



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป
แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี
**Public Relations for Car Rental Services of Sawasdee Travel Group
and Transport Co.Ltd. via Facebook Page Named
VIP Van Rental VIP Bus Rental**

โดย

นางสาววรรณิภา พวงพันธ์ รหัส 5904400009
นางสาววรรณิษา เฟื่องเนิน รหัส 6002000015

รายงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาสหกิจศึกษา รหัสวิชา 116-495

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562

หัวข้อโครงการ การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์
ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี
Public Relations for Car Rental Services of Sawasdee Travel Group and
Transport Co.Ltd. via Facebook Page Named VIP Van Rental VIP Bus
Rental

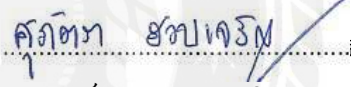
รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวรรณิภา พวงพันธ์
นางสาวรรณนิษา เฟื่องเนิน

ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ


อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562

คณะกรรมการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ)


.....พนักงานที่ปรึกษา
(นายชุมพล ตึงห์เมืองพล)


.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ปัญญา มาเปมะโยชิน)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

ชื่อโครงการ	: การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เซาร์ตตู้วีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี
หน่วยกิต	: 5
คณะผู้จัดทำ	: นางสาววรรณิภา พวงพันธ์ นางสาววรรณนิษา เฟื่องเนิน
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
สาขา	: การท่องเที่ยว
คณะ	: ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา	: 2/2562

บทคัดย่อ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ที่บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำพบว่าลูกค้าบางท่านยังไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการรถเช่าของบริษัท ดังนั้นจึงได้จัดทำโครงการ “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เซาร์ตตู้วีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี” ซึ่งได้สร้างโฆษณาในการโปรโมทบริการ โดยโพสต์ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริการรถเช่าทั้ง 3 ประเภท คือ รถตู้ VIP รถมินิบัส VIP และรถบัส 2 ชั้น VIP ผ่านเพจ เซาร์ตตู้วีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักบริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด 2) เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท ผ่านเพจเซาร์ตตู้วีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี

การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เซาร์ตตู้วีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี ใช้ระยะเวลาเพียง 16 สัปดาห์ ทำให้ได้รับผลตอบรับจากผู้ใช้เฟซบุ๊ก ดังนี้ มีลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลและได้ตกลงซื้อบริการจำนวน 2 ราย รวมเป็นเงินประมาณ 8,000 บาท ปัจจุบันเพจเฟซบุ๊กมีจำนวนคนสนใจมากขึ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจทั้งหมด 505 คน และมีคนติดตามเพจ 517 คน โดยไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ ผลสรุปเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : เพจเฟซบุ๊ก / เซาร์ตตู้วีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี / การโปรโมท / โฆษณา

Project Title : Public Relations for Car Rental Services of Sawasdee Travel Group and Transport Co.Ltd. via Facebook Page Named VIP Van Rental VIP Bus Rental

Credit : 5

By : Miss. Wannipa Puangpan
Miss. Wannisa Fesungnoen

Advisor : Miss. Suphatara Huadcharoen

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 2 / 2019

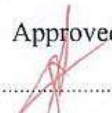
Abstract

From the cooperative education internship at Sawasdee Travel Group and Transport Co.Ltd., the team found that some customers don't have access to car rental services of the company. The team created an advertisement to promote service by posting information about 3 types of car rental services, VIP van, VIP mini bus and VIP bus via the Facebook fan page. The objectives of the project were: 1) To increase sales opportunities and number of customer to acquaint Sawasdee Travel Group and Transport Co.Ltd; 2) To increase income to the company via Facebook.

Public relations for car rental services of the company via Facebook over 16 weeks showed positive results. Two customers sent a message to inquire more information, and purchased services, totaling 8,000 Baht. On 24 April 2020, there were 505 people who liked the Facebook page and 517 new followers at no cost to public relations.

Keywords: Facebook page, VIP van rental VIP bus rental, Promote, Advertisement

Approved by



กิตติกรรมประกาศ
(Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำ ได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ตั้งแต่ วันที่ วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึง 30 เมษายน 2563 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานขาย ณ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ได้สอน ได้เรียนรู้งาน และ ปัญหาที่พบในการทำงานในแผนกต่างๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณนภัทร มีประสงค์ (ประธานบริษัท)
2. คุณชุมพล สิงห์เมืองพล (ผู้อำนวยการฝ่ายขาย)
3. คุณทศพล คำสุวรรณ (เจ้าหน้าที่ประสานงานขาย)
4. อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำโครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตของการทำงานจริงซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาววรรณิภา พวงพันธ์

นางสาววรรณนิษา เฟื่องเนิน

8 มีนาคม 2563

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง

บทที่ 1 บทนำ

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

บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจการเช่ารถยนต์.....	3
2.2 แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	5
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	7
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์.....	8
2.5 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ.....	9
2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ.....	12
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	15
3.2 ลักษณะการประกอบการ	16
3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร	19
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	20
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	20
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	20
3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน	21
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 การสร้างความน่าเชื่อถือและที่น่าสนใจ	23
4.2 มีร้านค้าบนเฟสบุ๊ก (Facebook shop section).....	25
4.3 โปรโมทบริการผ่านทางเฟสบุ๊ก	29
4.4 การสื่อสารและการบริการ	33
4.5 ผลการปฏิบัติงาน	36
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการจัดทำโครงการ	39
5.2 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการ	39
5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	40
5.4 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	40
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติงาน	
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ของพนักงานที่ปรึกษา	
ภาคผนวก ค บทความวิชาการ	
ภาคผนวก ง โปสเตอร์	
ภาคผนวก จ แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	
ภาคผนวก ฉ ประวัติคณะผู้จัดทำ	

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดระยะเวลาการดำเนินงาน	21
---	----



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด	15
ภาพที่ 3.2 แผนที่ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด	15
ภาพที่ 3.3 จัดโปรแกรมนำเที่ยว.....	16
ภาพที่ 3.4 จัดกิจกรรม Team Building.....	16
ภาพที่ 3.5 จัดกิจกรรม Outing ประจำปี.....	17
ภาพที่ 3.6 บริการเช่ารถตู้ VIP	17
ภาพที่ 3.7 บริการเช่ารถมินิบัส VIP.....	18
ภาพที่ 3.8 บริการเช่ารถบัส 2 ชั้น VIP	18
ภาพที่ 3.9 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารงาน	19
ภาพที่ 3.10 พนักงานที่ปรึกษา (คุณชุมพล).....	20
ภาพที่ 4.1 หน้าเพจ และ ข้อมูลที่ตั้ง ชื่อเว็บไซต์ หมายเลขโทรศัพท์	24
ภาพที่ 4.2 หน้าปกเพจเช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip.....	24
ภาพที่ 4.3 ร้านค้าบนเฟสบุ๊คเพจ เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip.....	25
ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างบริการรถตู้ VIP ในร้านค้าบนเฟสบุ๊ค	26
ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างบริการรถมินิบัส VIP ในร้านค้าบนเฟสบุ๊ค	27
ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างบริการรถบัส 2 ชั้น VIP ในร้านค้าบนเฟสบุ๊ค	28
ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างรูปภาพรถเช่า และข้อความโฆษณา.....	29
ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างการโพสต์สถานที่ท่องเที่ยว We Flower Village ที่จังหวัดเชียงใหม่	30
ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างการแชร์สถานที่ท่องเที่ยว ผาฮี้ วิลเลจ ที่จังหวัดเชียงราย.....	30
ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างการโพสต์เทศกาลวันตรุษจีนและวันวาเลนไทน์.....	31
ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างการโพสต์ขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของทางบริษัท.....	31
ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างลูกค้าเขียนคำแนะนำและรีวิวประสบการณ์ใช้บริการรถเช่าผ่านเพจ	32
ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างโฆษณาตราค่าบริการรถเช่าผ่านเพจเช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip.....	32
ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างการสอบถามความต้องการของลูกค้า.....	33
ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างการแนะนำบริการและลดค่าบริการแก่ลูกค้า.....	34
ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างสรุปผลการนำเสนอขายบริการ	35
ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างการประสานงานลูกค้ากับคนขับและสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ..	36
ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลจากทางแฟนเพจ	37
ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างลูกค้าทำการจองบริการรถเช่าและโอนเงินค่ามัดจำ.....	37
ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างลูกค้าคุณเบนเหมารถตู้VIP 1 คัน และคุณฟ้าใสเช่ารถมินิบัสVIP 1 คัน..	38
ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างขอบคุณกอดูกใจและกอดติดตามเพจเช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip.....	38

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รถยนต์จัดเป็นสินทรัพย์ที่ทำรายได้ประเภทหนึ่ง แต่ในขณะที่เดียวกันก็ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่นกัน เริ่มตั้งแต่การจัดซื้อรถยนต์ ติดตามค่าประกันภัยค่าซ่อมบำรุงรักษา และภาษีประจำปี ซึ่งนับวันค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจหลายแห่งจึงใช้บริการรถเช่า แทนที่จะทำการจัดซื้อรถยนต์ไว้ใช้เอง ซึ่งทำให้ได้รับความสะดวกสบาย ลดความยุ่งยากและลดต้นทุนในการบริหารรถยนต์ โดยยกภาระดังกล่าวให้บริษัทรถเช่าที่มีประสบการณ์สูงไปดำเนินการแทน การให้เช่ารถชั่วคราวระยะสั้น (Rental) เป็นการให้เช่าที่ให้สิทธิลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการเป็นรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน โดยมีรถยนต์ให้เลือกใช้งานหลายประเภททั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถตู้ และรถปิคอัพที่มีให้เลือกหลายรุ่นหลายขนาด พร้อมทั้งให้บริการคนขับ หรือเลือกขับเอง ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรถเช่าประมาณ 180 ราย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ให้บริการเช่ารถยนต์ชั่วคราว ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จะให้เช่าเพื่อการดำเนินงาน

ในปัจจุบันบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นผู้ให้บริการในด้านการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศรูปแบบการบริการที่ครบวงจรโดยมุ่งเน้นการบริการลูกค้าเป็นอันดับหนึ่งที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า เช่น รับผิดชอบนำเที่ยวอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน จัดกิจกรรม Team Building, Walk rally, CSR บริการจองที่พัก จองตั๋วเครื่องบิน และบริการรถเช่าชั่วคราวระยะสั้นหรือรถเช่าพร้อมพนักงานขับรถ โดยให้บริการบำรุงรักษารถยนต์แบบครบวงจรในระดับมาตรฐานสากล ประเภทของรถเช่าที่ให้บริการ ได้แก่ รถตู้ VIP รถมินิบัส VIP และรถบัส 2 ชั้น VIP นอกจากนี้ยังเป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกับบริษัทที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจให้บริการรถเช่าด้วยรถหลากหลายประเภทหลายราคาให้บริการแก่ลูกค้า

จากปัญหาหรือโอกาสข้างต้น ทางคณะผู้จัดทำ จึงได้นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยมาปรับใช้ และได้จัดทำการศึกษาสัมพันธภาพได้ โครงการงาน “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้ไว้อพี เช่ารถบัสไว้อพี” ขึ้น จากเพจเฟซบุ๊กของบริษัทที่มีอยู่แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดและเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมในด้านการประชาสัมพันธ์รถเช่าของบริษัท เนื่องจากคณะผู้จัดทำพบว่าปัญหาของลูกค้าที่ต้องการใช้บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด แต่ลูกค้าบางท่านยังไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการ ดังนั้นจึงประชาสัมพันธ์รายละเอียดการให้บริการรถเช่าของบริษัท ทั้งเรื่องของราคา ขนาดรถที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อตกลงในการเช่ารถ ซึ่งลูกค้าส่วนมากจะค้นหาการบริการรถเช่าผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นเว็บไซต์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างรายได้ และสร้างโอกาสทางการขายเพราะในปัจจุบันนั้นทางบริษัทให้บริการรถเช่าผ่านทางลูกค้าโดยตรง อีกทั้งการให้บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ยังไม่เป็นที่ รู้จักมากนัก จึงเปรียบเสมือนเป็นการประชาสัมพันธ์ ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซาร์ลตู้วีไอพี เซาร์ลบัสวีไอพี อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
- 1.2.2 เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจ เฟสบุ๊ค เซาร์ลตู้วีไอพี เซาร์ลบัสวีไอพี

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - เป็นการศึกษาข้อมูลในเรื่องของหลักการประชาสัมพันธ์ การตลาด สื่อสังคมออนไลน์ จิตวิทยาบริการ คุณภาพการให้บริการ และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซาร์ลตู้วีไอพี เซาร์ลบัสวีไอพี
- 1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร
 - ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เฟสบุ๊คและลูกค้าที่มาใช้บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซาร์ลตู้วีไอพี เซาร์ลบัสวีไอพี
- 1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา
 - เริ่มตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563
- 1.3.4 ขอบเขตด้านสถานที่
 - บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้น
- 1.4.2 บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
- 1.4.3 ลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัทมีจำนวนมากขึ้น
- 1.4.4 ผู้จัดทำได้มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการนำเสนอโครงการ เรื่อง “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เซาร์ถสู่วีไอพี เซาร์ถบัสวีไอพี” ทางคณะผู้จัดทำ จึงได้ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจการเช่ารถยนต์
2. แนวคิดทฤษฎีส่ว่นประสมทางการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
5. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจการเช่ารถยนต์

รถยนต์จัดเป็นสินทรัพย์ที่ทำรายได้ประเภทหนึ่ง แต่ในขณะที่เดียวกันก็ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่นกัน เริ่มตั้งแต่การจัดซื้อรถยนต์ คิดตามด้วยค่าประกันภัย ค่าซ่อมบำรุงรักษา และภาษีประจำปี ซึ่งนับวันค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจหลายแห่งจึงใช้บริการรถเช่าแทนที่จะทำการจัดซื้อรถยนต์ไว้ใช้เอง ซึ่งทำให้ได้รับความสะดวกสบาย ลดความยุ่งยากและลดต้นทุนในการบริหารรถยนต์ โดยยกภาระดังกล่าวให้บริษัทรถเช่าที่มีประสบการณ์สูงไปดำเนินการแทน

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจรถเช่า

ลักษณะทั่วไปของการประกอบกิจการธุรกิจรถเช่า จำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. การให้เช่ารถยนต์เพื่อการดำเนินงาน (Operatin Lease) เป็นการให้เช่าที่ทำเป็นสัญญาเช่าให้สิทธิลูกค้าใช้รถยนต์เป็นระยะนับปี โดยลูกค้าจะจ่ายค่าเช่าเป็นรายเดือน และรับผิดชอบในส่วนของค่าน้ำมันที่ใช้ ส่วนผู้ให้เช่ารับผิดชอบในค่าบำรุงรักษา ค่าประกันภัย ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และเมื่อสิ้นสุดสัญญาเช่าแล้ว ผู้ให้เช่าสามารถนำทรัพย์สินดังกล่าวออกให้ผู้อื่นเช่าได้อีก กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ
2. การให้เช่ารถยนต์ชั่วคราวระยะสั้น (Rental) เป็นการให้เช่าที่ให้สิทธิลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการเป็นรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน โดยมีรถยนต์ให้

เลือกใช้งานหลายประเภททั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถตู้และรถกระบะที่มีให้เลือกหลายรุ่นหลายขนาดพร้อมทั้งให้บริการคนขับหรือเลือกขับเองก็ได้ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรถเช่าประมาณ 180 ราย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ให้บริการเช่ารถยนต์ชั่วคราวเป็นรายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จะให้เช่าเพื่อการดำเนินงาน

ประโยชน์จากบริการรถยนต์เช่า

1. ลดภาระทางการเงิน ซึ่งไม่ต้องลงทุนจ่ายเงินก้อนใหญ่เพื่อซื้อรถยนต์
2. ค่าเช่ารถยนต์ถือเป็นค่าใช้จ่ายขององค์กร สามารถนำไปลงรายการในบัญชีค่าใช้จ่ายได้
3. มีบริการซ่อมบำรุงและตรวจเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทางตลอดอายุสัญญาการใช้งาน ซึ่งจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษารถยนต์ รวมทั้งยังช่วยลดภาระในด้านบุคลากรที่ต้องทำหน้าที่ในส่วนนี้ด้วย
4. ได้รับบริการที่สะดวกและคล่องตัวในกรณีรถเสียหรือเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งผู้ประกอบการรถเช่าจะมีพนักงานให้คำแนะนำพร้อมช่างฉุกเฉิน และรถซ่อมบำรุงเคลื่อนที่ออกให้ความช่วยเหลือ ขณะเดียวกันยังมีรถยนต์ให้บริการระหว่างการซ่อมบำรุงที่ใช้เวลามากกว่า 1 วันด้วย

ธุรกิจรถเช่าในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรม ดังนั้นนักลงทุนและ Chain จากต่างประเทศจึงสามารถเข้ามาลงทุนประกอบกิจการมากขึ้น สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการรถเช่านำมาใช้เพื่อแข่งขันส่วนแบ่งทางการตลาด มีดังนี้

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยบริการที่มีคุณภาพ ความสะอาดรวดเร็ว ตลอดจน การให้ความสำคัญและความต่อเนื่องของการบริการ
2. ให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย โดยจัดซื้อรถยนต์ ตามประเภท ยี่ห้อ รุ่น และติดตั้งอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ตามการเรียกร้อง
3. มีบริการหลังการให้เช่าครบวงจร เช่น การดูแลรักษารถยนต์ การจัดการซ่อมบำรุง บริการรถฉุกเฉิน บริการรถยนต์ทดแทน บริการพนักงานขับรถและการประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น
4. ให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนในการจัดการรถยนต์ให้เช่า โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ซึ่งจะทำให้ได้รับส่วนลดในการจัดซื้อรถยนต์ ค่าอะไหล่รถยนต์ และค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์

5. สร้างภาพลักษณ์ของกิจการผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต รวมถึงรายการส่งเสริมการขายและร่วมออกงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
6. สร้างเครือข่ายศูนย์บริการให้เช่าและบริการหลังการเช่าครอบคลุมในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจภาคเอกชน หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจต่างหันมาใช้บริการรถเช่าในการดำเนินงานมากขึ้น เพื่อลดความยุ่งยากและลดต้นทุนในการบริหารรถยนต์ ขณะเดียวกันค่าเช่ายังสามารถนำไปบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อประโยชน์ในการชำระภาษีประจำปีได้ด้วย ธุรกิจนี้จะเติบโตได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการจะต้องมีความพร้อมในด้านการบริการด้วยความเอาใจใส่ ทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ศูนย์บริการครอบคลุมทั่วประเทศ และจำนวนรถสำรอง เพื่อทดแทนระหว่างการซ่อมบำรุง เพื่อให้ผู้ใช้เช่าเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการ (สมาคมรถเช่าไทย, 2563)

2.2 แนวคิดทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด

ตั้งแต่ในปี ค.ศ. 1990 ธุรกิจต่างๆ ได้ใช้ส่วนประสมการตลาดแบบดั้งเดิมในการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบไปด้วย 4Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (The Chartered Institute Marketing: CIM, 2015)

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จับต้องไม่ได้ การค้นหาจากความจำเป็นหรือความต้องการของ ลูกค้าเป็นอันดับแรก แล้วจึงพัฒนาคุณภาพสินค้า ความคาดหวังของผู้บริโภค โดยคุณสมบัติที่ดีของผลิตภัณฑ์ไม่ จำเป็นจะต้องจับต้องได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบนั้นจะมีคุณค่าในสายตาผู้บริโภค (Rakesh, Srinath & Naveen, 2016)
2. ราคา หมายถึง ความคุ้มค่าต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบการจ่ายกับ ผลิตภัณฑ์นั้น ราคาจะต้องสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ แต่จะต้องไม่มีราคาที่ถูกที่สุดในตลาด การเพิ่มมูลค่าหรือคุ้มค่ากับ เงิน ซึ่งจะต้องสร้างกำไรได้ โดยต้องคำนึงถึงบัญชี ต้นทุนของวัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ (Al-Badi, 2015; Isoraite, 2016)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำเสนอขายในสถานที่ที่ถูกต้องในเวลาที่ถูกต้องและปริมาณที่ ถูกต้อง ในระหว่างที่ผลิตภัณฑ์นั้นยังเป็นสินค้าคงคลังจะเกิดเป็นต้นทุนทางการจัดเก็บ ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายจึง จะต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการซื้อและความสะดวกของผู้บริโภค และสามารถกระจายผลิตภัณฑ์ไปในสถานที่ นั้นได้สะดวก อีกทั้งใน

ปัจจุบันต้องให้ความสำคัญกับช่องทางอินเทอร์เน็ต (Vidhya & Thenmozhi, 2016)

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ช่องทางการสื่อสารของบริษัทกับผู้บริโภค เพื่อช่วยในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งประกอบด้วย แบนด์ โฆษณา การประชาสัมพันธ์ เอกอัครราชทูตของ องค์กร การเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การจัดการการขาย และต้องสื่อสารไปในทิศทางเดียวกันเพื่อช่วยเพิ่ม เหตุผลในการต้องการซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ (Al-Badi, 2015; Todorova, 2015)

แต่ส่วนประสมการตลาดบริการถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเสนอทางเลือกให้กับลูกค้า โดยเพิ่มเติมจากเดิมอีก 3 องค์ประกอบ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ของบริการที่มีความสำคัญกว่าผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ ได้แก่ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (Sravana, 2015)

1. บุคลากร หมายถึง ทุกๆ คนที่เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แก่ผู้บริโภค โดยจะต้องสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคได้ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกแยะผลิตภัณฑ์กับบริการจาก บุคลากร ผู้ให้บริการได้ เพราะว่าคุณภาพจะผลกระทบต่อความอารมณ์ความรู้สึกทั้งด้านบวกและลบต่อความพึงพอใจ ของผู้บริโภค (Ahuja, 2016; Sareshkeh, Razavi, Soufi, & Safania, 2016)
2. กระบวนการให้บริการ หมายถึง การให้บริการแก่ผู้บริโภคจะต้องไม่ใช้เวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือ บริการยาวนานเกินไป เนื่องจากผู้บริโภคลงทุนที่เข้ามาใช้บริการนั้นจะมีความรู้สึกและประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อ กระบวนการซื้อที่ยืด ยาว ซึ่งรวมถึงกระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการและพฤติกรรมในการส่งมอบนั้นมีผล ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก (Rakesh, Srinath & Naveen, 2016; Abbasi & Dahiya, 2016)
3. ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ตัวเลือกที่ช่วยลดความเสี่ยงกับความไม่คุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของ ผู้บริโภคได้ เพราะ ผู้บริโภคไม่มีความรู้ ว่าผลิตภัณฑ์และบริการอันไหนดีกว่ากันและดีกว่าอย่างไรจนกระทั่ง ตัดสินใจซื้อไปแล้ว ซึ่งลักษณะทางกายภาพนั้นจะช่วยลดความไม่แน่ใจของผู้บริโภค ลงได้ โดยการช่วยเหลือจากคิด ป้ายบอกตำแหน่งให้ผู้บริโภคเห็นว่าสิ่งที่ต้องการซื้ออยู่ตำแหน่งใด (Anusha, 2016; Ampah, 2016)

Kumar & Prasad. (2016) โดยการตลาดบริการเป็นการรวมเครื่องมือทางธุรกิจที่มุ่งเน้นลูกค้าและบริการ เช่น การให้บริการระดับมืออาชีพ บริการทางโทรคมนาคม บริการทางการเงิน บริการต้อนรับ บริการรถเช่า บริการการท่องเที่ยวและบริการด้านสุขภาพ (ศศิณา ลมลอย, 2562)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่างๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบัน กับกลุ่ม ประชาชนเป้าหมายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบันด้วย ทำให้ประชาชน เกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธาต่อหน่วยงาน ตลอดจนค้นหาและกำจัดแหล่งเข้าใจผิด ช่วยลดล้างปัญหา เพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

ถ้าหากพิจารณาจากกระบวนการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แล้ว ก็สามารถจำแนกองค์ประกอบ สำคัญของการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ประการ คือ

1. องค์กร สถาบันหรือหน่วยงาน ได้แก่ กิจการที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้น เป็นแหล่งข่าว แหล่งข้อมูลในการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี กิจการเหล่านี้อาจจะเป็นกิจการของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ องค์กรสาธารณกุศล และธุรกิจเอกชน เช่น รัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม หน่วยราชการหรือหน่วยรัฐวิสาหกิจต่างๆ มูลนิธิ บริษัทห้างร้าน ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น
2. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ เป็นข้อมูลข่าวสารที่องค์กร สถาบันหรือหน่วยงานต้องการเผยแพร่ได้แก่ เรื่องราวที่เป็นเนื้อหา สาระ รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย ที่สามารถสื่อสารความเข้าใจได้
3. สื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เรื่องราวที่เป็นเนื้อหา สาระ รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย อาจจะเป็นสื่อคำพูด เช่น การสนทนา การประชุม การสัมมนา การอภิปราย การปาฐกถา ฯลฯ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น จดหมาย บัตรอวยพร แผ่นปลิว หนังสือ วารสาร หรือสื่อภาพและเสียง เช่น ภาพถ่าย สไลด์ แผ่นโปสเตอร์ วิดีโอกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เทปเสียง ภาพยนตร์ คอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารความเข้าใจได้ การเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ ถ้าเป็นบุคคลภายในอาจใช้โทรทัศน์วงจรปิด เสียงตามสาย ประกาศข่าว จดหมายข่าว ถ้าเป็นประชาชนทั่วไป สื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเผยแพร่ข้อมูลได้ในวงกว้าง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์

4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กลุ่มบุคคลหรือประชาชนที่เป็นเป้าหมายในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ครั้งนั้นๆ ดังนี้
 - 4.1 กลุ่มประชาชนภายใน หมายถึง กลุ่มบุคลากร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ขององค์กร สถาบันหรือหน่วยงาน
 - 4.2 กลุ่มประชาชนภายนอก หมายถึง กลุ่มบุคคลที่อยู่ภายนอกองค์กร สถาบันหรือหน่วยงาน อันได้แก่ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันโดยตรง กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น และกลุ่มประชาชนทั่วไป (ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร, 2563)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ในงานบริการสารสนเทศ

มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การวิจัย หรือการรับฟัง เป็นการศึกษาค้นคว้าอย่างมีระบบ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาจากการวิจัยนั้นไปใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน
2. การวางแผน หรือการตัดสินใจ เป็นการนำเอาเจตคติ ความคิดเห็น และปฏิกริยาต่างๆที่รวบรวมมาได้มาพิจารณาประกอบการวางแผนกำหนดนโยบาย
3. การสื่อสาร เป็นการปฏิบัติการสื่อสารกับกลุ่มชนที่เกี่ยวข้อง
4. การประเมินผล เป็นการประเมินผลงานครั้งสุดท้าย เป็นการวัดผลว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เราทำไปแล้วทั้งหมดนั้น

ประเภทของการประชาสัมพันธ์ในงานบริการสารสนเทศ

การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ ความพยายามที่หน่วยงานที่ให้บริการสารสนเทศ พยายามที่จะสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการที่จัดสรรให้ผู้ใช้บริการสารสนเทศ

การประชาสัมพันธ์ภายใน คือ ความพยายามที่จะให้บุคลากร ได้รับรู้ถึงความ เป็นไปของระบบงานที่ดำเนินอยู่

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในงานบริการ ได้แก่ คำพูด สิ่งพิมพ์ ภาพโฆษณา ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิทรรศการ (สุภัสสร โกสุมสม, 2556)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจุบันการสื่อสารของมนุษย์ได้รับการพัฒนาให้สื่อสารถึงกันอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น สื่อชนิดหนึ่งที่ใช้สามารถมีส่วนร่วม สร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ คือ social media คำนี้คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน บัญญัติศัพท์ว่า สื่อสังคม หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า สื่อ

ออนไลน์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ ในทางเทคนิค สื่อสังคม จะหมายถึง โปรแกรมกลุ่มหนึ่งที่ทำงาาน โดยใช้พื้นฐานและเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น ๒.๐ เช่น บีโอบ มายสเปซ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ วิกิพีเดีย ไฮไฟฟ์ และบล็อกต่าง ๆ ในทางธุรกิจเรียกสื่อสังคมว่า สื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (consumer-generated media หรือ CGM) (ราชบัณฑิตยสภา, 2558)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networks) คือ เว็บไซต์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ช่วยให้คน สามารถการสื่อสารและแบ่งปันข้อมูล บนอินเทอร์เน็ตโดยใช้คอมพิวเตอร์หรือ โทรศัพท์มือถือ (แคมบริดจ์, 2563)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) คือ รูปแบบของเว็บไซต์ ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ และกิจการที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การส่งข้อความ ส่งอีเมล วีดีโอ เพลง อัฟโหลดรูป บล็อก การทำงานคือ คอมพิวเตอร์เก็บข้อมูลพวกนี้ไว้ในรูปแบบข้อมูล sql ส่วน video หรือ รูปภาพ อาจเก็บเป็นไฟล์ได้ บริการเครือข่ายสังคมที่เป็นที่นิยมได้แก่ ไฮไฟฟ์ มายสเปซ เฟซบุ๊ก ออรัคคั มัลติพลาซ โดยเว็บเหล่านี้มีผู้ใช้งานมากมาย เช่น เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่คนไทยใช้มากที่สุด ในขณะที่ออรัคคัเป็นที่นิยมมากที่สุดในประเทศอินเดีย ปัจจุบันบริการเครือข่ายสังคม มีผลประโยชน์คือหาเงินจากการโฆษณา การเล่นเกมโดยใช้บัตรเติมเงิน (วิกิพีเดีย, 2563)

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

รูปแบบของสื่อที่ช่วยให้คน สามารถสื่อสารและแบ่งปันข้อมูล ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์มือถือ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2558)

สื่อชนิดหนึ่งที่ใช้สามารถมีส่วนร่วม สร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ (แคมบริดจ์, 2563)

สื่อสังคม (social media) หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้คุณผลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่างๆ ที่ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน เช่น เฟซบุ๊ก ไฮไฟฟ์ ทวิตเตอร์ วิกิพีเดีย (วิกิพีเดีย, 2563)

2.5 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ

การบริการ (Service or Hospitality) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือ องค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

จิตวิทยา (Psycho + Logos) = (Psychology) หมายถึง วิชาที่ศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ และสัตว์ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญที่มุ่งทำความเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำต่างๆของอินทรีย์

จิตวิทยาบริการ (Service psychology) หมายถึง การศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดระบบบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพโดยการศึกษาวิเคราะห์เพื่ออธิบาย ทำนาย และควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

วัตถุประสงค์ของการศึกษาจิตวิทยาบริการ

1. เพื่อให้เข้าใจ และยอมรับธรรมชาติของมนุษย์
2. เพื่อประยุกต์ใช้หลักการและแนวคิดทางจิตวิทยาพฤติกรรมผู้บริโภครวมและ การตลาดในการจัดการกระบวนการบริการ
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการให้เข้าใจบทบาทความ รับผิดชอบ และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมในกระบวนการบริการ
4. เพื่อยกระดับมาตรฐานของการบริการ ด้วยกลยุทธ์การบริการที่สร้างความ ประทับใจและมีคุณธรรม
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระบบการบริการ รวมทั้งปัญหาข้อบกพร่องของ การปฏิบัติงานบริการเพื่อการปรับปรุงแก้ไขให้การบริการดำเนินไปด้วยดี
6. เพื่อตระหนักถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริการในอนาคต ในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับนโยบาย รูปแบบ และคุณภาพของการบริการที่สังคมต้องการ

เจตคติ และความพึงพอใจในงานบริการ (Attitude and Satisfaction In Hospitality)

เจตคติ (Attitude) ; (Allport) กล่าวว่า เจตคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทาง ความคิดและความรู้สึก ซึ่งก่อตัวจากผลของประสบการณ์ มีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางของ ปฏิกริยาตอบสนองของบุคคลที่มีต่อทุกสิ่ง และทุกสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องด้วย

เจตคติ (Attitude) ; (Fishbein and Aizen) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการ เรียนรู้ เพื่อที่จะตอบสนองต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ด้วยการแสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบ สิ่งนั้นอย่าง คงที่ สม่าเสมอ

สรุป เจตคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติในทางใดทางหนึ่งต่อสิ่งนั้น ทั้งนี้เจตคติของบุคคลแต่ละ คนเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยได้รับอิทธิพลจาก สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ครอบครัว กลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะเกิดเป็น ประสบการณ์การเรียนรู้ของบุคคลที่ส่งผลย้อนกลับไปสู่เจตคติต่อเนื่องกันไป

เจตคติในการบริการ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในการประเมินการบริการ อันส่งผลให้บุคคลมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการบริการที่มีความโน้มเอียงไปในทางใดทางหนึ่งด้วยการแสดงออกทางบวก หรือทางลบได้

ความสำคัญของเจตคติในการบริการ

การศึกษาเจตคติในการบริการเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งการจัดการระบบการบริการได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเจตคติเป็นตัวการสำคัญที่ชักจูงผู้บริโภคเข้าสู่ระบบการบริการ

ความสำคัญของเจตคติต่อผู้ให้บริการ

1. เป็นตัวบ่งบอกความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ
2. ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดและการเลือกส่วนตลาดที่เป็นตลาดเป้าหมาย
3. เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ

ความสำคัญของเจตคติต่อผู้รับบริการ

1. เป็นตัวผลักดันความต้องการให้มีการแสดงออก
2. ช่วยกำหนดการตัดสินใจซื้อบริการของบุคคล

ความพึงพอใจในการบริการ (Satisfaction in Hospitality)

ความหมายและความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ การให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการและค้นหาความต้องการเพื่อสนอง การบริการที่ถูกต้องลูกค้าถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป็นเป้าหมายสูงสุดของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ
3. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี
2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพงานบริการและอาชีพบริการ

สรุป ความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อบริการ และ ความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญ ต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้าง และรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

กล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความพึงพอใจภายในองค์กรและความ พึงพอใจภายนอกให้เชื่อมโยงกัน โดยความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นผลมาจากความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการ โดยความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นแรงจูงใจโดยตรงต่อการปฏิบัติงานบริการ อย่างมีคุณภาพซึ่งส่งผลให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจ สรุปคือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ ให้บริการต่างมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ ผู้บริการการบริการจำเป็นที่จะต้อง สร้างและรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการที่มีต่อการบริการอย่างเท่าเทียมกัน ความพึงพอใจในการบริการจึงจะบังเกิดขึ้นอย่างแท้จริง (Elfms, 2020)

2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ

Hamari, Hanner, & Koivisto. (2017) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจในคุณภาพการ บริการ (Service Quality Satisfaction) หมายถึง คุณภาพการให้บริการเป็นความต้องการและความ คาดหวังของนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางลูกค้าหรือผู้บริโภคที่ได้รับหลังจากการใช้บริการแล้ว

Hanks, Line, & Kim. (2017) การให้บริการในด้านดูแลนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง ลูกค้า หรือผู้บริโภค บุคคลหรือกลุ่มคนทั่วไปที่องค์กรธุรกิจการให้บริการต้องการการเอาใจใส่ในคุณภาพ ของการให้บริการจากองค์กร ไม่ว่าจะมาจากธุรกิจองค์กรท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือการให้บริการทางด้านผลิตภัณฑ์สินค้า และ บริการทางการท่องเที่ยวเป็นการให้กับนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง ลูกค้าหรือผู้บริโภค บุคคลหรือ กลุ่มคนทั่วไป เพื่อทำให้เกิดความเชื่อถือนในคุณภาพของบริการ

Munoz, G. (2017) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ (Service Quality Satisfaction) หมายถึง เป็นการบริการที่มีคุณภาพที่เป็นการตอบสนองความต้องการและ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในขณะที่ การรักษาคูณค่าของลูกค้า คุณภาพการบริการหมายถึงการ ประเมินระดับการให้บริการ โดยรวมขององค์กรและการประเมิน จะขึ้นอยู่กับความรู้ในระหว่าง การพบปะกับผู้ให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ ความต้องการส่วนบุคคลประสบการณ์ ในอดีตและความพยายามทางการตลาดขององค์กร

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ปรเมศ บุญเปี่ยม (2561) วิจัยเรื่อง การให้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการบริการ เพื่อเดินทางกลับภูมิลำเนา มนภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศ ระหว่าง กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านพนักงานผู้ให้บริการบนรถมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านอัตราค่าบริการ ด้านระยะเวลาการเดินทาง ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ และด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการตามลำดับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมของผู้ที่มาใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยเกี่ยวกับการเดินทาง ได้แก่ บริษัทที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้ในการบริการ และระยะเวลาที่รอใช้บริการ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมของผู้ที่มาใช้บริการโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาริยา หมดดี (2559) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท วีระกร จำกัด เส้นทางหาดใหญ่-สุโขทัย โกลก ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานจำหน่ายตั๋ว พนักงานขับรถ นายตรวจตั๋วโดยสารซึ่งมีความสุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจการให้บริการต่อผู้โดยสาร ส่วนกระบวนการให้บริการ ด้านความปลอดภัย และด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้โดยสารได้คำนึงถึงระยะเวลาในการซื้อตั๋วโดยสาร การจอดรถที่จุดพักรถระหว่างทาง ความปลอดภัยจากการเกิดอุบัติเหตุสภาพตัวรถมีความมั่นคงแข็งแรง และความสะดวกปลอดภัยของสถานีขนส่งผู้โดยสาร ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางของ บริษัท วีระกร จำกัด เส้นทางหาดใหญ่-สุโขทัย โกลก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรถโดยสารประจำทางส่วนอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรถโดยสารประจำทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อุษา กิตติพันธ์โสภณ (2559) ได้ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ตัวตนบนเครือข่ายสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า (1) การรับรู้ตัวตนบนเครือข่ายสังคมสามารถวัดได้จากความรู้สึกถึงการอยู่ร่วมกันในสถานที่เดียวกันขณะสื่อสาร (Co-presence) ความรู้สึกถึงความสามารถในการเข้าใจผู้อื่น (Psychological Involvement) ความรู้สึกถึงพฤติกรรมที่มีความผูกพันกัน การติดต่อสัมพันธ์กันหรือมีการโต้ตอบในการกระทำซึ่งกันและกันทั้ง

สองฝ่าย (Behavioral Engagement) และมีอิทธิพลทางบวก (2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีอิทธิพลทางบวกต่อความคุ้นเคยและความเชื่อมั่นในตัวผู้ขาย (3) ความคุ้นเคยไม่มีอิทธิพลทางบวกและทางลบ (NS) ต่อความเชื่อมั่นในตัวผู้ขาย แต่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อ (4) ความเชื่อมั่นในตัวผู้ขายที่สามารถวัดได้จาก ความมั่นใจในความสามารถของผู้ขาย (Ability) ความเอื้อเฟื้อมีน้ำใจของผู้ขาย (Benevolence) ความซื่อสัตย์ของผู้ขาย (Integrity) และมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อ โดยมีอิทธิพลในระดับต่ำกว่าความคุ้นเคยต่อความตั้งใจซื้อ

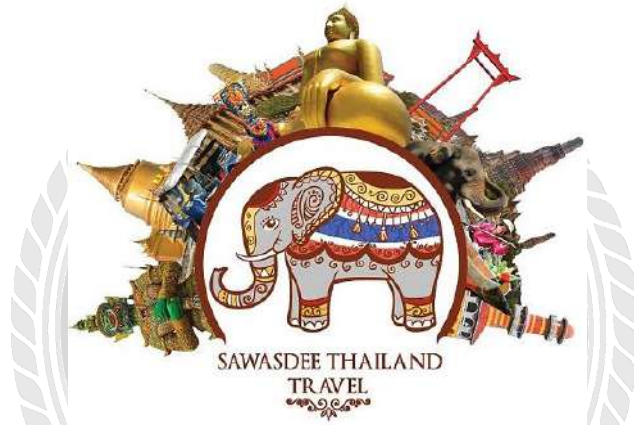


บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

สถานประกอบการ : บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
ที่ตั้ง : 88: /147 หมู่บ้านภัทรวารณ หมู่ 2 ตำบลละหาร
 อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
โทรศัพท์ : 02 0760466, 097-1050466, 097-1617366
เว็บไซต์ : www.sawasdeethailandtravel.com
Facebook : SAWASDEE THAILAND TRAVEL



ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
 ที่มา : บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด



ภาพที่ 3.2 แผนที่ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
 ที่มา : บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด



ภาพที่ 3.5 จัดกิจกรรม Outing ประจำปี ในโรงแรมที่พัทยา จังหวัดชลบุรี
ที่มา : บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

3.2.2 บริการรถเช่าชั่วคราวระยะสั้น หรือรถเช่าพร้อมพนักงานขับรถโดยให้บริการบำรุงรักษารถยนต์แบบครบวงจรในระดับมาตรฐานสากล ประเภทของรถที่ให้เช่า มีดังนี้

3.2.2.1 รถตู้ VIP



ภาพที่ 3.6 บริการเช่ารถตู้ VIP ของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
ที่มา : บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

3.2.2.2 รถมินิบัส VIP



ภาพที่ 3.7 บริการเช่ารถมินิบัส VIP ของบริษัท สวีสวี ประเทศไทย จำกัด
ที่มา : บริษัท สวีสวี ประเทศไทย จำกัด

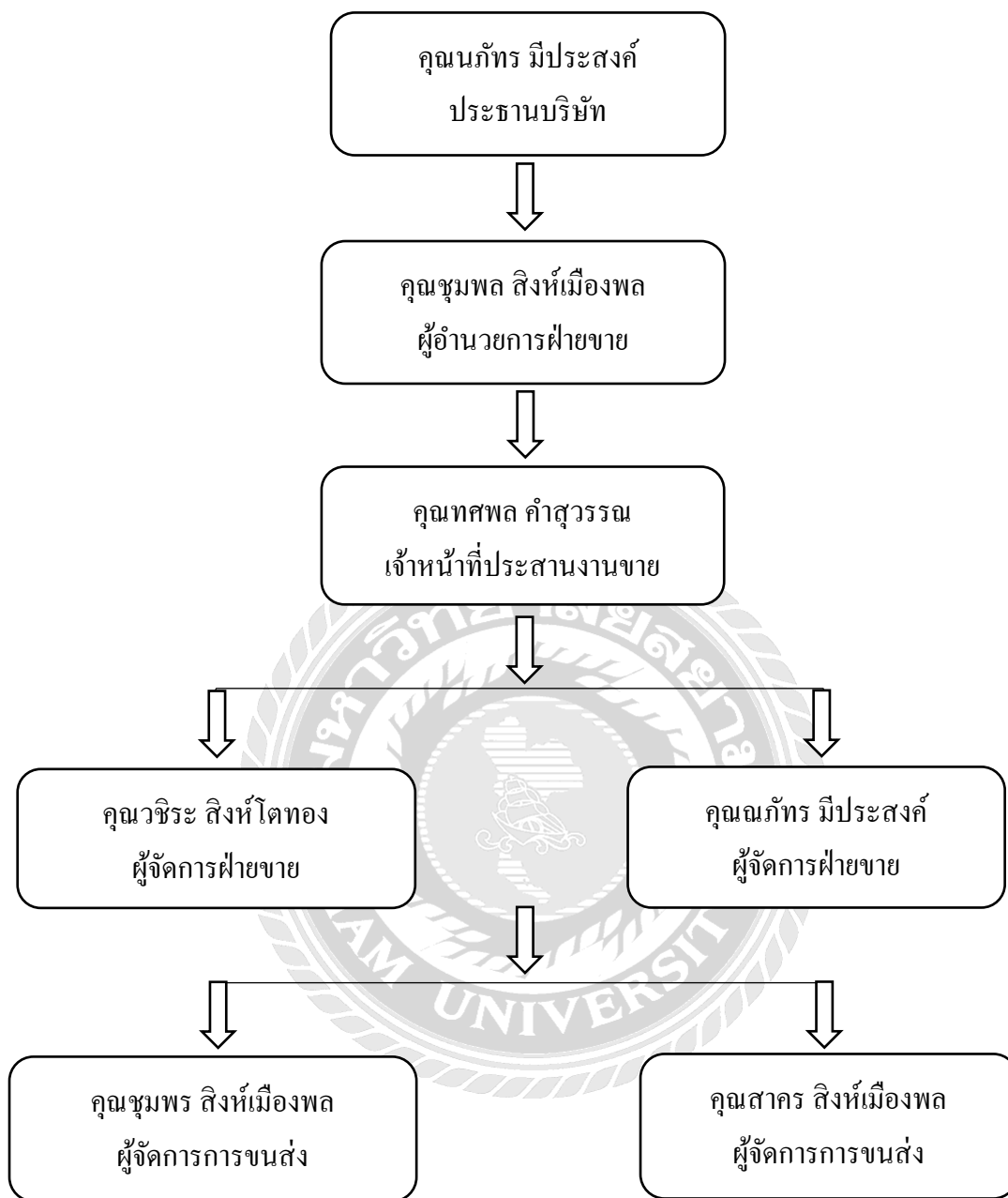
3.2.2.3 รถบัส 2 ชั้น VIP



ภาพที่ 3.8 บริการเช่ารถบัส 2 ชั้น VIP ของบริษัท สวีสวี ประเทศไทย จำกัด
ที่มา : บริษัท สวีสวี ประเทศไทย จำกัด

นอกจากนั้นยังเป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกับบริษัทที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจให้บริการรถเช่าด้วยรถหลากหลายประเภทหลายราคาให้บริการแก่ลูกค้า

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร



ภาพที่ 3.9 แผนภูมิการจัดองค์กรและการบริหารงาน
บริษัท สวีดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
ที่มา : บริษัท สวีดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

1. นางสาววรรณิภา พวงพันธ์
ตำแหน่ง : ผู้ช่วยพนักงานขาย
2. นางสาววรรณนิษา เฟื่องเนิน
ตำแหน่ง : ผู้ช่วยพนักงานขาย

3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

1. ศึกษาคูงานนอกสถานที่ก่อนวันดำเนินงานจริง
2. เตรียมอุปกรณ์ที่ต้องใช้ก่อนออกปฏิบัติงานทั่วรั
3. ปฏิบัติงานเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์
4. งานด้านเอกสาร ประชาสัมพันธ์ที่รปท่องเที่ยวและบริการรถเช่า

3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อ-นามสกุล : คุณชุมพล สิงห์เมืองพล
 ตำแหน่งงาน : ผู้อำนวยการฝ่ายขาย
 โทรศัพท์ : 097-1050466
 Email : sawasdeethailandtravel@gmail.com



ภาพที่ 3.10 พนักงานที่ปรึกษา (คุณชุมพล)

ที่มา : บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เริ่มฝึกปฏิบัติงานวันที่ 13 มกราคม 2563 - 30 เมษายน 2563

วันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 09:00 น. - 17:00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1.ศึกษาข้อมูลและเอกสารภายในบริษัท	↔			
2.คิดหัวข้อนำเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษา	↔			
3.ค้นหารายละเอียดเพิ่มเติมที่ต้องใช้ในการจัดทำโครงการ		↔		
4.นำเสนอโครงการที่จัดทำต่อบริษัทเพื่อประชาสัมพันธ์			↔	
5.จัดทำเอกสารสรุปผลและนำเสนอ				↔

ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดระยะเวลาการดำเนินงาน

จากตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดระยะเวลาการดำเนินงาน

- 3.7.1 ศึกษาข้อมูลและเอกสารภายในบริษัท เพื่อที่จะได้นำมาจัดทำโครงการ
- 3.7.2 คิดหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ต้องการทำโครงการ เสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษา เพื่อขอคำปรึกษาและส่งเพื่อรอการพิจารณา
- 3.7.3 ค้นหารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องใช้ในการจัดทำโครงการ เช่น รายละเอียด รถตู้ VIP รถมินิบัส VIP และ รถบัส 2 ชั้น VIP
- 3.7.4 นำเสนอโครงการที่จัดทำต่อบริษัท เพื่อพิจารณาในการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์การบริการรถเช่าของบริษัท
- 3.7.5 จัดทำเอกสารรายงาน สรุปผลและจัดทำแบบการนำเสนองาน Power point

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

- โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ (Notebook)
- คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Ipad)
- เครื่องคอมพิวเตอร์
- เครื่องถ่ายเอกสาร
- กล้องถ่ายภาพ
- โทรศัพท์มือถือ

3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Canva
- โปรแกรม Pinterest
- เว็บไซต์ Facebook
- แอปพลิเคชัน ผู้จัดการเพจ
- แอปพลิเคชัน Line
- โปรแกรม Microsoft Office Word
- โปรแกรม Microsoft Office Excel
- โปรแกรม Microsoft Office Power Point



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จากที่คณะผู้จัดทำได้เข้ารับการปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด (Sawasdee Travel Group And Transport Co.Ltd.) ในตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานขาย ตลอดระยะเวลา 16 สัปดาห์ คณะผู้จัดทำได้เรียนรู้ถึงกระบวนการทำงานในด้านการขาย การศึกษาดูงานนอกสถานที่ การเตรียมอุปกรณ์ของที่ต้องใช้ก่อนออกปฏิบัติงานทัวร์ การปฏิบัติงานเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์ การประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยวและบริการรถเช่าของบริษัท ดังนั้น จึงได้จัดทำสรุปเล่มโครงการ การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซาร์ลด์ูวีไอพี เซาร์ลด์บัสวีไอพี จากเพจเฟสบุ๊กของบริษัทที่มีอยู่แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดและเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมในด้านการประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ซึ่งรายละเอียดและข้อมูล ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ทั้งหมดได้รวบรวมไว้ ดังนี้

1. การสร้างความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจ
2. มีร้านค้าบนเฟสบุ๊ก (Facebook shop section)
3. โปรโมทบริการผ่านทางเฟสบุ๊ก
4. การสื่อสารและการบริการ
5. ผลการปฏิบัติงาน

4.1 การสร้างความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจ

ขั้นตอนการสร้างหน้าเพจให้มีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจนั้น ผู้จัดทำได้ทำการปรึกษากับพนักงานที่ปรึกษา เกี่ยวกับวิธีการสร้างความน่าเชื่อถือและสามารถดึงดูดลูกค้าได้ ซึ่งได้ให้คำแนะนำในส่วนของการทำหน้าเว็บไซต์มีดีไซน์ที่สวยงามทำให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจหรือดึงดูดสายตาได้ นอกจากนี้ยังเป็นเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ

4.1.1 ความน่าเชื่อถือ

การใส่ข้อมูลที่ตั้ง ชื่อเว็บไซต์ หมายเลขโทรศัพท์ของบริษัท เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของเพจเฟสบุ๊ก เซาร์ลด์ูวีไอพี เซาร์ลด์บัสวีไอพี

เกี่ยวกับ

บ้านสุพรรณบุรี
ถนน
บางบัวทอง

88/147 หมู่บ้านภัทราวรรณ หมู่2
ต.ละหาร อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี, บางบัวทอง 11000 ขอทราบเส้นทาง

☎ 097 105 0466

✉ van.bus.vip@gmail.com

🔄 **ตอบกลับเร็วมาก**
ส่งข้อความ

🌐 <http://www.xn---cxfb6bed2a0ee6ewddf9gteh3kip.com/main.php>

🕒 **รถตู้ VIP 9-12 ที่นั่ง , รถมินิบัสแบบ Exclusive 20 ที่นั่ง , รถบัส VIP -Free WiFi / เดินทางทั่วประเทศ ราคาเป็นกันเอง**

👤 Sukanya, Plangko, Jinjane และคนอื่นๆ
อีก 502 คนถูกใจที่นี่

หน้าหลัก ร้านค้า รีวิว รูปภาพ วิดีโอ โพสต์

ภาพที่ 4.1 หน้าเพจ และ ข้อมูลที่ตั้ง ชื่อเว็บไซต์ หมายเลขโทรศัพท์

ของ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

4.1.2 ความน่าสนใจ

การทำหน้าปกเพจที่มีดีไซน์สวยงาม มีความน่าดึงดูด ออกแบบหน้าปกเฟสบุ๊คผ่านโปรแกรม Canva โดยใช้ภาพพื้นหลังที่เป็นเอกลักษณ์แบบไทย ประกอบด้วยภาพรถทั้ง 3 ประเภทที่ให้บริการ คือ รถตู้ VIP รถมินิบัส VIP และ รถบัส 2 ชั้น VIP ให้มีความโดดเด่น เพื่อดึงดูดความต้องการที่จะสื่อถึงการให้บริการรถเช่าอย่างตรงไปตรงมา มีโลโก้บริษัท ที่ตั้ง เว็บไซต์ และ หมายเลขโทรศัพท์ของบริษัทในหน้าปกเพจเป็นส่วนประกอบด้วย



ภาพที่ 4.2 หน้าปกเพจเช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

4.2 มีร้านค้าบนเฟสบุ๊ก (Facebook shop section)

การมีบริการแสดงอยู่ในส่วนแรกของเพจ ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาหน้าแฟนเพจเห็นบริการได้ง่ายขึ้น เมื่อกดเข้าไปที่ตัวสินค้าหรือบริการจะมีข้อมูลเกี่ยวกับราคา รายละเอียดของบริการ และรูปภาพ เพิ่มโอกาสทางการขายให้สูงขึ้น และเพิ่มเปอร์เซ็นต์ที่ลูกค้าจะสอบถามเข้ามายังเพจ เพื่อความสะดวกสบายในการให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ และรูปภาพของรถ



ภาพที่ 4.3 ร้านค้าบนเพจเฟสบุ๊ก เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

4.2.1 การโพสต์ขายบน Facebook Shop

1. การโพสต์ผ่าน “เมนู Shop” ใน Facebook จะทำให้ลูกค้าเห็นบริการในลักษณะเป็นหมวดหมู่อยู่บนสุดของเพจอยู่เสมอ แล้วใช้วิธีสไลด์ภาพสินค้าจากขวาไปซ้าย
2. มีปุ่มให้ส่งข้อความ หาผู้ขายได้โดยตรง ทำให้เพิ่มโอกาสลูกค้าติดต่อเข้ามาที่ร้านโดยตรงมากขึ้น มีโอกาสขายบริการเพิ่มมากขึ้น
3. โฆษณาบริการได้น่าสนใจและคุ้มค่ามากขึ้น ทำให้การลงโฆษณาบนเฟสบุ๊กอยู่ภายในโพสต์เดียว สามารถแสดงบริการได้หลายแบบหลายประเภท

4.2.2 ประเภทของรถที่ให้เช่า

4.2.2.1 รถตู้ VIP

รายละเอียดสินค้า

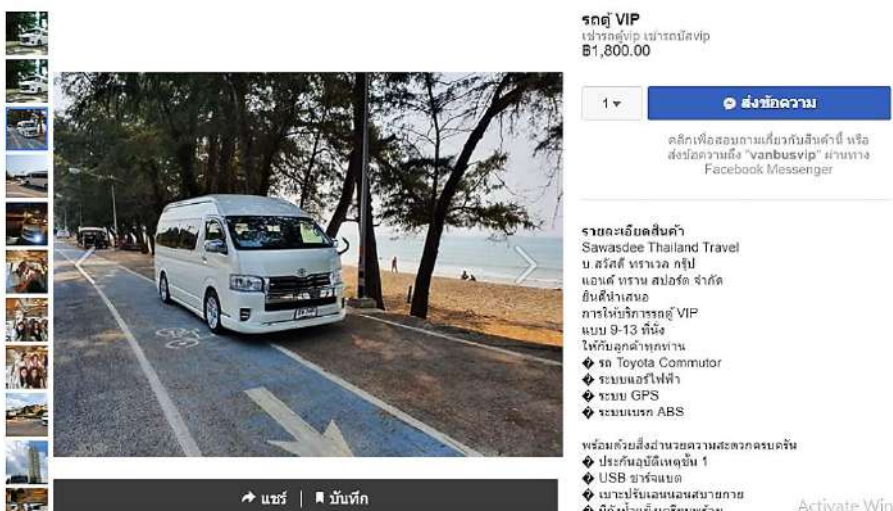
- รถ Toyota Commutor
- ระบบแอร์ไฟฟ้า
- ระบบ GPS
- ระบบเบรก ABS

สิ่งอำนวยความสะดวก

- รถตู้โดยสารนั่งได้ 9-13 ที่นั่ง
- ประกันอุบัติเหตุชั้น 1
- USB ชาร์จแบตในรถ
- เบาะปรับเอนนอน
- บริการล้างน้ำแข็ง
- เครื่องเสียง
- ไฟส่องสว่าง
- ตกแต่งหรูหราแบบ VIP

อัตราค่าบริการ

- ✓ ค่าเช่าราคา 1,800 บาท / วัน
- ✓ ค่าที่พักคนขับ 300 บาท / คืน (ในกรณีค้างคืนแบบไม่มีที่พัก)
- ✓ ใช้บริการได้ 12 ชั่วโมง (หากเกิน OT ชั่วโมงละ 150 บาท)
- ✓ ไม่รวมค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าที่จอดรถและค่าภาษี



รถตู้ VIP
เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip
฿1,800.00

1 ▼ [ส่งข้อความ](#)

คลิกเพื่อดูสถานะเกี่ยวกับสินค้านี้ หรือ
ส่งข้อความถึง "vanbusvip" ผ่านทาง
Facebook Messenger

รายละเอียดสินค้า
Sawasdee Thailand Travel
บ. สวัสดิ์ ทราวเวล กรุ๊ป
แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
ถิ่นสิงห์เสนา
การให้บริการรถตู้ VIP
แบบ 9-13 ที่นั่ง
ไฟส่องสว่างภายใน
◆ รถ Toyota Commutor
◆ ระบบแอร์ไฟฟ้า
◆ ระบบ GPS
◆ ระบบเบรก ABS

พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน
◆ ประกันอุบัติเหตุชั้น 1
◆ USB ชาร์จแบต
◆ เบาะปรับเอนนอนสบายภายใน
◆ มีที่นั่งอิงเสริมพริ้ว

Activate Win

ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างบริการรถตู้ VIP ในร้านค้าบนเฟซบุ๊ก

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

4.2.2.2 รถมินิบัส VIP

รายละเอียดสินค้า

- รถ Mercedes - Benz
- ระบบแอร์ไฟฟ้า
- ระบบ CCTV 4 จุด
- ระบบกล้อง 360 องศา
- ระบบ GPS
- ระบบเบรก ABS
- ระบบทรงตัวอัจฉริยะ
- ระบบขึ้นทางชันและลงเขา
- ระบบวัสดุป้องกันลามไฟ

สิ่งอำนวยความสะดวก

- รถมินิบัสแบบ Exclusive
- นั่งได้ 20 ที่นั่ง
- ประกันอุบัติเหตุชั้น 1
- Free Wi-Fi
- USB ชาร์จแบตเตอรี่ที่นั่ง
- เบาะปรับเอนนอน
- ที่วางทานอาหารส่วนตัว
- บริการดื่มน้ำแข็ง
- เครื่องเสียงคาราโอเกะ
- ไฟส่องสว่างอ่านหนังสือ
- ตกแต่งหรูหราแบบ VIP

อัตราค่าบริการ

- ✓ ค่าเช่าราคา 4,500 บาท / วัน
- ✓ ค่าที่พิกคนขับ 400 บาท/ คืน (ในกรณีค้างคืนแบบไม่มีที่พัก)
- ✓ ใช้บริการได้ 12 ชั่วโมง (หากเกิน OT ชั่วโมงละ 300 บาท)
- ✓ ไม่รวมค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าที่จอดรถและค่าภาษี



→ แอร์ | ■ มินิบัส

รถมินิบัส VIP
เช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip
฿4,500.00

1 ▾

ส่งข้อความ

คลิกเพื่อสอบถามเกี่ยวกับสินค้านี้ หรือ
ส่งข้อความถึง 'vanbmvip' ผ่านทาง
Facebook Messenger

รายละเอียดสินค้า
Sawasdee Thailand Travel
บ. สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ยินดีนำเสนอ.....การให้บริการที่ดีที่สุด
◆แบบ Exclusive 20 ที่นั่ง ไม้เก็บค่าทากราน◆
◆รถ Mercedes - Benz
◆ระบบแอร์ไฟฟ้า
◆ระบบ CCTV 4 จุด
◆ระบบกล้อง 360 องศา
◆ระบบ GPS
◆ระบบเบรก ABS
◆ระบบทรงตัวอัจฉริยะ
◆ระบบขึ้นทางชันและลงเขา
◆ระบบวัสดุป้องกันลามไฟ

◆พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน Activat

ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างบริการรถมินิบัส VIP ในร้านค้าบนเฟสบุ๊ก

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip

4.2.2.3 รถบัส 2 ชั้น VIP

รายละเอียดสินค้า

- รถ SCANIA
- ระบบแอร์ไฟฟ้า
- ระบบ CCTV 4 จุด
- ระบบ GPS
- ระบบเบรก ABS
- ระบบทรงตัวอัจฉริยะ
- ระบบขึ้นทางชันและลงเขา
- ระบบวัสดุป้องกันลามไฟ

สิ่งอำนวยความสะดวก

- รถบัส 2 ชั้นแบบ Exclusive 45-50 ที่นั่ง
- ประกันอุบัติเหตุชั้น 1
- USB ชาร์จแบตเตอรี่ทุกที่นั่ง
- เบาะปรับเอนนอนสบายกาย
- บริการดื่มน้ำแข็ง
- เครื่องเสียงคาราโอเกะ
- ตกแต่งหรูหราแบบ VIP

อัตราค่าบริการ

- ✓ ค่าเช่าราคา เริ่มต้น 12,000 บาท / วัน (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเส้นทาง)
- ✓ ไม่รวมค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าที่จอดรถและค่าภาษี



รถบัส 2 ชั้น VIP
เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip
฿12,000.00

1 -

ส่งข้อความ

คลิกเพื่อดูรายละเอียดสินค้านี้ หรือ
ส่งข้อความถึง 'vanbusvip' ผ่านทาง
Facebook Messenger

รายละเอียดสินค้า
Sawasdee Thailand Travel
สวัสดิ์ ไทยแลนด์ ทราเวล
บิณฑบาตเนล
การให้บริการรถบัส 2 ชั้น
แบบ Exclusive 45-50 ที่นั่ง
ไว้กับลูกค้าทุกท่าน
● รถ SCANIA
● ระบบแอร์ไฟฟ้า
● ระบบ CCTV 4 จุด
● ระบบ GPS
● ระบบเบรก ABS
● ระบบทรงตัวอัจฉริยะ
● ระบบขึ้นทางชันและลงเขา
● ระบบวัสดุป้องกันลามไฟ

พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน Activat

ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างบริการรถบัส 2 ชั้น VIP ในร้านค้านบนเฟสบุ๊ค
ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

4.3 โพรโมทบริการผ่านทางเฟสบุ๊ก

4.3.1 โพรโมทบริการอย่างสม่ำเสมอ

การโพสต์รูปบริการลงในเพจอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยให้เกิดการกด Like, Comment และ แชร์ได้ ผู้ติดตามเพจก็จะรู้ความเคลื่อนไหว ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และยังช่วยให้เพจเฟสบุ๊กไม่เงียบเกินไป

4.3.2 รูปภาพและข้อความ

ใช้รูปภาพในการโปรโมทบริการ รูปภาพที่มองเห็นตัวบริการชัดเจน ภาพชัด สวย ดูดี น่าสนใจ ดูเป็นธรรมชาติ และใช้ข้อความโฆษณาที่ทันสมัยโดดเด่น น่าดึงดูดและน่าสนใจ ใ้รายละเอียดบริการเพิ่มไปบนรูปภาพ เช่น ราคา ขนาด สิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทรถ และชื่อ บริษัท เพราะนอกจากจะได้โปรโมทบริการแล้ว ยังได้โฆษณาบริษัทให้เป็นที่รู้จัก



ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างรูปภาพรถเช่า และข้อความโฆษณา

ในการโปรโมทบริการรถเช่าผ่านเพจ

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

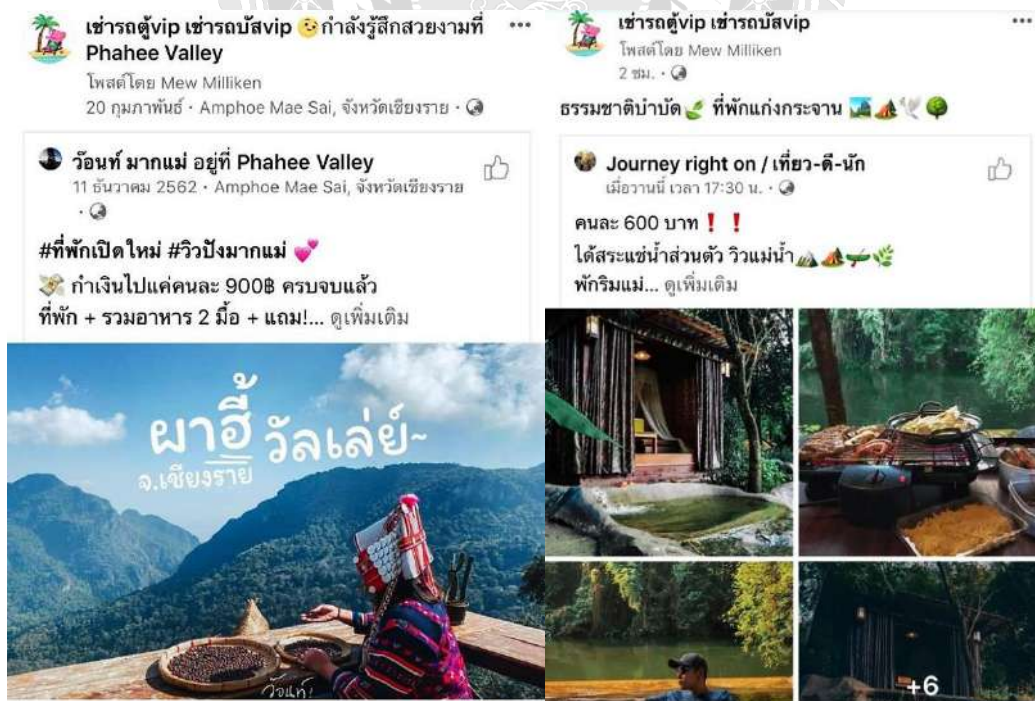
4.3.3 เนื้อหา หรือ Content เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการเช่ารถเพื่อเดินทาง ดังนั้นจึงโพสต์หรือแชร์เนื้อหาในเฟสบุ๊กผ่านเพจเช่ารถตู้vip รถบัสvip เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาดูเพจมากที่สุด เป็นการจูงใจให้อยากเดินทางท่องเที่ยว และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จัก จึงเลือกเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงกับ

กลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารในเนื้อหาที่มีประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับบริการรถเช่าในการเดินทาง และมีความน่าสนใจในโพสต์ ช่วยเพิ่มยอดในการเข้าชมเพจ และเพิ่มยอดขายได้



ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างการโพสต์สถานที่ท่องเที่ยว We Flower Village ที่จังหวัดเชียงใหม่ และ ชุมชนแสนตอ ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างการแชร์สถานที่ท่องเที่ยว ผาฮี้ วัลเลย์ ที่จังหวัดเชียงราย และ River Tales ริเวอร์เทลแก่งกระงาน ที่จังหวัดเพชรบุรี
ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip



ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างการ โพสต์เทศกาลวันตรุษจีนและวันวาเลนไทน์

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

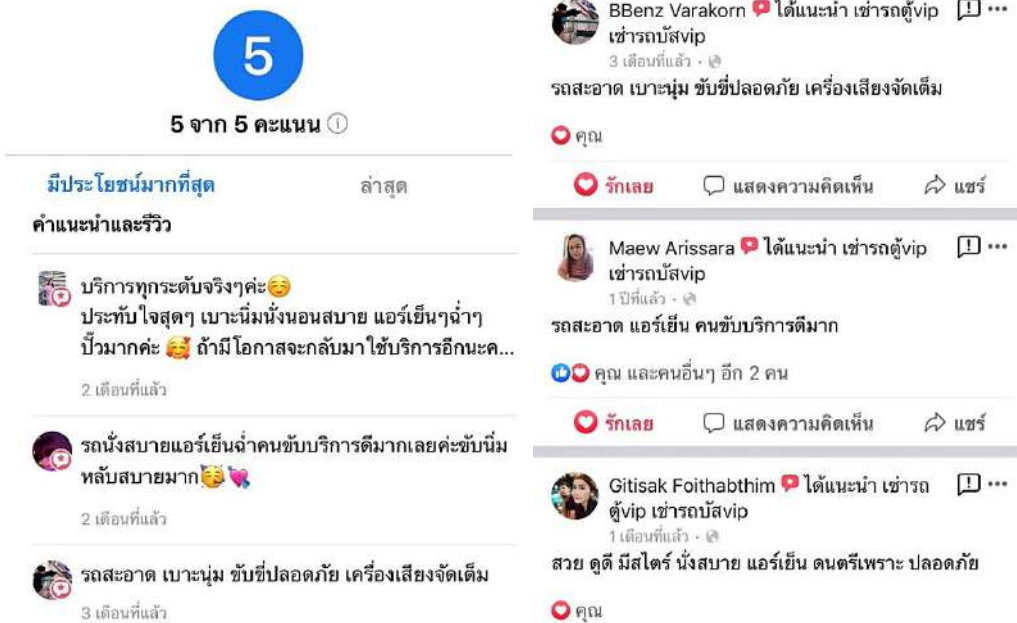
4.3.4 ประสิทธิภาพการให้บริการ

โพสต์เนื้อหาและรูปภาพผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้vip รถบัสvip เกี่ยวกับ ประสิทธิภาพการให้บริการของลูกค้า เพื่อขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการรถเช่าของบริษัท และ อัพเดทการให้บริการอยู่ตลอด รวมทั้งลูกค้าที่เคยใช้บริการเขียนคำแนะนำและรีวิวประสิทธิภาพ การให้บริการ ความคิดเห็นของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการ เพื่อเพิ่มช่องทางการโปรโมท บริการรถเช่าและทำให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ลูกค้าที่ไม่เคยรับบริการแต่ ต้องการใช้บริการสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้



ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างการ โพสต์ขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัท

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip



ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างลูกค้าที่เคยใช้บริการเขียนคำแนะนำและรีวิวประสบการณ์ใช้บริการรถเช่าผ่านเพจ เช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip
ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip

4.3.5 โฆษณาดึงดูดลูกค้า

การยื่นข้อเสนอพิเศษให้กับลูกค้า ด้วยการลดราคาบริการรถเช่า เป็นข้อความที่ดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพิ่มอัตราการซื้อของลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้ส่วนลดในโอกาสพิเศษและไม่กระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

เช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip กำลังรู้สึกได้รับพร ...
ที่ SAWASDEE THAILAND TRAVEL
โพสต์โดย Mew Milliken
9 มีนาคม · บางบัวทอง · 🌐

👍👍👍 ลดพิเศษเพื่อลูกค้าทุกท่าน 👍👍👍
📍รถตู้VIP 📍รถมินิบัสVIP 📍รถบัสVIP
... ดูเพิ่มเติม

เช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip กำลังรู้สึกได้รับพร ...
ที่ SAWASDEE THAILAND TRAVEL
โพสต์โดย Mew Milliken
9 มีนาคม · บางบัวทอง · 🌐

👍👍👍 ลดพิเศษเพื่อลูกค้าทุกท่าน 👍👍👍
📍รถตู้VIP 📍รถมินิบัสVIP 📍รถบัสVIP

📍รถตู้ VIP 📍 (9-13 ที่นั่ง)
จากราคาปกติ 1,800 บาท / วัน
🔥 #ลดลงอีกเหลือ 1,500 บาท / วัน

📍รถมินิบัส VIP 📍 (20 ที่นั่ง)
จากราคาปกติ 4,500 บาท / วัน
🔥 #ลดลงอีกเหลือ 4,000 บาท / วัน

📍รถบัส 2 ชั้น VIP 📍 (45-50 ที่นั่ง)
จากราคาปกติ 12,000 บาท / วัน
🔥 #ลดลงอีกเหลือ 10,000 บาท / วัน

📍แถมพิเศษ สำหรับรถเช่าทุกประเภท 📍
✅ น้ำดื่มฟรีท่านละ 1 ขวด
✅ ดុងชยะ-ทิชชู-ผ้าเย็น
✅ น้ำแข็ง

ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างโฆษณาลดราคาบริการรถเช่าผ่านเพจเช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip
ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้ vip เช่ารถบัส vip

4.4 การสื่อสารและการบริการ

การขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ ควรให้ความสำคัญในการสื่อสารเป็นอย่างมาก เพราะการขายบริการออนไลน์ลูกค้าจะติดต่อผ่านช่องทางการส่งข้อความ ไม่ได้เจอกันหน้าต่อหน้า หรือแบบ Face To Face ดังนั้น การใส่รายละเอียดในการสนทนาได้ตอบกับลูกค้า จึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม จะขายสินค้าหรือบริการนั้นได้ การสื่อสารก็เป็นตัวแปรสำคัญ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและนำมาซึ่งการปิดยอดขาย

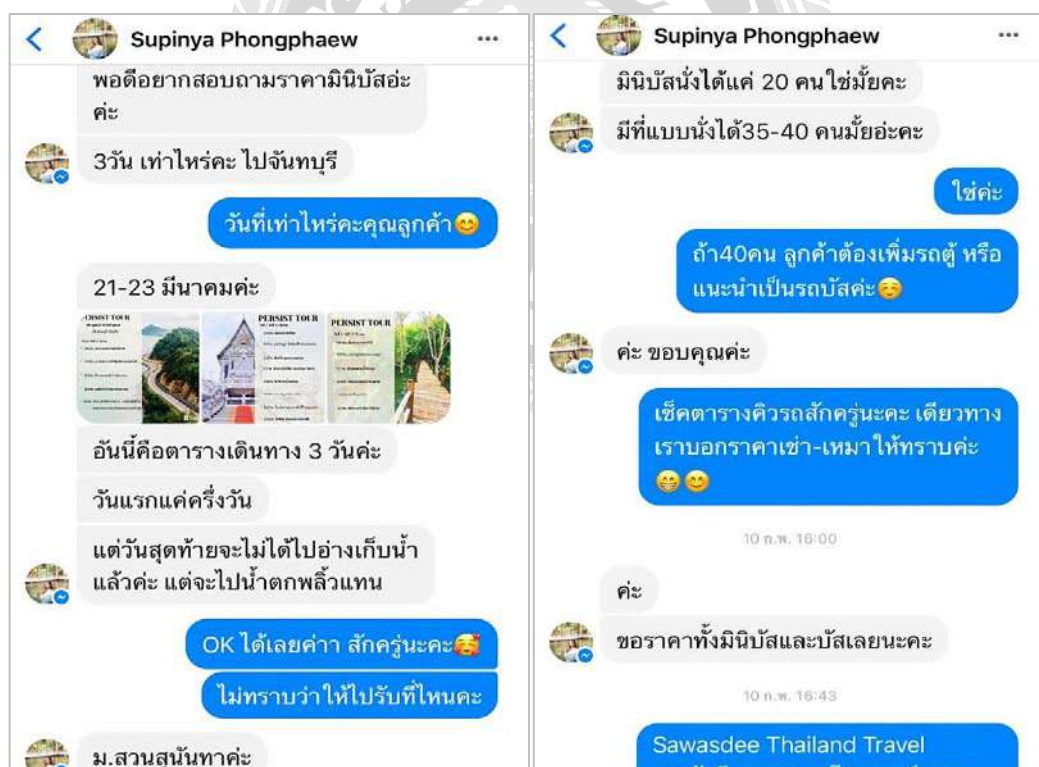
4.4.1 ความเร็วในการตอบข้อความลูกค้า

ตอบข้อความลูกค้าให้รวดเร็วทันใจและให้ประทับใจลูกค้ามากที่สุด เมื่อลูกค้าส่งข้อความเข้ามาสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับการบริการรถเช่า ตอบคำถามในสิ่งที่ลูกค้าอยากรู้โดยใช้ภาษาแบบสุภาพและเป็นกันเองกับลูกค้า

4.4.2 การให้บริการลูกค้า

4.4.2.1 ความต้องการของลูกค้า

การรับรู้ว่าคุณค่าคืออะไร การตั้งคำถามหรือการทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และส่งมอบบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า



ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างการสอบถามความต้องการของลูกค้า

ที่มา : Facebook Page เซาร์ถตู้vip เซาร์ถบัสvip

4.4.2 การให้บริการที่สร้างความประทับใจ

การแนะนำบริการ ให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับบริการรถเช่าที่ลูกค้าต้องการทราบ รวมทั้งรูปภาพของรถที่ให้บริการ ช่วยแก้ไขปัญหาของลูกค้าหรือยื่นข้อเสนอแก่ลูกค้า เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ เปรียบเทียบราคาบริการ เป็นต้น แนะนำบริการที่ดีที่สุดและคุ้มค่าที่สุดแก่ลูกค้าจนลูกค้ารู้สึกประทับใจ ทำให้ลูกค้าไว้วางใจและมีความน่าเชื่อถือ

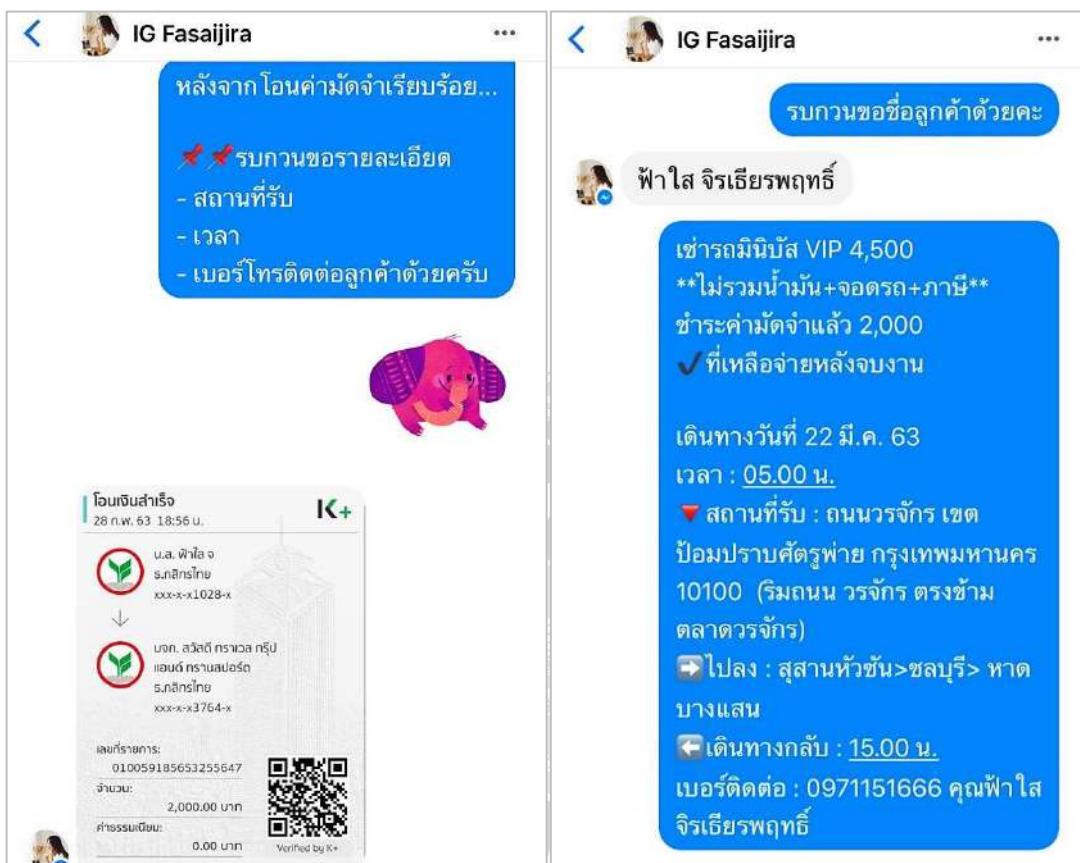


ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างการแนะนำบริการและลดค่าบริการแก่ลูกค้า

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

4.4.3 การปิดการขาย

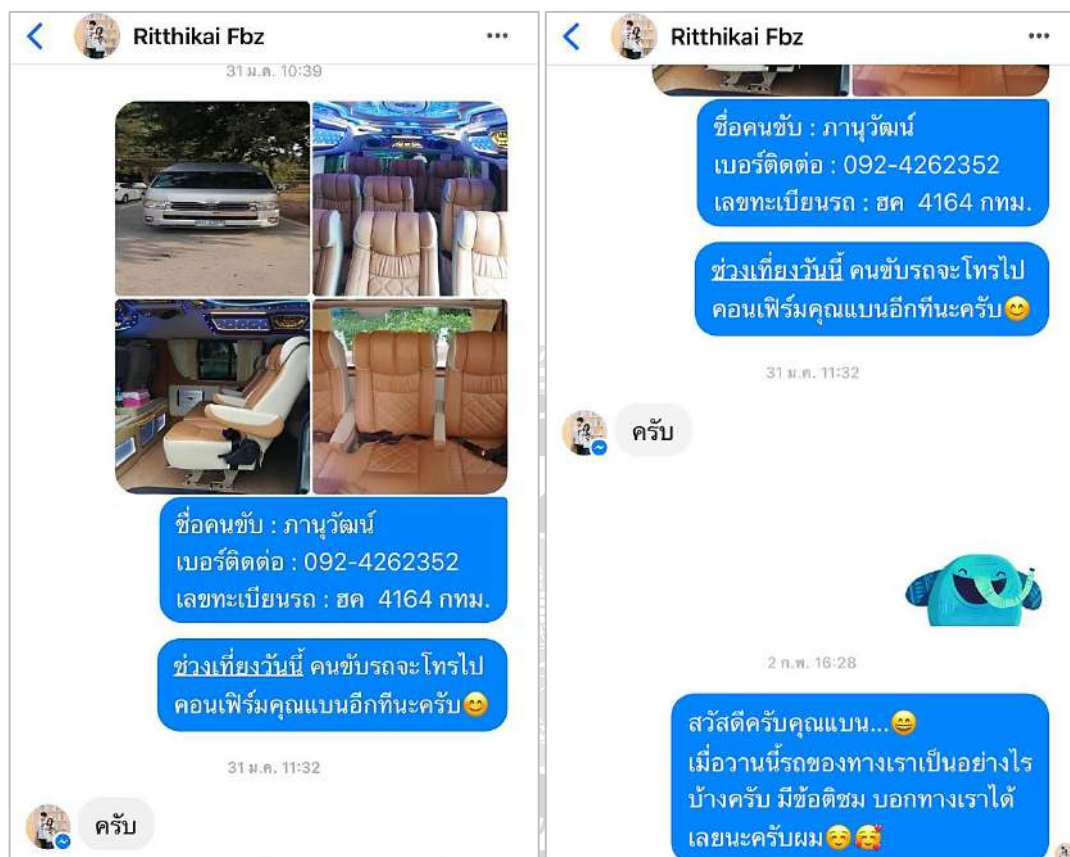
การสรุปผลการนำเสนอขายบริการ ภายหลังจากลูกค้าตกลงต้องการใช้บริการรถเช่าผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip



ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างสรุปผลการนำเสนอขายบริการ หรือ ปิดการขาย
ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

4.4.4 สอบถามความพึงพอใจ

การบริการหลังการขาย ติดตามผลและการให้บริการเอาใจใส่ลูกค้าที่ใช้บริการไปแล้ว โดยให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและเต็มใจ คอยเป็นผู้ประสานงาน รวมทั้งแจ้งข่าวสารต่างๆ หรือรายละเอียดอื่นๆที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจและใช้บริการซ้ำของลูกค้า



ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างการประสานงานลูกค้ากับคนขับและสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า

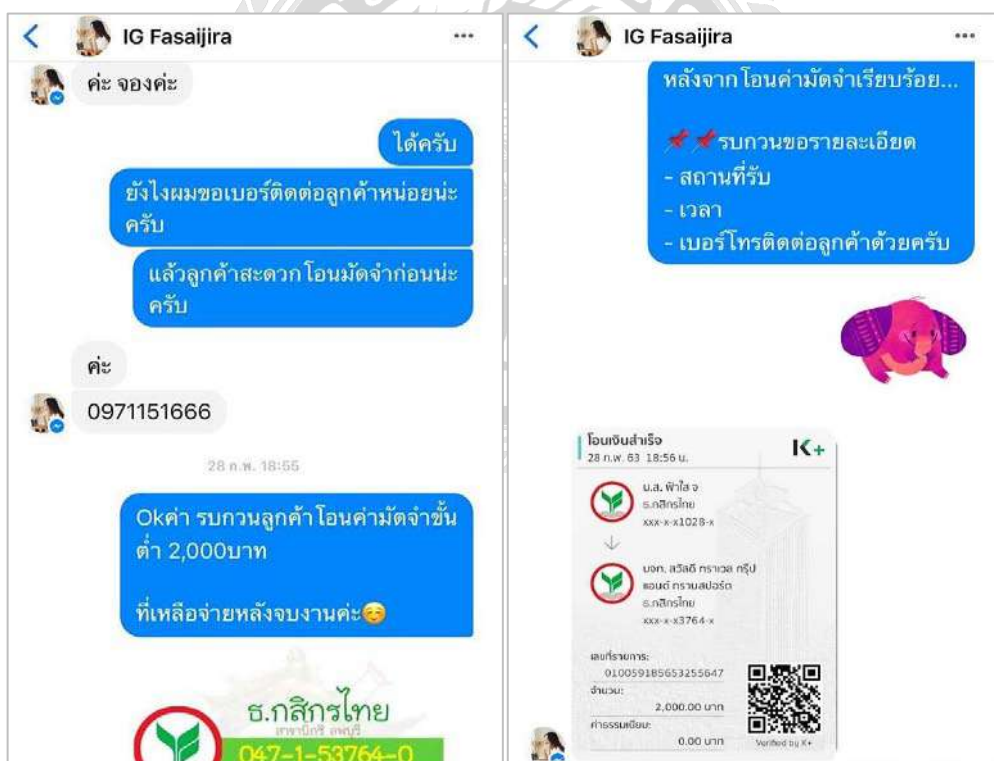
ที่มา : Facebook Page เซาร์ตตู้vip เซาร์ตบัสvip

4.5 ผลการปฏิบัติงาน

หลังจากคณะผู้จัดทำได้โพสต์โฆษณาเพื่อโปรโมทบริการลงทางแฟนเพจ เซาร์ตตู้vip เซาร์ตบัสvip ได้มีลูกค้าส่งข้อความเข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูลจากทางแฟนเพจเกี่ยวกับการให้บริการรถเช่า จากรูปภาพที่ 4.5 ได้ทำการโพสต์บริการรถมินิบัส VIP ในร้านค้ายานเฟสบุ๊ค ทำให้ลูกค้าสนใจสอบถามข้อมูลการบริการ

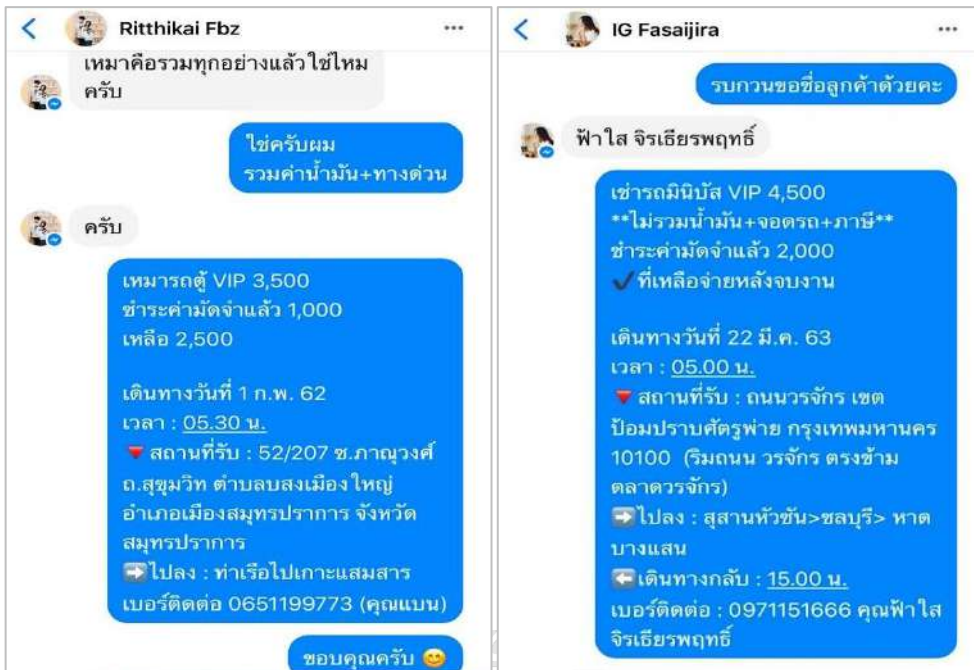


ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลจากทางแฟนเพจ
 ที่มา : Facebook Page เซารัดตู้vip เซารัดบัสvip



ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างลูกค้าทำการจองบริการรถเช่าและ โอนเงินค้ำมัดจำ
 ที่มา : Facebook Page เซารัดตู้vip เซารัดบัสvip

จากรูปภาพที่ 4.19 ลูกค้าได้ตกลงทำการจองบริการรถเช่าและ โอนเงินค้ำมัดจำเช่ารถมินิบัส VIP กับทางบริษัทเป็นจำนวน 1 คัน ในราคาเช่า 4,500 บาท ต่อวัน ไม่รวมค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน และค่าภาษี



ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างลูกค้าคุณเบนเหมารดตู้VIP 1 คัน

และ คุณฟ้าใสเช่ารถมินิบัสVIP 1 คัน

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

หลังจากที่ผู้จัดทำได้ทำการโฆษณาเพื่อโปรโมทบริการมีลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลและได้ตกลงซื้อบริการจำนวน 2 ราย เป็นรถตู้ VIP 1 คัน ในราคาเหมา 3,500 บาท และรถมินิบัส VIP 1 คัน ในราคาเช่า 4,500 บาท รวมเป็นเงินประมาณ 8,000 บาท



ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างยอดคนกดถูกใจและกดติดตามเพจ

ที่มา : Facebook Page เช่ารถตู้vip เช่ารถบัสvip

สรุปเพจ เช่ารถตู้vip เช่ารถมินิบัสvip มีการโพสต์ทั้งหมด 67 โพสต์ ระยะเวลาดำเนินการ 16 สัปดาห์ ในการประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าทำให้ได้รับผลตอบรับจากผู้โพสต์นี้ ดังนี้ จากวันที่ 14 มกราคม 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจ 253 คน และมีคนติดตามเพจ 260 คน ปัจจุบัน เพจโพสต์นี้ มีจำนวนคนสนใจมากขึ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจทั้งหมด 505 คน และมีคนติดตามเพจ 517 คน โดยไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการจัดทำโครงการ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 ระยะเวลาทั้งหมด 16 สัปดาห์ ในตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานขาย ที่บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำได้จัดทำโครงการ “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซาร์ตดูวีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี” โดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย เพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด โดยมีขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้ใช้เฟสบุ๊กและลูกค้าที่มาใช้บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจ เซาร์ตดูวีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี

ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องวางแผนการดำเนินงาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัท ผลประโยชน์ด้านรายได้และมีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการรถเช่าของบริษัทมากขึ้น โครงการเล่มนี้จึงนำเสนอการประชาสัมพันธ์บริการรถเช่า ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซาร์ตดูวีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี มีผลตอบรับจากผู้ใช้งาน ดังนี้ มีลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลและได้ตกลงซื้อบริการจำนวน 2 ราย รวมเป็นเงินประมาณ 8,000 บาท จากวันที่ 14 มกราคม 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจ 253 คน และมีคนติดตามเพจ 260 คน ปัจจุบัน เพจเฟสบุ๊กมีจำนวนคนสนใจมากขึ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจทั้งหมด 505 คน และมีคนติดตามเพจ 517 คน โดยไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ เป็นผลสรุปการประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซาร์ตดูวีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี ผลการดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

5.2 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการ

1. มีการเตรียมความพร้อมและศึกษาข้อมูลก่อนจัดทำโครงการอย่างน้อย 2 - 3 สัปดาห์
2. การโปรโมทโพสต์ผ่านเพจเฟสบุ๊กต้องทำอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยวันละ 2 โพสต์ เพื่อให้เพจมีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ

5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ได้เรียนรู้กระบวนการทำงาน ขั้นตอนดำเนินงานต่างๆ
- พัฒนาทักษะความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- ได้เรียนรู้และเข้าใจหลักการของงานบริการ
- ฝึกระเบียบวินัยและมีความรับผิดชอบในหน้าที่
- ฝึกความอดทน ควบคุมอารมณ์ได้ดี อ่อนน้อมถ่อมตน และรู้จักกาลเทศะ
- มีปฏิภาณไหวพริบ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และรับมือกับคำวิพากษ์วิจารณ์ของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม
- ได้ฝึกการเตรียมความพร้อมในการให้บริการเสมอ
- สามารถใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมต่างๆ ได้
- ฝึกความกระตือรือร้น และพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา
- ได้ฝึกการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะจบการศึกษา และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถเลื่อนเป็นพนักงานประจำที่พร้อมปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพให้กับทางบริษัทที่ได้เข้าไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.4 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. นักศึกษาควรให้ความสำคัญกับเรื่องความตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างมาก
2. ถ้ามีการสงสัยในเรื่องงานที่ได้รับมอบหมาย หรือ ไม่เข้าใจเกี่ยวกับงานควรปรึกษาพนักงานที่ปรึกษาโดยเร็วที่สุด เพื่อที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและช่วยลดข้อผิดพลาด
3. ในการประสานงานบางครั้งการสื่อสารและความเข้าใจไม่ตรงกัน ทำให้ในบางครั้งงานจึงเกิดปัญหาบ้าง ข้อเสนอแนะคือ สอบถามเจ้าของงานและจดบันทึกตามสิ่งที่ได้รับมาให้ถูกต้องและครบถ้วน
4. ควรศึกษาเกี่ยวกับหน่วยงานที่จะไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ก่อน เพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานที่จะไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
5. ตั้งใจฝึกประสบการณ์และเก็บเกี่ยวความรู้ให้มากที่สุด
6. ควรปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และผู้คนได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

- เคมบริดจ์. (2563). *สี่สังคม*. เข้าถึงได้จาก <http://dictionary.cambridge.org>
- ปรเมศ บุญเปี่ยม. (2561). *การให้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี*. เข้าถึงได้จาก http://gnru2018.lpru.ac.th/pdf/proceeding/Humanities_Group/Page_657-817.pdf
- ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. (2563). *การประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-5.html>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2558). *สี่สังคม*. เข้าถึงได้จาก http://www.royin.go.th/?page_id=130
- วิกิพีเดีย. (2563). *สี่สังคม*. เข้าถึงได้จาก <https://www.wikipedia.org/>
- สมาคมรถเช่าไทย. (2563). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจรถเช่า*. เข้าถึงได้จาก <https://www.tcra.or.th/editor.php>
- สุภัสสร โกสุมสม. (2556). *การประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก <https://mitmayzii07.wordpress.com>
- อาริยา หมัดลี. (2559). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท วีระกร จำกัด เส้นทางหาดใหญ่-สุไหงโกทก*. เข้าถึงได้จาก <http://graduate.hu.ac.th/thesis/2559/mpa/upwebariya.pdf>
- อุษา กิตติพันธ์โสภณ. (2559). *อิทธิพลของการรับรู้ตัวตนบนเครือข่ายสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/download/47198/39103/>
- Ahuja, N. (2016). *The Eight 'P' of Marketing Mix*. International Journal of Research in Humanities & Soc, 4(8), 17-21.
- Al-Badi, K.S. (2015). *The Dimensions of Marketing Mix*. Management and Organizational Studies, 2(1),136-142.
- Ampah, I.T. (2016). *An assessment of effectiveness of marketing mix as a satisfaction tool at local authorities in Ghana*. British Journal of Economics, Management & Trade, 11(4), 1-19.
- Anusha, K.S. (2016). *Brand and Marketing Mix-A Review*. Journal of Global Economic, 4(3), 1-4.

- Elfms, S.A. (2020). แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ. เข้าถึงได้จาก
[http://www.elfms.ssrุ.ac.th/chutima_kl/file.php/1/2-2557/6.pdf](http://www.elfms.ssrु.ac.th/chutima_kl/file.php/1/2-2557/6.pdf)
- Hamari, Hanner, & Koivisto. (2017). ความหมายความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ. เข้าถึงได้จาก
<https://maymayny.wordpress.com>
- Hanks, Line, & Kim. (2017). ความหมายความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ. เข้าถึงได้จาก
<https://maymayny.wordpress.com>
- Isoraite, M. (2016). *Marketing Mix Theoretical Aspects*. International Journal of Research
 GRANTHAALAYAH, 4(6), 25-37
- Kumar, N., & Prasad, P.N. (2016). *Measuring strategy of services marketing using 7p's*. Journal
 of Chemical and Pharmaceutical Sciences, 9(4), 2053-258
- Munoz, G. (2017). ความหมายความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ. เข้าถึงได้จาก
<https://maymayny.wordpress.com>
- Rakesh, D., Srinath, B.V., & Naveen, N.R. (2016). *A conceptual study of service marketing:
 Competitive Edge of 7P's over 4P's in Indian market*. International Journal of
 Application or Innovation in Engineering & management, 5(6), 36-40.
- Sareshkeh, S.K., Razavi, S., Soufi, M.R., & Safania, A.M. (2016). *Evaluating the components of
 marketing mix (7Ps) of Iran's Volleyball Super League*. Annls of Applied Sport Science,
 4(5), 35-40.
- Sravana, K. (2015). *Service Marketing*. University of Calicut School of Distance Education: India
- The Chartered Institute Marketing. (2015). *A brief summary of marketing and how it works*.
 Cookham: Moor Hall.
- Todorova, G. (2015). *Marketing Communication Mix*. Trakia Journal of Sciences, 13(1), 368-
 374.
- Vidhya, N., & Thenmozhi, E. (2016). *Service Marketing Mix of Indigo Airlines*. IOSR Journal of
 Business and Management, 51-53.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ภาพการปฏิบัติงาน

รูปภาพของคณะผู้จัดทำขณะปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



ภาพอาจารย์ที่ปรึกษามาตรวจเยี่ยมสหกิจศึกษา



ภาพกิจกรรม Fortune hotel group party 2020



ภาพกิจกรรม CSR City Realty Group ณ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพคนตาบอดพิการซ้ำซ้อน
จังหวัดนครนายก



ภาพกิจกรรม CSR City Realty Group ณ โรงเรียนวังดอกไม้ จังหวัดนครนายก



ภาพกิจกรรมทำบุญเปิดร้านอาหารจีนตาเกะ ณ ริมหาดจอมเทียนพัทยา จังหวัดชลบุรี



ภาพกิจกรรม Outing ณ ชุมชนแสนตอ เขตบางขุนเทียน-ชายทะเล กรุงเทพมหานคร



ภาพกิจกรรม Party Happy new year City Realty Group 2020



ภาพกิจกรรม Outing ณ สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี



ภาพนักศึกษาของมหาวิทยาลัยสยาม และ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



ภาพนักศึกษา ขณะจัดเตรียมงาน



ภาพมัคคุเทศก์ Staff และนักศึกษาสหกิจศึกษา
ของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด



ภาพมัคคุเทศก์ Staff และนักศึกษาสหกิจศึกษา
ของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด



ภาพการทำความสะอาดบริษัท



ภาพการทำเอกสารสำคัญต่างๆและโทรหาลูกค้า



ภาพการซื้อของเตรียมไว้ก่อนออกปฏิบัติงาน



ภาพการจัดเตรียมของประจำแต่ละบัสก่อนวันออกทัวร์



ภาพการตรวจนับจำนวนเสื้อ



ภาพการติดป้ายชื่อกระเป๋าให้ลูกค้า



ภาพการบริการกาแฟ และของว่างตอนเช้าให้ลูกค้า



ภาพการแนะนำตัวบนรถบัส



ภาพการแจกอาหาร น้ำ ขนม ผ้าเย็น และลูกอม ให้แก่ลูกค้า



ภาพการทำกิจกรรมเล่นเกมสับนรดับสี่กับลูกค้า และแจกของรางวัล



ภาพการบริการลูกค้าในงานเลี้ยงตอนเย็น



ภาพการบริการกระดาษชำระให้แก่ลูกค้า



ภาคผนวก ข
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

บทสัมภาษณ์ของพนักงานที่ปรึกษา



ภาพพนักงานที่ปรึกษา (คุณชุมพล สิงห์เมืองพล)

ข้อดีของนักศึกษา

1. มีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการทำงาน
2. มีความพยายามเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ
3. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
4. มีความอดทน อดกลั้น และมีจิตสาธารณะ

สิ่งที่ต้องพัฒนาเพิ่มขึ้น

1. เพิ่มเติมความสามารถในด้านการแสดงออก
2. เพิ่มเติมความรู้ด้านกิจกรรมสันตนาการ และการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์
3. เพิ่มเติมความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

กล่าวถึงประโยชน์ของโครงการ

“การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซาร์ตตู้วีไอพี เซาร์ตบัสวีไอพี” ที่มีต่อสถานประกอบการ

- คือ
1. ทำให้นักศึกษา ได้เรียนรู้การทำงานอย่างแท้จริง
 2. บริษัท มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จากช่องทาง ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซาร์ตตู้ vip เซาร์ตบัส vip
 3. ลูกค้าประทับใจในการให้บริการ



.....พนักงานที่ปรึกษา
(ชุมพล สิงห์เมืองพล)



ภาคผนวก ค
บทความวิชาการ

การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์
ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี

**Public Relations for Car Rental Services of Sawasdee Travel Group and
Transport Co.Ltd. via Facebook Page Named VIP Van Rental VIP Bus Rental**

นางสาววรรณิภา พวงพันธ์ และ นางสาววรรณนิษา เฟื่องเนิน
ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

Email : wannipapungpan@gmail.com, looknam011039@hotmail.com

บทคัดย่อ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ที่บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำพบว่าลูกค้าบางท่านยังไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการรถเช่าของบริษัท ดังนั้นจึงได้จัดทำโครงการ “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี” ซึ่งได้สร้างโฆษณาในการโปรโมทบริการ โดยโพสต์ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริการรถเช่าทั้ง 3 ประเภท คือ รถตู้ VIP รถมินิบัส VIP และรถบัส 2 ชั้น VIP ผ่านเพจ เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด 2) เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท ผ่านเพจเช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี

การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี ใช้ระยะเวลาเพียง 16 สัปดาห์ ทำให้ได้รับผลตอบรับจากผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก ดังนี้ มีลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลและได้ตกลงซื้อบริการจำนวน 2 ราย รวมเป็นเงินประมาณ 8,000 บาท ปัจจุบัน เพจเฟซบุ๊กมีจำนวนคนสนใจมากขึ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจทั้งหมด 505 คน และมีคนติดตามเพจ 517 คน โดยไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการ

ประชาสัมพันธ์ ผลสรุปเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : เพจเฟซบุ๊ก / เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี / การโปรโมท / โฆษณา

Abstract

From the cooperative education internship at Sawasdee Travel Group and Transport Co.Ltd., the team found that some customers don't have access to car rental services of the company. The team created an advertisement to promote service by posting information about 3 types of car rental services, VIP van, VIP mini bus and VIP bus via the Facebook fan page. The objectives of the project were: 1) To increase sales opportunities and number of customer to acquaint Sawasdee Travel Group and Transport Co.Ltd; 2) To increase income to the company via Facebook.

Public relations for car rental services of the company via Facebook over 16 weeks showed positive results. Two customers sent a message to inquire more information, and purchased services, totaling 8,000 Baht. On 24 April 2020, there were 505 people who liked the Facebook page and 517 new followers at no cost to public relations.

Keywords: Facebook page, VIP van rental VIP bus rental, Promote, Advertisement

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รถยนต์จัดเป็นสินทรัพย์ที่ทำรายได้ประเภทหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่นกัน เริ่มตั้งแต่การจัดซื้อรถยนต์ ติดตามค่าประกันภัยค่าซ่อมบำรุงรักษา และภาษีประจำปี ซึ่งนับวันค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจหลายแห่งจึงใช้บริการรถเช่าแทนที่จะทำการจัดซื้อรถยนต์ไว้ใช้เอง ซึ่งทำให้ได้รับความสะดวกสบาย ลดความยุ่งยากและลดต้นทุนในการบริหารรถยนต์ โดยยกภาระดังกล่าวให้บริษัทรถเช่าที่มีประสบการณ์สูงไปดำเนินการแทนการให้เช่ารถชั่วคราวระยะสั้น (Rental) เป็นการให้เช่าที่ให้สิทธิลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการเป็นรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน โดยมีรถยนต์ให้เลือกใช้งานหลายประเภททั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถตู้ และรถปิคอัพที่มีให้เลือกหลายรุ่นหลายขนาด พร้อมทั้งให้บริการคนขับ หรือเลือกขับเอง ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรถเช่าประมาณ 180 ราย ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ให้บริการเช่ารถยนต์ชั่วคราว ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จะให้เช่าเพื่อการดำเนินงาน

ในปัจจุบันบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นผู้ให้บริการในด้านการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รูปแบบการบริการที่ครบวงจรโดยมุ่งเน้นการบริการลูกค้าเป็นอันดับหนึ่งที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า เช่น รับผิดชอบโปรแกรมนำเที่ยว อบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน จัดกิจกรรม Team Building, Walk rally, CSR บริการจองที่พัก จองตั๋วเครื่องบินและบริการรถเช่าชั่วคราวระยะสั้นหรือรถเช่าพร้อมพนักงานขับรถโดยให้บริการบำรุงรักษารถยนต์แบบครบวงจรในระดับมาตรฐานสากล ประเภทของรถเช่าที่ให้บริการได้แก่ รถตู้ VIP รถมินิบัส VIP และรถบัส 2 ชั้น VIP

นอกจากนั้นยังเป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกับบริษัทที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจให้บริการรถเช่าด้วยรถหลากหลายประเภทหลายราคาให้บริการแก่ลูกค้า

จากปัญหาหรือโอกาสข้างต้น ทางคณะผู้จัดทำ จึงได้นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยมาปรับใช้ และได้จัดทำ การประชาสัมพันธ์ภายใต้ โครงการงาน “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้ไอพี เช่ารถบัสไอพี” ขึ้น จากเพจเฟซบุ๊กของบริษัทที่มีอยู่แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดและเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมในด้านการประชาสัมพันธ์รถเช่าของบริษัท เนื่องจากคณะผู้จัดทำพบว่าปัญหาของลูกค้าที่ต้องการใช้บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด แต่ลูกค้าบางท่านยังไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการ ดังนั้นจึงประชาสัมพันธ์รายละเอียดการให้บริการรถเช่าของบริษัท ทั้งเรื่องของราคา ขนาดรถที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อตกลงในการเช่ารถ ซึ่งลูกค้าส่วนมากจะค้นหาการบริการรถเช่าผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างรายได้และสร้างโอกาสทางการขายเพราะในปัจจุบันนี้ทางบริษัทให้บริการรถเช่าผ่านทางลูกค้าโดยตรง อีกทั้งการให้บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงเปรียบเสมือนเป็นการประชาสัมพันธ์ ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้ไอพี เช่ารถบัสไอพี อีกด้วย

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการนำเสนอโครงการ เรื่อง “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้ไอพี เช่ารถบัสไอพี” ทางคณะผู้จัดทำ จึง

ได้ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจการเช่ารถยนต์
2. แนวคิดทฤษฎีส่วส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
5. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย และเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักกับบริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
2. เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซารลตุวีไอพี เซารลบัสวีไอพี

ขอบเขตของโครงการ

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
เป็นการศึกษาข้อมูลในเรื่องของหลักการประชาสัมพันธ์ การตลาด สื่อสังคมออนไลน์ จิตวิทยาบริการ คุณภาพการให้บริการ และงานวิจัยต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซารลตุวีไอพี เซารลบัสวีไอพี
2. ขอบเขตด้านประชากร
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ คือ ผู้ใช้เฟสบุ๊กและลูกค้าที่มาใช้บริการรถเช่าของบริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซารลตุวีไอพี เซารลบัสวีไอพี
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา
เริ่มตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563

4. ขอบเขตด้านสถานที่
บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้น
2. บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
3. ลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัทมีจำนวนมากขึ้น
4. ผู้จัดทำได้มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. การสร้างความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจ
2. มีร้านค้าบนเฟสบุ๊ก (Facebook shop section)
3. โปรโมทบริการผ่านทางเฟสบุ๊ก
4. การสื่อสารและการบริการ

สรุปผลการจัดทำโครงการ

จากการปฏิบัติสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 ระยะเวลาทั้งหมด 16 สัปดาห์ ในตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานขายที่บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำได้จัดทำโครงการ “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของ บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ก เซารลตุวีไอพี เซารลบัสวีไอพี”

ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องวางแผนการดำเนินงาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัท ผลประโยชน์ด้านรายได้และมีจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัทมากขึ้น โครงการเล่มนี้จึงนำเสนอการประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าผ่านเพจเฟสบุ๊กเซารลตุวีไอพี เซารลบัสวีไอพี มีผลตอบรับจากผู้ใช้งานเฟสบุ๊ก ดังนี้ มีลูกค้าส่งข้อความมา

สอบถามข้อมูลและได้ตกลงซื้อบริการจำนวน 2 ราย รวมเป็นเงินประมาณ 8,000 บาท จากวันที่ 14 มกราคม 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจ 253 คน และมีคนติดตามเพจ 260 คน ปัจจุบัน เพจเฟซบุ๊กมีจำนวนคนสนใจมากขึ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจทั้งหมด 505 คน และมีคนติดตามเพจ 517 คน โดยไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ เป็นผลสรุปการประชาสัมพันธ์ บริการรถเช่าของบริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้วีไอพี เช่ารถบัสวีไอพี ผลการดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

กิตติกรรมประกาศ

การที่คณะผู้จัดทำ ได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึง 30 เมษายน 2563 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานขาย ณ บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตโดยได้รับความร่วมมือจาก บริษัท สวีสวี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ได้สอน ได้เรียนรู้งาน และปัญหาที่พบในการทำงานในแผนกต่างๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณณภัทร มีประสงค์ ตำแหน่งประธานบริษัท
2. คุณชุมพล สิงห์เมืองพล ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายขาย
3. คุณทศพล คำสุวรรณ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขาย
4. อาจารย์ศุภภัตรา ฮวบเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำโครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจในชีวิตของการทำงานจริงซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการ

1. มีการเตรียมความพร้อมและศึกษาข้อมูลก่อนจัดทำโครงการอย่างน้อย 2 - 3 สัปดาห์
2. การโปรโมทโพสต์ผ่านเพจเฟซบุ๊กต้องทำอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยวันละ 2 โพสต์ เพื่อ ให้ความเคลื่อนไหวอยู่ตลอด

บรรณานุกรม

- เคมบริดจ์. (2563). สืบค้นจาก <http://dictionary.cambridge.org>
- ปรเมศ บุญเปี่ยม. (2561). การให้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี. สืบค้นจาก http://gnru2018.lpru.ac.th/pdf/proceeding/Humanities_Group/Page_657-817.pdf
- ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. (2563). การประชาสัมพันธ์. สืบค้นจาก <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-5.html>
- ราชบัณฑิตยสภา. (2558). สืบค้นจาก http://www.royin.go.th/?page_id=130
- วิกิพีเดีย. (2563). สืบค้นจาก <https://www.wikipedia.org/>
- สมาคมรถเช่าไทย. (2563). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจรถเช่า. สืบค้นจาก <https://www.tcra.or.th/editor.php>

- สุกัศสร โสภณสม. (2556). การประชาสัมพันธ์.
สืบค้นจาก
<https://mitmayzii07.wordpress.com>
- อาริยา หมดดี. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้
บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท วั
ระกร จำกัด เส้นทางหาดใหญ่-สุไหงโกลก.
สืบค้นจาก
[http://graduate.hu.ac.th/thesis/2559/mpa/u
pwebariya.pdf](http://graduate.hu.ac.th/thesis/2559/mpa/upwebariya.pdf)
- อุษา กิตติพันธ์โสภณ. (2559). อิทธิพลของการรับรู้
ตัวตนบนเครือข่ายสังคมที่มีผลต่อความ
ตั้งใจซื้อสินค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์.
สืบค้นจาก
[file:///C:/Users/WIN7/Downloads/47198-
Article%20Text-108743-1-10-
20160124.pdf](file:///C:/Users/WIN7/Downloads/47198-Article%20Text-108743-1-10-20160124.pdf)
- Ahuja, N. (2016). The Eight 'P' of Marketing Mix.
International Journal of Research in
Humanities & Soc, 4(8), 17-21.
- Al-Badi, K.S. (2015). The Dimensions of
Marketing Mix. Management and
Organizational Studies, 2(1),136-142.
- Ampah, I.T. (2016). An assessment of effectiveness
of marketing mix as a satisfaction tool at
local authorities in Ghana. British Journal
of Economics, Management & Trade,
11(4), 1-19.
- Anusha, K.S. (2016). Brand and Marketing Mix-A
Review. Journal of Global Economic,
4(3), 1-4.
- Elfms, S.A. (2020). แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับ
จิตวิทยาบริการ. สืบค้นจาก
[http://www.elfms.ssr.u.ac.th/chutima_kl/fil
e.php/1/2-2557/6.pdf](http://www.elfms.ssr.u.ac.th/chutima_kl/fil
e.php/1/2-2557/6.pdf)
- Hamari, Hanner, & Koivisto. (2017). ความ
หมายความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ.
สืบค้นจาก
<https://maymayny.wordpress.com>
- Hanks, Line, & Kim. (2017). ความหมายความพึง
พอใจในคุณภาพการบริการ. สืบค้นจาก
<https://maymayny.wordpress.com>
- Isoraite, M. (2016). Marketing Mix Theoretical
Aspects. International Journal of Research
GRANTHAALAYAH, 4(6),25-37
- Kumar, N., & Prasad, P.N. (2016). Measuring
strategy of services marketing using 7p's.
Journal of Chemical and Pharmaceutical
Sciences, 9(4), 2053-258
- Munoz, G. (2017). ความหมายความพึงพอใจใน
คุณภาพการบริการ. สืบค้นจาก
<https://maymayny.wordpress.com>
- Rakesh, D., Srinath, B.V., & Naveen, N.R. (2016).
A conceptual study of service marketing:
Competitive Edge of 7P's over 4P's in
Indian market. International Journal of
Application or Innovation in Engineering
& management, 5(6), 36-40.
- Sareshkeh, S.K., Razavi, S., Soufi, M.R., &
Safania, A.M. (2016). Evaluating the
components of marketing mix (7Ps) of
Iran's Volleyball Super League. Annls of
Applied Sort Science, 4(5), 35-40.
- Sravana, K. (2015). Service Marketing. University
of Calicut School of Distance Education:
India
- The Chartered Institute Marketing. (2015). A brief
summary of marketing and how it works.
Cookham: Moor Hall.
- Todorova, G. (2015). Marketing Communication
Mix. Trakia Journal of Sciences, 13(1),
368-374.

Vidhya, N., & Thenmozhi, E. (2016). Service
Marketing Mix of Indigo Airlines. IOSR
Journal of Business and Management,
51-53.





ภาคผนวก ง
โปสเตอร์

การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี
Public Relations for Car Rental Services of Sawasdee Travel Group and Transport
Co.Ltd. via Facebook Page Named VIP Van Rental VIP Bus Rental



สถานประกอบการ บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
นางสาววรรณภา นางพนธ์ 5904400009
นางสาววรรณนิษา เฟื่องเนิน 6002000015
สาขาการท่องเที่ยว ภาควิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ศุภรัตรา ฮาบเจริญ
พนักงานที่ปรึกษา คุณชุมพล ลิงห์เมืองพล



บทคัดย่อ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำพบว่าลูกค้าบางท่านยังไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการรถเช่าของบริษัทดังนั้นจึงได้จัดทำโครงการ"การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี" ซึ่งได้สร้างโฆษณาในการโปรโมทบริการโดยโพสต์ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริการรถเช่าทั้ง 3 ประเภทคือรถตู้VIP รถมินิบัสVIP และรถบัส 2 ชั้นVIP ผ่านเพจเซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด 2) เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัทผ่านเพจ เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี

การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี ใช้ระยะเวลาเพียง 16 สัปดาห์ ทำให้ได้รับผลตอบรับจากผู้ใช้เฟสบุ๊ค ดังนี้ มีลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลและได้ตกลงซื้อบริการจำนวน 2 ราย รวมเป็นเงินประมาณ 8,000 บาท ปัจจุบันเพจเฟสบุ๊คมีจำนวนคนสนใจมากขึ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจทั้งหมด 505 คนและมีคนติดตามเพจ 517 คน โดยไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ผลสรุปเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้น
- 2.บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
- 3.ลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัทมีจำนวนมากขึ้น
- 4.ผู้จัดทำได้มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

- 1.การสร้างความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจ
- 2.มีร้านค้าบนเฟสบุ๊ค (Facebook shop section)
- 3.โปรโมทบริการผ่านทางเฟสบุ๊ค
- 4.การสื่อสารและการบริการ



วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
- 2.เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี

สรุปผลการจัดทำโครงการ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 ระยะเวลาทั้งหมด 16 สัปดาห์ในตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานขายที่บริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำได้จัดทำโครงการ"การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี" ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องวางแผนการดำเนินงานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัท ผลประโยชน์ด้านรายได้และมีจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการรถเช่าของบริษัทมากขึ้น โครงการเล่มนี้จึงนำเสนอการประชาสัมพันธ์บริการรถเช่า ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี มีผลตอบรับจากผู้ใช้เฟสบุ๊ค ดังนี้ มีลูกค้าส่งข้อความมาสอบถามข้อมูลและได้ตกลงซื้อบริการจำนวน 2 ราย รวมเป็นเงินประมาณ 8,000 บาท จากวันที่ 14 มกราคม 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจ 253 คน และมีคนติดตามเพจ 260 คนปัจจุบันเพจเฟสบุ๊คมีจำนวนคนสนใจมากขึ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2563 มีจำนวนคนกดถูกใจเพจทั้งหมด 505 คน และมีคนติดตามเพจ 517 คน โดยไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ผลสรุปการประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวัสดิ์ ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟสบุ๊ค เซารตตุ๊วไอพี เซารตบัสวีไอพี ผลการดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้





ภาคผนวก จ

แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1	13-17 ม.ค. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - ทำความสะอาดบริษัท - ตรวจสอบเช็คสต็อกเครื่องใช้ + คอมพิวเตอร์ - ไปทำกิจกรรม Outing ที่บางรณเทื่อน - ดูแลให้บริการลูกค้า งานเลี้ยงปีใหม่ ที่โรงแรมซาเทรียม - เข้าร่วมเป็นแอดมินเพจ "เซารัตน์ VIP เซารัตน์ VIP ของสถานประกอบการ 	วรรณภา	
2	20-24 ม.ค. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบสร้างหน้าปก และเปลี่ยนรูปปกหน้าปกเพื่อที่ดูดีในเฟส - อัดคลิปข่าวสารในหน้าเพจ โฆษณารูป และ ข้อความวันครบวัน - สร้างหน้าร้านค้า บน facebook ลงรายละเอียดสินค้า (รถสปอร์ต, รถจักรยาน และ รถยนต์ vip) พร้อมรูปถ่ายประกอบในเพจ 	วรรณภา	
3	27-31 ม.ค. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - ออกทัวร์ หน้าที่ 2 วัน 1 คืน พร้อมเยี่ยมชมแหล่งที่ร้านอาหารจีนตากะ - โฟลวเนื้อหารายละเอียดการเช่ารถสปอร์ต และรูปถ่ายประกอบ พร้อมสถานที่ท่องเที่ยว - พาลูกค้าไปดูพื้นที่ ออกทัวร์ที่นครนายก - คอนเฟิร์มลูกค้าเช่ารถสปอร์ต 	วรรณภา	
4	3-7 ก.พ. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - โฟลวเนื้อหารายละเอียดการเช่ารถสปอร์ต และรูปถ่ายประกอบ พร้อมสถานที่ท่องเที่ยว - โทรขอลูกค้า แนะนำไปนครนายก และบริการรถเช่า - เข็ม - ทำไมแผนอาหารร้านอาหารจีนตากะ 	วรรณภา	



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
5	11 - 15 ก.พ. 2563	- โฟล์คเฮ็อนารายละเอียดการเช่ารถชม vip และรูปถ่ายประกอบ, แอร์สดานที่ห้องเที่ยว ในเพลงเช่ารถชม vip รถชม vip - เตรียมของก่อนออกปฏิบัติงานทัวร์ที่ นครนายก - ดูเอกสารค่าออกทัวร์ที่นครนายก 1 day vip	วรรณิกา	
6	17-22 ก.พ. 2563	- แอร์สดานที่ห้องเที่ยวในเพลงเช่ารถชม vip รถชม vip - เตรียมของก่อนออกปฏิบัติงานทัวร์ที่นครนายก - ดูเอกสารค่าออกทัวร์ที่นครนายก	วรรณิกา	
7	24-28 ก.พ. 2563	- พาออกค้าปลีกงานชมวังกันดั้มจคม จังหวัด ฉะเชิงเทรา ไปดูพื้นที่ที่พหยา - ร่วมงาน Thank You Party " Fortune Hotel Group " ที่ Grand Mercure Bangkok Fortune - เตรียมของก่อนออกปฏิบัติงานทัวร์ ที่จันทบุรี - คอนเฟิร์มลูกค้า 6 ชั่วโมง มีเน็ค	วรรณิกา	
8	29 ก.พ. - 6 มี.ค. 2563	- ดูเอกสารค่าออกทัวร์ที่จันทบุรี 2 วัน 1 คืน - โฟล์คเฮ็อนารายละเอียดการเช่ารถชม vip รถชม vip รถชม vip และรูปถ่ายประกอบ แอร์สดานที่ห้องเที่ยวในเพลงเช่ารถชม vip รถชม vip - พิมพ์ลิขณ รถชม vip , รถชม vip รถชม vip	วรรณิกา	



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
1	13-17 ม.ค. 2563	- ทำความสะอาดออฟฟิศ	วรรณนิษา	
		- พิมพ์ใบแจ้งหนี้	วรรณนิษา	
		- กิจกรรม Outing นานาชาติ	วรรณนิษา	
		- งานจัดเลี้ยงปีใหม่ของโรงแรม	วรรณนิษา	
		- ทำเล็กรางงานหนังสือท่องเที่ยว	วรรณนิษา	
2	20-24 ม.ค. 2563	- ฝึกฝนโปรแกรมลงนามเอกสาร -	วรรณนิษา	
		ติดต่อนักเข้า Vip Facebook		
		- อัปเดตข่าวสารลงเพจเฟสบุ๊ค	วรรณนิษา	
		- ทำความสะอาด Office	วรรณนิษา	
		- ไปรื้อเอกสารไปรษณีย์	วรรณนิษา	
3	27-31 ม.ค. 2563	- ฝึกฝนการอ่านหนังสือเพื่อ	วรรณนิษา	
		จ. ๒๓ ๒ วัน 1 คืน 27-28 ม.ค.		
		- ทำความสะอาด Office	วรรณนิษา	
		- อัปเดตข่าวสารลงเพจเฟสบุ๊ค	วรรณนิษา	
		- ลงพื้นที่เพื่อตรวจข้อและแจ้งข้อ	วรรณนิษา	
4	3-7 ก.พ. 2563	- ทำความสะอาด Office	วรรณนิษา	
		- อัปเดตข่าวสารลงเพจเฟสบุ๊ค	วรรณนิษา	
		- ไปรื้อเอกสารไปรษณีย์	วรรณนิษา	
		- ทำรายการเมนูอาหารของร้านที่พิก	วรรณนิษา	
		- ฝึกซ้อม		
5	10-15 ก.พ. 2563	- ทำความสะอาดออฟฟิศ	วรรณนิษา	
		- ทำป้ายประชาสัมพันธ์	วรรณนิษา	
		- 10 ก.พ. นวดตัวเพื่อผ่อนคลาย	วรรณนิษา	
		- โพลีไปรษณีย์เพจเฟสบุ๊ค	วรรณนิษา	



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
6	17-22 ก.พ. 2563	- ทำความสะอาดออฟฟิศ	วรรณนิษา	
		- ถ่ายเอกสาร	วรรณนิษา	
		- อีปเดตข่าวสารลงเพจเฟซบุ๊ก	วรรณนิษา	
		- ซ่อมเครื่องเตรียมเอกสาร	วรรณนิษา	
		- ออกทริป นครนายก 1 Daytrip	วรรณนิษา	
7	24-29 ก.พ. 2563	- ทำความสะอาดออฟฟิศ	วรรณนิษา	
		- ทำเอกสารค่าใช้จ่ายของทริป	วรรณนิษา	
		- ซ่อมเครื่องเตรียมของออกทริป	วรรณนิษา	
		- inspect ทักษะ	วรรณนิษา	
		- ออกทริป 2 วัน 1 คืน จันทบุรี	วรรณนิษา	
8	9-6 มี.ค. 2563	- ทำความสะอาดออฟฟิศ	วรรณนิษา	
		- ถ่ายเอกสาร	วรรณนิษา	
		- ไปยื่นเอกสารไปเสร็จต่าง ๆ	วรรณนิษา	
		- 2-3 มี.ค. 2563 งดสอน 4-6 มี.ค. 2563	วรรณนิษา	
9	9-13 มี.ค. 2563	- ทำความสะอาดออฟฟิศ	วรรณนิษา	
		- ทำเอกสาร	วรรณนิษา	
		- โทรหาลูกค้า	วรรณนิษา	
		- ไปรับเอกสารเพจเฟซบุ๊ก	วรรณนิษา	
		- ถ่ายเอกสาร	วรรณนิษา	
10	16-17 มี.ค. 2563	- ทำความสะอาดออฟฟิศ	วรรณนิษา	
		- ไปรับเอกสารเพจเฟซบุ๊ก	วรรณนิษา	
		- โทรหาลูกค้า	วรรณนิษา	



ภาคผนวก ฉ
ประวัติคณะผู้จัดทำ

ประวัติคณะผู้จัดทำ



ชื่อ - นามสกุล : นางสาววรรณิกา พวงพันธ์
รหัสนักศึกษา : 5904400009
ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ : ศิลปศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน : 35/2 หมู่ 3 หอพักสยาม ห้อง 107
ถนนเพชรเกษม 36 แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ
กรุงเทพมหานคร 10160



ชื่อ - นามสกุล : นางสาววรรณิษา เฟื่องนีน
รหัสนักศึกษา : 6002000015
ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ : ศิลปศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน : 16/536 ซ.เทียนทะเล 26 แขวงท่าข้าม
เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150



ประวัติคณะผู้จัดทำ



ชื่อ - นามสกุล : นางสาววรรณิกา พวงพันธ์
รหัสนักศึกษา : 5904400009
ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ : ศิลปศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน : 35/2 หมู่ 3 หอพักสยาม ห้อง 107
ถนนเพชรเกษม 36 แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ
กรุงเทพมหานคร 10160



ชื่อ - นามสกุล : นางสาววรรณิษา เฟื่องนิน
รหัสนักศึกษา : 6002000015
ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ : ศิลปศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน : 16/536 ซ.เทียนทะเล 26 แขวงท่าข้าม
เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150

