส่โลโก้ของบริษัทมิตรมายา เพื่อนำไปเขียนลงคอนเทนต์ในบริษัทมิตรมายา

6. เขียนคอนเทนต์ สรุปรงาน “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey” ลงรูปที่เราไปถ่ายมา และบรรยายว่าภายในงานมีอะไรบ้าง ทำให้คนเกิดความอยากไปเข้าร่วมงาน เป็นการโปรโมทให้กับทางงานด้วย เพราะเราเป็นผู้สื่อข่าว

My Life Is Journey มหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทุกไลฟ์สไตล์ที่เซ็นทรัลเวิลด์

15-05-2019 14:01 By CrazyEvil

My Life Is Journey มหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทุกไลฟ์สไตล์ 29 พ.ค. - 2 มิ.ย. 2562 ที่ เซ็นทรัลเวิลด์



My Life Is Journey มหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทุกไลฟ์สไตล์

เตรียมพบกับงานแฟร์การท่องเที่ยวครั้งยิ่งใหญ่ ใจกลางเมือง

My Life Is Journey มหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทุกไลฟ์สไตล์

เตรียมพบกับงานแฟร์การท่องเที่ยวครั้งยิ่งใหญ่ ใจกลางเมือง 'My Life Is Journey' โดยสองผู้จัด 'เบิ้ล - ณัฐบุรินทร์' และ 'จ๋า - ชศินี ณ นคร' ที่จะยกทุกความต้องการ ทุกไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยว มารวมกันไว้ในงานเดียว พบกับสินค้าอุปกรณ์การท่องเที่ยว, อุปกรณ์แคมป์ปิ้ง, ไลฟ์สไตล์ และแฟชั่น, กล้องและอุปกรณ์การถ่ายภาพ, ฮานาพาหนะสำหรับการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ, ที่พักดีๆ โปรโมชั่นเด็ดจากทั้งทัวร์ และสายการบิน อิ่มอร่อยกับอาหารที่คัดสรรมาแล้วว่าดีเลิศ อร่อย คุณภาพแบบพรีเมียม เคล้าไปกับดีเจ และดนตรีสดตลอดทั้งงาน

นอกจากนี้ยังได้พบกับเหล่าดารา และอินฟลูเอนเซอร์สายเที่ยว ทั้ง 'เกรท - วรินทร์' 'กานะเมธร์ - พัชรศรี วุฒิสัย - มลินทจินดา' 'กิก ดนัย' และอีกมากมายที่จะมาร่วมแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวสนุกๆ กันภายในงานอีกด้วย ออกจากจอ แล้วมาเจอกันได้ทั้งงาน 'My Life Is Journey' วันที่ 29 พฤษภาคม - 2 มิถุนายน 2562 10.00 - 22.00 น. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ "แบรนด์ คอมมิวนิเคชั่น"

Email : pnews@brandcom.co.th

www.brandcom.co.th

ภาพประกอบที่ 4.3 เขียนคอนเทนต์สรุปรงานลงเว็บไซต์บริษัท มิตรมายา จำกัด

มีเนื้อหารายละเอียดดังนี้ My Life Is Journey มหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทุกไลฟ์สไตล์ เตรียมพบกับงานแฟร์การท่องเที่ยวครั้งยิ่งใหญ่ใจกลางเมือง ‘My Life Is Journey’ โดยสองผู้จัด ‘เป็ด – ณัฐบุรินทร์’ และ ‘จ๋า – ยศลินี ณ นคร’ ที่จะยกทุกความต้องการ ทุกไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวมารวมกันไว้ในงานเดียว พบกับสินค้าอุปกรณ์การท่องเที่ยว, อุปกรณ์แคมป์ปิ้ง, ไลฟ์สไตล์ และแฟชั่น, กล้องและอุปกรณ์การถ่ายภาพ, ยานพาหนะสำหรับการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ, ที่พักดีๆ โปรโมชั่นเด็ดจากทั้งทัวร์ และสายการบิน อิมมูร่อยกับอาหารที่คัดสรรมาแล้วว่าทั้งเด็ด อร่อย คุณภาพแบบพรีเมียม เคล้าไปกับดีเจ และดนตรีสดตลอดทั้งงาน

นอกจากนี้ยังได้พบกับเหล่าดาราสาวและอินฟลูเอนเซอร์สายเที่ยว ทั้ง ‘เกรท – วรินทร์’ ‘กาละแมร์ – พัชรศรี’ ‘วู้ดดี – มลินทจินดา’ ‘กิก ดนัย’ และอีกมากมายที่จะมาร่วมแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวสนุกๆ กันภายในงานอีกด้วย ออกจากจอ แล้วมาเจอกันได้ที่งาน ‘My Life Is Journey’ วันที่ 29 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2562 10.00 – 22.00 น. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่: "เบอร์นด์ คอมมิวนิเคชั่น"

Email : prnews@brandcom.co.th

www.brandcom.co.th

4.3 ระยะเวลาในการเขียนคอนเทนต์จัดกิจกรรมพิเศษ หัวข้อ “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey”

29 พฤษภาคม - 2 มิถุนายน 2562 เวลา 10.00 - 22.00 น.

4.4 สถานที่จัด : ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น M

4.5 ผู้เข้าร่วมงาน : จำนวน 200 คน ประกอบไปด้วย

1. ดารานักแสดงที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว
2. คนดังสายท่องเที่ยว
3. บุคคลภายนอกที่สนใจ
4. ผู้บริหารองค์กร
5. สื่อมวลชน

สำหรับการตรวจเช็คผู้เข้าร่วมการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ ได้มีการตรวจสอบจากการสแกน OR Code สำหรับใช้ลงทะเบียนการเข้าร่วมงาน และการลงทะเบียนก่อนเข้างาน เนื่องจากผู้ที่สนใจมาจากหลายช่องในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานกิจกรรม จึงมีผู้ที่สนใจจากหลายแขนงให้การตอบรับ จึงได้ออกแบบ OR Code ในการลงทะเบียนเข้าร่วมงานนั่นเอง

4.6 วิทยากรและผู้ดำเนินรายการ

การจัดกิจกรรมพิเศษ หัวข้อ “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey” ในการเลือกวิทยากรและผู้ดำเนินรายการจะมีการพิจารณาจากความสามารถของแต่ละท่าน เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจทางด้านของสื่อมวลชนไทย

โดยมีการติดต่อว่าท่านวิทยากรแต่ละท่านสามารถมาร่วมกิจกรรมได้หรือไม่ หลังจากได้รับคำตอบจึงทำการออกหนังสือเชิญท่านวิทยากรและผู้ดำเนินรายการ ดังต่อไปนี้

- เกรท วรินทร์
- ป้อมแป้ม นิตี ชัยชิตาทร
- กาละแมร์
- ภูค์ดี นำทีมคนดังสายท่องเที่ยว เพชร กรุณพล, กิก ดนัย, เต๋ยวสุริยนต์



ภาพประกอบที่ 4.4 วิทยากรมาแลกเปลี่ยนความรู้

4.7 รูปแบบของโครงการ

เป็นการจัดบรรยายพิเศษให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องเกี่ยวกับ “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey” เช่น การแลกเปลี่ยนแนวคิดในการท่องเที่ยว การสร้างแรงบันดาลใจใน

การออกไปเที่ยว หรือใครที่หาของกำลังจะไปกางเต็นท์ เข้าป่าก็แนะนำให้มาดูที่งานนี้เลยเพราะว่า มีครบทุกอย่าง



ภาพประกอบที่ 4.5 รูปแบบภายในงาน



ภาพประกอบที่ 4.6 บูธกางเต็นท์ เข้าป่า

4.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าร่วมโครงการได้ความรู้ความเข้าใจจากการเขียนข่าวลงในเว็บไซต์
2. ผู้เข้าร่วมโครงการติดตามข่าวสาร หรือข้อมูลในเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
3. ผู้เข้าร่วมโครงการเกิดแรงบันดาลใจในการอยากท่องเที่ยวเพราะเกิดจากแรงจูงใจ
4. ผู้เข้าร่วมโครงการมีการไว้วางใจและติดตามการเขียนข่าวของทางเพจได้อย่างง่ายขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การสรุปผลและข้อเสนอแนะทำได้กำหนดส่วนประกอบ 4 ส่วนดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3 สรุปผลการจัดทำโครงการงานสหกิจศึกษา หรือการวิจัยสหกิจศึกษา

5.4 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการงานสหกิจศึกษา

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานสหกิจที่บริษัท มิตรมาษา จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึง วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ได้รับมอบหมายงานในส่วนของครีเอทีฟ โดยมีหน้าที่รับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการคิดคอนเทนต์ลงเว็บไซต์ และออกอีเว้นท์ และได้ทำงานร่วมกับพี่ๆที่มีประสบการณ์ในด้านงานครีเอทีฟ และได้นำความรู้ความสามารถที่มีออกมาใช้ในการปฏิบัติงานในครั้งนี้อย่างเต็มที่ และทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทั้งตัวเราเองและบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้เกิดประโยชน์หลาย ๆ ด้าน ดังนี้

ด้านสังคม

- การเรียนรู้ให้เข้ากับสังคมการทำงานและมีการเรียนรู้จากพี่เลี้ยงเป็นอย่างดี
- การเรียนรู้ถึงลักษณะการปฏิบัติงานจริงโดยมีประสบการณ์ตรง
- เรียนรู้ทำการพูดเพื่อประสานงานในหน่วยงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เรียนรู้ของการดำเนินชีวิตของการปฏิบัติงานจริงๆ

ด้านทฤษฎี

- เรียนรู้การใช้เครื่องมือโปรแกรมบางตัวที่ยังไม่เคยใช้ได้จากการทำงานออกแบบสื่อ
- เรียนรู้เครื่องมือเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมต่างๆ เพิ่มเติม

ด้านการปฏิบัติงาน

- เรียนรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมสัมมนาจากผู้จัดกิจกรรมสัมมนามืออาชีพ
- เรียนรู้และฝึกฝนการใช้โปรแกรมต่างๆ เพิ่มเติม
- เรียนรู้เกี่ยวกับการประสานงานและการทำงานร่วมกับผู้อื่น

5.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากบริษัท มิตรมายา จำกัด เป็นบริษัทที่ทำงานในรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบการทำงานแบบสื่อมวลชนโดยมีการทำข่าวในรูปแบบออนไลน์เป็นจำนวนมาก การทำงานต้องปรับตัวเข้ากับสื่อออนไลน์ในสังคมได้อย่างรวดเร็วเพราะการทำคอนเทนต์แต่ละครั้งต้องมีความรวดเร็วต่อการจัดกิจกรรมพิเศษในครั้งนั้นๆ เพราะ การปฏิบัติงานของบริษัทต้องมีความฉับไวเพราะการสื่อสาร ในแต่ละครั้งต้องเข้าถึงเหตุการณ์และมีคู่แข่งในการทำงานอย่างมากมายการเขียนข่าวในเว็บไซต์ก็มีความสำคัญและต้องรวดเร็วเช่นกันยกตัวอย่างเช่นกิจกรรมจัดขึ้นในวันนี้ต้องมีงานลงในเว็บไซต์ภายในวันนี้ซึ่งเป็นประสิทธิภาพที่บ่งบอกว่าการทำงานของบริษัทมิตรมายาจำกัดนั้นมีความรวดเร็วฉับไวและมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน

ปัญหาด้านการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้น

- 5.2.1 คนไม่ค่อยสนใจ จะสนใจเฉพาะผู้ที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยว
- 5.2.2 คนพลุกพล่านมากเกินไป เลยทำให้คนไม่ค่อยสนใจดู
- 5.2.3 ผู้คนที่มาเป็นพิธีกรแลกเปลี่ยนประสบการณ์ บางคนยังไม่เป็นที่รู้จัก

5.3 สรุปผลการจัดทำโครงการงานสหกิจศึกษา หรือการวิจัยสหกิจศึกษา

สรุปผลการทำโครงการขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์และการ โพรโมทเพจ มิตร มายา โดยสรุปผลว่าขั้นตอนการเขียนการ promote Pages นั้นเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับงานหรือกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นเช่นการเผยแพร่ให้เห็นถึงความสำคัญและชี้แจงรายละเอียดโดยใช้สื่อมวลชนเป็นตัวกลางเพื่อทำการ promote Pages ให้ เกิดความน่าสนใจในบริษัทนั้นขั้นตอนการจัดกิจกรรมเสร็จจะรู่วางได้อย่างมีประสิทธิภาพก็สืบเนื่องมาจากการทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์อีกครั้งเพื่อเป็นการกระตุ้นให้สื่อมวลชนได้เผยแพร่ข้อมูลและนำข้อมูล ไปสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การทำงานนั้นจึงบ่งบอกได้ว่าประสิทธิภาพของการวางแผนขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์ที่มีความ สำคัญอย่างไรซึ่งบ่งบอกถึงประสิทธิภาพของบริษัทในการจัดหาข้อมูลข่าวสารมาเผยแพร่ให้ประชาชน ได้รับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง

5.4 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

ปัญหาด้านการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรม “ปีแห่งการท่องเที่ยว ปีแห่ง My Life Is Journey” เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทั้งหมดมีข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่และการเขียนคอนเทนต์นั้น ต้องมีความสามารถและเชี่ยวชาญหรือเคยทำงานแบบนี้มาก่อนการวางแผนขั้นตอนการเขียนนั้นจึงเป็นการเขียนที่ใช้เวลาและต้องมีการวางแผนดีนั้นในฐานะนักศึกษาสหกิจจึงต้องมีการคัดกรองข้อมูลก่อนที่จะมีการทำการเขียนข่าวลงในเว็บไซต์ให้มีความชัดเจนและถูกต้องโดยมีความพร้อมในการวางแผนและเคเอทีพี คอนเทนต์ต่างๆจะต้องมีประสิทธิภาพดังนั้นการวางแผนขั้นตอนการเขียนคอนเทนต์และ promote Pages จึงมีระยะเวลาที่รวบรัดพอสมควรจึงต้องมีการขอความรู้และต้องได้รับคำแนะนำจากพี่ที่ทำงานที่เคยมีประสบการณ์ในการทำงานด้านนี้เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานเพื่อให้เข้าใจประการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะเวลาที่มีจำกัด



บรรณานุกรม

เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2549). *Event marketing*. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ครั้งที่ ๕ เซ็นเตอร์.

ณัฐพร มั่งอูมลาภ. (2554). ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ [เว็บบล็อก]. เข้าถึงได้จาก

<http://anachan2533.blogspot.com/2016/07/5-5.html>

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2545). *เครื่องมือ IMC :2002. BrandAge*. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.brandage.com/ErrorPages/404.aspx?aspxerrorpath=/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx>

ภาวฐ พงษ์วิทย์พานุ. (2553). การตลาดออนไลน์ กับร้านก๋วยเตี๋ยว...ไม่น่าเชื่อ ! แต่ก็เป็นไปได้(1) [เว็บบล็อก]. เข้าถึงได้จาก <http://www.pawoot.com/article/search-engine-marketing/553>

วิไลสา กลางณรงค์. (2543). *ทัศนคติของวัยรุ่นต่อการตลาดเชิงกิจกรรมโครงการพิเศษ*. (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

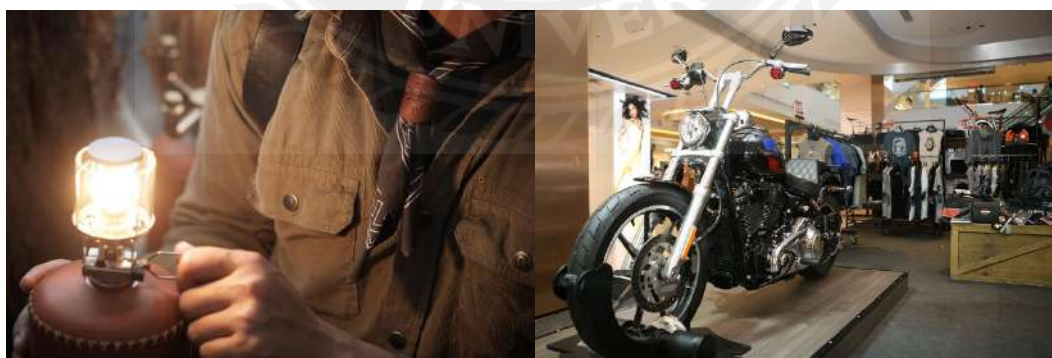
แอทตุ๊ก โกะ. (2552). *Social Media มันคือ อะไร?*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.marketingoops.com/digital/social-media/what-is-social-media>

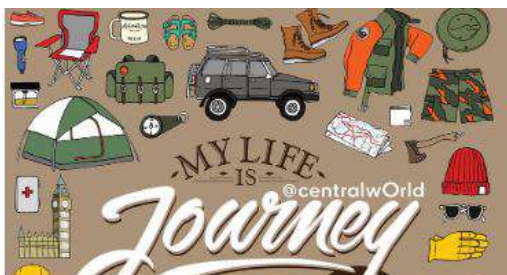


ภาคผนวก

รูปภาพที่ใช้ในการโฆษณา



รูปโฆษณาเว็บไซต์ มิตร มาชา จำกัด



MY LIFE IS JOURNEY มหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อทุกไลฟ์...

รูปโฆษณา MiX Maya ผ่านสื่อ Facebook



รูปภาพตอนดำเนินงาน



ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ นางสาววรั้มพร กิจพาณิชย์

รหัสนักศึกษา 5904600065

เบอร์ติดต่อ 094-3365183

Email bestwhatspexx@gmail.com

ที่อยู่ปัจจุบัน 40/241 ถนนเพชรเกษม เขตหนองแขม
แขวงหนองค้างพลู กรุงเทพฯ 10160



ประวัติการศึกษา มัธยม โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สตรีวิทยา พุทธมณฑล

ปัจจุบัน กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์

ความสนใจด้านวิชาการ การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา ตำแหน่ง Creative

สถานประกอบการ บริษัท มิตรมายา จำกัด

ทักษะและความสามารถพิเศษอื่นๆ สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ได้ เช่น Microsoft Office,
Adobe PhotoShop, Adobe