



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ใน
กรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสาร
ผ่านสื่อวิดีโอกับบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

**Public Relations of Tourism on the Chao Phraya River in Bangkok
by Express Boat via video with Co Van Kessel Bangkok Tour**

โดย

นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์ 5704400042

นายทยากร เลาสกุลงาม 5704400206

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร

โดยเรือโดยสารผ่านสื่อวีดีโอกับบริษัท โควานเคสเซลล์ บางกอกทัวร์

Public Relations of Tourism on the Chao Phraya River in Bangkok by

Express Boat via video with Co Van Kessel Bangkok Tour

รายชื่อผู้จัดทำ

1. นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์

2. นายทยากร เลาสกุลงาม

ภาควิชา

การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ สุภัตรา สวณเจริญ

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการสอบโครงการ

สุภัตรา สวณเจริญอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์สุภัตรา สวณเจริญ)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณทศิยาพร ะชุม)

.....กรรมการกลาง

(อาจารย์พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุษ)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผศ.ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

ชื่อโครงการ : การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ใน
กรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวีดิโอกับบริษัท
โคแวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

หน่วยกิต : 5

ชื่อนักศึกษา : นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์
นายทยากร เลหาสกุลงาม

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ศุภัตรา ฮาบเจริญ

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

สาขาวิชา : การท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 1/2560

บทคัดย่อ

บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ เป็นบริษัทที่ให้บริการการท่องเที่ยวโดยจักรยาน เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายถือกำเนิดขึ้นมานานกว่า 30 ปี มีสเตอร์จาโคบัส (โค) แวน เคสเซลล์ และคุณจันทรมณี พลภักดี (คุณน้อง) การบริการของบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ เป็นทัวร์ จักรยานแห่งแรกของประเทศไทย มีจุดมุ่งหมายหลักในการเปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใหม่ พานักท่องเที่ยวสัมผัสกับวิถีชีวิตที่น่าหลงใหลของคนไทย จากการการสังเกตพบว่ามีนักท่องเที่ยว ที่มาใช้บริการกับทางบริษัท ได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางมาเข้าร่วมทัวร์ล่าช้า เนื่องจากการจราจรที่ติดขัดของกรุงเทพมหานคร จึงได้ดำเนินการนำเสนอเส้นทางทางการเดินทาง ที่ให้ความสะดวกมากกว่าการจราจรบนท้องถนนแก่นักท่องเที่ยวผ่านสื่อวีดิโอ โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานครให้กับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติได้ทราบถึงการเดินทางที่ถูกต้อง และเพื่อส่งเสริมการตลาดและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จัก บริษัท โคแวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ผลการศึกษาพบว่าโดยมีเรือด่วนธงสีส้มและธงสีฟ้ามา นำเสนอจากทั้งหมด 5 ประเภท เนื่องจากเรือด่วนธงสีส้มและธงสีฟ้าดังกล่าวมีการให้บริการที่ ครอบคลุมมากกว่าประเภทอื่นๆ เรือด่วนธงสีส้มและธงสีฟ้าที่เปิดให้บริการตั้งแต่เช้าจนถึงเย็น 06.00 – 19.00 น. (สีส้ม) 09.00 – 18.40 น. (สีฟ้า) รวมถึงมีราคาที่เหมาะสมกับค่าโดยสาร และ เส้นทางในการให้บริการทุกสีของเรือด่วนนั้นมีการบริการที่เหมือนกัน เรือด่วนธงสีฟ้าให้บริการ เส้นทางระยะสั้นไป-กลับ จากท่าพระอาทิตย์ถึงเอเชียทีก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ สามารถเดินทางได้เร็วขึ้น และสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์/การโดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา/สื่อวีดิโอ

4

Project Title : Public Relations of Tourism on the Chao Phraya River in
Bangkok by Express Boat via video with Co Van Kessel Bangkok Tour

Credits : 5

By : Ms. Pichaya Bumrunghan
Mr. Tayakorn Laohasakulngam

Advisor : Ms. Supattra Huabcharoen

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 1/2017

Abstract

Co van Kessel Bangkok Tours is a company that provides, bicycle tours to clients. It has been widely known for 30 years by Mr. Co Van Kessel, who was from the Netherlands. The service of the company was the first bicycle tour in Thailand. The main purpose was to open new travel experiences and takes the fascinating lifestyle of the local Thai people to travelers. We observed that travelers came to take tours with Co Van Kessel Bangkok Tour, but has trouble traveling from their places to our company due to traffic jam in Bangkok. Therefore, we provided more routes for traveling to tourists through video public relations. The purpose of this study was to promote to the tourists traveling by using Chao Phraya Express boat, and also serve as a strategy for the company which is well known by previous tourists. We found that there are express boats, orange flags and blue flags in total 5 colors flag. and offer more service times than other colors flag. For the express boat orange flags and blue flags, they are open from morning until evening 06.00 am. – 07:00 pm. (Orange flag) 09.00 am – 06.40 pm. (Blue flag).

Keywords : Public Relations / Chao Phraya Express Boat / Video

Approved by



กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอกทาว์ร ตั้งแต่วันที่ 21 กันยายน 2560 ถึงวันที่ 8 ธันวาคม 2560 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณทิตยากร วะชุม ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและพนักงานที่ปรึกษา
2. อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความสนใจกับชีวิตของการทำงานจริงซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์

นายทยากร เลาสกุลงาม

8 มกราคม 2561

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2. วัตถุประสงค์.....	3
1.3. ขอบเขตของโครงการ.....	3
1.4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและโครงการที่เกี่ยวข้อง	
2.1. การขนส่งและการจราจร.....	6
2.1.1. การขนส่งทางบก.....	6
2.1.2. การขนส่งทางน้ำ.....	7
2.1.3. การขนส่งทางอากาศ.....	11
2.1.4. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทาง บก น้ำ อากาศ.....	11
2.2. พฤติกรรมและความหมายของการท่องเที่ยว.....	13
2.2.1. การท่องเที่ยว.....	13
2.2.2. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	15

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

2.2.3. ปัญหาของนักท่องเที่ยว.....	16
2.3. การตลาด.....	16
2.3.1. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิดีโอ.....	19
2.4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
2.5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1. ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	25
3.2. ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การใช้บริการหลักขององค์กร.....	25
3.3. รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร.....	29
3.4. ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	30
3.5. ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	32
3.6. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	32
3.7. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	32
3.7.1. รวบรวมความต้องการและศึกษาข้อมูลของโครงการ.....	32
3.7.2. วิเคราะห์ระบบงาน.....	33
3.7.3. วางแผนระบบงาน.....	34
3.7.4. จัดทำและพัฒนา.....	37
3.7.5. ทดสอบและสรุปผล.....	38

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

3.8. ระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	38
3.9. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล.....	39
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1. ตำแหน่งการปฏิบัติงาน.....	44
4.2. ก่อนการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์.....	45
4.3. หลังจากการตัดต่อวิดีโอเสร็จสิ้น.....	47
4.4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์โดยเรือควน แม่น้ำเจ้าพระยา ผ่านสื่อวิดีโอ.....	50
4.5 สรุปผลการศึกษา.....	51
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1. สรุปผลโครงการ.....	52
5.2. ประโยชน์ที่องค์กรหรือบริษัทได้รับ.....	52
5.3. สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	53
5.4. ข้อเสนอแนะ.....	53
บรรณานุกรม.....	55
ภาคผนวก ก.....	58
ภาคผนวก ข.....	66
ภาคผนวก ค.....	74

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ง.....76

ข้อมูลผู้จัดทำ.....78



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทางบก.....	11
ตารางที่ 2.2. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทางน้ำ.....	12
ตารางที่ 2.3. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทางอากาศ.....	12
ตารางที่ 3.1. การวางแผนงานปฏิบัติงานการถ่ายสื่อวิดีโอ.....	34
ตารางที่ 3.2. แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ.....	38



ตารางรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1. แผนที่เส้นทางการเดินเรือ ของเรือด่วนเจ้าพระยา	10
ภาพที่ 3.1. โลโก้บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์	25
ภาพที่ 3.2. นักศึกษาฝึกงาน นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์	30
ภาพที่ 3.3. นักศึกษาฝึกงาน นายทยากร เลาสกุลงาม	31
ภาพที่ 3.4. ภาพพนักงานที่ปรึกษาคุณทิดยาพร วะชุม	32
ภาพที่ 3.5. ภาพโปรแกรม Sony Vegas Pro 13 ที่ใช้ตัดต่อวิดีโอ	37
ภาพที่ 4.1. ภาพอธิบายประเภทของเรือด่วน	40
ภาพที่ 4.2. ภาพอธิบายเส้นทางการเดินเรือของเรือด่วน	41
ภาพที่ 4.3. ภาพแสดงลักษณะเรือด่วนโดยสาร ชงสีส้ม	42
ภาพที่ 4.4. ภาพแสดงลักษณะเรือด่วนโดยสารพิเศษ ชงฟ้า	43
ภาพที่ 4.5. แสดงหน้าเว็บไซต์ในการเดินทางมายังบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์	45
ภาพที่ 4.6. ระหว่างถ่ายทำวิดีโอ ณ.ท่าพระอาทิตย์	46
ภาพที่ 4.7. ภาพแสดงการติดต่อของวิดีโอ การโดยสารโดยเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยา	46
ภาพที่ 4.8. แสดงภาพวิดีโอหลังจากการถ่ายทำเสร็จ	47
ภาพที่ 4.9. แสดงภาพวิดีโอที่อัปโหลดลงใน Web Page Facebook ของบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์	47
ภาพที่ 4.10. แสดงภาพวิดีโอที่อัปโหลดลงใน เว็บไซต์ YouTube	48
ภาพที่ 4.11. แสดงภาพตัวอย่างคอมเม้นท์ของเว็บไซต์ YouTube	48

ตารางรูปภาพ(ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.12. แสดงโฆษณาเกี่ยวกับการให้บริการทัวร์ ของบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์.....	49
ภาพที่ 6.1. ภาพขณะทำการแสดงประกอบวิดีโอ.....	55
ภาพที่ 6.2. ภาพการทำภารกิจขนย้ายจักรยาน.....	55
ภาพที่ 6.3. ภาพระหว่างการออกปฏิบัติงานภาคสนาม.....	56
ภาพที่ 6.4. การถ่ายทำวิดีโอประกอบโครงการ.....	56
ภาพที่ 6.5. ภาพการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมประเพณีตลาดน้อย.....	57
ภาพที่ 6.6. ภาพอาจารย์ที่ปรึกษามาเยี่ยมที่สถานที่ฝึกงาน.....	57
ภาพที่ 6.7. จัดชুমกิจกรรม คลองสาน-ธนบุรี ดีไลท์ ณ.สยาม.....	58
ภาพที่ 6.8. ภาพการทำกิจกรรมตัวแทนคุณครูสอนภาษาอังกฤษ.....	58
ภาพที่ 6.9. ภาพบรรยากาศขณะออกปฏิบัติงานทัวร์.....	59
ภาพที่ 6.10. ภาพลูกค้าและชาวบ้านในสถานที่ท่องเที่ยว.....	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันในประเทศไทยได้พบปัญหาเกี่ยวกับทางด้านการจราจร ติดอันดับต้น ๆ ที่มีการจราจรที่ติดขัดที่สุดในโลก เนื่องจากผู้ใช้รถยนต์เสียเวลากับการจราจรมากจนเกินไป จากการสำรวจพบว่าแทบจะไม่มีทางที่จะแก้ไขปัญหาระบบการจราจรที่ติดขัดนี้ได้ ดังนั้นทางบริษัท โท แวน เคส เซล บางกอก ทัวริส ได้มองเห็นปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางมายังบริษัท และสถานที่ท่องเที่ยว ที่เป็นที่ยอดนิยมหลาย ๆ แห่งในกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ของบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลการจราจรของ INRIX เผยว่ารายงานการประเมินสภาพจราจรทั่วโลก ประจำปี พ.ศ. 2559 หรือ Global Traffic Scorecard Report ได้กล่าวไว้ว่าประเทศไทยของเรานั้นจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีการจราจรติดขัดมากที่สุดเป็นอันดับต้นๆของโลก โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร คนจำนวนมากนิยมขับรถส่วนตัว เดินทางออกไปทำงาน ทำให้เสียเวลาบนท้องถนนจนเกิดความจำป็น หรือเสียเวลาวนหาที่จอดรถ โดยเฉพาะเป็นรายบุคคลว่าเสียเวลาบนท้องถนนคนละประมาณ 61 ชั่วโมงต่อปี ส่วนอันดับที่รองลงมานั้น ตามด้วยประเทศโคลอมเบียและประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งคนเสียเวลาไปกับรถติดประมาณ 47 ชั่วโมงต่อปี ขณะที่รัสเซียและสหรัฐฯ เสียเวลากับรถติดประมาณ 42 ชั่วโมงต่อปี ส่วนกรุงเทพมหานครจากที่เคยอยู่อันดับที่ 30 เมื่อปีที่แล้วกลายเป็นอันดับต้นๆของโลก โดยเสียเวลากว่าร้อยละ 25 เปอร์เซนต์ หมดไปกับการรอสัญญาณไฟจราจรโดยเปล่าประโยชน์ การใช้เวลาบนท้องถนนในแต่ละวันส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพสังคมและสุขภาพประชาชน ทั้งยังทำให้สูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจ ไม่มีมาตรการใดที่จะกำจัดปัญหารถติดได้อย่างถาวร เพราะแต่ละเมืองมีปัญหาเฉพาะของตัวเอง ส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาถนนที่ไม่เพียงพอหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้รถใช้ถนน การบริหารจัดการเส้นทางจราจรถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นปัญหาใหญ่ การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ต้องอาศัยวิธีที่ยืดหยุ่นอื่นๆ ด้วย เช่น การปรับปรุงเรื่องเส้นทางและค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้มีความหลากหลาย หรือนำเสนอเส้นทางใหม่ในการเดินทางที่ดียิ่งขึ้น

ผู้จัดทำโครงการ ได้สังเกตเห็นถึงปัญหาของลูกค้าที่ต้องการเดินทางมายังบริษัท เพื่อเข้าร่วมทัวร์ แต่ไม่สามารถเดินทางมาได้ตรงตามเวลา เนื่องจากการจราจรที่ติดขัดรวมทั้งปัญหาการไถ่ราคาค่าโดยสารจากรถประจำทาง เป็นปัญหาที่พบบ่อยและไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้หายขาดได้ ซึ่งลูกค้าส่วนมากนิยมนั่งรถแท็กซี่ หรือสามล้อ เนื่องจากพบบตามท้องถนนหรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปได้ง่าย มีจำนวนเยอะ ผู้จัดทำจึงอยากนำเสนอเส้นทางที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยม แต่สามารถเดินทางได้ง่ายและไม่ต้องเสียเวลานานตามท้องถนน ทั้งยังสามารถเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถชมวิถีการใช้ชีวิตของคนไทยริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นอย่างดี เป็นความครบครันที่ลงตัว สามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดอรุณราชวราราม เป็นต้น

ทางบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์นั้นก่อตั้งขึ้นโดย คุณจาโคบัส (โค) แวน เคสเซลล์ และ คุณจันทร์มณี พลภักดี ทั้งสองท่านมีจุดประสงค์หลักในการจัดตั้งทัวร์จักรยานขึ้นร่วมกัน เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยว ในเชิงวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้จักรยานสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ให้เกิด ต่อวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองไทย และร่วมส่งเสริมณรงค์ให้ทุกคนหันมาใส่ใจกับการใช้จักรยานในเมืองหลวง เพื่อลดปัญหาการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนน

คุณจาโคบัส (โค) แวน เคสเซลล์ เป็นชาวดัตช์ ผู้ซึ่งก่อตั้ง และบุกเบิกทัวร์จักรยานแห่งแรกในกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ที่มีใจรักในการปั่นจักรยาน มีความต้องการที่จะนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวทัวร์จักรยาน ที่สามารถสัมผัสถึงมิตรภาพ รอยยิ้ม เสียงหัวเราะ สามารถเข้าถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่อันหลากหลาย และมีเสน่ห์ ของคน ในเมืองหลวงได้อย่างใกล้ชิด จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในเรื่องของเส้นทางในกรุงเทพมหานคร ทำให้ผลงานทัวร์จักรยานของเขาได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก ทุกคนอยากที่จะมาผจญภัยทัวร์จักรยาน จากคำเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวดูวิถีชุมชนผ่านทัวร์จักรยาน ประเทศที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมากคือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ 70% และนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ 30% เช่น ประเทศฝรั่งเศส ประเทศอเมริกา ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

เส้นทางการท่องเที่ยวของทัวร์จักรยานนั้น มีให้นักท่องเที่ยวเลือกสรรอย่างหลากหลาย ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ทัวร์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ‘Co Combo’ เป็นทัวร์จักรยาน 5 ชั่วโมงที่รวบรวมความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและธรรมชาติไว้อย่างลงตัว มีเวลาให้เลือก 2 ช่วงเวลา เช่น ทัวร์ช่วงเช้าเวลา 07.00 น. และช่วงบ่าย 13.00 น. เป็นทัวร์ยอดฮิตที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวผ่านทัวร์จักรยานทางบริษัทจึงเกิดการบอกต่อ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทางผู้จัดทำจึงอยากเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางมายังบริษัท หรือการเดินทางต่อไปยังที่ท่องเที่ยวต่างๆหลังจากจบทัวร์ สาเหตุที่เกิดจากการจราจรที่ติดขัดในกรุงเทพมหานคร ทำให้การเดินทางมาบริษัทเกิดความล่าช้า บางครั้งลูกค้าอาจเดินทางมาไม่ทันทัวร์ในวันนั้น ๆ ทำให้เสียโอกาสหรือ เสียเวลาในการเดินทางไปโดยใช้เหตุ ทางบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ จึงเกิดแนวคิดในการจัดการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร โดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวิดีโอ เพื่อแก้ไขในปัญหาที่ลูกค้า ประสบปัญหาการติดขัดและโดนรถโดยสารคิดค่าโดยสารที่เกินมาตรฐาน เพราะเห็นเป็นชาวต่างชาติ ดังนั้นเราจึงจัดทำวิดีโอเกี่ยวกับการใช้การโดยสารทางเรือด่วนที่ถูกต้อง เพราะมีค่าเดินทางที่ถูกกว่าและเรื่องปัญหาที่เจอจราจรที่ติดขัดและเสียเวลานั้นก็จะช่วยประหยัดเวลาให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมากโดยเฉพาะลูกค้าของ บริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ที่เดินทางมาทำทัวร์ของเราก็จะสะดวกสบายยิ่งขึ้นและประหยัดค่าใช้จ่ายกับการเดินทาง นอกจากนี้ เรือด่วนยังสามารถนั่งไปถึงสถานีรถไฟฟ้าสาทร เพื่อเดินทางต่อได้อีกด้วย

1.2. วัตถุประสงค์

- 1.2.1. เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวิดีโอ กับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ ให้กับลูกค้าได้ทราบถึงการเดินทางที่ถูกต้อง
- 1.2.2. เพื่อการส่งเสริมการตลาดและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักกับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

1.3. ขอบเขตของโครงการ

ในการศึกษาโครงการสหกิจศึกษาครั้งนี้ มีขอบเขตของการศึกษาโครงการแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1.3.1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาข้อมูลในเรื่องของหลักการประชาสัมพันธ์ การตลาด พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และงานวิจัยต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสาร ผ่านช่องทาง เฟสบุ๊ก(Facebook) และ ยูทูบ(YouTube) ของบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

1.3.2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการจากทางบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.3.3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

อยู่ในระยะเวลา 2 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงเดือนพฤศจิกายน

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

บริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ และเส้นทางเดินโดยสารเรือควนเจ้าพระยา

1.4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1. บริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.4.2. มีการเคลื่อนไหวผ่าน เฟสบุ๊ก (Facebook) และ ยูทูบ (YouTube) ทำให้กลุ่มลูกค้าได้

ติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

1.4.3. สร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรโดยการสื่อวิดีโอผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต

1.4.4. ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงช่องทางการเดินทางโดยเรือโดยสารอย่างถูกต้อง

บทที่ 2

ทฤษฎีและโครงการที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาสหกิจเรื่อง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ใน กรุงเทพมหานคร โดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวิดีโอ ได้มีการสำรวจและค้นคว้าทฤษฎี ที่เกิดขึ้นจริงเพื่อ เป็นกรอบและแนวทางสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1. การขนส่งและการจราจร

2.1.1. การขนส่งทางบก

2.1.2. การขนส่งทางน้ำ

2.1.3. การขนส่งทางอากาศ

2.1.4 ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทาง บก น้ำ อากาศ

2.2. พฤติกรรมและความหมายของการท่องเที่ยว

2.2.1. การท่องเที่ยว

2.2.2. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

2.2.3. ปัญหาของนักท่องเที่ยว

2.3. การตลาด

2.3.1. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิดีโอ

2.4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. การขนส่งและการจราจร

การขนส่งคือการเคลื่อนย้ายคน สินค้า หรือบริการ จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง ในกรณีของการเคลื่อนย้ายคน จะเป็นเรื่องของการขนส่งผู้โดยสารโดยส่วนใหญ่ (วอยซ์ทีวี, 2560) การขนส่งนั้นก็จะแบ่งออกเป็นหลายช่องทางตามสภาพแวดล้อมมีการขนส่งทั้ง ทางบก ทางน้ำ และ ทางอากาศ การขนส่งทางค้ำดังกล่าวก็ยังมีโดยสารหลากหลายประเภท เช่น เรือ เรือด่วน รถยนต์ มอเตอร์ไซด์ และเครื่องบิน

การจราจร นั้นคือการเดินทางโดยใช้ทางสาธารณะ ใช้สำหรับขับขี่ หรือใช้สำหรับคน เดินทางเท้า การจราจรสามารถตีความหมายได้หลากหลายรูปแบบ สามารถใช้ในการเดินจูงสัตว์ เลี้ยงหรือการไล่ต้อนสัตว์ และการจราจรยังสามารถทำให้เกิดปัญหาได้ ปัญหาการจราจร หมายถึง อุปสรรค ข้อขัดข้อง ที่ทำให้การจราจรติดขัดไม่บรรลุเป้าหมายของผู้ขับขี่ คนเดินเท้าหรือ ประชาชน ทั่วไปในสังคม ได้รับผลกระทบจากปัญหาการจราจรที่ ทางตรงและทางอ้อม

สามารถแยกการขนส่งออกเป็น 3 ทาง คือ

2.1.1. การขนส่งทางบก

การขนส่งทางบก หมายถึง การลำเลียง คน สัตว์ และสิ่งของ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยใช้พาหนะที่เคลื่อนที่บนบก พัฒนามาเรื่อยๆ โดยเริ่มจากการแบกหาม โดยมนุษย์ ใช้สัตว์ ประเภทช้าง ม้า วัว ควาย บรรทุกสิ่งต่างๆ ใช้สัตว์ลากยานพาหนะ ซึ่งในปัจจุบันมนุษย์นิยมหันใช้ การเดินทางโดยรถไฟและรถยนต์ มนุษย์มีความเชื่อว่าการมีรถยนต์หลากหลายประเภท ทำให้การเดินทางสะดวกสบายและสอดคล้องกับความต้องการในการเดินทางมากขึ้น ปัจจุบันใน กรุงเทพมหานคร มีการนิยมการนำยานพาหนะมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันในการเดินทางบนบก

การขนส่งทางบกกับการจราจรที่ติดขัดปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและเมืองใหญ่ ไม่ใช่แค่ปัญหาทางด้านเทคนิคที่จะแก้ได้ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่เป็นปัญหาทางเศรษฐกิจการเมืองที่สะท้อนให้เห็นภาพถึง โครงสร้างและปัญหาทั้งหมดของสังคมไทยทั้งหมด การที่รัฐบาลและผู้บริหารในกรุงเทพมหานคร ยังไม่สามารถแก้ปัญหานี้ได้ สะท้อนให้เห็นถึงขีดความสามารถของคนไทยที่ยังไม่สามารถเข้าใจ

และไม่สามารถหาหนทางแก้ไขปัญหาการจราจรที่ตันต่อได้ สาเหตุหลักของจราจรติดขัด ในปัจจุบันประชากรในกรุงเทพมหานคร นิยมซื้อรถยนต์มากขึ้น ผู้คนหันมาใช้รถส่วนตัวแทนการเดินทางโดยการขนส่งสาธารณะ เปรียบเทียบกันแล้วพบว่า เมืองใหญ่หลายๆแห่งในโลก ที่ประชาชนประเทศนั้น ๆ มีความร่ำรวยกว่า สามารถซื้อรถยนต์ได้มากกว่าคนไทย แต่ประชากรเหล่านั้นส่วนมากใช้การขนส่งสาธารณะเป็นหลัก มากกว่าใช้รถบุคคล เฉพาะบางกรณีเท่านั้น เพราะว่าการใช้รถส่วนบุคคล ทำให้เปลืองพื้นที่บนท้องถนนมากกว่าใช้รถโดยสารสาธารณะ

2.1.2. การขนส่งทางน้ำ

การขนส่งทางน้ำ (กรมการขนส่งทางน้ำ,2559) หมายถึงการลำเลียง คน สัตว์ และสิ่งของ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยใช้พาหนะที่เคลื่อนที่บนน้ำ ซึ่งเป็นการขนส่งทั้งทางแม่น้ำลำคลอง และทะเลทั้งภายในและภายนอกประเทศการขนส่งทางน้ำได้เปรียบกว่าการขนส่งทางอื่นคือ การขนส่งทางน้ำนั้นสามารถบรรทุกสินค้าหนักและปริมาณมากๆได้ เช่น น้ำมัน ไม้ซุง หิน กรวดทราย สัตว์มีชีวิต นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างซ่อมแซม หรือบำรุงเส้นทางขนส่งทางน้ำมีน้อยกว่าทางอื่น ๆ การขนส่งทางน้ำมีวิวัฒนาการของการขนส่งทางน้ำ เริ่มจากใช้ท่อนไม้ซึ่งลอยน้ำได้เป็นตัวช่วยพยุง ต่อมาท่อนไม้มาผูกรวมเป็นแพลอยน้ำได้สำหรับบรรทุกวัตถุต่าง ๆ ปัจจุบันมนุษย์นิยมใช้เรือที่มีเครื่องยนต์ และในกรุงเทพมหานคร ได้มีการนำเรือมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเรือที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งสะดวกรวดเร็วและราคาประหยัด นั่นก็คือ เรือด่วนโดยสารแม่น้ำเจ้าพระยา

2.1.2.1. การขนส่งทางน้ำกับการขนส่งสาธารณะโดยเรือโดยสาร

กรมเจ้าท่าเดิมยังเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ที่มีภารกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศ และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมการพัฒนาเกี่ยวกับระบบการขนส่งทางน้ำ และการพาณิชย์น้ำให้เชื่อมโยงกับระบบการขนส่งประเภทอื่นๆ(กรมการขนส่งทางน้ำ,2559) ยกตัวอย่างเช่น การขนส่งผู้โดยสารโดยเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยา และ การส่งสินค้าโดยเรือ ในปัจจุบันนั้นมีการส่งเสริมพัฒนาท่าเรือ อยู่ต่อเรือ กองเรือไทย และกิจการที่เกี่ยวข้องด้วยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ นักธุรกิจ หรือประชาชนได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว ทัวถึง รวมถึงความปลอดภัยใน

การเดินทางของแต่ละครั้งอีกด้วย รวมไปถึงการสนับสนุนภาคการส่งออกของประเทศไทยที่มีความเข้มแข็งด้วยศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆอีกด้วย และมีการกิจในการพัฒนาโดยมีดังนี้

- ด้านการคมนาคมทางน้ำกับการกิจในการขุดลอกบำรุงรักษาสภาพของแหล่งน้ำ สร้างเขื่อนป้องกันการพังทลายของตลิ่ง และการป้องกันการกัดเซาะ โดยมีการควบคุมดูแลยานพาหนะ ตรวจสอบสภาพเรือและจดทะเบียนเรือ
- การกิจด้านการรักษาสภาพแวดล้อมทางน้ำ ที่มีการควบคุมดูแลการทิ้งของเสียลงไปในแม่น้ำ โดยการควบคุมดูแลไม่ให้มีการบรรทุกหรือสิ่งก่อสร้างที่จะสร้างแถว ๆ ลำน้ำ รวมไปถึงการควบคุมการขจัดคราบน้ำมัน

2.1.2.2. ประเภทของเรือด่วนโดยสารแม่น้ำเจ้าพระยา และเส้นทางของการขนส่ง

(กรมเจ้าท่า, 2557) แบ่งออกเป็น 5 สี

1. เรือประจำทาง แบบ ไม่มีธง

- เส้นทาง นนทบุรี – วัดราชสิงขร
- บริการ จันทร์ – ศุกร์ โดยแบ่งเวลาเป็น 06.45 – 07.30 น. เช้า กับ 16.00 – 16.30 น. เย็น อัตราค่าโดยสาร
- อัตราค่าโดยสาร 9 / 11 / 13 บาท ตามระยะทาง

2. เรือด่วนพิเศษ ชงสีส้ม

- เส้นทาง นนทบุรี – วัดราชสิงขร
- บริการ ทุกวัน โดยแบ่งเวลาเป็น 06.00 – 19.00 น.
- อัตราค่าโดยสาร 14 บาท ตลอดเส้นทาง

3. เรือด่วนพิเศษ ชงสีเขียว

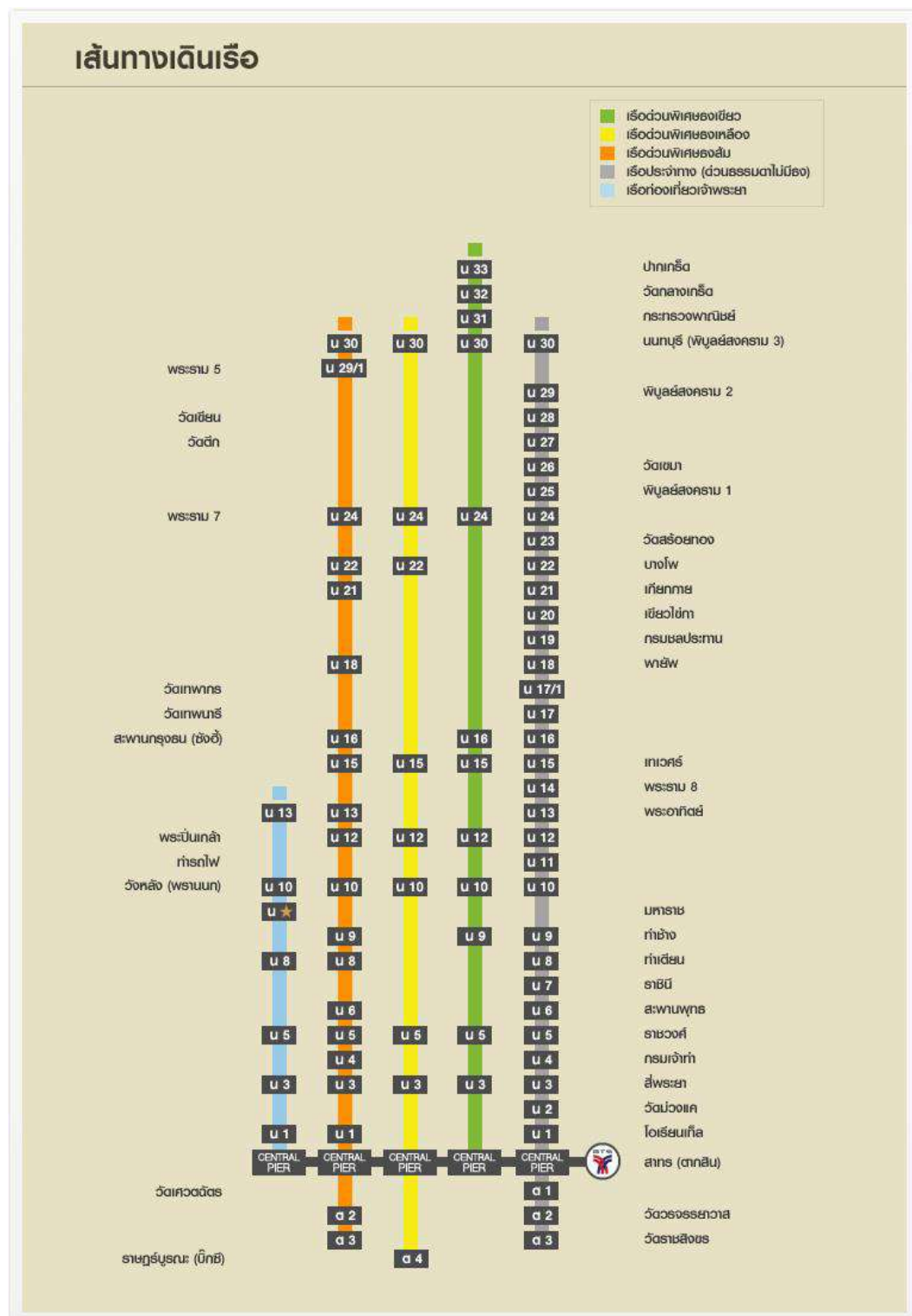
- เส้นทาง ปากเกร็ด – นนทบุรี – สาทร
- บริการ จันทร์ – ศุกร์ โดยแบ่งเวลาเป็น 06.10 – 08.10 น. เข้า กับ 16.05 – 18.05 น. ขึ้น
- อัตราค่าโดยสาร 13 / 20 / 32 บาท ตามระยะทาง

4. เรือด่วนพิเศษ ชงสีเหลือง

- เส้นทาง นนทบุรี – สาทร
- บริการ จันทร์ – ศุกร์ โดยแบ่งเวลาเป็น 06.15 – 08.20 น. เข้า กับ 16.00 – 20.00 น. ขึ้น
- อัตราค่าโดยสาร 20 บาท ตลอดเส้นทาง

5. เรือด่วนพิเศษ ชงสีฟ้า (Tourist express boat)

- เส้นทาง ท่าเรือสาทร – ท่าพระอาทิตย์
- บริการ ทุกวัน เริ่ม 9.30 น. ถึง 17.00 น.
- อัตราค่าโดยสาร 50 บาท ตลอดเส้นทาง ต่อรอบ กับ 150 บาท คือราคาเหมาทั้งวัน



ที่มา : <http://f.ptcdn.info/050/020/000/1402632103-yuyuuyuJPG-o.jpg>

2.1.3. การขนส่งทางอากาศ

การขนส่งทางอากาศ หมายถึง การลำเลียงคน สัตว์ และสิ่งของ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะที่เคลื่อนที่ในอากาศ รวมถึงการเดินทางของมนุษย์โดยทางอากาศ ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง คือ เครื่องบิน สำหรับยานพาหนะที่สามารถเคลื่อนที่ในอากาศได้มีหลายชนิด ได้แก่ เครื่องร่อน บอลลูน ยานอวกาศ และจรวด เป็นต้น ซึ่งพัฒนาจากการขนส่งทางอากาศ เริ่มจาก เครื่องร่อน บอลลูน เรือเหาะ และในปัจจุบันใช้เครื่องบินการรับขนสาธารณะโดยอากาศยาน ซึ่งคนโดยสาร ลัมภาระ สินค้า และไปรษณียภัณฑ์ ที่แยกกันหรือรวมกัน โดยมีค่าตอบแทนหรือค่าจ้าง การขนส่งทางอากาศ เป็นการขนส่งที่สะดวกและรวดเร็วกว่าวิธีอื่น แต่ต้องใช้จ่ายค่าเชื้อเพลิงสูง เหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าที่มีราคาแพงและจำเป็นที่ตลาดมีความต้องการสูง มีน้ำหนักไม่มากเกินไป ปัจจุบันเกือบทุกประเทศในโลก มีสายการบินพาณิชย์ของตนเอง เพื่อใช้ขนส่งผู้โดยสาร และสินค้าภายในประเทศและระหว่างประเทศ

2.1.4. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทาง บก น้ำ อากาศ

- การขนส่งทางบนบก

ตารางที่ 2.1. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทางบก(Nattida,2008)

ข้อดี	1. ประหยัด ขนส่งสินค้าได้จำนวนมากหลายชนิด 2. รวดเร็ว สามารถขนส่งสินค้าได้ทันตามกำหนดเวลาที่ต้องการ 3. สะดวก เพราะมีตู้หลายชนิดให้เลือกเพื่อความเหมาะสมกับสินค้า 4. ปลอดภัยสูง เมื่อเทียบกับเส้นทางอื่น 5. ขนส่งได้ทุกสภาพดินฟ้าอากาศ
ข้อเสีย	1. ไม่สามารถขนส่งสินค้าให้ถึงที่ต้องการขนถ่ายได้ 2. ความยืดหยุ่นมีน้อย เพราะมีเส้นทางตายตัว 3. มีความคล่องตัวน้อยกว่าการขนส่งแบบอื่น เพราะมีกฎระเบียบมาก 4. ไม่เหมาะสมกับผู้ส่งสินค้ารายย่อย ปริมาณน้อย

- การขนส่งทางน้ำ

ตารางที่ 2.2. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทางน้ำ(Nattida,2008)

ข้อดี	1. อัตราค่าขนส่งถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การขนส่งประเภทอื่น 2. ขนส่งได้ปริมาณมาก 3. มีความปลอดภัย 4. สามารถส่งได้ระยะไกล ๆ
ข้อเสีย	1. มีความล่าช้าในการขนส่งมาก 2. ในฤดูน้ำลดหรือฤดูร้อน น้ำอาจมีน้อย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง เพราะเรือเกยตื้นได้ 3. ไม่สามารถกำหนดเวลาที่แน่นอนในการขนส่งได้ขึ้นอยู่กับภูมิอากาศ และ ภูมิประเทศ

- การขนส่งทางอากาศ

ตารางที่ 2.3. ข้อดีและข้อเสียของการขนส่งทางอากาศ(Nattida,2008)

ข้อดี	1. สะดวก รวดเร็วมากเป็นที่สุด 2. สามารถขนส่งสินค้ากระจายไปได้ทั่วถึงได้อย่างกว้างขวางทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ 3. สามารถขนส่งไปในท้องถิ่นที่การขนส่งประเภทอื่นไปไม่ถึงหรือไปยากลำบาก 4. เหมาะกับการขนส่งระยะไกลๆ 5. เหมาะกับการขนส่งสินค้าที่เสียหาย จำเป็นต้องถึงปลายทางรวดเร็ว 6. ขนส่งได้หลายเที่ยวในแต่ละวัน เพราะเครื่องบินขึ้นลงได้รวดเร็ว
-------	---

ข้อเสีย	1. ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงกว่าประเภทอื่น 2. จำกัดขนาดและน้ำหนักของสินค้าที่บรรทุกจะมีขนาดใหญ่และน้ำหนักมากไม่ได้ 3. บริการขนส่งได้เฉพาะเมืองที่มีท่าอากาศยานเท่านั้น 4. การขนส่งขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ 5. การลงทุนและค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาอุปกรณ์สูง 6. มีความเสี่ยงภัยอันตรายสูง
---------	--

2.2. พฤติกรรมและความหมายของการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง(ชวลิน ชูทยาน,2551) โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| 1. เป้าหมาย | 5. การตอบสนอง |
| 2. ความพร้อม | 6. ผลลัพธ์ที่ตามมา |
| 3. สถานการณ์ | 7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง |
| 4. การแปลความหมาย | |

2.2.1. การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพ หรือธุรกิจ

การงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุม การจัดสัมมนา การจัดฝึกอบรม นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยวมักจะมีเหตุผลหรือประเภทของจุดหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัยประกอบที่เป็นตัวสนับสนุน

ประเภทของนักท่องเที่ยว

การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

1. ตามการจัดการเดินทาง

- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก(Mass Tourists) มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ในแบบเดียวกัน
- Eco Tourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษาสภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์
- ตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว
- เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)
- เป็นส่วนบุคคล (Independent Tour)

2. ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 8 ประการ คือ

- การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด(holiday-mass Popular individual)
- การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้ วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร การนมัสการศูนย์ศาสนา เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา(Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัยการศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน
- การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) คือการเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ
- การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

- การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่นการ วาดภาพ การเขียน วนนิยาย เป็นต้น
- การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting Friend and Relative) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

3. ตามวิธีการเดินทาง

- แบบเหมาจ่าย (Package Tour)
- แบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour)
- แบบเป็นรางวัล (Incentive Tour)
- แบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)
- ตามอายุ
- ตามเพศ
- ตามฐานะทางสังคม
- ตามประสบการณ์และบทบาท

2.2.2. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

(Seabrook, 2007) ได้ระบุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism)
2. การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา (Religious Tourism)
3. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism)
4. การท่องเที่ยวแบบสวัสดิการ (Social Tourism)
5. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism)
6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
7. การท่องเที่ยวแบบชมทิวทัศน์ (Scenic Tourism)
8. การท่องเที่ยวแบบการแสวงหาความสำราญ (Hedonistic Tourism)
9. การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือทำกิจกรรม (Activity Tourism)

10. การท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

2.2.3. ปัญหาของนักท่องเที่ยว

1. นักท่องเที่ยวถูกแท็กซี และสามล้อมีราคาค่าโดยสารสาธารณะไม่มีมาตรฐาน เช่น การขับอ้อมไปอ้อมมา เพื่อให้เสียเวลา และเพิ่มอัตราค่าโดยสารแพงกว่าเท่าที่ควร
2. ราคาสินค้าไม่มีมาตรฐาน
3. ปัญหาการจราจรติดขัด
4. มาตรฐานความปลอดภัยที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้มีข่าวนักท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน รัฐบาลนานาประเทศ ต่างเรียกร้องให้ไทยเพิ่มมาตรการดูแลความปลอดภัยแก่ชาวต่างชาติ ซึ่งเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นประจำ
5. นักท่องเที่ยวเรียกร้องให้ไทยเร่งแก้ไขปัญหาด้านความสะอาดของสถานที่สาธารณะ เช่น ห้องน้ำสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2.3. การตลาด

การทำกิจกรรมกับตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดความต้องการ และสนองต่อความจำเป็นของมนุษย์ทำให้เกิดความพึงพอใจ(Phillip Kotler,1931) การตลาดมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ ในสังคม ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคมมนุษย์ การตลาดมีบทบาทอย่างใหญ่หลวงต่อความเจริญเติบโต และพัฒนาการทางเศรษฐกิจของ ประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาหาสิ่งใหม่ มาสนองความต้องการของตลาดและสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาส เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทาง และผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิด การจ้างงาน เกิดรายได้กับแรงงาน ธุรกิจ ทำให้ประชาชน มีกำลังการซื้อ และสามารถสนองความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้มาตรฐานค่าครองชีพของบุคคลในสังคมมีระดับสูงขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความสำคัญของการตลาดอาจกล่าวได้ดังนี้

1. การตลาดเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน การดำเนินการตลาดของธุรกิจจะทำให้ผู้ผลิตกับผู้บริโภคเข้ามาใกล้กัน และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดความพึงพอใจระหว่าง ผู้ซื้อ และผู้ขาย การตลาดยังไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเท่านั้นแต่ยังเป็นเครื่องมือที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความซื่อสัตย์ภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคกลับมาใช้ หรือซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำเมื่อมีความต้องการ
2. การตลาดเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค การดำเนินการทางการตลาดทำให้ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองและสร้างความ พึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ด้วยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับภาวะการณ์สถานภาพ ของผู้บริโภคด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณ ในเวลา ในสถานที่ ที่ผู้บริโภคต้องการ ในราคา ที่ผู้บริโภคมีกำลังการซื้อ และโอนความเป็นเจ้าของได้ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค นอกจากจะดำเนินการในหน้าที่ของการตลาด ให้เกิดการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในเรื่องดังกล่าว สิ่งที่สำคัญจะต้องกระทำอีกประการหนึ่งก็คือ สร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคในกิจกรรมดังกล่าว
3. การตลาดเป็นตัวผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ด้วยแนวคิด ของการตลาด ในการมุ่งสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และรับผิดชอบต่อสังคม ผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ต้องพัฒนาปรับปรุงตรงต่อความต้องการต่อผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ตลอดจนจูงใจผู้บริโภคด้วย การเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และระบบการตลาดเสรี ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในการสร้าง ความพึงพอใจ และจูงใจผู้บริโภค จึงยังเป็นแรงผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขัน ในตลาดเสรี
4. การตลาดเป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจ ด้วยการก่อให้เกิดการบริโภคและการพึ่งพากันอย่างเป็นระบบมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจทั้งระบบ การสร้างความต้องการและการสนองความต้องการในการบริโภค ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจ คือเกิดการจ้างงาน เกิดรายได้ เกิดการบริโภค และเกิดการใช้จ่ายแรงงาน ซึ่งจะมีการพึ่งพากันและเชื่อมโยงไหลเวียนตามลำดับอย่างเป็นระบบ ผลจะทำให้การดำรงชีวิต ของมนุษยชาติในสังคมอยู่ในระดับที่มีการกินคืออยู่ดี มีความเป็นอยู่ อย่างเป็นสุขโดยทั่วกัน

- ส่วนประกอบการตลาด (Marketing mix strategy)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ธุรกิจนำเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคหรือตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจและต้องการเป็นเจ้าของที่จะนำมาใช้หรือบริโภค เพื่อสนองความต้องการและความจำเป็นให้ได้รับความพึงพอใจ ตัวผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย รูปแบบ ลักษณะ สี สัน ตรา สัญลักษณ์ ชื่อยี่ห้อ การให้บริการ และการรับประกัน ซึ่งธุรกิจสามารถพัฒนาปรับปรุงได้อยู่เสมอ
2. ราคา (Price) เป็นมูลค่าในการแลกเปลี่ยนซื้อขายผลิตภัณฑ์ และเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการตั้งราคาจึงควรให้อยู่บนความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจึงต้องพิจารณาถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้
3. สถานที่ (Place) เป็นโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) ที่ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการเคลื่อนย้ายกระจายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ธุรกิจสามารถเลือกสถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเป็นการแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาด นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดยังทำหน้าที่ศึกษาวิจัยกระบวนการติดต่อสื่อสารให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค เพื่อนำไปใช้ในการชักชวนผู้บริโภคให้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือเพื่อเตือนความทรงจำให้แก่ผู้บริโภค โดยอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยใช้พนักงานขาย

จากการข้อมูลของการตลาด(Marketing mix strategy) เรานำเรื่องสถานที่ (Place) มาปรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากว่าสื่อวิดีโอได้มีการจัดทำวิธีการเดินทางมายังบริษัท เพื่อโฆษณาให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักกับบริษัท โค แวน เคสเชล บางกอกทัวร์มากขึ้น และทราบถึงการให้บริการของทางบริษัท

- สื่อที่ใช้ของการประชาสัมพันธ์โดยเรือโดยสารเพื่อการท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา

ในกรุงเทพมหานคร คือ การทำรูปแบบประชาสัมพันธ์โดยเรือด่วนของแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อการเดินทางและเพื่อการท่องเที่ยวโดยผ่านการถ่ายทำเป็นวิดีโอ โดยมีการถ่ายทำการใช้เรือโดยสารว่ามีการเดินเรือผ่านเส้นทางไหนบ้าง แนะนำการเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ว่าควรเดินทางอย่างไร เพื่อให้ถึงยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะไป เช่น นักท่องเที่ยวอยู่ที่บางรัก แต่จะไปข้าวสาร ควรนั่งเรือด่วนจาก ท่าเรือสาทร ไปยังท่าพระอาทิตย์ และในเนื้อหาของวิดีโอ นั้นก็จะมีบอกวิธีการจ่ายค่าโดยสาร ได้ตรงท่าเรือที่นักท่องเที่ยวจะขึ้น และอีกทั้งยังสามารถจ่ายค่าโดยสารภายในเรือที่นักท่องเที่ยวจะนั่งอีกด้วย โดยแต่ละเรือโดยสารจะแบ่งประเภทของเรือที่มีราคาแตกต่างกัน โดยสามารถสังเกตได้ บนท้ายเรือที่มีธงแต่ละสีที่บ่งบอกถึงราคาที่เราต้องจ่ายค่าโดยสารนั้นๆ ผ่านสื่อวิดีโอ เป็นต้น

- การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด

ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด หมายถึง กระบวนการในการวางแผนงานปฏิบัติการให้เสร็จสิ้นตามแบบแผนการที่ได้วางไว้ตลอดจนประเมินผลหรือติดตามผลงานความสำเร็จของโครงการ ที่จะช่วยส่งเสริมให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดการซื้อและสามารถตอบสนองความสำเร็จของด้านโครงการ ที่จะช่วยเสริมสร้างให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดการซื้อซ้ำ และยังสามารถตอบสนองต่อความจำเป็นหรือความต้องการความเกี่ยวพันและผลประโยชน์ของผู้บริโภคได้อย่างที่ถูกต้องที่สุดและจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้บริโภคผ่านช่องทางการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือ และเกิดความประทับใจ โดยระบุถึงบริษัท หรือกลุ่มบุคคลและผลิตภัณฑ์ของบริษัท(วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544)

2.3.1 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิดีโอ

2.3.3.1. เทคนิคการถ่ายภาพวิดีโอ

เรื่องมุกกล้อง คือ การถ่ายภาพในมุมที่แตกต่างกัน เพราะมุมของภาพนั้นมีผลต่อความคิดความรู้สึกของผู้ดูได้ โดยมีการแบ่งมุกกล้องเป็น 3 ระดับ คือ

1. ภาพระดับสายตา คือ การถ่ายภาพในตำแหน่งที่อยู่ในระดับสายตาปกติที่เราสามารถมองเห็น ขนาดเท่ากับพื้นดิน ภาพที่จะได้จะให้ความรู้สึกเป็นภาพที่ปกติและธรรมดา

2. ภาพมุมต่ำหรือการถ่ายภาพในมุมต่ำ คือ การถ่ายภาพในตำแหน่งที่มีความต่ำกว่าวัตถุหรือบุคคลที่ถูกถ่าย จะให้ความรู้สึกของภาพเป็นความรู้สึกที่สูงใหญ่ยิ่งขึ้น หรือ ยิ่งใหญ่กว่าความเป็นจริง แสดงถึงความสง่า
3. ภาพถ่ายที่ถ่ายจากมุมสูง คือ การตั้งกล้องถ่ายนำตำแหน่งที่สูงกว่าวัตถุหรือตัวแบบ จึงทำให้ภาพแสดงความรู้สึกถึงความเล็กต้อยต่ำของวัตถุ แต่ถ้าถ่ายบุคคลทำให้ดูผอมเรียว สวยงาม

2.3.3.2. เทคนิคการซูมและการโฟกัส

ในขณะที่ถ่ายภาพวิดีโอไม่ควรซูมหรือเคลื่อนไหว เพราะมันจะทำให้เวลาเราถ่ายวิดีโอ นั้นอาจจะเกิดการสั่นไหวอย่างสูง แต่ถ้าหากต้องการเคลื่อนที่ด้วยตอนซูม โดยให้มีการดึงซูมออกมาให้สุดก่อนแล้วค่อยกดบันทึกและหลังจากนั้นให้เดินเข้าไปแทนการซูมของเลนส์ ควรหยุดการซูมในขณะที่เคลื่อนไหวกล้อง หรือซูมก่อนค่อยกดบันทึกภาพ ทั้งนี้ทำให้ช่วยทำให้วิดีโอที่ได้ น่าสนใจมากขึ้น เช่น การถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ หรือ ตัวบุคคล เช่น ตั้งกล้องซูมเข้าไปที่ตัวบุคคลจากนั้น กดปุ่มเพื่อบันทึก หลังจากนั้นค่อยๆซูมออกมาให้เห็นทั้งหมดของตัวแบบ

2.3.3.3. ข้อดีการถ่ายวิดีโอมุมกว้างและการแพนกล้อง

การถ่ายมุมกว้าง คือ เราจะได้ภาพวิดีโอที่บอกรายละเอียดได้ชัดว่าสถานที่แต่ละสถานที่ ที่ถ่ายนั้นคือที่ไหน และได้รู้ว่าเป็นงานประเภทไหนที่กำลังถ่ายทำวิดีโออยู่ หากว่าถ่ายเห็นป้ายของตึก เข้าไปด้วยได้ยิ่งดี การถ่ายภาพวิดีโอนี้คือการถ่ายที่เป็นเรื่องเป็นราว บอกเล่าเรื่องราวตามลำดับ แต่ละขั้นตอนว่ามีใครทำอะไรบ้าง สถานที่ที่ถ่ายคือที่ไหน ไม่ว่าจะเป็นงานพิธีการต่างๆ หรือถ่ายกันเล่นๆเพราะว่า ภาพจะสลับมุมต่างๆมาให้ชมทำให้ผู้ชมนั้นไม่เกิดความรู้สึกเบื่อ

การถ่ายมุมการแพน คือ โดยการยกกล้องขึ้นลงการซูม, การเลื่อนกล้องจากซ้ายไปขวา หรือ การเล่นมุมกล้องแบบต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้คนดูวิดีโอของเรานั้นไม่เกิดความรู้สึกที่เบื่อหน่าย

2.4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติ ในทางปฏิบัติอาจทำได้หลายวิธี คือ

1. วิธีการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Personal interview or Face to face interview)

เป็นวิธีการที่ส่งเจ้าหน้าที่หรือพนักงานออกไปสัมภาษณ์ผู้ให้คำตอบ และบันทึกคำตอบลงในแบบสอบถาม วิธีนี้นิยมใช้กันมากในการทำสำมะโนและสำรวจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสภาพการณ์ของประเทศไทย เป็นวิธีการที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด พนักงานสัมภาษณ์สามารถชี้แจงหรืออธิบายให้ผู้ตอบเข้าใจในคำถามได้ ทำให้ได้รับคำตอบตรงตามวัตถุประสงค์ แต่การที่จะให้ได้คำตอบที่ดี ก็ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น วิทยะสามารถของผู้ตอบที่จะเข้าใจคำถาม ความตั้งใจของผู้ตอบและความสุจริตใจที่จะให้คำตอบ ความสามารถของพนักงาน ที่จะสัมภาษณ์ได้อย่างละเอียดครบถ้วน และบันทึกคำตอบอย่างถูกต้อง และที่สำคัญที่สุดคือ ความซื่อสัตย์สุจริตของพนักงานสัมภาษณ์ที่จะไม่กรอกข้อมูลเอง ซึ่งในทางปฏิบัติก่อนที่จะส่งเจ้าหน้าที่หรือพนักงานออกไปปฏิบัติงาน จะต้องทำการอบรมชี้แจงให้เข้าใจถึงขั้นตอนการสัมภาษณ์ ตลอดจนวัตถุประสงค์ของโครงการ คำจำกัดความหรือความหมายของคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม การกรอกแบบสอบถาม ซึ่งรายละเอียดต่าง ๆ เหล่านี้ ได้กำหนดไว้ในคู่มือการปฏิบัติงานเก็บรวบรวมข้อมูล

2. วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Enumeration by telephone)

เป็นวิธีการที่อาจทำได้อย่างรวดเร็ว และต้นทุนค่าใช้จ่าย เพราะไม่ต้องเดินทาง แต่มีขอบเขตจำกัด คือใช้ได้เฉพาะผู้ที่มีโทรศัพท์เท่านั้น คำถามที่ถามจะต้องสั้นและเข้าใจง่าย วิธีนี้จึงใช้ในการเก็บรวบรวมที่รายการคำถามไม่มากนัก ประมาณ 1 – 2 รายการ จึงมักใช้ร่วมกับวิธีอื่น หรือใช้ในการทวงถามใบแบบสอบถาม หรือสอบถามเพิ่มเติมเมื่อมีข้อสงสัย เกี่ยวกับคำตอบ หรือไม่ได้รับคำตอบในบางรายการ หรืออาจใช้ในการตรวจสอบการทำงานของพนักงาน

3. วิธีการให้พนักงานไปทอดแบบไว้ให้ผู้ตอบกรอกข้อมูลเอง (Self-enumeration)

วิธีนี้พนักงานจะนำแบบสอบถามไปมอบไว้ให้กับผู้ตอบ โดยอธิบายถึงวิธีการกรอกเท่าที่จำเป็น ผู้ตอบจะต้องกรอกแบบสอบถามเอง พนักงานจะกลับไปปรับแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลแล้วในวันที่กำหนด ในขณะเดียวกันพนักงานจะต้องทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความ

ครบถ้วนของข้อมูลที่กรอกแล้ว ถ้าผิดพลาดหรือไม่ครบถ้วนจะต้องสัมภาษณ์เพิ่มเติม วิธีนี้เหมาะที่จะใช้กับผู้ที่มีการศึกษาพอที่จะอ่าน เขียน เข้าใจคำถามได้ สำหรับประเทศไทยระดับการศึกษา และการให้ความร่วมมือของประชากรยังแตกต่างกันมาก ฉะนั้นจึงเหมาะสมที่จะใช้กับงานบางโครงการเท่านั้น แบบสอบถามที่จะใช้วิธีนี้จะต้องมีคำถามที่เข้าใจง่าย มีคำอธิบายอย่างชัดเจน และการกรอกแบบสอบถามต้องไม่ ยุ่ง ยาก

4. วิธีการส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ (Mailed questionnaire)

เป็นวิธีที่ส่งแบบสอบถาม ให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ และให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลแล้วกลับคืนมาทางไปรษณีย์เช่นเดียวกัน วิธีนี้คล้ายกับการทอดแบบ แต่ต่างกันตรงที่ส่งแบบทางไปรษณีย์ เป็นวิธีการที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด เพราะเสียเพียงค่าแสตมป์แทนค่าใช้จ่ายของพนักงานสนาม โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ที่จะให้คำตอบอยู่กระจัดกระจายกันมาก ซึ่งไม่อยู่ในวิสัยที่จะส่งพนักงานสนามไปทำการสัมภาษณ์ได้ ในกรณีที่ผู้ตอบเห็นความสำคัญของข้อมูล ข้อมูลที่ได้อาจมีคุณภาพดีกว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพราะผู้ตอบมีเวลาคิด ก่อนตอบ และไม่ต้องตอบภายใต้สถานการณ์เร่งรีบของพนักงานสัมภาษณ์ แต่วิธีนี้ก็มิมีข้อเสียที่มักจะมีอัตราการไม่ตอบสูง (non-response rate)

5. วิธีการสังเกตการณ์ (Observation)

เป็นวิธีเก็บข้อมูลโดยการสังเกตโดยตรงจากปฏิกิริยา ท่าทาง หรือเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ ที่เกิดขึ้นในขณะใดขณะหนึ่ง และจดบันทึกไว้โดยไม่มีการสัมภาษณ์ วิธีนี้ใช้กันอย่างกว้างขวางในการวิจัย เช่น จะศึกษาพฤติกรรมการขับขี่รถยนต์บนท้องถนนภายใต้สภาพการณ์จราจรต่าง ๆ กัน ก็อาจจะส่งเจ้าหน้าที่ไปยืนสังเกตการณ์ได้ การสังเกตจำนวนลูกค้าและบันทึกปริมาณการขายของสถานประกอบการ โดยพนักงานเก็บภาษีของกรมสรรพากร เพราะการไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงปริมาณการขายย่อมไม่ได้ข้อมูลที่แท้จริง

6. วิธีการบันทึกข้อมูลจากการวัดหรือนับ

วิธีนี้มีอุปกรณ์เพื่อใช้ในการวัดหรือนับตามความจำเป็นและความเหมาะสม เช่น การนับจำนวนรถยนต์ที่แล่นผ่านที่จุดใดจุดหนึ่ง ก็อาจใช้เครื่องนับโดยให้รถ แล่นผ่านเครื่องดังกล่าวหรือ การเก็บข้อมูลด้วยการวัด เช่น การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับขนาดของ แปลงเพาะปลูก

พืช ทำได้โดยการวัดความยาวของแต่ละด้าน เพื่อคำนวณหาพื้นที่ตามหลักเกณฑ์การหาพื้นที่เป็นต้น

2.5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญญา น้อยเปรม และคณะ(เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร,2558) ได้พิจารณาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความพึงพอใจกับการใช้เรือด่วนเจ้าพระยา ได้ มีผลการศึกษาพบว่าเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องการให้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาที่จำแนกตามลักษณะต่างๆทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ และกลุ่มประเภทของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาทั้งโดยรวม ไม่มีความแตกต่างกัน การจัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ ‘นิเทศศาสตร์’ เป็นศาสตร์ที่มีการติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารมวลชน หรือการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนมีการพูดและการแสดง ดังนั้น คำว่า ‘นิเทศ’ หมายถึงการชี้แจงหรือการแสดงนั่นเอง การประชาสัมพันธ์(Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มคนประเภทต่างๆ

วิรัช ลภีรัตนกุล(2553)ได้กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าเพื่อการชักจูง ประชามติ ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดมีความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์การสถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นที่เผยแพร่ ที่เป็นในเชิงการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนต่างๆ ด้วยวิธีการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งซึ่งองค์การ สถาบันได้ทำลงไป ในขณะที่

รัตนวดี สิริทองถาวร(การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ,2546) ได้กล่าวถึงประชาสัมพันธ์ต่อธุรกิจว่า ประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินความพยายามขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานต่างๆ ในการแสวงหาความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ และรักษาทัศนคติที่ดีของประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุนและให้ความร่วมมือ การประกอบธุรกิจนั้นต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนหลายกลุ่ม หากได้รับความร่วมมือ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนทุกกลุ่มก็จะทำให้การประกอบธุรกิจประสบผลสำเร็จ

กฤตติกา คาสียา(2556) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อระยะเวลาที่เปิดโครงการ โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับตามกและเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน



บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1. ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



ภาพที่ 3.1. โลโก้บริษัท โค แวน เคสเซล บางกอก ทัวร์

ชื่อสถานประกอบการ: บริษัท โค แวน เคสเซล บางกอก ทัวร์

ที่ตั้งของสถานประกอบการ: 23, อาคารริเวอร์ ซิตี้ ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ ห้อง 164, ถนนโยธา, แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร, 10110

3.2. ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท โค แวน เคสเซล บางกอก ทัวร์ ก่อตั้งขึ้นโดยคุณจาโคบัส (โค) แวน เคสเซล และคุณจันทร์มณี พลภักดี ทั้งสองท่านมีจุดประสงค์ในการจัดตั้งทัวร์จักรยานขึ้นร่วมกัน เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยว ในเชิงวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้จักรยานสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ ทัวร์จักรยานที่จัดตั้งขึ้นทำให้เกิดผลบวกต่อวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองไทย และยังสนับสนุนและส่งเสริมแรงกล้าให้ทุกคนหันมาใส่ใจกับการใช้จักรยานในเมืองหลวง เพื่อลดปัญหาการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนน และ ที่สำคัญทัวร์จักรยานเป็นการนำเที่ยวที่

สามารถสัมผัสถึงมิตรภาพ รอยยิ้ม เสียงหัวเราะ สามารถเข้าถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่อันหลากหลาย และมีเสน่ห์ ของคน ในเมืองหลวงได้อย่างใกล้ชิด

โปรแกรมการท่องเที่ยวโดยจักรยานของทางบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์เป็นทางเลือกใหม่ ในการเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยว ทัวร์ที่ไม่ต้องไปเบียดกับฝูงชนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แต่จะพานักท่องเที่ยวไปสัมผัสกับวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ของชาวบ้าน สัมผัสความมีเสน่ห์ของวิถีชีวิต เรียนรู้วัฒนธรรมของคนไทย ตื่นเต้นกับเส้นทางทัวร์ที่แตกต่างกันทุกวัน และทางบริษัทได้มีการ พัฒนาเส้นทางปั่นจักรยาน และการบริการอย่างต่อเนื่อง 30 ปี เพื่อคาดหวังให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ เกิดความประทับใจสูงสุด

3.2.1. ประเภทของทัวร์ที่ให้บริการ

1. Program Tour 1 - Co Combo : 5-Hour Bicycle and Boat Tour

รายละเอียดโปรแกรม : เป็นโปรแกรมทัวร์ที่ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง เป็นการเดินทางที่มีการปั่นจักรยานและนั่งเรือหางยาว โดยโปรแกรมทัวร์นี้มีอาหาร ของว่าง และเครื่องดื่มไว้บริการ เป็นทัวร์ที่เริ่มปั่นจักรยานจากย่านเขาวราช นำจักรยานลงเรือหางยาวล่องลงสู่ลำคลอง พื้นที่ที่เป็นแหล่งเพาะปลูก นักท่องเที่ยวจะได้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนริมฝั่งคลอง ที่ดำเนินมา ตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน รวบรวมความมีเสน่ห์ของกรุงเทพมหานคร ไว้ในเวลาแค่ครึ่งวัน

ประเภทการเดินทาง : ทัวร์จักรยาน/ เรือหางยาว

ระยะทาง : 15 กิโลเมตร

ระยะเวลา : 7.00 น. – 12.00 น. และ 13.00 น. – 18.00 น.

ราคา : 1,650 บาท

2. Program Tour 2 - Co Classical : 3-Hour Bicycle Tour

รายละเอียดโปรแกรม : เป็นโปรแกรมทัวร์ที่ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 3 ชั่วโมง ทัวร์นี้จะนำนักท่องเที่ยวไปชมย่านกรุงเก่า เขาวราช ตลาดสดต่างๆ ชมบ้านพักอาศัยและวิถีชีวิต ทัวร์นี้จะนำนักท่องเที่ยวพักผ่อนชมในร้านค้าของชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริม และกระจายรายได้สู่ชุมชน เป็นโปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสวิถีชีวิต และความแตกต่างทางด้านของภาษา

ประเภทการเดินทาง : ทัวร์จักรยาน

ระยะทาง : 12 กิโลเมตร

ระยะเวลา : 8.00 น. – 11.00 น. และ 14.00 น. – 17.00 น.

ราคา : 950 บาท

3. Program Tour 6 - Co By Night : 3-Hour Bicycle Tour

รายละเอียดโปรแกรมทัวร์ : เป็นโปรแกรมทัวร์ที่ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 3 ชั่วโมง ทัวร์นี้จะพาชมแสงสียามค่ำคืนของกรุงเทพมหานคร ชมตลาดคนเดินย่านเขาวราช พาไปชมบรรยากาศวัดโพธิ์ยามค่ำคืน ทัวร์นี้จะมีการพานักท่องเที่ยวพักผ่อน และเครื่องดื่มในร้านค้าของชุมชน เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน และเป็นการสัมผัสวิถีชีวิตอย่างใกล้ชิด เรียนรู้ความแตกต่างของภาษา เป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยวค่ำคืน

ประเภทการเดินทาง : ทัวร์จักรยาน

ระยะทาง : 14 กิโลเมตร

ระยะเวลา : 18.00 น. - 21.00 น.

ราคา : 950 บาท

4. Program Tour 5 - Co All Day : 9 Hour Bicycle Boat and Train Tour

รายละเอียดโปรแกรม : เป็นโปรแกรมทัวร์ที่ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 9 ชั่วโมง โปรแกรมทัวร์นี้มีอาหาร ของว่าง และเครื่องดื่มไว้บริการ โดยหัวหน้าทัวร์ทัวร์จะนำนักท่องเที่ยวโดยสารยานพาหนะต่างๆในกรุงเทพมหานคร เช่น รถไฟ รถประจำทางโดยสาร รถสามล้อ เป็นต้น จากนั้นหัวหน้าทัวร์จะพาไปชมเสน่ห์ของธรรมชาติ ชมวิถีชีวิตของชาวสวน และการใช้ชีวิตของชาวบ้านริมฝั่งคลอง รวมทั้งชมวัดไทย และสถานที่ทางศาสนาของชาวมุสลิม เป็นโปรแกรมท่องเที่ยว 1 วันที่รวมทุกอย่างในกรุงเทพมหานครเอาไว้

ประเภท : ทัวร์จักรยาน / เรือหางยาว / รถไฟ

ระยะทาง : 25 กิโลเมตร

ระยะเวลา : 9.00 น. - 18.00 น.

ราคา : 2,100 บาท

5. Program Tour 9 - Co Rocket Boat : 5 Hour Multi-Boat Tour

รายละเอียดโปรแกรม : เป็นโปรแกรมทัวร์ที่ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง หัวหน้าทัวร์จะนำนักท่องเที่ยวล่องเรือหางยาวจากแม่น้ำใหญ่ จนถึงลำคลองในชุมชน ทัวร์นี้จะพาชมวิถีชีวิตจริงริมฝั่งแม่น้ำ ชมตลาดน้ำและนำนักท่องเที่ยวชิมขนมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ชมวัดไทยและวัดจีน ชมความแตกต่างของศาสนาที่หลากหลายแต่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างลงตัว

ประเภทการเดินทาง : เรือหางยาว

ระยะทาง : 15 กิโลเมตร

ระยะเวลา : 13.00 น. - 18.00 น.

ราคา : 1,850 บาท

6. Program Tour 7 - Co Canaling : 2 Hour Long tail Boat Tour

รายละเอียดโปรแกรม : เป็นโปรแกรมทัวร์ที่ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 2 ชั่วโมง โปรแกรมทัวร์นี้มีของว่าง และเครื่องดื่มไว้บริการเป็น เป็นโปรแกรมล่องเรือระยะสั้น ที่มีการรวบรวมวิถีชีวิตของชาวบ้านริมฝั่งคลอง เสน่ห์ของบ้านเรือนที่สวยงาม จากนั้นหัวหน้าทัวร์จะนำนักท่องเที่ยวชมวัดไทยและตลาดน้ำ

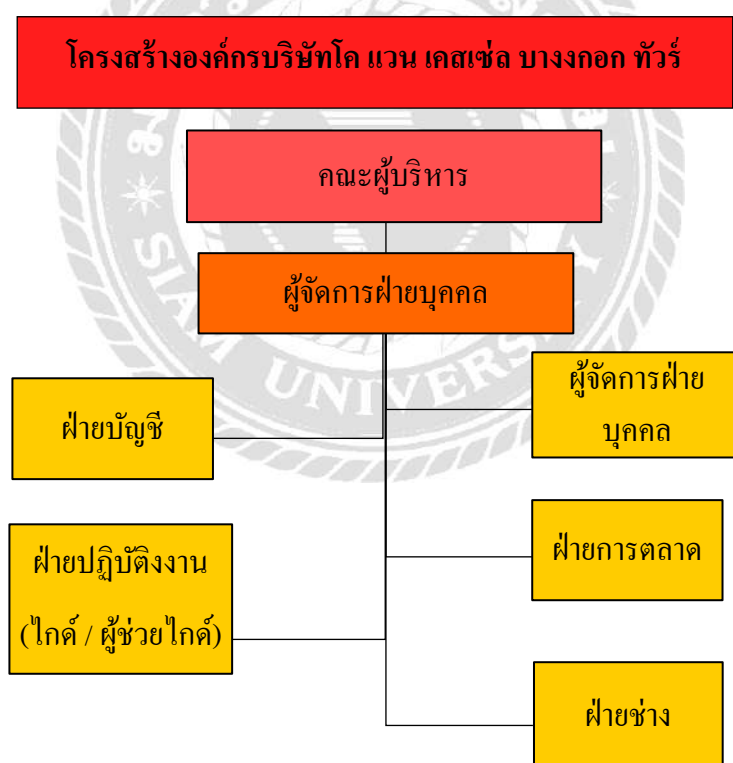
ประเภทการเดินทาง : เรือหางยาว

ระยะทาง : 15 กิโลเมตร

ระยะเวลา : 10.00 น. - 12.00 น. และ 14.00 น. - 16.00 น.

ราคา : 1,350 บาท

3.3. รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร



การบริหารงานของบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์นั้น ใช้รูปแบบพึ่งพาอาศัยกันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นการบริหารที่ใส่ใจสภาพแวดล้อมด้วย ทั้งชาวบ้านในท้องถิ่นที่ได้ทำการเข้าไปเยี่ยมชม และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยมีวิสัยทัศน์ประจำองค์กร คือ “ เราใส่ใจบ้านจักรยาน ไม่ได้ใช้สองเท้าปั่น ”

3.4. ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย



ภาพที่ 3.2. นักศึกษาฝึกงาน นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์

- **ชื่อนักศึกษา :** นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์
- **ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย :** Guide trainee, Marketing and Reception
- **หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก**
 1. ทำหน้าที่รับโทรศัพท์เพื่อรับการจองทัวร์ให้ลูกค้า
 2. ขายทัวร์ให้กับลูกค้าที่ Walk in เข้ามายังบริษัท
 3. ช่วยเหลือฝ่ายบัญชี/ฝ่ายช่าง/ฝ่ายการตลาด
 4. ออกปฏิบัติงานทัวร์
 5. ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เวลาออกทัวร์ เช่น ร้านอาหาร เรือโดยสาร และรถไฟ
 6. ฝ่ายต้อนรับลูกค้า และฝ่ายเช็คอิน
 7. สรุปการประเมินของลูกค้าผ่านเว็บไซต์ TRIPANDVISOR



ภาพที่ 3.3. นักศึกษาฝึกงาน นายทยากร เลาสกุลงาม

- **ชื่อนักศึกษา :** นายทยากร เลาสกุลงาม
- **ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย :** Guide trainee, Marketing and Reception
- **หน้าที่และความรับผิดชอบหลัก**
 1. ขายทัวร์ให้กับลูกค้าที่ Walk in เข้ามายังบริษัท
 2. ช่วยเหลือฝ่ายบัญชี /ฝ่ายช่าง /ฝ่ายการตลาด
 3. ออกปฏิบัติงานทัวร์
 4. ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆเวลาออกทัวร์ เช่น ร้านอาหาร เรือโดยสาร และรถไฟ
 5. ฝ่ายต้อนรับลูกค้า และฝ่ายเช็คอิน
 6. สรุปการประเมินของลูกค้าผ่านเว็บไซต์ TRIPANDVISOR
 7. ช่วยเหลือในการถ่ายทำสื่อต่าง ๆ

3.5. ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา



ภาพที่ 3.4 ภาพพนักงานที่ปรึกษาคุณทิติยาพร วะชุม

- ชื่อพนักงานที่ปรึกษา : कुณทิติยาพร วะชุม
- ตำแหน่ง : ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

3.6. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ตั้งแต่วันที่ 21 สิงหาคม 2560 ถึง 8 ธันวาคม 2560

3.7. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 รวบรวมความต้องการและศึกษาข้อมูลของโครงการ

ในการคิดหัวข้อเรื่องของการทำโครงการการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยแม่น้ำเจ้าพระยาโดยเรือโดยสารในกรุงเทพมหานคร กับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ ทางบริษัท

ได้สังเกตเห็นถึงปัญหาประจำวัน คือ ลูกค้าที่ต้องการมาทำกิจกรรมกับทางบริษัท ประสบปัญหาการเดินทางมาล่าช้า และมาเข้าร่วมกิจกรรมสาย เนื่องจากปัญหาการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนน รวมทั้งการโดนคิดค่าบริการที่มีราคาสูงกว่ามาตรฐานจากรับจ้างและรถโดยสาร ดังนี้ สามล้อ แท็กซี่ และรถจักรยานยนต์รับจ้าง ซึ่งบางครั้งเป็นการเดินทางที่ไกลแต่มีการวนรถเพื่อโกงราคา เพราะนักท่องเที่ยวไม่ใช่คนในพื้นที่จึงถูกเอาเปรียบได้ง่าย

ทางคณะผู้จัดทำจึงมีความคิดเห็นที่ต้องการนำเสนอช่องทางที่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ และนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีทางเลือกอื่นในการเดินทาง จึงทำการนำเสนอสู่ห้องประชุม โดยผู้ที่เข้าร่วมประชุมได้แก่ คณะผู้บริหาร พนักงานฝ่ายการตลาดและคณะผู้จัดทำ โดยมีจุดประสงค์ที่ต้องการให้โครงการนี้มีความสร้างสรรค์ และมีความรู้ สามารถนำไปใช้ได้จริงคณะผู้จัดทำและคณะที่จัดการประชุมได้ให้ความเห็นร่วมกัน ที่จะนำเสนอการเดินทางโดยเรือโดยสาร เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลานานในการเดินทาง สามารถเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวได้สะดวก และยังสามารถชื่นชมบรรยากาศของแม่น้ำเจ้าพระยาได้อีกด้วย คณะประชุมจึงตัดสินใจ คิดโครงการนี้ขึ้น โดยใช้ชื่อดังกล่าว “ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร โดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวีดีโอกับ บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ ”

3.7.2. วิเคราะห์ระบบงาน

คณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์และโครงการที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งแนวนานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวบรวมทั้งหาข้อมูลประเภทของเรือโดยสาร เส้นทาง การเดินเรือ หลักการโดยสารอย่างถูกต้องและปลอดภัย ข้อห้ามในการปฏิบัติ จะเน้นในการแนะนำทำเรือต่างๆที่นักท่องเที่ยวชอบเดินทางไปท่องเที่ยว ในการจัดทำวีดิโอนั้นได้คำนึงถึงหลักการถ่ายวีดิโอให้น่าดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาชม มีเนื้อหาที่กระชับและไม่ยาวจนเกินไป คณะผู้จัดทำจึงคัดเลือกประเภทของ เรือโดยสารที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ได้จริง เนื่องจากว่าเรือโดยสารนั้นมีหลากหลายประเภท มีช่วงเวลาการเดินทางที่ต่างกัน และมีการจอดแต่ละท่าเรือที่ไม่เหมือนกัน ในโครงการนี้มีขอบเขตของการโดยสารทางแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งจะเน้นที่แม่น้ำสายหลักที่เป็นแหล่งคมนาคมที่กว้างขวาง โดยจะกล่าวถึงความเป็นมา และความสำคัญต่างๆของแม่น้ำเจ้าพระยา

3.7.2 วางแผนระบบการทำงาน

ในการลงพื้นที่จริงนั้น ทางคณะผู้จัดทำและฝ่ายการตลาดได้เริ่มจากการเขียนเค้าโครงเนื้อหา เรียบเรียงข้อมูลไว้อย่างละเอียดและครอบคลุม โดยมีตารางการลงพื้นที่จริง ดังนี้

ตารางที่ 3.1. การวางแผนงานปฏิบัติงานการถ่ายสื่อวิดีโอ

วัน/เดือน/ปี	เวลา	รายละเอียดการดำเนินการ	สถานที่
19 สิงหาคม 2560	13.00 - 14.00	เข้าร่วมประชุมเพื่อคิดหัวข้อในการจัดทำโครงการ	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
30 กันยายน 2560	11.00 – 14.00	เข้าร่วมการประชุมเพื่อขออนุมัติหัวข้อเรื่องโครงการ และ วางตำแหน่งผู้จัดทำวิดีโอ	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
4 ตุลาคม 2560	10.00 – 17.00	เขียนโครงร่างรายละเอียดข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เช่น ราคา ลักษณะของเรือดำน้ำ สถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางโดยเรือดำน้ำ ฯลฯ	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
9 ตุลาคม 2560	10.00 – 12.00	เริ่มถ่ายฉากเริ่มต้นของวิดีโอ และ เก็บภาพรายละเอียดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา	ท่าเรือ River City Shopping Mall

วัน/เดือน/ปี	เวลา	รายละเอียดการดำเนินการ	สถานที่
	13.00 – 14.00	ถ่ายภาพและวิดีโอบรรยากาศบน เรือขณะที่โดยสารเรือด่วน เจ้าพระยา และการทำงานของ เจ้าหน้าที่บนเรือคณะโดยสาร โดย ใช้เรือด่วนท่องเที่ยว (ชงสีฟ้า)	เริ่มเดินทางจาก ท่าเรือด่วนสี่พระ ยา – ท่าพระ อาทิตย์
15 ตุลาคม 2560	12.00 – 16.00	ถ่ายจากเจ้าหน้าที่กำลังปฏิบัติงาน ตั้งแต่ท่าเรือด่วน ตั้งแต่ท่าเรือด่วน เริ่มต้นจนถึงท่าเรือด่วนจุดหมาย ปลายทางโดยใช้เรือด่วนธรรมดา (ชงสีส้ม)	ท่าเรือด่วนวัดราช สิงขร จนถึงท่าเรือ นนทบุรี
19 ตุลาคม 2560	13.00 – 15.00	เริ่มทำการอัดเสียงเนื้อหาเพื่อที่จะ เอาไปใส่ในวิดีโอ	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
21 ตุลาคม 2560	12.00 – 17.00	เริ่มรวบรวมไฟล์ทั้งหมดเข้า โปรแกรม Sony Vegas และเริ่ม การตัดต่อส่วนแรกของวิดีโอ พร้อมใส่เสียงและเพลงเข้าไปใน วิดีโอ	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
24 ตุลาคม 2560	12.00 – 17.00	เริ่มทำการตัดต่อวิดีโอ ส่วน บรรยากาศและเนื้อหาเสียงลงไป ในวิดีโอจนจบ	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์

วัน/เดือน/ปี	เวลา	รายละเอียดการดำเนินการ	สถานที่
28 ตุลาคม 2560	12.00 – 18.00	ตรวจเช็คความเรียบร้อยของวิดีโอ พร้อมกับRender ไฟล์เป็น MP4 และนำไฟล์ไปเสนอให้กับหัวหน้า ก่อนนำไฟล์ไปแชร์บนทาง Facebook และ YouTube	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
30 ตุลาคม 2560	13.00	ทำการแชร์วิดีโอลงสู่สื่อ อินเทอร์เน็ต ทั้ง Facebook และ YouTube	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
15 พฤศจิกายน 2560	-	ทำการเช็คยอดถูกใจ ยอดเข้าชม ของ Facebook และ YouTube ครั้ง ที่ 1	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์
16 พฤศจิกายน 2560 ถึง 7 ธันวาคม 2560	-	จัดทำโครงงานนำเสนอรูปเล่ม วิชาสหกิจศึกษา พร้อมทั้งจัดทำ Power Pointประกอบการนำเสนอ	บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทาว์

3.7.3 จัดทำและพัฒนา

จากการออกปฏิบัติงานในการถ่ายทำวิดีโอประกอบโครงงาน ขั้นตอนต่อไปคือการตัดต่อ



วิดีโอโดยใช้โปรแกรม Sony Vegas ในการตัดต่อวิดีอนั้นแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ภาพที่ 3.5. ภาพโปรแกรม Sony Vegas Pro 13 ที่ใช้ตัดต่อวิดีโอ

- ขั้นตอนที่ 1 เริ่มจากการจัดไฟล์วิดีโอและตั้งค่าไฟล์เสียงลงใน Folder ทำการจัดเรียงเรียงเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ทำการตัดต่อวิดีโอได้ง่ายยิ่งขึ้น
- ขั้นตอนที่ 2 จัดเรียงเนื้อเรื่อง โดยการนำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 นั้นมาจัดเรียงบน Timeline ของโปรแกรม Sony Vegas ตามที่เราต้องการ การตัดต่อโดยการนำวิดีโอทั้งหมดเกี่ยวกับการโดยสารโดยเรือค่วน แม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งบรรยากาศริมฝั่งแม่น้ำ,สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงข้อมูลต่างๆเรือค่วนแม่น้ำเจ้าพระยา
- ขั้นตอนที่ 4 ทำการตกแต่งหรือปรับวิดีโอเพิ่มเติมโดยใส่ Effect ของสีหรือ Transition และใส่ตัวอักษรเพิ่มเติมลงในวิดีโอที่จัดทำ
- ขั้นตอนที่ 5 เป็นขั้นตอนสุดท้ายคือ นำไฟล์ทั้งหมดที่สมบูรณ์เช่น ตัวอักษร สี และเสียงของวิดีโอ นำไป Render โดยปรับค่าใช้ขนาดความคมชัด 1080 MP4 เพื่อที่สามารถอัปโหลดลงสู่ Facebook และ YouTube ของทางบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

3.7.4 ทดสอบและสรุปผล

จากการทดสอบได้เริ่มจากการนำวิดีโออัพโหลดลงช่องทางอินเทอร์เน็ต คือ ยูทูป (YouTube) และ เฟสบุ๊ก (Facebook) ได้ทำการสังเกตยอดเข้าชมและยอดถูกใจทุก ๆ 15 วัน หลังจากการอัพโหลดลงช่องทางอินเทอร์เน็ต พบว่าในช่วงแรกของการแชร์มียอดถูกใจและยอดเข้าชมที่มากขึ้น

จากการสำรวจมีการแสดงความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับวิดีโอ ทั้งในข้อดีและข้อเสีย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นถึงความประทับใจในการจัดทำวิดีโอขึ้นทั้งยังกล่าวว่าเมื่อมีโอกาสมาประเทศไทย การโดยสารทางเรือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจ แต่ค่อนข้างเป็นการโดยสารที่เสี่ยงอันตราย พาดฝน คณะผู้จัดทำมีความเห็นพร้อมต้องกันว่าการโดยสารทุกช่องทางสามารถเกิดอุบัติเหตุได้ทุกเมื่อ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ อย่างไรก็ตามการโดยสารทุกประเภทนักท่องเที่ยวควรมีความระมัดระวัง

3.8. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.2. แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
1. ตั้งหัวข้อของโครงการ	↔				
2. ศึกษาและค้นคว้ารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ		↔			
3. เริ่มเขียนโครงการ			↔		
4. สรุปและรายงานผลการดำเนินการ				↔	
5. จัดทำเอกสาร					↔

ประกอบโครงการ					
---------------	--	--	--	--	--

3.9. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ :

1. คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก
2. เอกสาร
3. กล้องถ่ายภาพวิดีโอ

อุปกรณ์ซอฟต์แวร์ :

1. Microsoft Word
2. Sony Vegas
3. Adobe Premiere Pro



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การจัดทำโครงการเรื่องจัดการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ใน กรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสารผ่านสื่อวิดีโอ กับ บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ โดยมี วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ การเดินทางที่มีความสะดวกรวดเร็ว สะดวกสบายและ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ต้องการ การเดินทางท่องเที่ยวไป ยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในกรุงเทพมหานคร

จากการที่เราได้เลือกทำการขนส่งทางน้ำ โดยเรือด่วนเจ้าพระยา เนื่องจากการขนส่งทางบก นั้นมีปัญหาการจราจรที่ติดขัดเป็นอย่างมาก ผู้คนที่ใช้การโดยสารทางบกนั้นพบปัญหา เรื่องการ เสียเวลาบนท้องถนนเป็นอย่างมาก และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังบริษัท โคแวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ บางคนก็พบเจอปัญหาการจราจรที่ติดขัด ทำให้เกิดปัญหาของการมาจุดหมายปลายทางที่ช้า ผู้จัดทำได้มองเห็นถึงการเดินทาง ทางน้ำมีความเหมาะสม และตรงตามจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ ต้องการเดินทาง ไปท่องเที่ยวยัง สถานที่ต่าง ๆ



ไปฝั่ง	ฝั่งสี	ฝั่งฟ้า	ฝั่งเหลือง	ฝั่งเขียว
นนทบุรี วัดราชสิงขร	นนทบุรี วัดราชสิงขร	กำแพงอาทิตย์ สาทร เอเชียติก	นนทบุรี สาทร ราชกรีสุนทร	ปากเกร็ด นนทบุรี สาทร
ทุกวัน	ทุกวัน	ทุกวัน	จ-ศ	จ-ศ
เช้า : 06.45 - 07.30 เย็น : 16.00 - 16.30	06.00 - 19.00	09.30 - 17.30	เช้า : 06.15 - 08.20 เย็น : 16.00 - 18.00	เช้า : 06.10 - 08.10 เย็น : 16.05 - 18.05
10 / 12 / 14 นาที	15 นาที	12 / 18 / 30 นาที	20 / 25 นาที	13 / 20 / 32 นาที

ภาพที่ 4.1. ภาพอธิบายประเภทของเรือด่วน

นักท่องเที่ยวสนใจ ออกมาเหลือ 2 ประเภทจากทั้งหมด 5 ประเภท เนื่องจากว่ามีเส้นทางเดินเรือ



ที่ครอบคลุมพื้นที่ และมีรอบเดินเรือที่ชัดเจน ดังนี้

1. เรือด่วนเจ้าพระยา (ธงสีส้ม)

ภาพที่ 4.3. ภาพแสดงลักษณะเรือด่วนโดยสาร ธงสีส้ม

ที่มา : <http://www.chaophrayaexpressboat.com/th/services/>

เรือด่วนลำนี้มีเส้นทางที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยว เดินทางได้รวดเร็ว เพราะรอบที่ให้บริการมากกว่าประเภทของเรืออื่นๆ จะเปิดให้บริการตั้งแต่ 06.00 น. -19.00 น. เส้นทางที่เปิดให้บริการเริ่มตั้งแต่ ท่าเรือด่วนนนทบุรี – ท่าเรือด่วนวัดราชสิงขร และยังมีค่าโดยสารที่มีความคุ้มค่าและเหมาะสม ราคาอยู่ที่ 15 บาทต่อหนึ่งท่าน

ท่าเรือที่จอด : วัดราชสิงขร/ วัดวรจรยาวาส/ ท่าสาทร/ โอเรียนเต็ล/ สีพระยา/ กรมเจ้าท่า/ ราชวงศ์/ สะพานพุทธ/ ท่าเตียน/ ท่าช้าง/ ศิริราช/ พระปิ่นเกล้า/ พระอาทิตย์/ เทเวศร์/ สะพานกรุงธน/ พายัพ/ เกียกกาย/ บางโพ(จอดทำวัดสร้อยทองแทน)/ พระราม 7/ พระราม 5/ นนทบุรี

2. เรือด่วนพิเศษ (ธงฟ้า) หรือ เรือท่องเที่ยวเจ้าพระยา



ภาพที่ 4.4. ภาพแสดงเรือด่วนพิเศษธงฟ้า

ที่มา : <https://chaophrayatouristboat.com/aboutus.html>

เรือลำนี้ให้บริการครอบคลุมท่าเรือ 8 แห่งริมแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญและมีชื่อเสียงต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร เรือเริ่มต้นที่ท่าสาทร(เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสะพานตากสิน) และล่องไปตามแม่น้ำเจ้าพระยา โดยจอดตามท่าเรือสำคัญที่เชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวที่ถือบัตรโดยสารประเภท 1 วัน สามารถเดินทางได้โดยสะดวก ไม่ต้องกังวลกับการซื้อตั๋วโดยสารใหม่หรือกังวลว่าจะหลงทาง เรือด่วน ธงสีฟ้า ยังตอบโจทย์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างดี เช่น เรือ Hop on Hop off ที่มีชั้น 2 นักท่องเที่ยวสามารถขึ้นไปนั่งชมทิวทัศน์ระหว่างทางได้ ถ้านักท่องเที่ยวอยากใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาตลอดทั้งการเดินทางในวันนั้น ทางเรือด่วนเจ้าพระยา มีราคาตั๋วโดยสารรายวัน(One day trip) ให้นักท่องเที่ยว เป็นราคา 150 บาทต่อวัน เป็นราคาที่ประหยัดมาก เมื่อเทียบกับราคาค่าโดยแท็กซี่ หรือ สามล้อ มีเวลาการเดินทางที่ชัดเจน



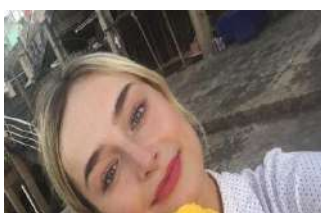
4.1. ตำแหน่งการปฏิบัติงาน

1. ชื่อ - นามสกุล : Mr.Diederick

Tyndall

ตำแหน่งงาน : Project Manager

ทำหน้าที่เป็น Director ของ Project How to use the CHAO PHRAYA EXPRESS BOAT in Bangkok (Co van Kessel Bangkok Tours)



2. ชื่อ - นามสกุล : Ms. Nina de bruin

ตำแหน่งงาน : Intern student , Actress

ทำหน้าที่เป็น Actress ของ Project How to use the CHAO PHRAYA EXPRESS BOAT in Bangkok (Co van Kessel Bangkok Tours)



3. ชื่อ - นามสกุล : นายททยากร เลหาสกุลงาม

ตำแหน่งงาน : Intern student , นักศึกษาฝึกงาน

ทำหน้าที่เป็น Camera Operation ของ Project How to use the CHAO PHRAYA EXPRESS BOAT in Bangkok (Co van Kessel Bangkok Tours)

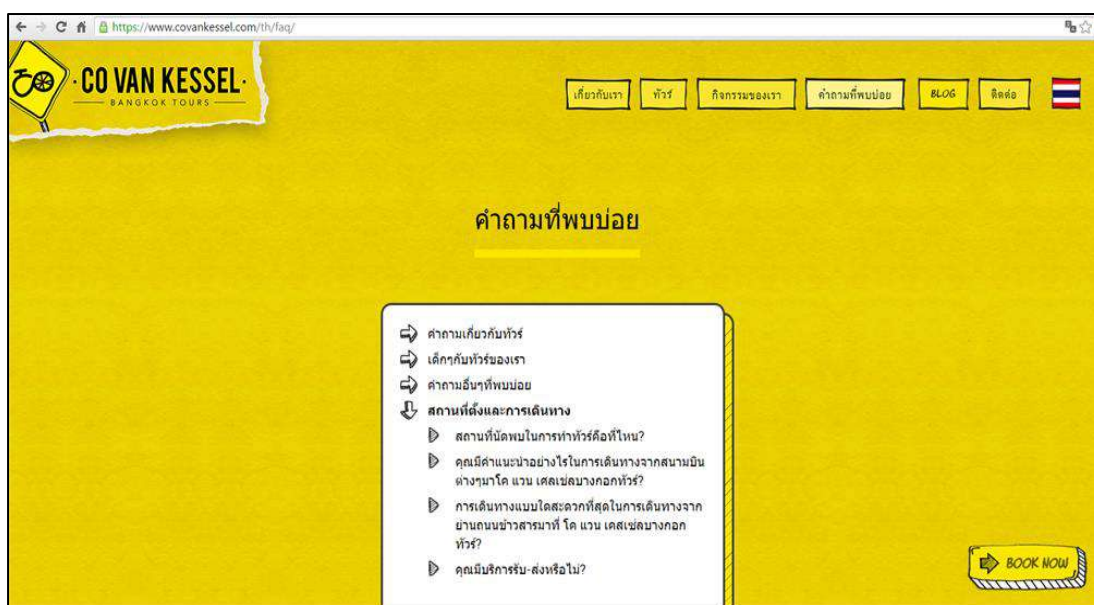


4. ชื่อ - นามสกุล : นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์

ตำแหน่งงาน : Intern student , นักศึกษาฝึกงาน

ทำหน้าที่ เกี่ยวกับค้นหาข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของ Project How to use the CHAO PHRAYA EXPRESS BOAT in Bangkok (Co van Kessel Bangkok Tours)

4.2. ก่อนการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์



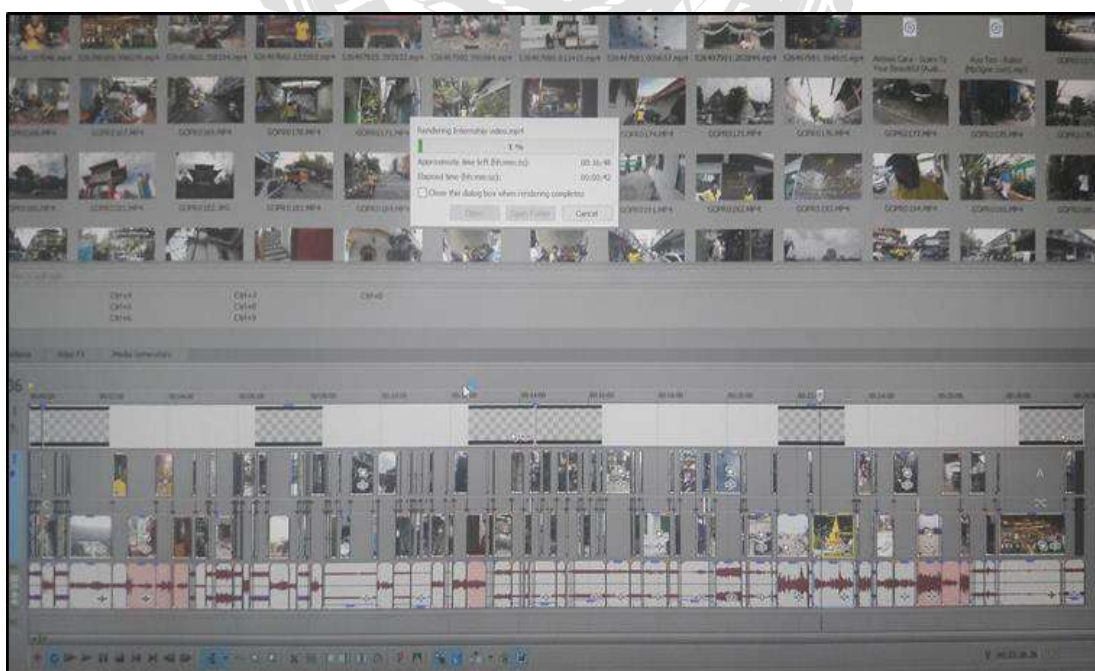
ภาพที่ 4.5. แสดงหน้าเว็บไซต์ในการเดินทางมายังบริษัทโค แวน เคสเซล บางกอก ทัวร์

ทางบริษัทโค แวน เคสเซล บางกอก ทัวร์ได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางของลูกค้าจากสถานที่พักหรือสถานที่อื่นๆ มายังบริษัท หรือปัญหาของการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่นิยมในกรุงเทพมหานคร ทางบริษัทได้วางแผนรายละเอียดของในการเดินทางมายังบริษัท โคแวน เคสเซล บางกอกทัวร์ (ภาพที่ 4.1.1) โดยแนะนำการโดยสารทางเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยาคือเส้นทางที่สะดวกที่สุดในการเดินทางผ่านทางช่องทางเว็บไซต์ แต่ลูกค้าส่วนมากไม่นิยมเดินทางโดยเรือเพราะเกิดความไม่แน่ใจในการเดินทางและไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวหันไปสนใจการเดินทางโดยแท็กซี่หรือสามล้อ ทางบริษัทจึงมีความต้องการที่จะประชาสัมพันธ์การเดินทางโดยสารโดยเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยาโดยผ่านสื่อวิดีโอ เพื่อนำเสนอแนวทางในการเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว จึงเริ่มจากการมอบหมายงานให้แก่ฝ่าย การตลาด เพื่อทำการถ่ายทำวิดีโอนี้ขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงเส้นทางการเดินทางที่ถูกต้อง



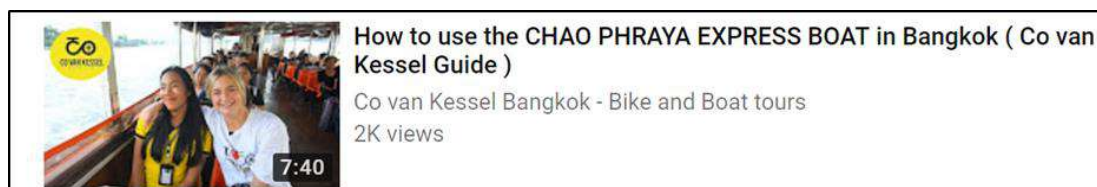
ภาพที่ 4.6. ระหว่างถ่ายทำวิดีโอ ณ.ท่าพระอาทิตย์

จากภาพที่ 4.6. เป็นภาพระหว่างการถ่ายทำวิดีโอ ในการอธิบายวิธีการใช้และอธิบายประเภทของเรือค่วนแม่น้ำเจ้าพระยา ที่มีหลากหลายเส้นทาง และราคาที่แตกต่างกัน ซึ่งวิดีโอนี้ครอบคลุมเนื้อหาข้อมูลด้านราคา และการเดินทาง ใช้เวลาในการถ่ายทำวิดีโอทั้งหมด 2 สัปดาห์



ภาพที่ 4.7. ภาพแสดงการตัดต่อของวิดีโอ การโดยสารโดยเรือค่วนแม่น้ำเจ้าพระยา

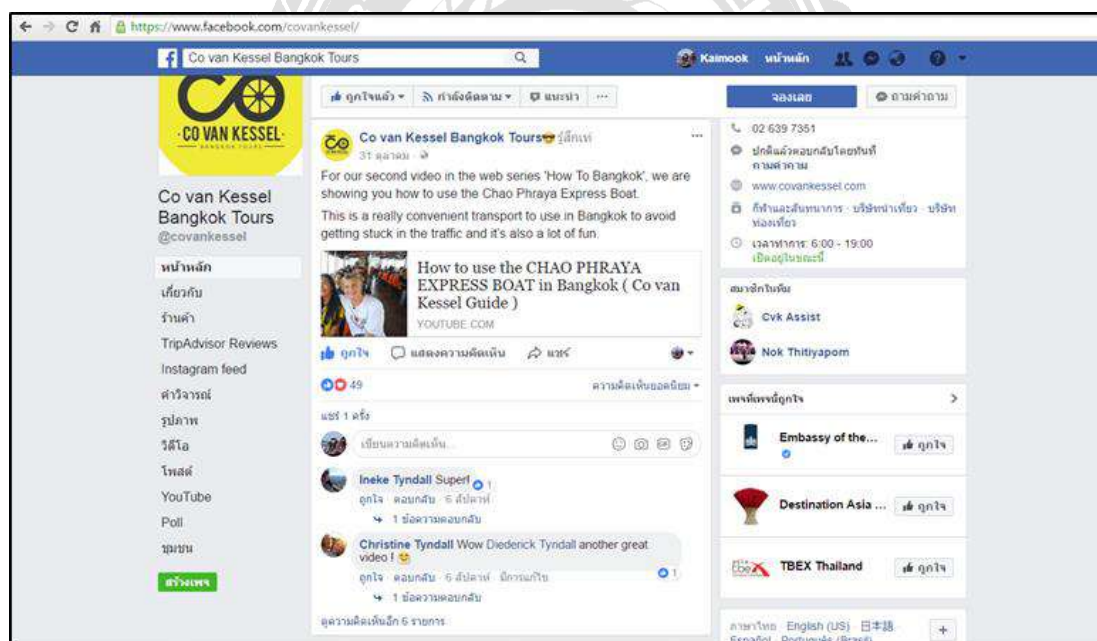
จากภาพที่ 4.7. แสดงถึงการติดต่อโดยการนำวิดีโอทั้งหมดเกี่ยวกับการโดยสารโดยเรือด่วน แม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งบรรยากาศริมฝั่งแม่น้ำ,สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงข้อมูลต่างๆเรือด่วน แม่น้ำเจ้าพระยา



ภาพที่ 4.8. แสดงภาพวิดีโอหลังจากการถ่ายทำเสร็จ

จากภาพข้างต้น คือ วิดีโอที่ทำการติดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว และมีการตั้งชื่อเรื่องของวิดีโอตัวนี้ที่จะนำไปลงสื่อโซเชียล เช่น เฟสบุ๊ก(Facebook) ยูทูบ(YouTube)

4.3. หลังจากการติดต่อวิดีโอเสร็จสิ้น

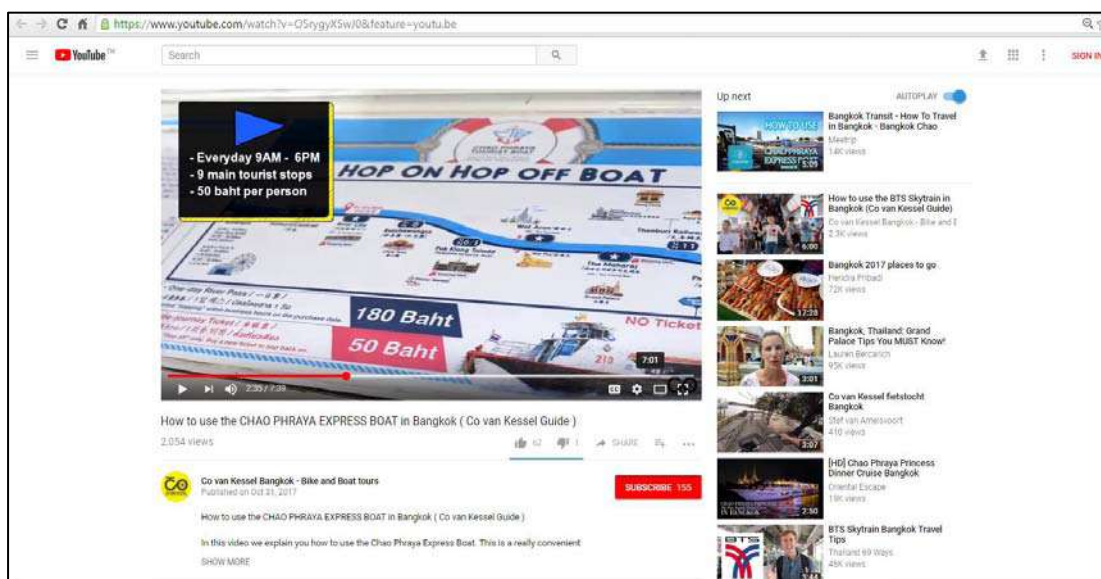


ภาพที่ 4.9. แสดงภาพวิดีโอที่อัปโหลดลงใน เว็บเพจเฟสบุ๊ก (Web Page Facebook)

ของบริษัท โค แวน เคสเซล บางกอกทัวร์

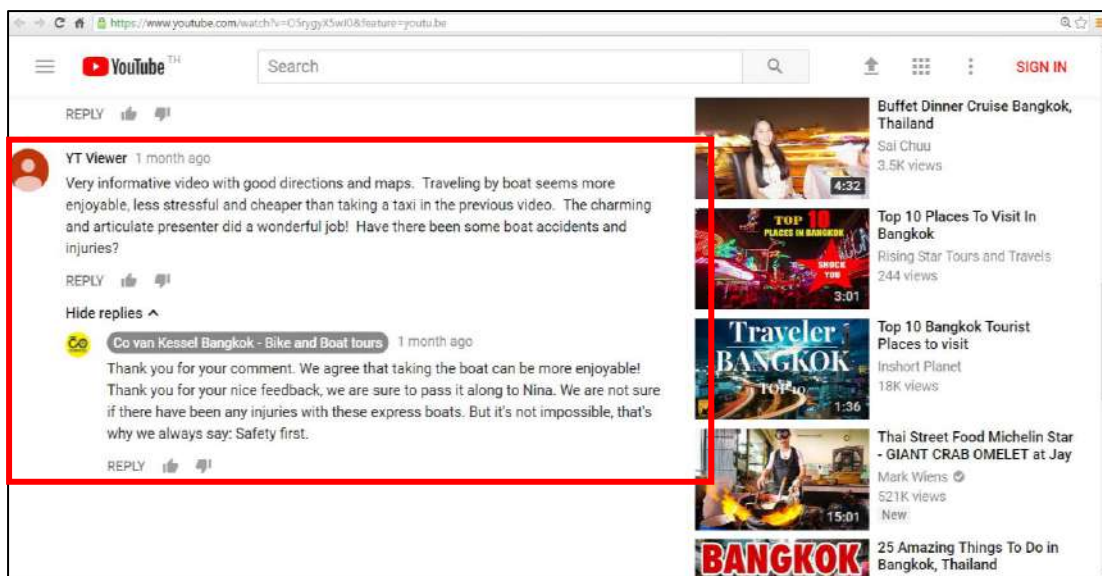
วิดีโอที่มีการติดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้วนำวิดีโอตัวนี้ไปลงใน เว็บเพจเฟสบุ๊ก(Web Page Facebook) เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูในเว็บไซต์และได้ทราบถึงการใช้การคมนาคมที่ถูกต้อง

และถูกวิธีโดยผ่านสื่อวิดีโอเรือค่วนแม่น้ำเจ้าพระยา อีกทั้งวิดีโอตัวนี้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาดู ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากคือได้เห็นได้ชัด หลังจากโพสต์วิดีโอลง เฟสบุ๊ก (Facebook) บริษัท โคเวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ 3 สัปดาห์ขึ้นไป จะสังเกตได้ว่ามีคนสนใจและขอเข้าร่วมชมรวมถึงการกดถูกใจเพิ่มขึ้นมาก



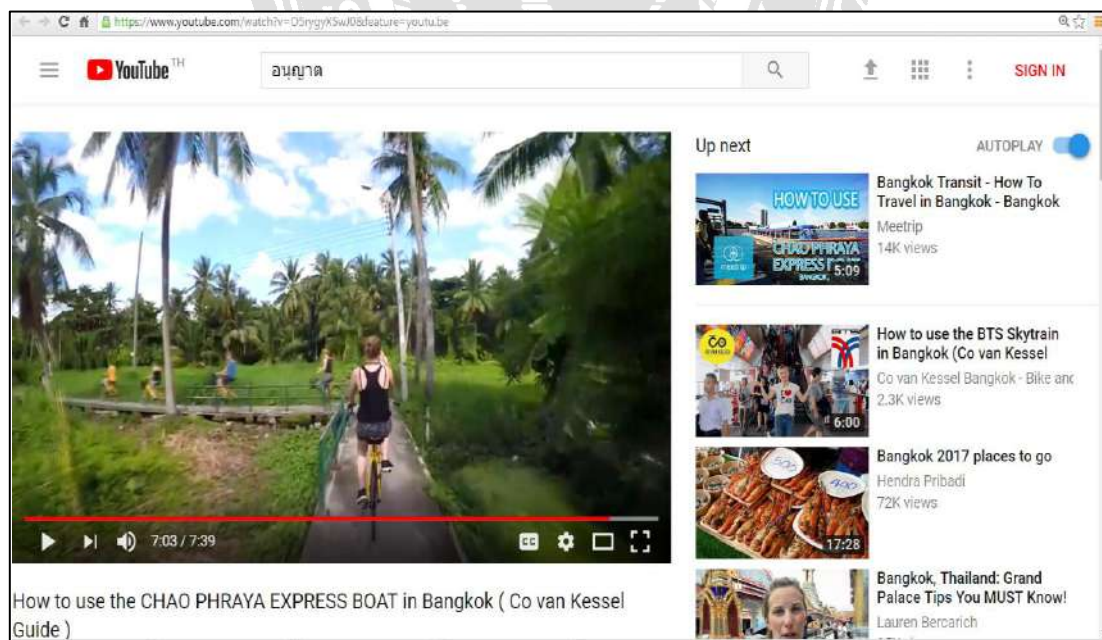
ภาพที่ 4.10. แสดงภาพวิดีโอที่อัพโหลดลงไปใน เว็บไซต์ ยูทูบ(YouTube)

เมื่อทำการตัดต่อวิดีโอเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะถูกอัพโหลดลงในเว็บไซต์ ยูทูบ(YouTube) เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูวิดีโอนี้ได้ทราบและเข้าใจยิ่งขึ้นของการใช้เรือค่วนโดยสารไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้สะดวกยิ่งขึ้น



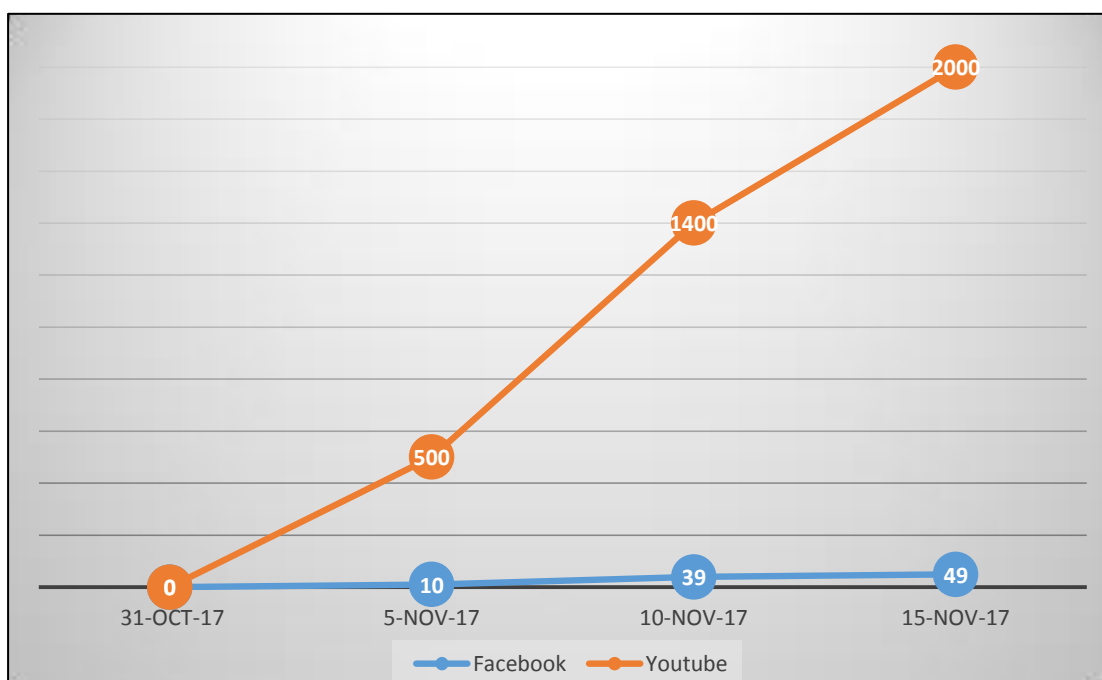
ภาพที่ 4.11. แสดงภาพตัวอย่างคอมเมนต์ของเว็บไซต์ ยูทูบ(YouTube)

จากภาพที่ 4.11. คือ คอมเมนต์ที่มาจากวิดีโอการประชาสัมพันธ์โดยเรือโดยสารแม่น้ำเจ้าพระยาในเว็บไซต์ของยูทูบ(YouTube) ที่มีการคอมเมนต์ด้านบวก คือ วิดีโอตัวนี้เป็นวิดีโอที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเส้นทางและแผนที่ของการเดินทางได้ดีมากๆ (อ้างอิงมาจากคอมเมนต์ในรูป)



ภาพที่ 4.12. แสดงโฆษณาเกี่ยวกับการให้บริการทัวร์ของบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

จากภาพที่ 4.12. คือ วิดีโอที่เกี่ยวกับการทำทัวร์ของบริษัท โคเวนเคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ที่



ได้ลงไปทำวิดีโอที่จัดทำขึ้น เพื่อช่วยในการโปรโมททัวร์ของบริษัทอีกด้วย ทางบริษัทอยากที่จะให้นักท่องเที่ยวที่ดูวิดีโอแล้วมีความรู้ความเข้าใจ ในการใช้เรือและการลักษณะการทำทัวร์ของบริษัทเป็นอย่างไร อีกทั้งยังสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากมาทำทัวร์กับเราด้วย

- แผนภูมิแสดงค่าเปรียบเทียบยอดผู้เข้าชมทาง เฟสบุ๊ก(FACEBOOK) และ ยูทูบ(YOUTUBE)

จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่าเส้นแผนภูมิสีฟ้าแทนยอดไลค์ของ เฟสบุ๊ก(Facebook) ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2560 สรุปผลผู้เข้าชมล่าสุดที่ 49 คน และแผนภูมิสีส้มแทนยอดผู้เข้าชม ยูทูบ (YouTube) ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2560 แทนยอดผู้เข้าชมล่าสุดที่ 2,000 คน ซึ่งหมายความว่ามีการให้ความสนใจของผู้เข้าชมมากขึ้น

4.4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์โดยเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยาผ่านสื่อวิดีโอ

จากการศึกษาโครงการเรื่องการประชาสัมพันธ์โดยเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยา ผ่านสื่อวิดีโอ ได้พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทำทัวร์กับบริษัท โคเวนเคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ส่วนมากใช้การคมนาคมโดย แท็กซี่ หรือ สามล้อ ต้องประสบปัญหาเรื่องการจราจรที่ติดขัด ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างมาก และยังคงเสียค่าโดยสารอย่างไม่มีมาตรฐาน จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เราจัดทำวิดีโอตัวนี้ขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวหลายๆคนที่ยังไม่ทราบถึงการเดินทางน้ำได้อย่างชัดเจน ให้ทราบข้อมูลเหล่านี้โดยผ่านสื่อวิดีโอ

4.5 สรุปผลการศึกษา

จากการสำรวจช่องทางสื่อโซเชียลต่างๆ ผลการศึกษาพบว่าตั้งแต่มีการทำวิดีโอนี้ขึ้นมาและนำไปโพสต์ใน เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก(Facebook) และ ยูทูบ(YouTube) นั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาดูเป็นอย่างมาก ทราบได้จากยอดจำนวนที่คนเข้ามาดูเริ่มจาก 0 ตั้งแต่วันที่โพสต์ 31 ตุลาคม 2560 และยอดก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆไปถึงปัจจุบัน มีจำนวนยอดเข้าชมคนดูเป็น 2,000 คน และยังมีคอมเมนต์จากผู้เข้าชมว่า เป็นวิดีโอที่มีความรู้ความน่าสนใจและเข้าใจอย่างง่าย ในการใช้เรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยา จากการได้สอบถามลูกค้าเดิมที่เคยใช้บริการกับทาง บริษัท โคเวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ พบว่าการเดินทางโดยวิธี โดยสารทางเรือตามคำแนะนำจากการดูวิดีโอทำให้การเดินทางได้สะดวกมากในครั้งแรก

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสารผ่านสื่อวิดีโอ กับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ นั้นได้นำเสนอเส้นทางการเดินเรือโดยคัดเลือกจากทั้งหมด 5 ลักษณะเหลือเพียง 2 ลักษณะ ที่เส้นทางการเดินเรือครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร คือ เรือด่วนพิเศษ ชงสีส้ม เดินทางจากเส้นทาง นนทบุรี – วัดราชสิงขร และเรือด่วนพิเศษ ชงสีฟ้า (Tourist Express Boat) เดินทางจากเส้นทาง ท่าเรือสาทร – ท่าพระอาทิตย์ เนื่องจากว่าเป็นเส้นทางการเดินเรือที่ครอบคลุมไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่เป็นที่นิยม และทั้ง 2 ชงนี้มีรอบเดินเรือมากกว่า ชงสีอื่นๆ ทำให้เดินทางได้สะดวกและใช้เวลาสั้น ๆ ใน

การเดินทาง ทั้งยังเชื่อมต่อนั่งเรือและเดินทางต่อไปยังรถไฟเพื่อเดินทาง เข้าตัวเมืองได้ ซึ่งเป็น
การเดินทางที่ครบครันและที่ตั้งของบริษัท และสามารถหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนนได้



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปผลของโครงการ

จากการประชาสัมพันธ์การเดินทางโดยสาร โดยเรือด่วนเจ้าพระยาผ่านสื่อวิดีโอ หลังจากได้นำวิดีโอลงไปในโซเชียล นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ได้มองเห็นถึงประโยชน์ของการเดินทางโดยเรือด่วนเจ้าพระยา ที่สามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมในกรุงเทพฯ อย่างสะดวกและประหยัดเวลา ซึ่งมีการกดแชร์ต่อกันของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทุกๆประเทศ มียอดถูกใจที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และมีการแสดงความคิดเห็นผ่านทางช่องทางต่างๆ พบว่าลูกค้าที่เดินทางมายังบริษัท ได้ให้ผลตอบรับดีมากกับวิธีการเดินทางด้วยวิธีนี้ จากการสังเกตวิดีโอนี้สามารถนำสิ่งที่ได้รับจากโครงการไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง

ผลการศึกษาพบว่าการจัดทำสื่อวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร โดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวิดีโอ ให้ลูกค้าได้ทราบถึงการเดินทางที่ถูกต้อง และเป็นการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักกับบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

5.2. ประโยชน์ที่องค์กรหรือบริษัทได้รับ

1. ทำให้บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ เป็นที่รู้จักมากขึ้น
2. เว็บไซต์เฟสบุ๊ก(Facebook) ของบริษัทมีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้น
3. ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติทราบการช่องทางการเดินทางที่เพิ่มขึ้น และใช้บริการเรือด่วนมากขึ้น
4. ผู้จัดทำโครงการได้ทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยว และการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้เพิ่มขึ้น
5. ผู้จัดทำโครงการหรือมหาลัยสามารถนำเนื้อหาหรือแนวทางการทำโครงการครั้งต่อไปได้ประโยชน์แนวทางในการทำโครงการเรื่องอื่นครั้งต่อไปได้

5.3. สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ได้เรียนรู้วัฒนธรรมภายในองค์กร รู้จักการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมนั้นและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข
2. ได้นำความรู้ที่ได้เรียนมาในเรื่องการ เซอร์วิสมายด์(Service mind)และภาษาอังกฤษ มาใช้ในการปฏิบัติงานจริง
3. ได้ศึกษาอบรมเพิ่มเติม เกี่ยวกับการรับโทรศัพท์เพื่อจองทัวร์ให้ลูกค้าซึ่งถือเป็นความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปใช้ในการทำงานในอนาคต
4. ได้พัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง รู้จักวิธีการแก้ไขปัญหาที่ยั่งยืน
5. สร้างวินัยและความรับผิดชอบให้เกิดขึ้นต่อตนเอง เมื่อได้รับหน้าที่ ที่บริษัทมอบหมายให้ปฏิบัติ
6. พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น
7. สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้
8. ได้เรียนรู้กระบวนการทำงานจริง รู้จักลำดับความสำคัญของงาน

5.4. ข้อเสนอแนะ

1. นักศึกษาควรมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ
2. นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ และตรงต่อเวลา ยึดมั่นในกฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด
3. คณะผู้จัดทำโครงการขอเสนอแนะให้บริษัทดำเนินโครงการนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด
4. ในการทำวิดีโอตัวนี้ ได้เกิดแนวคิดเรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่สามารถใช้บริการเรือค่วนเจ้าพระยาไปยังสถานที่นั้นๆได้สะดวกสบาย และค่าโดยสารไม่แพงมาก เพราะบางท่าเรือค่วนนั้นสามารถเข้าถึงวิธีชุมชนได้อย่างง่าย ต่อแนวทางนำเสนอในครั้งต่อไป
5. เนื่องจากโครงการนี้มีข้อจำกัดด้านเวลา จึงทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก คณะผู้จัดทำขอเสนอแนะให้ดำเนินงานนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้อย่างมากที่สุด

6. ในการปฏิบัติงานยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการขออนุญาตถ่ายทำ ที่ทำเรื่องต่าง ๆ จึงต้องใช้เวลาในการทำเรื่องขออนุญาตเพิ่มเติม
7. เจ้าหน้าที่ประจำท่าเรือและในเรือ ไม่ให้ความร่วมมือในการถ่ายทำ



บรรณานุกรม

- กฤตติกา คำสียา. (ม.ป.ป.). ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การใช้บริการเอเชียทีค เดอะริเวอร์ฟรอนท์. เข้าถึงได้จาก [http://mba.swu.ac.th/article/
fileattachs/10022015122513_f_0.pdf](http://mba.swu.ac.th/article/fileattachs/10022015122513_f_0.pdf)
- เจษฎา ขวัญเมือง และคณะ. (ม.ป.ป.). ความหมายของการท่องเที่ยวและประวัติของการท่องเที่ยว.
เข้าถึงได้จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/>
- ชวัลนุช อุทยาน. (ม.ป.ป.). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก
<https://touristbehaviour.wordpress.com/2009/05/>
- ชวัลนุช อุทยาน. (ม.ป.ป.). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามกลุ่มตลาดการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก
<http://touristbehaviour.wordpress.com/8-2/>
- ชมรมศึกษาผลงานวิทยากร เชียงกูล. (ม.ป.ป.). ปัญหาการจราจรคับคั่ง. เข้าถึงได้จาก
<https://witayakornclub.wordpress.com/2008/05/19/ปัญหาการจราจรคับคั่ง/>
- นิรันดร์ ทัพไชย. (2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. เอกสาร
การสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสาขาวิชาวิทยาการจัดการ.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์. (2545). กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด. (ม.ป.ป.). ข้อมูลเรือด่วนเจ้าพระยา. เข้าถึงได้จาก
<http://www.chaophrayaexpressboat.com/th/aboutus/>
- บริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทาว์. (ม.ป.ป.). ประวัติความเป็นมา. เข้าถึงได้จาก
<http://covan.bkbasic.com/th/เกี่ยวกับเรา/>
- บ้านจอมยุทธ. (ม.ป.ป.). กำเนิดและพัฒนาการของการขนส่ง. เข้าถึงได้จาก
[https://www.baanjomuyut.com/library_2/extension-2/the_origin_and_development_
of_transportation/04.html](https://www.baanjomuyut.com/library_2/extension-2/the_origin_and_development_of_transportation/04.html)
- บีบีซี. (ม.ป.ป.). ไทยรถติดที่ 1 ของโลก-ผลสำรวจชี้ไม่มีทางกำจัดปัญหาได้ถาวร. เข้าถึงได้จาก
<http://www.multiplustravel.com/iata.php>

ปริญญ์ เพ็ญพิชฌ. (2553). ปัจจัยในการส่งเสริมการเดินทางด้วยเรือค่าน้ำพระยาเชื่อมต่อ

โครงข่ายขนส่งมวลชนระบบราง. เข้าถึงได้จาก <http://www.tnrr.in.th/?page=>

research result&name=%E0%B8%9B%

ปิยะ ต๊ะวิชัย. (ม.ป.ป.). แนวความคิดและทฤษฎีทางด้านการจราจร. เข้าถึงได้จาก

<http://www.trafficpolice.go.th/download/4.%E0%B9%81%>

ไพศาล กาญจนวงศ์. (ม.ป.ป.). หลักการประชาสัมพันธ์ (Publication) และการประยุกต์ใช้การ

ประชาสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก <http://coursewares.mju.ac.th:81/>

TD335/td335/chapter3/chapter3 1.htm

วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (พิมพ์ครั้งที่10). กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โอเอ้นการพิมพ์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล. เข้าถึงได้จาก

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/know/estat19.html>

เอกพล ปิกเกษม. (ม.ป.ป.). การขนส่งทางน้ำและพาณิชย์นาวีกับการขนส่งสาธารณะ โดยเรือ

โดยสาร. เข้าถึงได้จาก <http://prozkang10.wixsite.com/chanon/services>

ภาคผนวก ก

บทความวิชาการ



การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสาร

ผ่านสื่อวิดีโอกับบริษัท โค แวน เคสเซล บางกอก ทัวร์

Public Relations of Tourism on the Chao Phraya River in Bangkok by Express Boat via video with Co Van Kessel Bangkok Tour

พิชญา บำรุงพันธ์¹, ทายากร เลหาสกุลงาม²

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

235 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

pichayamukmuk@gmail.com¹, tayakorn@live.co.uk²

บทคัดย่อ

บริษัท โค แวน เคสเซล บางกอกทัวร์ เป็นบริษัทที่ให้บริการการท่องเที่ยวโดยจักรยานเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายต่อเนื่องกันมานานกว่า 30 ปี มีสเตอร์จาโคบัส (โค) แวน เคสเซล และคุณจันท์ธรมณี พลภักดี (คุณน้อง) การบริการของบริษัทโค แวน เคสเซล บางกอกทัวร์ เป็นทัวร์จักรยานแห่งแรกของประเทศไทย มีจุดมุ่งหมายหลักในการเปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใหม่ พานักท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตที่น่าหลงใหลของคนไทย จากการการสังเกตพบว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการกับทางบริษัท ได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางมาเข้าร่วมทัวร์ล่าช้า เนื่องจากการจราจรที่ติดขัดของกรุงเทพมหานคร จึงได้ดำเนินการนำเสนอเส้นทางเดินทาง ที่ให้ความสะดวกมากกว่าการจราจรบนท้องถนนแก่นักท่องเที่ยวผ่านสื่อวิดีโอ โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ทราบถึงการเดินทางที่ถูกต้อง และเพื่อส่งเสริมการตลาดและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักกับบริษัท โค แวน เคสเซล บางกอกทัวร์ ผลการศึกษาพบว่าโดยมีเรือด่วนขงสีส้มและขงสีฟ้ามาแนะนำเสนอจากทั้งหมด 5 ประเภท เนื่องจากเรือด่วนขงสีส้มและขงสีฟ้า

ดังกล่าวมีการให้บริการที่ครอบคลุมมากกว่าประเภทอื่นๆ เรือด่วนขงสีส้มและขงสีฟ้าที่เปิดให้บริการตั้งแต่เช้าจนถึงเย็น 06.00 – 19.00 น. (สีส้ม) 09.00 – 18.40 น. (สีฟ้า) รวมถึงมีราคาที่เหมาะสมกับค่าโดยสาร และเส้นทางให้บริการทุกสีของเรือด่วนนั้นมีการบริการที่เหมือนกัน เรือด่วนขงสีฟ้าให้บริการเส้นทางระยะสั้นไป-กลับจากท่าพระอาทิตย์ถึงเอเชียทีก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เส้นทางที่สามารถเดินทางได้เร็วขึ้น และสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

Abstract

Co van Kessel Bangkok Tours is a company that provide bicycle tours to clients. It is widely known for 30 years by Mr. Co Van Kessel, who was from Netherland. The service of Co Van Kessel Bangkok Tour is the first bicycle tour of Thailand. The main purpose is to open the new travel experience. To take the travelers to face the fascinating lifestyle of the local Thai people. The observation that travelers come to take the tour with Co Van Kessel Bangkok Tour has a trouble is late while traveling from their places to our company due to traffic jam in Bangkok. Therefore,

we provided more new route for traveling to the tourists through the video public relations is to take the Chao Phraya Express Boat instead by having objective are public relations of tourism on the Chao Phraya River in Bangkok by express boat to foreign tourists get correctly way for journey. Also, to promote the market for increasing the average of clients to getting know Co Van Kessel Bangkok Tour. In case of studying, we found that there are express boats, orange flag and blue flag to offer from totally 5 colors flag. Because they offer more service times than other colors flag. For the express boat orange flag and blue flag, they are open from morning until evening 06.00 – 19.00 น. (Orange flag) 09.00 – 18.40 น. (Blue flag). The services of distance all colors flag are the same. The blue flag express boat, they service short distance from Phra Arthit Pier until Asiatique The Riverfront. To offer the faster way to travel and can access more easily to popular tourist attractions for our clients, recently.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสารผ่านสื่อวิดีโอ กับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ ให้กับลูกค้าได้ทราบถึงการเดินทางที่ถูกต้อง
2. เพื่อการส่งเสริมการตลาดและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักกับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

ขอบเขตของโครงการ

ในการศึกษาโครงการสหกิจศึกษาครั้งนี้ มีขอบเขตของการศึกษาโครงการแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาข้อมูลในเรื่องของหลักการประชาสัมพันธ์ การตลาด พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และงานวิจัยต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสารผ่านช่องทาง เฟสบุ๊ก(Facebook) และ ยูทูบ (YouTube) ของบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการจากทางบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา อยู่ในระยะเวลา 2 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงเดือนพฤศจิกายน
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ บริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ และเส้นทางเดินโดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์เป็นที่รู้จักมากขึ้น
2. มีการเคลื่อนไหวผ่าน เฟสบุ๊ก (Facebook) และ ยูทูบ (YouTube) ทำให้กลุ่มลูกค้าได้ติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
3. สร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรโดยการสื่อวิดีโอผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต
4. ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงช่องทางการเดินทางโดยเรือโดยสารอย่างถูกต้อง

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. รวบรวมความต้องการและศึกษาข้อมูลของโครงการ

ในการคิดหัวข้อเรื่องของการทำโครงการ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยแม่น้ำเจ้าพระยา โดยเรือโดยสารในกรุงเทพมหานคร กับบริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์ ทางบริษัทได้สังเกตเห็นถึงปัญหาประจำวันของลูกค้าที่ต้องการมาทำกิจกรรมกับทางบริษัท ประสบปัญหาการเดินทางมาล่าช้า และมาเข้าร่วมกิจกรรมสาย เนื่องจากปัญหาการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนน รวมทั้งการโดนคิดค่าบริการที่มีราคาสูงกว่ามาตรฐานจากรับจ้างจากเรือโดยสาร ดังนั้น สามล้อ แท็กซี่ และรถจักรยานยนต์รับจ้าง ซึ่งบางครั้งเป็นการเดินทางที่ไกลแต่มีการวนรถเพื่อไถ่ราคา เพราะนักท่องเที่ยวไม่ใช่คนในพื้นที่จึงถูกเอาเปรียบได้ง่าย ทางคณะผู้จัดทำจึงมีความคิดเห็นที่ต้องการนำเสนอช่องทางที่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีทางเลือกอื่นในการเดินทาง และทำการนำเสนอสู่อีพริสม์ โดยผู้ที่เข้าร่วมประชุมได้แก่ คณะผู้บริหาร พนักงานฝ่ายการตลาดและคณะผู้จัดทำ โดยมีจุดประสงค์ที่ต้องการให้โครงการนี้มีความสร้างสรรค์และมีความรู้สามารถนำไปใช้ได้จริง คณะผู้จัดทำและคณะที่จัดการประชุมได้ให้ความเห็นร่วมกัน ที่จะนำเสนอการเดินทางโดยเรือโดยสาร เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลานานในการเดินทาง สามารถเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวได้สะดวก และยังสามารถชื่นชมบรรยากาศของแม่น้ำเจ้าพระยาได้อีกด้วย คณะประชุมจึงตัดสินใจ คิดโครงการนี้ขึ้น โดยใช้ชื่อดังกล่าว “ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร โดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวีดิโอกับ บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์ ”

2. วิเคราะห์งานระบบงาน

คณะผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์และโครงการที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งแผนงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวบรวมทั้งหาข้อมูลประเภทของเรือโดยสาร เส้นทาง การเดินทางเรือหลักการโดยสารอย่างถูกต้องและปลอดภัย ข้อห้ามในการปฏิบัติ จะเน้นในการแนะนำท่าเรือต่างที่นักท่องเที่ยวชอบเดินทางไปท่องเที่ยว ในการจัดทำวีดิโอ นั้นได้คำนึงถึงหลักการถ่ายวีดิโอให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเข้าชม มีเนื้อหาที่กระชับและไม่น่าเบื่อจนเกินไป คณะผู้จัดทำจึงคัดเลือกประเภทของเรือโดยสารที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ได้จริง เนื่องจากว่าเรือโดยสารนั้นมีหลากหลายประเภท มีช่วงเวลาการเดินทางที่ต่างกัน และมีการจอดแต่ละท่าเรือที่ไม่เหมือนกัน ในโครงการนี้มีขอบเขตของการโดยสารทางแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งจะเน้นที่แม่น้ำสายหลักที่เป็นแหล่งคมนาคมที่กว้างขวาง โดยจะกล่าวถึงความเป็นมา และความสำคัญต่างของแม่น้ำ

3. วางแผนระบบการทำงาน

ในการลงพื้นที่จริงนั้น ทางคณะผู้จัดทำและฝ่ายการตลาดได้เริ่มจากการเขียนเค้าโครงเนื้อหา เรียบเรียงข้อมูลไว้อย่างละเอียดและครอบคลุม โดยมีตารางการลงพื้นที่จริง ดังนี้

ตารางการวางแผนงานปฏิบัติงานการถ่ายสื่อวีดิโอ

วัน/เดือน/ปี	เวลา	รายละเอียดของกิจกรรม	สถานที่
19 สิงหาคม 2560	13.00 – 14.00	ประชุมเพื่อจัดทำวีดิโอเกี่ยวกับโครงการ	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
20 สิงหาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
4 ตุลาคม 2560	10.00 – 17.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
9 ตุลาคม 2560	10.00 – 12.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
11 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
12 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
13 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
14 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
15 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
16 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
17 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
18 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
19 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
20 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
21 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
22 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
23 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
24 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
25 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
26 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
27 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
28 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
29 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์
30 ตุลาคม 2560	11.00 – 14.00	สำรวจสถานที่ที่จะถ่ายวีดิโอตามเส้นทางเรือโดยสาร	บริษัท โควน เอสเซนต์ บางกอก ทัวร์

4. จัดทำและพัฒนา

จากการออกปฏิบัติงานในการถ่ายทำวิดีโอ ประกอบโครงงาน ขั้นตอนต่อไปคือการตัดต่อวิดีโอโดยใช้โปรแกรม Sony Vegas ในการตัดต่อวิดีโอ นั้นแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 เริ่มจากการจัดไฟล์วิดีโอและตั้งค่าไฟล์เสียงลงใน Folder ทำการจัดเรียงเรียงเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ทำการตัดต่อวิดีโอได้ง่ายยิ่งขึ้น
- ขั้นตอนที่ 2 จัดเรียงเนื้อเรื่อง โดยการนำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 นั้นมาจัดเรียงบน Timeline ของโปรแกรม Sony Vegas ตามที่เราต้องการ การตัดต่อโดยการนำวิดีโอทั้งหมดเกี่ยวกับการโดยสาร โดยเรือด่วน แม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งบรรยากาศริมฝั่งแม่น้ำ,สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงข้อมูลต่างๆเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยา
- ขั้นตอนที่ 4 ทำการตกแต่งหรือปรับวิดีโอเพิ่มเติมโดยใช้ Effect ของสีหรือ Transition และใส่ตัวอักษรเพิ่มเติมลงในวิดีโอที่จัดทำ
- ขั้นตอนที่ 5 เป็นขั้นตอนสุดท้ายคือ นำไฟล์ทั้งหมดที่สมบูรณ์เช่น ตัวอักษร สี และเสียงของวิดีโอ นำไป Render โดยปรับค่าใช้ขนาดความคมชัด 1080 MP4 เพื่อที่สามารถอัปโหลดลงสู่ Facebook และ YouTube ของทางบริษัทโค แวน เคสเชล บางกอก ทาว์

5.ทดสอบและสรุปผล

จากการทดสอบได้เริ่มจากการนำวิดีโออัปโหลดลงสู่ช่องทางอินเทอร์เน็ต คือ ยูทูบ (YouTube) และ เฟสบุ๊ก (Facebook) ได้ทำการสังเกตยอดเข้าชมและยอดถูกใจทุกๆ 15 วัน หลังจากการอัปโหลดลงช่องทางอินเทอร์เน็ต พบว่าในช่วงแรกของการแชร์มียอดถูกใจและยอดเข้าชมที่มากขึ้น

จากการสำรวจมีการแสดงความคิดเห็นต่างๆเกี่ยวกับวิดีโอ ทั้งในข้อดีและข้อเสีย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นถึงความประทับใจในการจัดทำวิดีโอขึ้นทั้งยังกล่าวว่าเมื่อมีโอกาสมาประเทศไทย การโดยสารทางเรือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจ แต่ค่อนข้างเป็นการโดยสารที่เสี่ยงอันตราย พาดโผน คณะผู้จัดทำมีความเห็นพร้อมตอกันว่าการโดยสารทุกช่องทางสามารถเกิดอุบัติเหตุได้ทุกเมื่อ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ อย่างไรก็ตามการโดยสารทุกประเภทนักท่องเที่ยวควรมีระมัดระวังและมีการตื่นตัวอยู่เสมอ

6.ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	สัปดาห์ที่ 1	สัปดาห์ที่ 2	สัปดาห์ที่ 3	สัปดาห์ที่ 4	สัปดาห์ที่ 5
1. จัดทำโครงงานโครงงาน	←→				
2. ศึกษาและวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงงาน		←→			
3. เก็บข้อมูลโครงงาน			←→	←→	
4. สรุปและรายงานผลการดำเนินงาน				←→	
5. จัดทำเอกสารประกอบโครงงาน					←→

7.อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ :

1. คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก
2. เอกสาร
3. กล้องถ่ายทำวิดีโอ

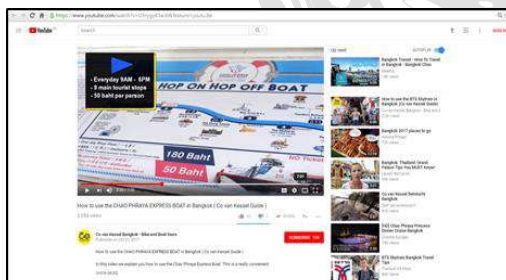
อุปกรณ์ซอฟต์แวร์ :

1. Microsoft Word
2. Sony Vegas
3. Adobe Premiere Pro

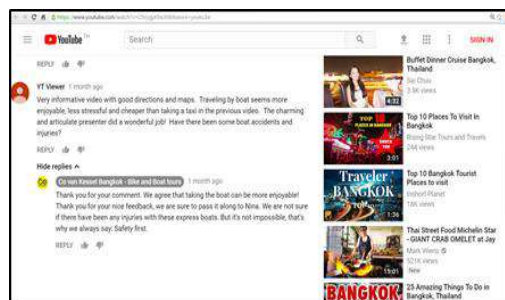
ลักษณะการดำเนินงานของระบบ



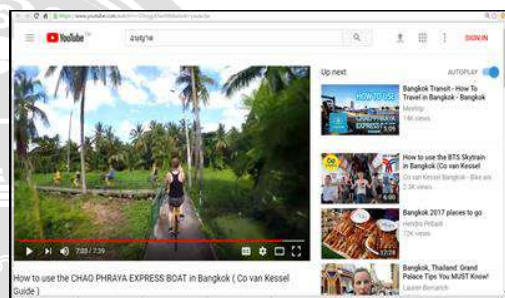
ภาพที่ 1 แสดงภาพวิดีโอที่อัปโหลดลงใน เว็บเพจเฟซบุ๊ก (Web Page Facebook) ของบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ หลังจากการตัดต่อวิดีโอเสร็จสิ้น นำวิดีโอตัวนี้ไปลงใน เว็บเพจเฟซบุ๊ก (Web Page Facebook) เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูในเว็บไซต์และได้ทราบถึงการใช้การคมนาคมทางน้ำที่ถูกต้องและถูกวิธีโดยผ่านสื่อวิดีโอเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยา อีกทั้งวิดีโอตัวนี้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเห็นได้ชัด หลังจากโพสต์วิดีโอลง เฟสบุ๊ก (Facebook)บริษัท โคแวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ 3 สัปดาห์ขึ้นไป จะสังเกตได้ว่ามีคนสนใจและขอเข้าร่วมชมรวมถึงการกดถูกใจเพิ่มขึ้นมาก



ภาพที่ 2 แสดงภาพวิดีโอที่อัปโหลดไปใน เว็บไซต์ ยูทูบ (YouTube) เมื่อทำการตัดต่อวิดีโอเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะถูกอัปโหลดลงในเว็บไซต์ ยูทูบ (YouTube) เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูวิดีโอได้ทราบและเข้าใจยิ่งขึ้นของการใช้เรือด่วนโดยสารไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้สะดวกยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3 แสดงภาพตัวอย่างคอมเมนต์ของเว็บไซต์ ยูทูบ (YouTube) คือ คอมเมนต์ที่มาจากวิดีโอการประชาสัมพันธ์โดยเรือโดยสารแม่น้ำเจ้าพระยา ลงในเว็บไซต์ของยูทูบ (YouTube) ที่มีการคอมเมนต์ด้านบวก คือ วิดีโอตัวนี้เป็นวิดีโอที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเส้นทางและแผนที่ของการเดินทางได้ดีมากๆ (อ้างอิงมาจากคอมเมนต์ในรูป)



ภาพที่ 4 แสดงโฆษณาเกี่ยวกับการให้บริการทัวร์ของบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ คือ วิดีโอที่เกี่ยวกับการทำทัวร์ของบริษัท โคแวนเคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ที่ใส่ลงไปด้วยวิดีโอที่จัดทำขึ้นเพื่อช่วยในการโปรโมททัวร์ของบริษัทอีกด้วย ทางบริษัทอยากที่จะให้นักท่องเที่ยวที่ดูวิดีโอนี้แล้วมีความรู้ความเข้าใจ ในการใช้เรือและการลักษณะการทำทัวร์ของบริษัทเป็นอย่างไร อีกทั้งยังสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากมาทำทัวร์กับเราด้วย

สรุปผลของโครงการ

จากการประชาสัมพันธ์การเดินทางโดยสารโดยเรือด่วนเจ้าพระยาผ่านสื่อวิดีโอ หลังจากได้นำวิดีโอลงไปในโซเชียล นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ได้มองเห็นถึงประโยชน์ของการเดินทางโดยเรือด่วนเจ้าพระยา ที่สามารถเดินทางไป

ยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมในกรุงเทพมหานครอย่าง สะดวกและประหยัดเวลา ซึ่งมีการกดแชร์ต่อกัน ของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทุกประเทศ มี ยอดถูกใจที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และมีการแสดงความ คิดเห็นผ่านทางช่องทางต่างๆ พบว่าลูกค้าที่เดินทาง มายังบริษัท ได้ให้ผลตอบรับดีมากกับวิธีการ เดินทางด้วยวิธีนี้ จากการสังเกตวิดีโอสามารถนำ สิ่งที่ได้รับจากโครงการไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง

ผลการศึกษาพบว่าการจัดทำสื่อวิดีโอ เพื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสาร ผ่านสื่อวิดีโอ ให้ลูกค้าได้ทราบถึงการเดินทางที่ถูกต้อง และเป็น การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จัก กับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอก ทัวร์ ที่ได้ให้โอกาสในการพัฒนาแบบประเมิน ออนไลน์และให้การสนับสนุนด้านต่างๆด้วยดีใน การดำเนินการทำโครงการในครั้งนี้และขอขอบคุณ นางทิติยาพรระฆังและอาจารย์ศุภกัศราจบเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาภาควิชาการโรงแรมและการ ท่องเที่ยวคณะศิลปศาสตรมหาวิทยาลัทยสยามในการ จัดทำโครงการนี้

เอกสารอ้างอิง

กฤตติกา คำสียา. ความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ บริการ เอเซียทิค เดอะรีเวอร์ฟรอนท์ [ออนไลน์]. http://mba.swu.ac.th/article/fileattachs/10022015122513_f_0.pdf(สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2560)

เจษฎา ขวัญเมืองและคณะ. ความหมายของการ ท่องเที่ยวและประวัติของการท่องเที่ยว [ออนไลน์]. <https://tourismatbuu.wordpress.com/> (สืบค้นเมื่อ วันที่ 28 พฤศจิกายน 2560)

ชมรมศึกษาผลงานวิทยากร เชียงกูล. ปัญหา การ จ ร า จ ร คั บ คั ง [อ อ น ไ ล น์] . <https://witayakornclub.wordpress.com/2008/05/19/ปัญหาการจราจรคับคั่ง/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2560)

ชวัลนุช อุทยาน. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว [อ อ น ไ ล น์] . <https://touristbehaviour.wordpress.com/2009/05/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2560)

ดร.ไพศาล กาญจนวงศ์. หลักการประชาสัมพันธ์ (Publication) และการประยุกต์ใช้การ ประชาสัมพันธ์ กับการท่องเที่ยว [ออนไลน์]. http://coursewares.mju.ac.th:81/TD335/td335/chapter3/chapter3_1.htm(สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2560)

นิรันดร์ ทัพไชย. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2548

นุชนารถ รัตนสุวรรณชัย. กลยุทธ์การตลาดใน อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว. นน ทบุรี . มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2545

บริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์. ประวัติ ความ เป็น มา [อ อ น ไ ล น์] . <http://covan.bkbasic.com/th/เกี่ยวกับเรา/> (สืบค้น เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2560)

บริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด. ข้อมูลเรือด่วน
เจ้าพระยา [ออนไลน์].
<http://www.chaophrayaexpressboat.com/th/aboutus>
(สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2560)

บ้านจอมยุทธ. กำเนิดและพัฒนาการของการ
ขนส่ง [ออนไลน์].
https://www.baanjomyut.com/library_2/extension-2/the_origin_and_development_of_transportation/04.htm (สืบค้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2560)

บีบีซี. ไททรดติดที่ 1 ของโลก-ผลสำรวจชี้ไม่มี
ทางกำจัดปัญหาได้ถาวร [ออนไลน์].
<http://www.multiplustravel.com/iata.php> (สืบค้น
เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2560)

ปริญญา เพื่องเพียร. 2553. ปัจจัยในการส่งเสริม
การเดินทางด้วยเรือด่วนเจ้าพระยาเชื่อมต่อโครงข่าย
ขนส่งมวลชนระบบราง [ออนไลน์].
http://www.tnrr.in.th/?page=research_result&name=%E0%B8%9B% (สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน
2560)

พลตำรวจตรีปิยะ ต๊ะวิชัย. แนวความคิดและ
ทฤษฎีทางการจราจร [ออนไลน์].
<http://www.trafficpolice.go.th/download/4.%E0%B9%81%> (สืบค้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2560)

วรัญญา พรหมมี. 2556 .การศึกษาความพึงพอใจใน
การใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา [ออนไลน์].
[file:///C:/Users/Administrator/Downloads/24642.p
df](file:///C:/Users/Administrator/Downloads/24642.pdf) (สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2560)

วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
2532

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). การประชาสัมพันธ์
ฉบับสมบูรณ์ (ฉบับสมบูรณ์). พิมพ์ครั้งที่ 10.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ลย.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. วิธีการเก็บรวบรวม
ข้อมูล [ออนไลน์].
http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/know/estat1_9.html (สืบค้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2560)

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ.
กรุงเทพฯ. เอเอ้นการพิมพ์. 2540

เอกพล ปีกเกษม. การขนส่งทางน้ำและพาณิชย์
นาวีกับการขนส่งสาธารณะโดยเรือโดยสาร
[ออนไลน์].
[http://prozkang10 . wixsite.com/chanon/services](http://prozkang10.wixsite.com/chanon/services)
(สืบค้นเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2560)

ภาคผนวก ข

ภาพการปฏิบัติงาน





ภาพที่ 6.1 ภาพขณะทำการแสดงประกอบวิดีโอ



ภาพที่ 6.2. ภาพการทำการกิจการขนย้ายจักรยาน



ภาพที่ 6.3. ภาพระหว่างการออกปฏิบัติงานภาคสนาม



ภาพที่ 6.4. การถ่ายทำวิดีโอประกอบโครงการ



ภาพที่ 6.5. ภาพการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมประวัติย่านตลาดน้อย



ภาพที่ 6.6. ภาพอาจารย์ที่ปรึกษามาเยี่ยมที่สถานที่ฝึกงาน



ภาพที่ 6.7. จัดช้่มกิจกรรม คลองสาน-ธนบุรี ดีไลท์ ณ.สยาม



ภาพที่ 6.8. ภาพการทำกิจกรรมตัวแทนคุณครูสอนภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 6.9. ภาพบรรยากาศขณะออกปฏิบัติงานทัวร์







ภาพที่ 6.10. ภาพลูกค้าและชาวบ้านในสถานที่ท่องเที่ยว



ภาคผนวก ค

โปสเตอร์ (ไวนิล)



1. คณะผู้จัดทำโครงการเสนอแนะให้บริษัทดำเนินโครงการนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด
2. ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้เกิดแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถใช้บริการรถส่วนตัวเช่าพระยาไปยังสถานที่อื่นๆ ได้สะดวกสบายและค่าโดยสารในราคาที่เหมาะสมเพราะบางท่ารถส่วนนั้นสามารถเข้าถึงวิธชุมชนได้อย่างง่ายต่อแนวทางนำเสนอในครั้งต่อไป
3. เนื่องจากโครงการนี้ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาจึงทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงไม่มากนักคณะผู้จัดทำขอเสนอแนะให้ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้อย่างมากที่สุด

ได้รับความรู้ ได้ฝึกฝนทักษะในการมองปัญหาและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้อง
ณ ปัจจุบัน





ภาคผนวก ง

บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

โครงการนี้มีประโยชน์ต่อสถานที่ประกอบการนี้อย่างไร

โครงการ การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือโดยสารผ่านสี่วิไลไต่กับ บริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ได้มีประโยชน์ คือทำให้ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการกับบริษัทโค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ได้มีช่องทางการเดินทางมายังบริษัท โค แวน เคสเซลล์ บางกอกทัวร์ ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ประหยัดค่าโดยสาร และ หลังจากมาทำทัวร์ของทางบริษัทเสร็จ สามารถไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้ง่ายมากขึ้น ทั้งนี้ ทำให้ลูกค้าชาวต่างชาติไม่เป็นกังวลในเรื่อง การเดินทางที่ช้าหรือเสียเวลากับจราจรที่ติด และการที่จะโดนคิดค่าบริการโดยสารที่เกินมาตรฐาน อีกทั้ง ยังสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ сувениร์ในการนั่งเรือผ่านเจ้าพระยาไปยังสถานที่ต่างๆ



.....
(คุณทิติยาพร ะชุม)

ข้อมูลผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5704400042

ชื่อ-นามสกุล : นางสาวพิชญา บำรุงพันธ์

คณะ : ศิลปะศาสตร์

สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ที่อยู่ : 31/265 ซ.กาญจนาภิเษก 005/1

แขวงหลักสอง เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160

ผลงาน : จัดทำสื่อวีดิโอประชากร

สัมพันธการเดินทางโดยสารสามล้อ แท็กซี่ และเรือข้าม
โดยสาร



รหัสนักศึกษา : 5704400206

ชื่อ-นามสกุล : นายทยากร เลาสกุลงาม

คณะ : ศิลปะศาสตร์

สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

ที่อยู่ : 585/3 ซอย.สาธุประดิษฐ์ 28

แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร
10120

ผลงาน : จัดทำสื่อวีดิโอประชากร

สัมพันธการเดินทางโดยสารสามล้อ แท็กซี่ และเรือข้าม
โดยสาร