



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

วิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์
บริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์

Video Content Introducing the Use of The
World Connections Company Website for Tour Agents

โดย

นางสาววารินทร์ มิ่งคำ รหัสนักศึกษา 6202000001

รายงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 119-413 การศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 2 ปีการศึกษา 2563

หัวข้อโครงการ วิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับ
ตัวแทนจำหน่ายทัวร์

Video Content Introducing the Use of The World Connections Company
Website for Tour Agents

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาววารกรณ์ มิ่งคำ

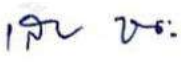
ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ


อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข


อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวและการบริการ ประจำปีการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2563

คณะกรรมการการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข)


.....พนักงานที่ปรึกษา
(นายเสฏฐวุฒิ ชนะทรัพย์)


.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ภัทรภร จิรมหาโกศา)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.มารุง ถิมปะวัฒนะ)

หัวข้อโครงการ	วิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวลด์คอนเนคชั่นส์ สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์
หน่วยกิต	5 หน่วยกิต
โดย	นางสาววารภรณ์ มิ่งคำ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี
สาขาวิชา	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ	ศิลปศาสตร์
ปีการศึกษา	2/2563

บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการเรื่องวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายได้สมัครบัญชีผู้ใช้งานของบริษัทเวลด์คอนเนคชั่นส์ 2) เพื่อให้เว็บไซต์ใหม่มีผู้ใช้งานมากขึ้น และ 3) เพื่อจัดทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์เพื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลที่ได้จากการจัดทำโครงการคือ สัปดาห์แรกมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 16 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 6.70 สัปดาห์ที่สองมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 21 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 15.48 สัปดาห์ที่สามมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 41 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 32.63 สัปดาห์ที่สี่มีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 30 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 45.18 สรุปได้ว่าจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีจำนวนผู้สมัครทั้งหมด 108 บัญชี คิดเป็นจำนวนร้อยละทั้งหมด 45.18 จากจำนวนบริษัททั้งหมดที่มีอยู่ในรายชื่อผู้ติดต่อที่บริษัทมีอยู่ รวมทั้งสิ้น 239 บัญชี

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์ของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 การจัดทำโครงการเรื่องวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์ สามารถสร้างความสนใจให้กับตัวแทนจำหน่ายทัวร์ได้เป็นอย่างดี โดยมีข้อเสนอแนะจากผู้ใช้จริงในรูปแบบภาษาต่างประเทศด้วย เช่น ภาษาอังกฤษและภาษาจีน

คำสำคัญ: วิดีโอคอนเทนต์, การใช้งานเว็บไซต์, ตัวแทนจำหน่าย

Project Title : Video Content To Introduce the use of The World Connections Company
Website for Tour Agents

Credits : 5 Credits

By : Ms. Waraporn Mingkhum

Advisor : Ms. Pimpitcha Lerdsakulpasuk

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism

Faculty : Liberal Arts

Year : 2/2020

Abstract

The World Connection website for tour resellers was intended to allow dealers to apply for a world Connections' user account, to assist new websites to be more active, and to create video content that recommends the use of the World Connections website for public relations. As a result of the project, the first week increased by 16 accounts to 6.70, the second week increased by 21 accounts to 15.48, the third week increased by 41 accounts to 32.63, and the fourth week increased by 30 accounts to 45.18. Based on the collection of all data over a period of 4 weeks, a total of 108 applications accounted for 45.18 of the total number of companies listed on the company's contact list, with a grand total of 239 accounts.

The results showed that respondents had a degree of satisfaction with the video content that recommends the use of the company's website, overall, an average of 4.33. The preparation of a video content project introducing the World Connections website for tour resellers could generate high interest from tour dealers with feedback from real users in foreign languages, such as English and Chinese.

Keywords: Video Content, Website, Tour Agent

Approved by
.....

กิตติกรรมประกาศ

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในบริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ระหว่างวันที่ 11 มกราคม 2564 ถึง 30 เมษายน 2564 ส่งผลให้ทางผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆที่มีค่ามากมายต่อการนำไปใช้ในการประกอบอาชีพจริง สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณเสกฐวุฒิ ชนะทรัพย์ (พนักงานที่ปรึกษา)
2. อาจารย์พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจ)

รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการสหกิจศึกษามหาวิทยาลัยสยาม คณาจารย์ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการ กรรมการสอบ และบุคคลอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อมูล และช่วยเหลือในการตรวจสอบในส่วนที่บกพร่องต่างๆ จนทำให้รายงานฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ทางผู้จัดทำโครงการขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้จัดทำรายงาน

นางสาว วราภรณ์ มิ่งคำ

29 พฤษภาคม 2564

สารบัญเรื่อง

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญเรื่อง	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ ภาระงาน	2
1.3 ขอบเขตขอการศึกษา	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ	3
2.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	3
2.2 แผนของบริษัท วันเวลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด	4
2.3 รูปแบบการจัดการและการบริหารงานขององค์กร	4
2.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	5
2.5 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา	6
2.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	7
2.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	7
2.8 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	7
2.9 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงาน ปัญหาการทำงาน	8
บทที่ 3 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	9
3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท วัน เวลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด	11

สารบัญเรื่อง

เรื่อง	หน้า
3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัทเวิลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด	11
3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ เวิลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด	11
3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์	14
3.6 ประเภทเครื่องมือการตลาดออนไลน์	16
3.7 ข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)	17
3.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ Social Media	21
3.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	28
บทที่ 5 สรุปผลการปฏิบัติงานและข้อเสนอแนะ	38
บรรณานุกรม	39
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติงาน	
ภาคผนวก ข ตัวอย่างแบบสอบถาม	
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา	
ภาคผนวก ง บทความวิชาการ	
ภาคผนวก จ โปสเตอร์	
ภาคผนวก ฉ บันทึกการปฏิบัติงาน	
ประวัติผู้จัดทำ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ	7
ตารางที่ 4.1 ตารางจำนวนบัญชีผู้สมัครในแต่ละสัปดาห์	34
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ	35
ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ	35
ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา	35
ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	36
ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อวิดีโอคอนเทนต์	37

แนะนำการใช้เว็บไซต์ของบริษัท



สารบัญรูปรภาพ

	หน้า
รูปที่ 2.1 โลโก้ของบริษัท	3
รูปที่ 2.2 แผนที่ตั้งบริษัท	4
รูปที่ 2.3 แผนภูมิการจัดตั้งองค์กรและบริหารงานบริษัท วันเวลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด	4
รูปที่ 2.4 นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา นางสาววารภรณ์ มิ่งคำ	5
รูปที่ 2.5 พนักงานที่ปรึกษา คุณเสกฐวุฒิ ชนะทรัพย์	6
รูปที่ 3.1 หน้าแรกเว็บไซต์ บริษัทเวลด์คอนเนคชั่นส์จำกัด	11
รูปที่ 3.2 โปรแกรมทัวร์ตัวอย่างที่จะจอง แสดงราคา เดินทางสามวันสองคืนและพีเรียคเดินทาง	12
รูปที่ 3.3 แสดงราคาของผู้เดินทาง ผู้ใหญ่พักคู่ ผู้ใหญ่พักเดี่ยว ผู้ใหญ่พักสาม เด็กมีเตียง และเด็กไม่มีเตียง	12
รูปที่ 3.4 เป็นอีเมลยืนยันการจองจากบริษัทที่เราได้รับหลังจากเราได้ทำการจองไปแล้ว	13
รูปที่ 4.1 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	28
รูปที่ 4.2 ปรึกษากับที่ปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางการทำวิดีโอคอนเทนต์	29
รูปที่ 4.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานเว็บไซต์ของบริษัท	29
รูปที่ 4.4 ศึกษาขั้นตอนการสมัครสมาชิกเป็นตัวแทนจำหน่าย	30
รูปที่ 4.5 ศึกษาข้อมูลโปรแกรมทัวร์ของบริษัท	30
รูปที่ 4.6 ปรึกษากับที่ปรึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการปฏิบัติงาน	31
รูปที่ 4.7 จัดทำคลิปวิดีโอ	31
รูปที่ 4.8 นำเสนอวิดีโอให้แก่ที่ปรึกษารับชม	32
รูปที่ 4.9 นำวิดีโอไปประชาสัมพันธ์	32
รูปที่ 4.10 การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้สนใจผ่านช่องทาง Line	33

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท เวิลด์คอนเนคชั่นส์ เป็นบริษัททัวริ่งนำเที่ยว ประกอบกิจการนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกชนิด เช่น การให้บริการจองตั๋วเครื่องบิน ให้บริการจัดทำวีซ่านักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยที่บริษัทได้ดำเนินธุรกิจจาดนำเที่ยว เริ่มตั้งแต่วันที่ 27 กันยายน 2556 เป็นต้นมา และได้จัดทำเว็บไซต์ของบริษัทขึ้นมาใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นช่องทางออนไลน์สำหรับติดต่อกับตัวแทนจำหน่าย โดยเฉพาะการให้ตัวแทนจำหน่ายสามารถเข้ามาตรวจสอบเช็ครายการ โปรแกรมทัวร์ต่างๆของบริษัท โปรแกรมทัวร์พิเศษ และช่วยโปรโมชั่นลดราคา รวมถึงการอัพเดทข่าวสาร โปรแกรมทัวร์ยอดนิยมของบริษัท ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักที่ทางบริษัทใช้ในการชี้แจงข้อมูลและอัพเดทราคาค่าทัวร์ต่างๆอย่างต่อเนื่อง ทำให้เว็บไซต์นี้เป็นแหล่งข้อมูลหลักที่เชื่อมต่อระหว่างบริษัทและตัวแทนจำหน่าย แต่สำหรับตัวแทน ยังขาดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงทักษะในการใช้เทคโนโลยี และการเข้าใช้งานเว็บไซต์เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวแทนที่สูงอายุ หรือสมาชิกบางท่านไม่มีความคุ้นชินกับรูปแบบของเว็บไซต์ของบริษัทจึงทำให้การค้นหาข้อมูลไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ข้อดีของการสร้างวิดีโอคอนเทนต์ ในปัจจุบันมีผู้ให้ความสนใจด้านเทคโนโลยีและด้านสื่อสังคมออนไลน์หลากหลาย วิดีโอคอนเทนต์เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่มีผู้คนให้ความสนใจ การทำวิดีโอคอนเทนต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับมากมายในปัจจุบัน (Thailand Video Productions, 2564)

ด้วยเหตุนี้ ผู้จัดทำจึงสนใจจัดทำโครงการการทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์ เพื่อให้สมาชิกได้มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถเข้าใช้งานได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังทราบถึงประโยชน์ต่างๆของการเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์ อาทิเช่น ผลผลิตกันท์ของบริษัท โปรโมชั่นของบริษัท และระยะเวลาในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างๆที่บริษัทได้กำหนดไว้

1.2 วัตถุประสงค์โครงการ

- 1.2.1 เพื่อให้ตัวแทนจำหน่าย ได้สมัครบัญชีผู้ใช้งานของบริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์
- 1.2.2 เพื่อให้เว็บไซต์ใหม่ของบริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์มีผู้ใช้งานมากขึ้น
- 1.2.3 เพื่อจัดทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทั่วๆไปเพื่อประชาสัมพันธ์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

- 1.3.1 การจัดทำโครงการในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาข้อมูลเฉพาะบริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์ จำกัด
- 1.3.2 การจัดทำโครงการได้ครอบคลุมถึงการประยุกต์ใช้เทคนิคและเครื่องมือต่างๆในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนตัวแทนจำหน่ายให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของบริษัท เช่น การจัดทำสื่อ VDO และการสร้างแรงจูงใจ เป็นต้น
- 1.3.3 ระยะเวลาในการทำโครงการระหว่างวันที่ 11 มกราคม 2564 – 30 เมษายน 2564

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 เพิ่มยอดผู้สมัครบัญชีผู้ใช้งานเว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์
- 1.4.2 ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทสามารถเข้าใช้งานหน้าเว็บไซต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.4.3 ผู้จัดทำโครงการมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการการผลิตวิดีโอคอนเทนต์

บทที่ 2

รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

2.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

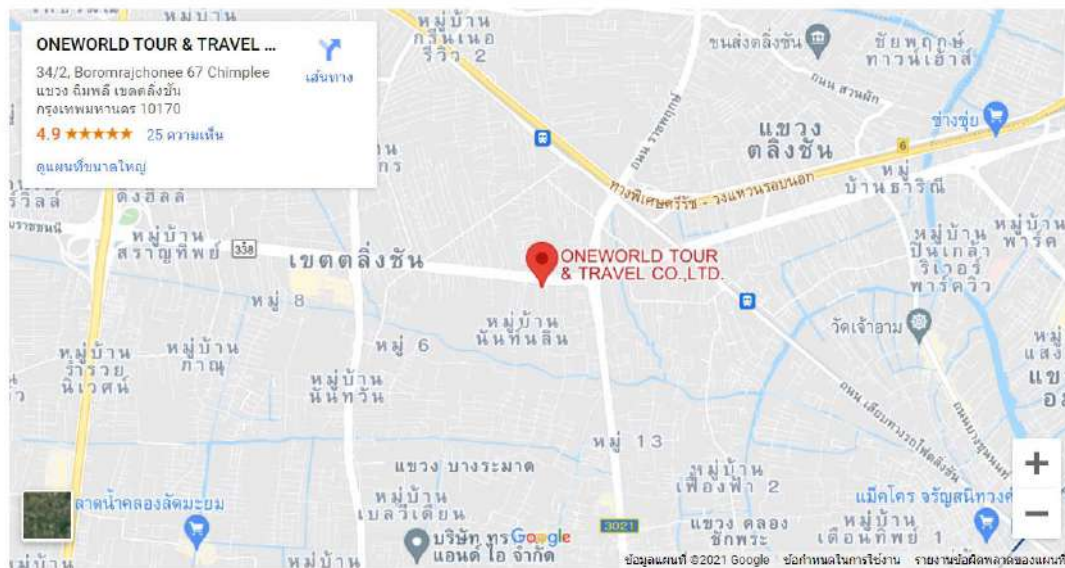


รูปที่ 2.1 โลโก้ของบริษัท

ที่มา : <https://www.oneworldtour.co.th/about-us/>

ชื่อบริษัท	บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด
ที่อยู่บริษัท	34 / 2-3 หมู่ 9 ถ.บรมราชชนนี แขวงจิมพลี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170
เบอร์โทรศัพท์	02-4486338
อีเมล	oneworldtourandtravel@hotmail.com
Line	@oneworldtour

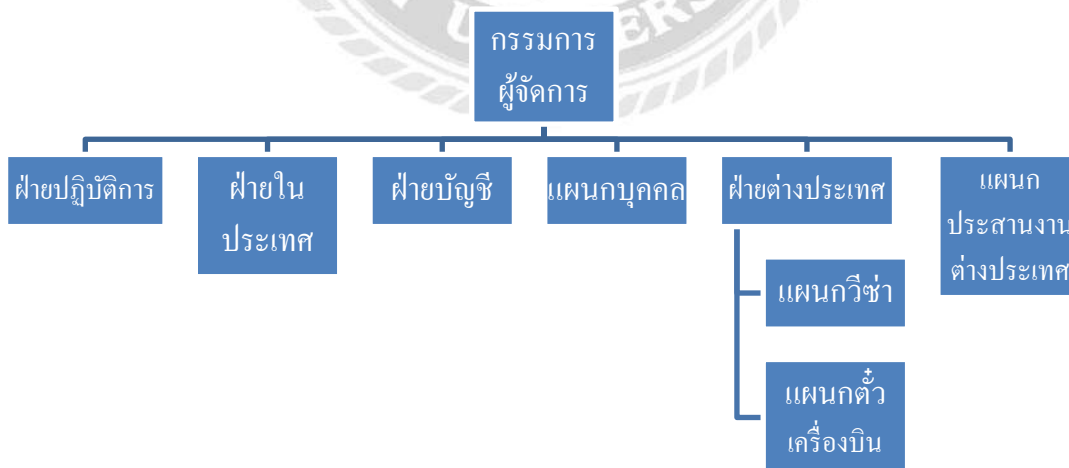
2.2 แผนที่บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด



รูปที่ 2.2 แผนที่ตั้งบริษัท

ที่มา : <https://www.oneworldtour.co.th/about-us/>

2.3 รูปแบบการจัดการและการบริหารงานขององค์กร



รูปที่ 2.3 แผนภูมิการจัดตั้งองค์กรและบริหารงานบริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ชื่อภาษาอังกฤษว่า ONE WORLDTOUR AND TRAVEL. CO., LTD. ได้เปิดดำเนินการธุรกิจจัดนำเที่ยวตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 โดยจดทะเบียนกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประเภทต่างประเทศใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเลขที่ 15298 จดทะเบียนการค้าเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2550 ทะเบียนการค้าเลขที่ 01055500418

บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ได้มีการให้บริการครอบคลุมเกี่ยวกับธุรกิจทัวร์ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทัวร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นจีน ญี่ปุ่น สวิตเซอร์แลนด์ นอร์เวย์ เป็นต้น รวมถึงการรับจองที่พักและตั๋วเครื่องบินสำหรับการเดินทางสำหรับผู้ที่ยากไปเที่ยวเองแต่ไม่สะดวกจองตั๋วเครื่องบินและหาที่พัก และการให้บริการจองเรือสำราญเพื่อให้บริการแก่ผู้ที่มีความต้องการที่จะดื่มด่ำกับบรรยากาศบนเรือสำราญด้วย

2.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย



รูปที่ 2.4 นักศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา นางสาววราภรณ์ มิ่งคำ

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

ชื่อ – นามสกุล	นางสาววราภรณ์ มิ่งคำ
ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย	นักศึกษาฝึกงาน
แผนก	ฝ่ายในประเทศ (ช่วยเอกสารและส่งมอบทัวร์)
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	ระหว่างวันที่ 11 มกราคม 2564 ถึง 30 เมษายน 2564

ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

ทำการจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับส่งมอบลูกค้าออกทัวร์ รายละเอียดของจำเป็นที่ต้องจัดเตรียม เช่น เตรียมตะกร้าออกทัวร์และของจำเป็นในการส่งมอบทัวร์ ตรวจสอบว่ามีผู้ออกเดินทางทั้งหมดกี่ท่านและเตรียมอุปกรณ์ตามจำนวนผู้ออกเดินทางรวมไว้ได้ด้วย จัดเตรียมโปรแกรมทัวร์ หน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ ตรวจสอบว่าโปรแกรมทัวร์ที่กำลังจัดเตรียมอุปกรณ์นั้นเดินทางในนามบริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล หรือเดินทางในนามบริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์จำกัด แยกอุปกรณ์ออกให้ถูกต้องตามโปรแกรมทัวร์เพื่อจะได้ไม่เป็นการสับสนในวันที่ส่งมอบทัวร์ในสนามบิน วันส่งมอบทัวร์ไปรอลูกค้าก่อนเวลากำหนดหนึ่งชั่วโมงเพื่อเตรียมความพร้อมในการส่งมอบทัวร์ เป็นต้น

2.5 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา



รูปที่ 2.5 พนักงานที่ปรึกษา คุณเสกฐวุฒิ ชนะทรัพย์

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

พนักงานที่ปรึกษา	เสกฐวุฒิ ชนะทรัพย์
ตำแหน่ง	Operation
เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ	081-585-8644
E-mail	oneworldtour.deary@gmail.com

2.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ระหว่างวันที่ 11 มกราคม 2564 ถึง 30 เมษายน 2564

วันเวลาการปฏิบัติงานคือ วันจันทร์ – วันพฤหัสบดี เวลา 09.00 – 17.30 น.

2.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินการ	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย
1. นิยามปัญหาที่ต้องการจะทำโครงการ	←→			
2. ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการจัดทำ		←→		
3. ออกแบบและวางแผนการดำเนินงาน		←→		
4. เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล			←→	
5. สรุปผลและจัดทำรูปเล่มโครงการ				←→

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

2.8 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการที่ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ในครั้งนี้ ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ช่วยพนักงานในการจัดทำเอกสารและการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกทัวร์ทางออนไลน์ในเว็บไซต์ ทำให้ได้เรียนรู้ถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานในการทำทัวร์ การติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอก รวมถึงการทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กร ทำให้สามารถพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐาน เตรียมพร้อมสำหรับการไปปฏิบัติงานจริง

2.9 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงาน ปัญหาการทำงาน

ปัญหาที่พบในการปฏิบัติงานคือ การเกิดภาวะโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงทำให้การทำงานของบริษัทเกิดผลกระทบเป็นอย่างมาก รวมถึงการปฏิบัติงานระหว่างฝึกสหกิจศึกษาด้วย เพราะไม่สามารถเรียนรู้งานได้อย่างเต็มที่ ทำให้ผลงานจากการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเท่าที่ควร จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับนักศึกษาฝึกงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ให้สามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

บททวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเพื่อจัดทำรายงานสหกิจศึกษาในเรื่อง “การทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์” โดยที่มุ่งศึกษากระบวนการการออกแบบและผลิตสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการใช้งานหน้าเว็บไซต์ของบริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์ ผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีโดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท วันเว็ลด์ทัวร์แอนด์ทราเวลจำกัด
- 3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัทเว็ลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด
- 3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ เว็ลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด
- 3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์
- 3.6 ข้อมูลเกี่ยวกับ การขายทัวร์ ผ่านการตลาดออนไลน์
- 3.7 ข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)
- 3.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ Social Media
- 3.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรมบางอย่าง เยี่ยมเยือนญาติมิตร ไปประชุม หรือบางคนอาจจินตนาการไปถึงชาวต่างประเทศ สะพายกระเป๋าอยู่กลางถนน นอนอาบแดดอยู่ริมชายหาด ดังนั้นจึงพบว่ากิจกรรมการเดินทางนั้น มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ เช่น การทำสงคราม การแสวงหาสินค้า แสวงหาดินแดนใหม่ หรือเพื่อนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งการเดินทางบางอย่างยังคงปรากฏให้เห็นจนถึงปัจจุบัน จะพบว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง แต่ปัญหาอยู่ที่ว่า

การเดินทางไม่ใช่การท่องเที่ยวเสมอไป นั่นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ควรจะต้องรู้ความหมายของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก (ชุตินพงศ์ เสนา, 2561)

การประชุมของสหประชาชาติว่าด้วยเรื่องของการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ยอมรับข้อเสนอเกี่ยวกับคำจำกัดความของการท่องเที่ยวจากนักวิชาการจากองค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (United Nations World Tourism Organization : UNWTO) ว่าการเดินทางที่จัดเป็นการท่องเที่ยวต้องมีลักษณะคือเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเดินทางด้วยความสมัครใจ และไม่ใช้เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพและการหารายได้ (ชุตินพงศ์ เสนา, 2561)

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด

บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ชื่อภาษาอังกฤษว่า ONE WORLD TOUR AND TRAVEL CO., LTD. ดำเนินกิจการประกอบธุรกิจนำเที่ยวตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550 โดยได้จดทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประเภทต่างประเทศ ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเลขที่ 11/05298

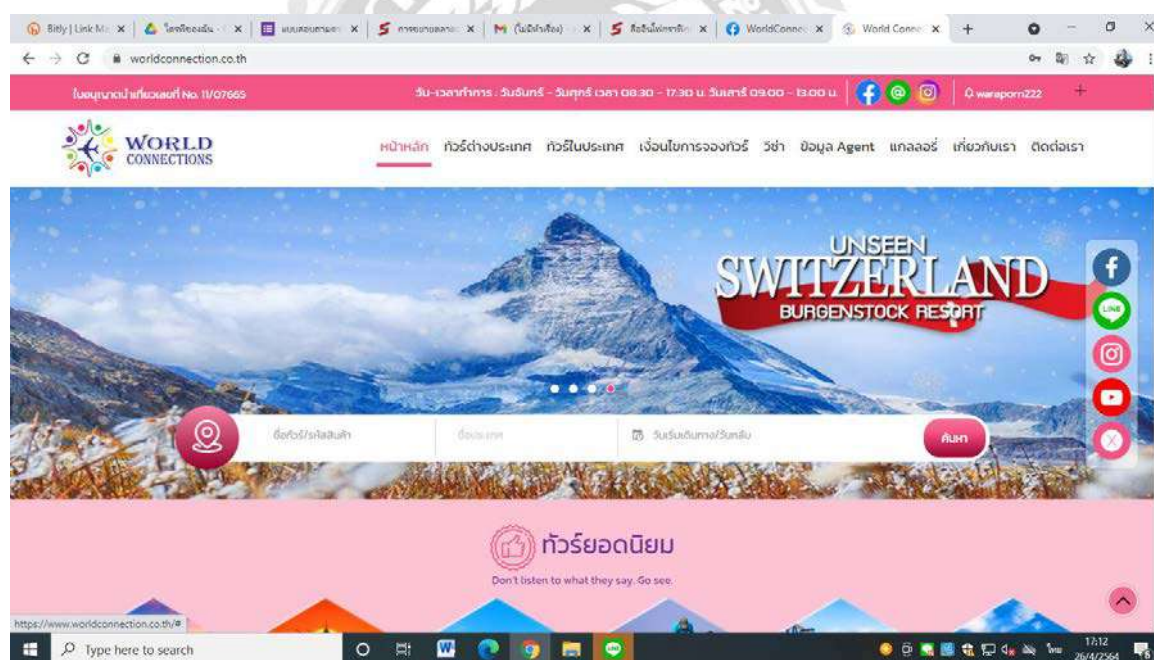
วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล เป็นบริษัททัวร์ที่มุ่งเน้นในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Out Bound) และ ท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic) โดยมุ่งเน้นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เราชำนาญเส้นทางรอบโลก โดยมีเส้นทางยุโรปเป็นบริการหลัก และ พัฒนาลินค้าทางการท่องเที่ยวทั่วโลก เพื่อให้ทุกท่านได้ท่องเที่ยวอย่างมีความสุข

วัน เวิลด์ ทัวร์ รับผิดชอบรูปแบบ ท่องเที่ยวเมื่อใดคิดถึง วัน เวิลด์ ทัวร์ คุณภาพคุ้มค่า จัดกรุ๊ปเหมา ประชุมสัมมนา ฐานต่างประเทศ และในประเทศ ราคาตามงบประมาณ ทีมงานมีประสบการณ์กว่า 20 ปี รับผิดชอบเหมาส่วนตัวตั้งแต่ 2 ท่านขึ้นไป เส้นทางท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงภายในประเทศ จองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม ล่องเรือดินเนอร์ และ เรือสำราญระดับโลก

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัท เวิลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด

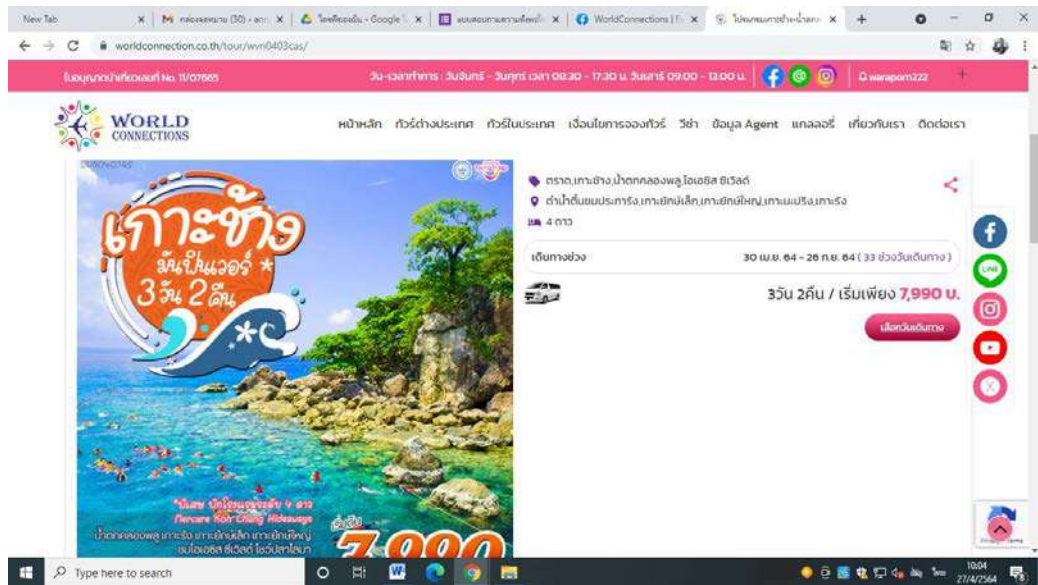
บริษัท เวิลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด ชื่อภาษาอังกฤษว่า WORLDCONNECTIONS CO., LTD. ได้เปิดดำเนินธุรกิจจาดำเนินการเที่ยว ตั้งแต่ปี 2556 โดยจดทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประเภทต่างประเทศ ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว เลขที่ 11/07665 จดทะเบียนการค้าเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2556 ทะเบียนการค้าเลขที่ 0105556157421 ตั้งอยู่เลขที่ 34/2-3 ถ.บรมราชชนนี แขวง นิคมผลิ เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เป็นโฮลเซลยุโรปและเส้นทางท่องเที่ยวทั่วโลก โทรศัพท์ 02-8876699 (อัตโนมัติ20คู่สาย) โทรสาร 02-8876988 โดยมีผู้จัดการ เวิลด์คอนเน็คชั่นส์ นายปิยะพงศ์ พิกุลงาม

3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ เวิลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด

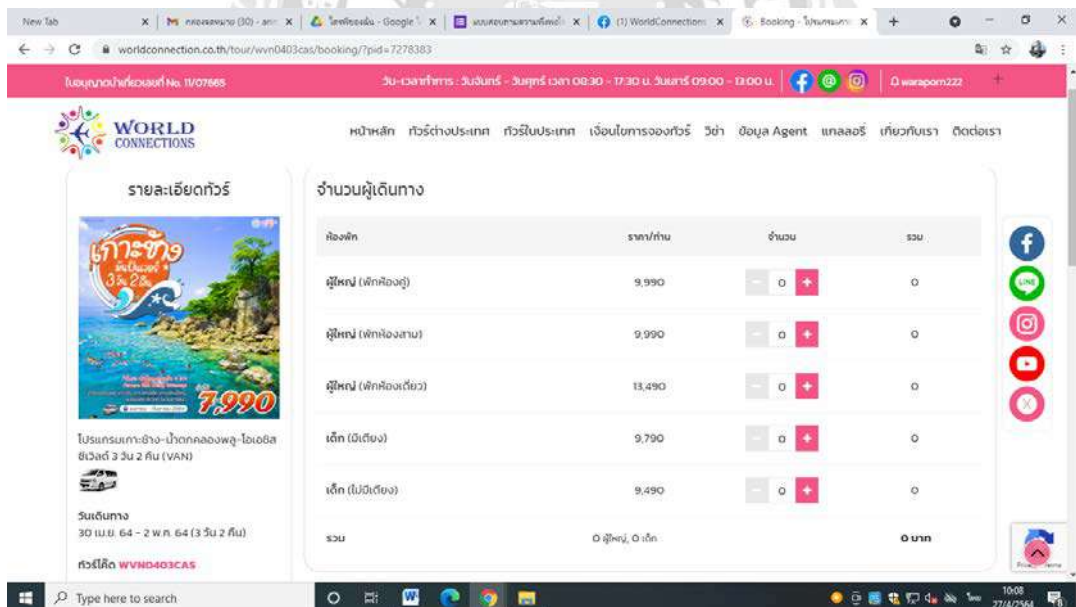


รูปที่ 3.1 หน้าแรกเว็บไซต์ บริษัทเวิลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด

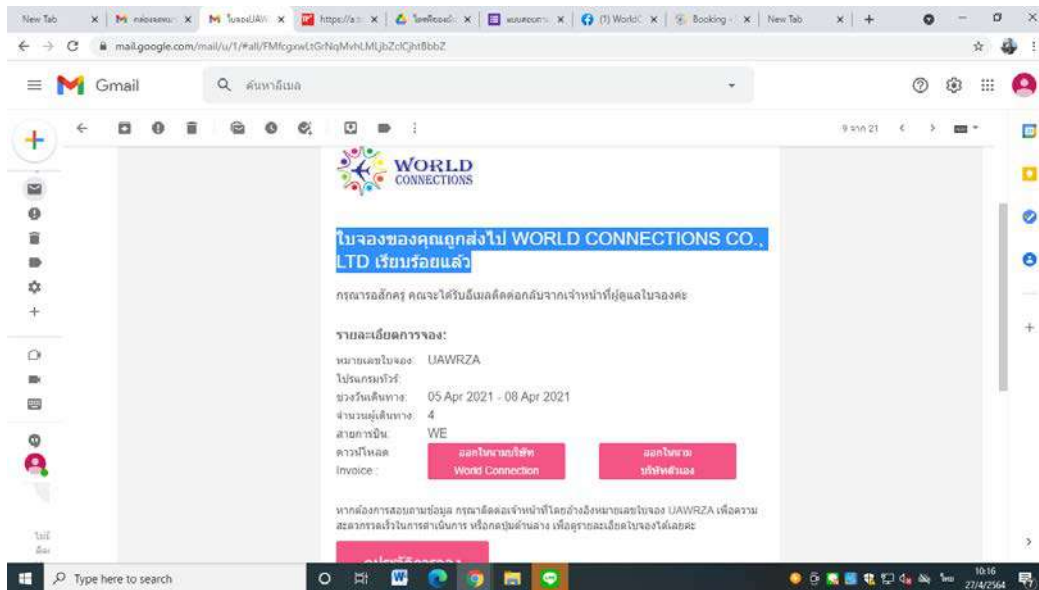
ที่มา <https://www.oneworldtour.co.th/>



รูปที่ 3.2 โปรแกรมทัวร์ตัวอย่างที่จะจอง แสดงราคา เดินทางสามวันสองคืนและช่วงเวลาเดินทาง
ที่มา <https://www.oneworldtour.co.th/>



รูปที่ 3.3 แสดงราคาตามรายละเอียดของผู้เข้าพัก
ที่มา <https://www.oneworldtour.co.th/>



รูปที่ 3.4 เป็นอีเมลยืนยันการจองจากบริษัทที่เราได้รับหลังจากเราได้ทำการจองไปแล้ว

ที่มา <https://www.oneworldtour.co.th/>

ขั้นตอนการสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายหรือสมัครเป็นสมาชิกบนเว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเน็คชั่นส์จำกัด หน้าแรกจะให้กรอกข้อมูลผู้สมัครกรอกข้อมูลบริษัท ข้อมูลที่ต้องกรอก เช่น ชื่อบริษัท ที่อยู่บริษัท เลขทท.ของบริษัท เลขประจำตัวผู้เสียภาษี เป็นต้น

ขั้นตอนที่สองหลังจากที่ได้มีการสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายกับบริษัทแล้วตัวแทนจำหน่ายสามารถล็อกอินเข้าสู่ระบบบนหน้าเว็บไซต์ได้เลย หลังจากที่ได้ทำการล็อกอินเข้ามาแล้วก็จะมีการแสดงทัวร์ทั้งหมดแสดงบนเว็บไซต์ให้ตัวแทนจำหน่ายได้สามารถเลือกโปรแกรมทัวร์ที่สนใจจะแสดงข้อมูลต่างๆเช่น โปรแกรมทัวร์ในภาคต่างๆ ทัวร์ต่างประเทศ ทัวร์ในประเทศ เงื่อนไขการจองทัวร์ วิชา ข้อมูลตัวแทนจำหน่าย แกลอรี่ เกี่ยวกับเรา และติดต่อเรา

ขั้นตอนที่สามการจองทัวร์บนเว็บไซต์ของบริษัทมีโปรแกรมทัวร์หลากหลายและโปรแกรมทัวร์ทั้งหมดสามารถดาวน์โหลดไฟล์เป็น PDF หรือกดดาวน์โหลดไฟล์เป็น Word ได้ในไฟล์ที่ทำการโหลดนั้นจะแสดงวันที่เดินทาง ราคา ห้องชนิดต่างๆ ราคาเริ่มต้น รวมไปถึงการโชว์ที่นั่งแบบเรียลไทม์สามารถดูได้ว่าโปรแกรมที่สนใจนั้นมีที่ว่างเหลืออีกกี่ที่นั่งเวลานั้น

ขั้นตอนที่สี่การจองทัวร์หน้าข้อมูลผู้เดินทางจะให้กรอก ชื่อ-นามสกุล อีเมล เบอร์ติดต่อ และความต้องการพิเศษในการจองโปรแกรมทัวร์นั้นๆเช่น ผู้เดินทางต้องการที่นั่งคิดริมน้ำต่าง

ผู้โดยสารไม่ทานเนื้อวัว เป็นต้น หลังจากที่ได้ทำการจองตั๋วเรียบร้อยแล้วทางบริษัทจะทำการตรวจเช็คข้อมูลการจองและจะทำการยกขึ้นก้นการจอง หลังจากที่ได้รับอีเมลตอบกลับการจองนั้นเป็นอันเสร็จสิ้นการจอง

ในอนาคตบริษัทจะขยายเส้นทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นเส้นทางในเอเชีย ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย รวมไปถึงแอฟริกา เว็บไซต์นี้สะดวกสบายสำหรับตัวแทนจำหน่ายที่ได้ทำการจองกับทางบริษัทหรือตัวแทนจำหน่ายบางท่านที่มีการติดต่อกับบริษัทอยู่แล้ว เมื่อมีการอัปเดตโปรแกรมของบริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์ก็จะซิงค์เข้าโปรแกรมได้อัตโนมัติโดยที่ตัวแทนจำหน่ายไม่ต้องอัปเดตโปรแกรมเอง (One World Tour and Travel CO., LTD, 2564)

3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์

การทำตลาดผ่านการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Twitter, Instagram, YouTube ตลอดจนการโฆษณาบนเว็บไซต์ หรือ Google ผ่านการใช้งานบนอินเทอร์เน็ต (มันดารา, 2563)

3.5.1 ช่องทางการทำ การตลาดออนไลน์

1. การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) คือ การตลาดออนไลน์ที่เน้นการเข้าถึงกลุ่มคนบนโลก Social Network ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Instagram โดยการตลาดบน Social Marketing มักจะได้รับความนิยมมากกว่าช่องทางอื่นๆ

2. การตลาดออนไลน์ผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing) คือ การตลาดบน Search Engine เป็นการทำให้สินค้าปรากฏหน้าแรกของ Google หรือที่เรารู้จักกันในนามของ SEO (Search Engine Optimization) เป็นการปรับแต่งเว็บไซต์ หรือปรับปรุงเนื้อหาที่มีคุณภาพ เพื่อให้เว็บไซต์หรือสินค้าปรากฏหน้าแรกของ Google Website ทำให้ลูกค้ามีโอกาสในการคลิกเข้าถึงสินค้าได้มากกว่า

3. การตลาดทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email Marketing) คือ การตลาดโดยใช้ช่องทางของอีเมล เพื่อกระจายข่าวสาร หรือนำเสนอโปรโมชั่นต่างๆ ไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เรียกว่า Email Marketing เป็นช่องทางที่ใช้ต้นทุนการตลาดที่ถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับการตลาดบนช่องทางอื่นๆ

4. Line สำหรับธุรกิจ (Line Official Account) คือ การตลาดผ่านแอปพลิเคชัน Line ด้วยการเผยแพร่ข่าวสาร อัปเดตโปรโมชั่น ต่างๆ เรียกได้ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ด้วยการเก็บรวมข้อมูลพบว่าในประเทศไทยของเรามีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Line มากกว่า 83 %

5. ป้ายโฆษณา (Banner) คือ การทำโฆษณาโดยใช้ Banner ของเว็บไซต์ต่างๆ ก็เป็นอีกหนึ่งกระแสที่ค่อนข้างจะได้รับความนิยม เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจอาหารที่นำโฆษณาไปฝากไว้ตามเว็บไซต์อาหาร หรือเว็บไซต์แหล่งรวบรวมร้านอาหาร รีวิวร้านอาหาร ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมได้นำไปสเตอร์โฆษณาไปฝากไว้ตามเว็บไซต์ท่องเที่ยว เป็นต้น (มันดารา, 2563)

3.5.2 ประโยชน์ของการตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์มีความสำคัญอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการตลาดที่ทำผ่านข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ หรือวิดีโอ ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน นอกจากจะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางแล้ว ยังเป็นการประหยัดต้นทุนอีกด้วย โดยประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ มีดังต่อไปนี้ (มันดารา, 2563)

1. สามารถเข้าถึงลูกค้าจำนวนมาก

ในโลกออนไลน์เป็นโลกแห่งการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ดังนั้น การทำการตลาดออนไลน์จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะกลุ่มที่ต้องการ หรือเป็นลูกค้าในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการกระจายสินค้าให้ตรงจุด หรือตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธุรกิจ และช่วยให้สินค้าเป็นที่จดจำได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้วยังสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ในการสร้างทีมขาย หรือระบบตัวแทนจำหน่าย เพื่อกระจายสินค้าให้ผู้คนรู้จักแบรนด์มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

3. เป็นการทำการตลาดต้นทุนต่ำ

การตลาดออนไลน์นอกจากจะทำให้ผู้คนรู้จักสินค้า หรือซื้อบริการได้เพิ่มมากขึ้นแล้วเรียกได้ว่าเป็นช่องทางที่ลดต้นทุนได้อีกช่องทาง ในทางตรงกันข้ามก็สามารถสร้างกำไรได้อย่างมหาศาล และเป็นผลดีมากมายสำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีเงินทุนสูงมากนัก

4. ลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง

อีกหนึ่งข้อดีของการทำการตลาดออนไลน์ก็คือ สามารถทำการตลาดได้ตลอด 24 ชม. ไม่มีวันหยุด เพราะบนโลกออนไลน์ไม่มีการหลับไหล ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา ช่วยอำนวยความสะดวกให้การซื้อขายสามารถทำได้ตลอด 24 ชม.

5. มีเครื่องมือวัดผลที่ง่ายและมีประสิทธิภาพ

การตลาดออนไลน์สามารถวัดผลได้โดยง่ายด้วยเครื่องมือที่ถูกคิดค้นหรือพัฒนาขึ้นมารองรับบริการด้านนี้โดยเฉพาะ ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาบน Google Ads ที่มีระบบ Analytics สามารถโชว์ผลลัพธ์จากการทำโฆษณาทุกรูปแบบบน Google Ads ทำให้ไม่ต้องเสียเวลานั่งวิเคราะห์ หรือพล็อตกราฟเองให้ยุ่งยาก เป็นต้น

6. ช่วยส่งเสริม สร้างความสัมพันธ์ที่ดี

การตลาดออนไลน์เป็นการทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ไม่ว่าจะเป็นบริการให้คำปรึกษาหลังการขาย หรือบริการสอบถามปัญหาการใช้งานในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยี AI ที่เข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น โดยระบบ Chabot ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับลูกค้า หรือสามารถรับมือกับลูกค้าจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.6 ประเภทเครื่องมือการตลาดออนไลน์

การสื่อสารการตลาด คือการนำการสื่อสาร และการตลาดมารวมกัน ทำให้มีรูปแบบเป็นกระบวนการที่ผสมผสานกันระหว่างกระบวนการสื่อสาร และกระบวนการทางการตลาดไว้ด้วยกันอย่างลงตัว โดยการสื่อสารการตลาด สามารถทำได้ด้วยการใช้ 6 เครื่องมืออันทรงประสิทธิภาพ ดังนี้ (วิทวัส มูลศิริวะ, 2564)

3.6.1 Website

เว็บไซต์ เป็นเครื่องมือเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการทำ Digital Marketing เพราะการมีเว็บไซต์ ก็เปรียบเสมือนมีหน้าร้านค้าที่จะได้แนะนำสินค้า และทำการซื้อขายผ่านหน้าเว็บไซต์ได้เลย เป็นจุดศูนย์กลางของสื่ออื่นๆ หากคุณมีหน้าร้านเป็นของตัวเองก็จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ว่าคุณมีชื่อเสียง สินค้ามีคุณภาพไว้วางใจได้ เป็นสิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า หรือ แแบรนด์ของคุณมากขึ้น

3.6.2 Content Marketing

คอนเทนต์ เรียกสั้นๆคือเนื้อหาที่จะไปปรากฏในช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นส่วนของเนื้อหา รูปภาพ บทความ คลิปวิดีโอที่ถูกปล่อยออกไปถึงผู้รับในทุกๆช่องทาง (Website , Social Media , E mail Content หรือเนื้อหาที่ดี จะต้องมีความน่าสนใจ ให้ความรู้ และบอกต่อ หัวใจของ Content คือเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ สร้างการรับรู้ที่ชัดเจนต้องอยากแชร์หรือเก็บเอาไว้และเป็นการกระจายเนื้อหาการโฆษณาสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคที่ตรงกลุ่มเป้าหมายที่สุด

3.6.3 Social Media Marketing

เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Google+ ซึ่งปัจจุบันนี้คือสังคมใหม่ที่อยู่บนดิจิทัล ซึ่งแต่ละช่องทางก็จะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ผู้ประกอบการต้องเลือกช่องทางตามวัตถุประสงค์ของตน เช่น ถ้าเน้นการใช้รูปเป็นหลักก็เหมาะสมกับ Instagram Application หรือถ้าผลิตภัณฑ์มีสรรพคุณที่ต้องใช้การอธิบาย ต้องสร้างการรับรู้ผ่าน Facebook หรือ Twitter เป็นต้น

3.6.4 Online Video & Viral

เป็นการทำการตลาดดิจิทัลที่แสดงเนื้อหาผ่านคลิปวิดีโอ เพื่อโฆษณาสินค้า เพิ่มยอดขาย สร้างการรับรู้ เปิดตัวสินค้าใหม่ หรือเปลี่ยนทัศนคติ คลิปวิดีโอส่วนใหญ่มีเนื้อหาที่ออกแบบมาให้ตรงตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อให้เกิดกระแสเล่าสู่กันฟังแบบตัวต่อตัวบนโลกโซเชียล

3.6.5 Mobile & App Marketing

เป็นการทำการตลาดผ่าน มือถือ สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตโดยเน้นการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายโดยการทำผ่านแอปพลิเคชันเพื่อที่จะเอื้อต่อความสะดวกสบายของลูกค้า เพราะประชาชนส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 ใช้มือถือในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

3.6.6 Email Marketing

เป็นการส่ง Email หรือจดหมายไปถึงตัวลูกค้าโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม โปรโมชัน เสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ การขาย หรือแม้กระทั่งการทำให้เกิดความภักดีของลูกค้า เพื่อที่จะสร้าง Lead Generation แล้วเปลี่ยนเป็นลูกค้า เครื่องมือนี้เป็นเครื่องมือที่เรียกได้ว่ามีประสิทธิภาพมาก เพราะเป็นการส่งข้อมูลถึงลูกค้าโดยตรง และที่สำคัญเราจะต้องเก็บข้อมูลติดต่อลูกค้าเป็นนามบัตรหรือบันทึกชื่อลูกค้าเอาไว้ ก็จะช่วยให้เราใช้เครื่องมือนี้สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างง่ายขึ้น (วิทวัส มูลศิริวะ, 2564)

3.7 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

3.7.1 ความหมายของการตลาดเชิงเนื้อหา

Forbes ได้อ้างถึงสถาบันการตลาดเนื้อหา (Content Marketing Institute) ที่เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาทางการตลาดออนไลน์ ว่าได้พูดถึงการตลาดโดยใช้เนื้อหาว่า “การตลาดเนื้อหาเป็นเทคนิคการตลาดในการสร้างเนื้อหา ที่มีค่า ให้เกี่ยวข้อง สอดคล้องกันเพื่อทำการเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่าออกไป โดยเนื้อหาจะต้องดึงดูดความสนใจของผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย” (ชุตติพงศ์ เสนา, 2561)

3.7.2 รูปแบบการสร้างการตลาดเชิงเนื้อหา

1. อินโฟกราฟิก (Infographics) คือภาพหรือกราฟิกที่ทำให้คุณเห็นถึงข้อมูล ทั้งข้อมูลทางสถิติ องค์ความรู้ รายงานตัวเลข ที่ถูกแสดงออกมาในรูปแบบของภาพ หรือกราฟฟิก
2. เว็บไซต์หรือเว็บเพจ (Webpages) คือ หน้าต่างที่สามารถแสดงข้อมูลตัวเลข ตัวอักษร รูปภาพ เพลง หรือวิดีโอ โดยในทุกหน้าต่างที่มีข้อมูลเหล่านี้ภายในเว็บไซต์นั้น จะถูกเรียกว่า webpage ซึ่งสร้างด้วยภาษา HTML (Hyper Text Markup Language) เป็นโครงสร้าง และมีภาษาอื่น

ๆ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องตามความต้องการของเจ้าของเว็บไซต์ซึ่งอาจจะทำเอง หรือจ้างผู้พัฒนาเว็บไซต์ ภาษาเหล่านี้ได้แก่ ภาษา PHP ภาษา SQL เป็นต้น

3. พ็อดคาสท์ (Podcasts) คือการเผยแพร่ในลักษณะเสียงอย่างเรื่องเล่า การสนทนา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่ผู้คนสามารถเข้าไปดาวน์โหลดไฟล์ได้ การดาวน์โหลดไฟล์พ็อดคาสท์จะนำไปสู่กระบวนการอื่นๆ ในการทำตลาดไม่ว่าจะเป็นการขายหนังสือ การลงทะเบียนเพื่อขอหลักสูตร ตลอดจนการขอให้ไปเป็นวิทยากร

4. Videos ในความหมายกว้าง ๆ คำนี้หมายถึง ภาพหรืออะไรก็ได้ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงภาพ ในทางคอมพิวเตอร์ จึงหมายถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จะช่วยทำให้มีการแสดงภาพบนจอได้ ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรมเกี่ยวกับภาพ จานบันทึกที่ใช้เก็บภาพ หน่วยประมวลผลที่สามารถประมวลผลภาพได้

5. Books หนังสือถูกนำมาใช้เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการทำการตลาด ซึ่งการทำตลาดในรูปแบบนี้ยังเป็นที่ยอมรับและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้คนส่วนมากจะเริ่มหาความรู้จากการอ่าน

3.7.3 การตลาดเชิงเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ

ด้วยกระแสของวิดีโอคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากมีพื้นที่ต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเปิดโอกาสให้เนื้อหาในรูปแบบวิดีโอได้ถูกเผยแพร่กันอย่างแพร่หลาย จากการสำรวจพบว่ามีการเผยแพร่วิดีโอเนื้อหาโดยเฉลี่ยแล้วมากกว่า 2 ล้านครั้งในแต่ละวัน แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการทำการตลาดเชิงเนื้อหาผ่านรูปแบบวิดีโอ

วิดีโอคอนเทนต์คือ สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อบอกว่าเราก็คือใคร เราทำอะไร ทำเพื่ออะไร และมีประโยชน์อย่างไร เป็นเนื้อหาที่นำมาเผยแพร่ในรูปแบบของวิดีโอเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ประกอบไปด้วยเนื้อหา ภาพถ่าย วิดีโอ อินโฟกราฟิก เอฟเฟกต์ ซาวนด์ และมิวสิก สำหรับโพสต์ลงช่องทางออนไลน์ต่างๆ โดยจะเน้นเนื้อหาที่ให้ความรู้และเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน

วิดีโอคอนเทนต์ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อช่วยในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี เป็นที่ยอมรับใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งการทำวิดีโอคอนเทนต์ที่น่าสนใจสามารถช่วยในการสร้างการรับรู้ และเพิ่มความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดการแชร์ออกไป เปรียบเสมือนการตลาดแบบบอกต่อในรูปแบบออนไลน์

ประโยชน์ของการทำวิดีโอคอนเทนต์ คือ

ในการทำวิดีโอคอนเทนต์นั้น สามารถทำให้เข้าถึงคนง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากคนในยุคปัจจุบันมีความสนใจในสื่อสังคมออนไลน์กันมากขึ้น การโพสต์วิดีโอคอนเทนต์ลงแพลตฟอร์มต่างๆ จึงทำให้คอนเทนต์เข้าถึงคนได้ง่ายและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ทำให้สามารถช่วยเพิ่มยอดขายเมื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ทำให้โอกาสที่จะทำให้นักสนใจในสินค้าและบริการสูงขึ้น ช่วยเพิ่มยอดขายทางการตลาดได้ ซึ่งการทำวิดีโอคอนเทนต์เป็นการทำการตลาดแบบง่าย ไม่ต้องลงทุนมาก สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งวิดีโอคอนเทนต์ที่ทำการออกไปนั้นต้องมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จึงสามารถกระตุ้นให้ผู้พบเห็นแล้วอยากทำการแชร์วิดีโอคอนเทนต์นั้นๆ (เพลิน วิเศษวงศ์ชัย, 2021)

3.7.4 ประโยชน์ของการทำการตลาดเชิงเนื้อหา

การทำการตลาดเชิงเนื้อหา มีประโยชน์มากมาย เช่น เนื้อหาดี มีสาระ มักจะได้รับการกดไลค์ แชร์ และ คอมเมนต์ ทำให้อัตราการมองเห็นแฟนเพจมากยิ่งขึ้น ยิ่งทำให้คนเข้ามาในเพจมากยิ่งขึ้นเช่นกัน เมื่อคนรักคนไลค์มาเป็นแฟนคลับก็เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับแฟนคลับที่มีโอกาสพัฒนาไปเป็นลูกค้าได้ในอนาคต ผู้คนก็จะรู้จักแฟนเพจมากยิ่งขึ้น นั่นก็เท่ากับว่าเขาก็ได้รับรู้แบรนด์สินค้า หรือ บริการมากยิ่งขึ้นเช่นกัน ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีกับแบรนด์ เกิดความรัก ความผูกพันกับสินค้าและบริการ ลูกค้าได้หยิบยื่นความไว้วางใจกับมาให้กับแบรนด์ ทำให้แบรนด์มีความน่าเชื่อถือในแบรนด์ ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของสินค้าที่ขาย แต่ยังเป็นเรื่องของเนื้อหาสาระ คุณค่า ประโยชน์ต่างๆ ที่ได้ส่งมอบไปให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัท ตอกย้ำความเป็นมืออาชีพ คือผู้เชี่ยวชาญ Professional ในเรื่องสินค้า ในเรื่องศาสตร์ของบริการที่กำลังทำอยู่ เช่น ขายเครื่องสำอาง ก็ต้องแสดงให้เห็นความเป็นมืออาชีพ เข้าใจเรื่องผิวหน้า สภาพผิว รู้จักวิธีป้องกัน และรักษาผิวหน้าเป็นอย่างดี รวมถึงเข้าใจปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลกับสุขภาพทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกับสภาพผิว อย่างนี้แล้วลูกค้าก็จะมั่นใจในบริษัทยิ่งขึ้น

เมื่อบทความได้รับการแชร์ไป คนก็จะเข้ามาอ่านในเว็บไซต์มากยิ่งขึ้น ได้รับรู้ข้อมูลเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เขาสนใจ และมีโอกาสได้เห็นสินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการโต้ตอบ ชักถาม ซึ่งการตอบคำถาม หรือแสดงความคิดเห็น เป็นช่องทางสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เรื่องของ Content ไม่ได้หมายความว่ามา การตอบแสดงความคิดเห็นของลูกค้าเป็นอีก

1 เรื่องที่ต้องจัดการเรื่อง Content ข้อมูลที่จะตอบ หรือ แสดงความคิดเห็น เพราะหากทำได้ไม่ดี ก็มีปัญหากับแบรนด์ (วิทวัส มูลศรีวะ, 2564)

3.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

3.8.1 ความหมายของสื่อออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน ในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์ และ โปรแกรมประยุกต์บนสื่อ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง (พันธพงศ์ ตั้งตน 2561)

3.8.2 ประเภทของสื่อออนไลน์

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ มีด้วยกันหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของการนำมาใช้ โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มหลักดังนี้ (พันธพงศ์ ตั้งตน 2561)

1. Weblogs หรือเรียกสั้นๆ ว่า Blogs คือ สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่น โดยผู้รับสาร สามารถเข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ซึ่งการแสดงเนื้อหาของบล็อกนั้นจะเรียงลำดับจากเนื้อหาใหม่ไปสู่เนื้อหาเก่า ผู้เขียนและผู้อ่านสามารถค้นหาเนื้อหาย้อนหลังเพื่ออ่าน และแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา เช่น Exteen Bloggang Wordpress Blogger Okanation

2. สื่อสังคมออนไลน์ หรือเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (Social Community) เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันทั้งด้านธุรกิจ การเมือง การศึกษา เช่น Facebook Hi5 Ning Linked in MySpace Youmeo Friendste

3. Micro Blogging และ Micro Sharing หรือที่เรียกกันว่า “บล็อกจิ๋ว” ซึ่งเป็นเว็บไซต์หรือเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป สำหรับให้ผู้ใช้บริการเขียนข้อความสั้นๆ ประมาณ 140 ตัวอักษร ที่เรียกว่า “Status” หรือ “Notice” เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ทั้งนี้การกำหนดให้ใช้

ข้อมูลในรูปแบบข้อความสั้นๆ ก็เพื่อให้ผู้ใช้ที่เป็นทั้งผู้เขียนและผู้อ่านเข้าใจง่าย ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Twitter

4. วิดีโอออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเนื้อหาที่น่าสนใจในวิดีโอออนไลน์ไม่ถูกจำกัดโดยผังรายการที่แน่นอนและตายตัว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดตามชมได้อย่างต่อเนื่อง เพราะไม่มีโฆษณาคั่น รวมทั้งผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น ที่เกี่ยวข้องได้จำนวนมากอีกด้วย เช่น YouTube, MSN, Yahoo

5. Photo Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการฝากรูปภาพโดยผู้ใช้บริการสามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดรูปภาพเพื่อนำมาใช้งานได้ ที่สำคัญนอกเหนือจากผู้ใช้บริการจะมีโอกาสแบ่งปันรูปภาพแล้ว ยังสามารถใช้เป็นพื้นที่เพื่อเสนอขายภาพที่ตนเองนำเข้าไปฝากได้อีกด้วย เช่น Flickr, Photobucket, Photoshop, Express, Zoom

6. Wikis เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/Knowledge) ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่างๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น Wikipedia, Google Earth, DiggZy, Favorites Online

7. Virtual Worlds คือการสร้างโลกจินตนาการ โดยจำลองส่วนหนึ่งของชีวิตลงไปจัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่บรรดาผู้ที่ท่องโลกไซเบอร์ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างกันบนอินเทอร์เน็ตในลักษณะโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) ซึ่งผู้ที่เข้าไปใช้บริการอาจจะบริษัทหรือองค์กรด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา รวมถึงองค์กรด้านสื่อ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ สำนักข่าวซีเอ็นเอ็น ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่เพื่อให้บุคคลในบริษัทหรือองค์กรได้มีช่องทางในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ไปยังกลุ่มเครือข่ายผู้ใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่ม ลูกค้าทั้งหลัก และรองหรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ของบริษัท หรือองค์กรก็ได้ ปัจจุบันเว็บไซต์ที่ใช้หลัก Virtual Worlds ที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียง คือ Second life

8. Crowd Sourcing มาจากการรวมของคำสองคำคือ Crowd และ Outsourcing เป็นหลักการขอความร่วมมือจากบุคคลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสามารถจัดทำในรูปแบบของเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหาดังกล่าวทั้งทางธุรกิจ การศึกษา

รวมทั้งการสื่อสาร โดยอาจจะเป็นการดึงความร่วมมือจากเครือข่ายทางสังคมมาช่วยตรวจสอบ ข้อมูลเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะ กลุ่มคนที่เข้ามาให้ข้อมูลอาจจะประชาชนทั่วไป หรือผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่อยู่ในภาคธุรกิจหรือแม้แต่ในสังคมนักข่าว ข้อดีของการใช้หลัก Crowd sourcing คือทำให้เกิดความหลากหลายทางความคิดเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาที่มี ประสิทธิภาพ ตลอดจนช่วยตรวจสอบหรือคัดกรองข้อมูลซึ่งเป็นปัญหาสาธารณะร่วมกันได้ เช่น Idea storm My Starbucks Idea

9. Podcasting หรือ Podcast มาจากการรวมตัวของสองคำ คือ “Pod” กับ “Broadcasting” ซึ่ง “POD” หรือ Personal On - Demand คือ อุปสงค์หรือความต้องการส่วนบุคคล ส่วน Broadcasting เป็นการนำสื่อต่างๆ มารวมกันในรูปของภาพและเสียง หรืออาจกล่าวง่ายๆ Podcast คือการ บันทึกภาพและเสียงแล้วนำมาไว้ในเว็บเพจ (Web Page) เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลภายนอก (The public in general) ที่สนใจดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้งาน เช่น Dual Geek Podcast Wiggly Podcast

10. Discuss / Review/ Opinion เป็นเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแสดงความคิดเห็น โดยอาจจะเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการ ประเด็นสาธารณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เช่น Epinions, Moutshut, Yahoo!Answer, Pantip, Yelp

3.8.3 ข้อดีและข้อเสียของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

จะเห็นว่าสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตของเรามากขึ้น แต่บางคนทุ่มเทเวลา ให้สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ จนรบกวนงานและเวลาส่วนตัว ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ย่อมมีทั้ง ข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ดังนี้ (พันธ์พงษ์ ตั้งตน 2561)

1. ข้อดีของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ อย่างรวดเร็วและสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ให้แก่ผู้อื่นได้อย่างฉับไว โดยไม่มีอุปสรรคมา กีดขวางสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างสะดวก ง่ายค้าย และประหยัดค่าใช้จ่าย นอกจาก การติดต่อสื่อสารแล้ว ยังเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกที่ดี เช่น สามารถเป็นแกลลอรี่ส่วนตัว สามารถเอาผลงานมานำเสนอเพื่อให้ผู้อื่นรับชมและแสดงความคิดเห็น หรือเป็นช่องทางทางธุรกิจ ที่เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดใช้เพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ

2. ข้อเสียของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์จำเป็นต้องมีการยืนยันตัวตน มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวในที่สาธารณะเอื้อต่อการทำงานของมิชชันนารีหรือผู้ไม่ประสงค์ดี หากไม่ระวังตัวอาจจะเกิดอันตรายต่อตนเองได้ ถ้ามีการโพสต์รูปผลงานก็เสี่ยงต่อการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ หรือถูกแอบอ้างในทางที่เสียหาย สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพียงใช้โทรศัพท์มือถือ หากไม่มีการกำหนดเวลาหรือขอบเขตการใช้งานอย่างชัดเจน อาจทำให้เสียงานและเสียการเรียน หรือ ถ้าจ้องอยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือหน้าจอโทรศัพท์เป็นเวลานานอาจจะส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ รวมถึงการโพสต์ข้อความผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบได้ ทั้งกับผู้โพสต์และผู้รับสาร ทั้งนี้อาจจะนำไปสู่ความขัดแย้งทางสังคมอย่างรุนแรง

3.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศลิษา วงศ์ไพรินทร์ และ นุหงา ชัยสุวรรณ (2561) ได้ทำการศึกษากระบวนการคิดเชิงออกแบบผ่านวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Minute videos Thailand การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ มุ่งวิเคราะห์การสื่อสารการตลาดด้วยกลยุทธ์การตลาดเชิงเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ ผ่านการใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) ภายใต้บริบทของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Minute videos Thailand ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวกับการคิดเชิงออกแบบ คือการเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ไม่เพียงแต่การสังเกตเท่านั้น แต่ต้องศึกษาความเข้าใจผู้บริโภค “เชิงลึก” ค่านิยมความเชื่อที่แตกต่างไปจากข้อมูลพื้นฐานทั่วไป เพื่อความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงมาวิเคราะห์ผลในการทำการตลาดหลากหลายรูปแบบ ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยตลอดกระบวนการทำงานจะมีการระดมความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งยังมีการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เพื่อออกแบบการสื่อสารเรื่องราวที่ถูกต้อง ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย และน่าสนใจที่สุดสะท้อนให้เห็นว่าบทบาทวิดีโอคอนเทนต์ ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Minute videos Thailand เป็นการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ให้ความรู้สร้างความเข้าใจในข้อมูลด้วยการเล่าเรื่องที่เข้าใจยากให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ถ่ายทอดผ่านเรื่องราวที่เป็นข้อเท็จจริง เชื่อมโยงผ่าน

การสะท้อนตัวตนจากประสบการณ์ ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ซึ่งช่วยให้การนำเสนอเรื่องราว น่าสนใจ และจดจำได้ดี ด้วยการผสมผสานเทคนิคการวาดภาพ และการเล่าเรื่อง ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ เพิ่มโอกาสสู่ความสำเร็จเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมได้ได้มากยิ่งขึ้น

พันธพงศ์ ตั้งตน (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างริชคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์โปรแกรมนำเที่ยวบริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด (ทัวร์ ออน ฮอลิเดย์) บริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด (ทัวร์ ออน ฮอลิเดย์) เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยว การบริการทางด้านวิชาและจองตั๋วเครื่องบินซึ่งทางบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับบริษัทชั้นนำและมีความเชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ การดำเนินงานภายในบริษัทมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางอีเมล โทรศัพท์และเว็บไซต์ ผู้จัดทำจึงเห็นแนวทางในเรื่องของการติดต่อสื่อสารผ่านทาง Line Official Account โดยการสร้างริชคอนเทนต์ที่เป็นสื่อข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับ บริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งเพื่อเพิ่มการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนในการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่นๆ ซึ่งในส่วนของการทำโครงการซึ่งจะเป็นการสร้างเทมเพลตบนแอปพลิเคชัน Adobe Spark Post และนำเทมเพลตที่ได้ขึ้นไปสร้างริชคอนเทนต์ต่างๆแล้วนำไปทำการบรอดแคสต์โดยผ่านทาง Line Official Account เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ลูกค้า โครงการในครั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินงาน 3 สัปดาห์ โดยมีผู้ติดตามทางไลน์ทั้งหมด 40คน ซึ่งถือว่าผลตอบรับค่อนข้างดีมีลูกค้าติดต่อสอบถามเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวต่างๆเพิ่มมากขึ้นซึ่งเชื่อว่าจะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ในอนาคตและในส่วนการทำงานของพนักงานบริษัทที่ใช้แอปพลิเคชัน Line Official Account มีความสะดวกทางด้านกรติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้นและเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายอีกด้วย

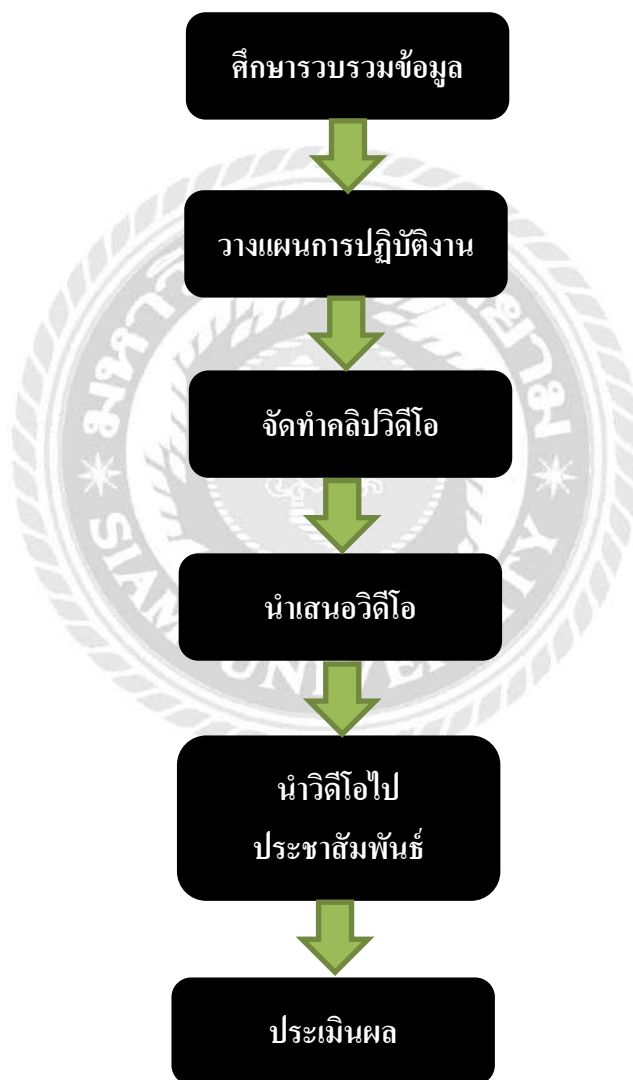
นารีรัตน์ โสติถิमानนท์ (2556) ได้ทำการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

จำนวน 10 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวน 165 คน ผู้ใช้งานเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวน 37 และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามสภาพและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินคุณภาพแนวทาง และแบบประเมินแนวทาง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1. แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาประกอบด้วย 1) ข่าวด้านประชาสัมพันธ์ควรมีการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเท่านั้น 2) ภารกิจผู้บริหาร/ งาน/ อบรม/ การศึกษาต่อ/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูลการฝึกอบรมในรายเดือน หรือแนวทางในการศึกษาต่อ เป็นต้น 3) การจัดรูปแบบเว็บไซต์ ตัวอักษร และการแบ่งเนื้อหา ควรมีการจัดรูปแบบโดยมีการออกแบบหน้าเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้สะอาดตา มีความเรียบง่ายเป็นหมวดหมู่ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ใช้สีที่ไม่ฉูดฉาดจนเกินไป รวมทั้งโครงสร้างของเว็บไซต์ควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน 4) การเชื่อมโยงระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล ควรมีการใช้เมนูต่างๆ ที่เข้าใจง่าย เช่น เป็นการลิงค์ด้วยข้อความเพื่อไม่ให้รกเกินไปและเป็นไปในทางเดียวกัน มีการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและภายนอกได้อย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อน และควรมีช่องทางสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการเว็บไซต์กับผู้ใช้ดูแลระบบ เพื่อสะดวกในการใช้งานมากขึ้น เนื้อหาในการนำเสนอจะต้องกระชับ เข้าใจง่าย และมีการนำรูปภาพมาประกอบ 2. การนำเสนอแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ผ่านการประเมินในระดับเหมาะสม ($= 4.82$, S.D. = 0.00)

บทที่ 4 รายละเอียดของโครงการ

4.1 การเตรียมและการวางแผนโครงการ

จากการศึกษาเรียนรู้ขั้นตอนการทำวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ใหม่ของ บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์ จำกัด สำหรับตัวแทนจำหน่ายทั่ว ผู้จัดทำได้ทำการวางแผนในการจัดโครงการทำดังนี้



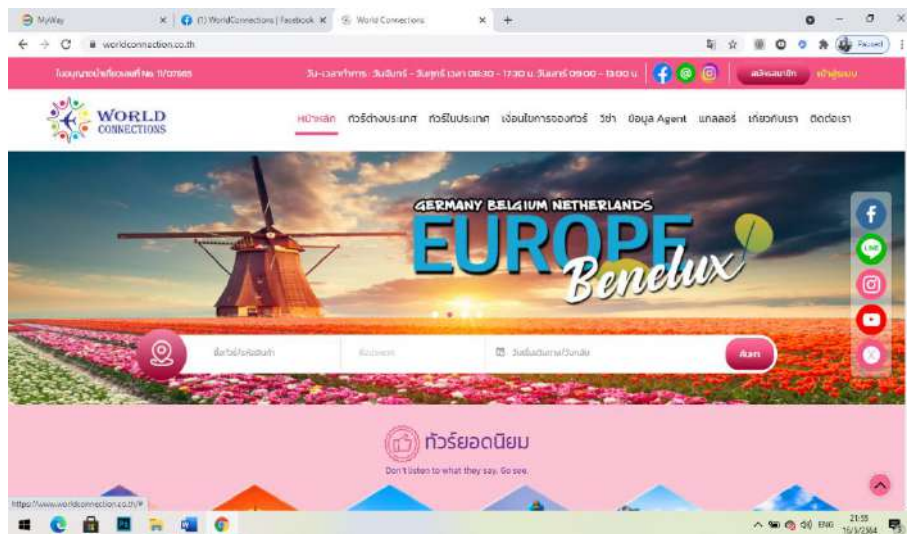
รูปที่ 4.1 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

4.2 การดำเนินการโครงการ

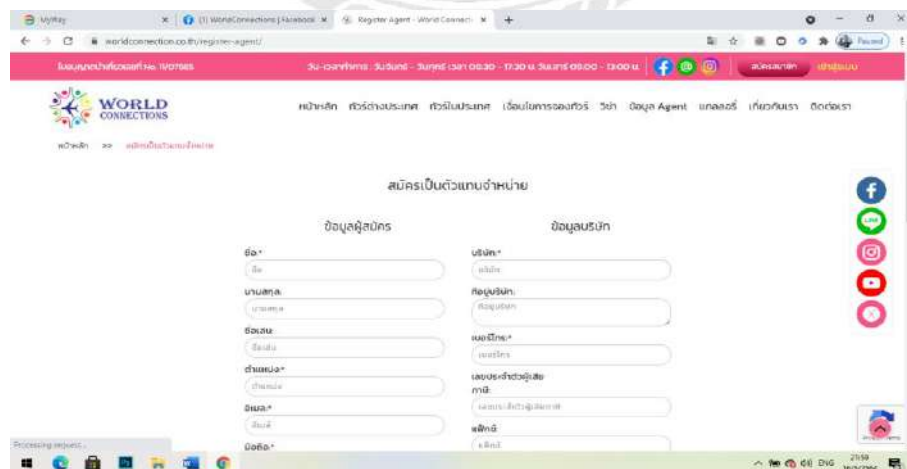
ขั้นตอนที่ 1 การศึกษารวบรวมข้อมูล

การค้นคว้าศึกษาข้อมูลเว็บไซต์ของบริษัท โดยศึกษาวิธีการ ขั้นตอน บนหน้าเว็บไซต์ของบริษัท โดยปรึกษาพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับข้อมูลและขั้นตอนของการสมัครเข้าใช้งานบนเว็บไซต์ของบริษัทอย่างละเอียดเพื่อทำการสร้างวิดีโอคอนเทนต์แนะนำเข้าใช้งานเว็บไซต์ใหม่ของบริษัท



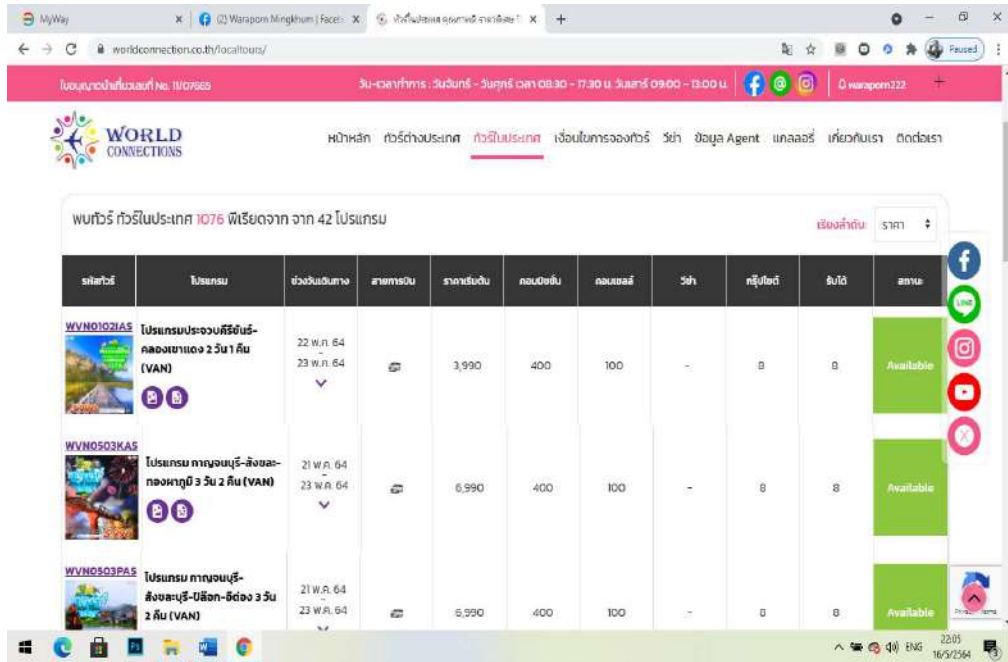
รูปที่ 4.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานเว็บไซต์ของบริษัท

ที่มา : <https://www.worldconnection.co.th/>

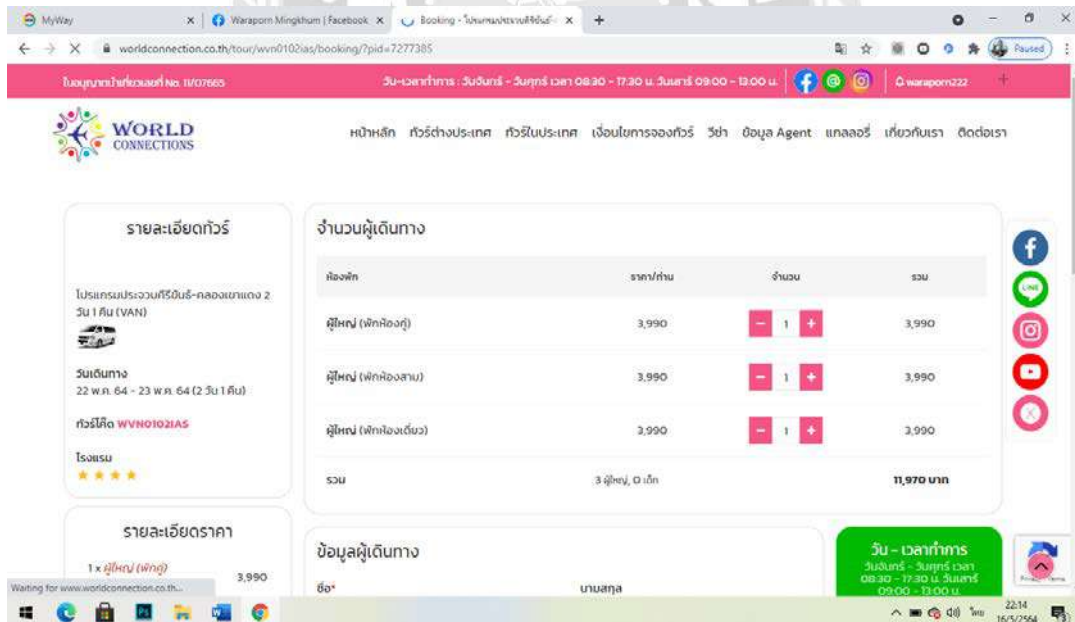


รูปที่ 4.3 ศึกษาขั้นตอนการสมัครสมาชิกเป็นตัวแทนจำหน่าย

ที่มา : <https://www.worldconnection.co.th/>



รูปที่ 4.4 ศึกษาข้อมูล โปรแกรมทัวร์ของบริษัท
ที่มา : <https://www.worldconnection.co.th/>



รูปที่ 4.5 ขั้นตอนทำการจอง โปรแกรมทัวร์ของบริษัท
ที่มา : <https://www.worldconnection.co.th/>

ขั้นตอนที่ 2 วางแผนการปฏิบัติงาน

ในขั้นตอนนี้ ได้มีการนำข้อมูลที่นำมาทำการวางแผนขั้นตอนในการจัดทำโครงการ โดยเฉพาะการวางแผนเนื้อหาที่ใช้ในการจัดทำคลิปวิดีโอคอนเทนท์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ โครงการมากที่สุด



รูปที่ 4.6 ขอคำแนะนำกับที่ปรึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการปฏิบัติงาน

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

ขั้นตอนที่ 3 จัดทำคลิปวิดีโอ

นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและผ่านการวางแผนแล้ว มาปฏิบัติจัดทำเป็นคลิปวิดีโอคอนเทนท์การใช้เว็บไซต์ของบริษัท



รูปที่ 4.7 จัดทำคลิปวิดีโอ

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอวิดีโอให้แก่ผู้เชี่ยวชาญรับชม

เมื่อทำวิดีโอเสร็จสิ้นแล้ว ได้ทำการนำวิดีโอที่จัดทำไปนำเสนอให้แก่ที่ปรึกษาได้ ตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมก่อนที่จะนำไปใช้งานจริง และปรับปรุงแก้ไขวิดีโอคอนเทนท์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ



รูปที่ 4.8 นำเสนอวิดีโอให้แก่ที่ปรึกษารับชม

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

ขั้นตอนที่ 5 นำวิดีโอไปประชาสัมพันธ์

เมื่อได้จัดทำวิดีโอคอนเทนท์เสร็จสิ้นแล้ว จึงได้นำไปประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเชิญชวนให้ผู้ที่อยู่ในธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูล



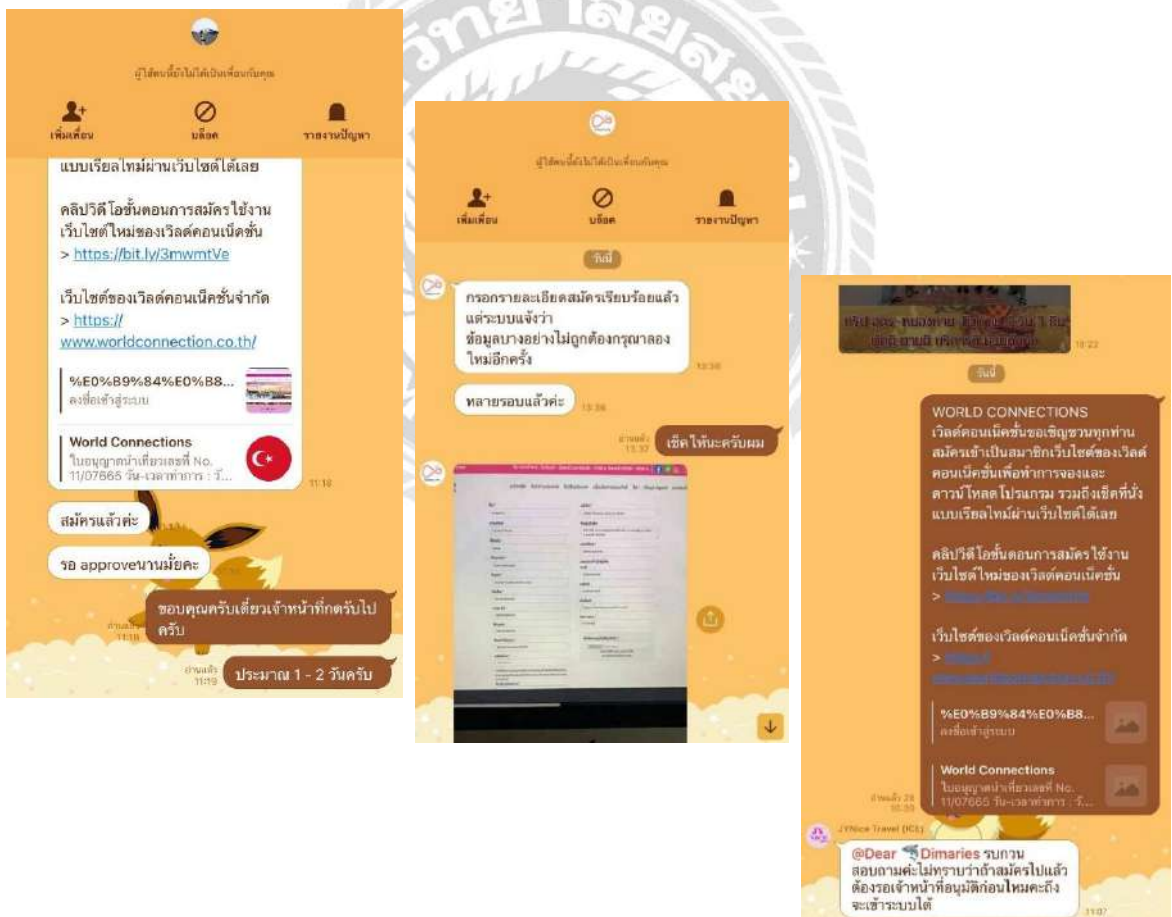
รูปที่ 4.9 นำวิดีโอไปประชาสัมพันธ์

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

4.3 สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการจัดทำโครงการโดยมีกลุ่มตัวอย่าง โครงการคือ ตัวแทนจำหน่ายบริษัททัวร์ ที่มีในประเทศไทย อ้างอิงจาก กรมการท่องเที่ยว (2559) มียอดบริษัททัวร์ทั่วประเทศ 8,593 บริษัท เป็นบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศรวม 2,627 บริษัท มีสำนักงานในเขต กทม 1,968 บริษัท เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนจำหน่ายทัวร์ในเครือบริษัทเวลด์ คอนเน็คชั่นส์ อ้างอิงจากข้อมูลฐานระบบ (2564) จำนวน 239 บริษัท โดยที่ได้มีการส่งข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชากรของโครงการทั้งผ่านช่องทาง Line และช่องทางการออกบูธตามงานต่างๆ

จากการที่ได้มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่านช่องทางไลน์ ได้มีผู้ให้ความสนใจและมีการสอบถามข้อมูลโต้ตอบกับทางผู้จัดทำโครงการและเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง หมายความว่า มีผู้ที่ให้ความสนใจในเว็บไซต์ของบริษัท และมีความต้องการที่จะสมัครเข้าเป็นสมาชิกของเว็บไซต์



รูปที่ 4.10 การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ที่สนใจผ่านช่องทาง Line

ที่มา : ผู้จัดทำ 2564

ผลลัพธ์ที่ได้คือ จากเดิมหลังเปิดให้บริการเว็บไซต์ มีผู้ใช้งานสมัครมาแล้วก่อนหน้านี้จำนวน 7 บัญชีโดยเป็นบัญชีของบริษัทวันเวิลด์ทัวร์แอนด์ทราเวลจำนวน 4 บัญชี และของบริษัทวันเวิลด์ทัวร์แอนด์ทราเวลจำนวน 3 บัญชี

ตารางที่ 4.1 ตารางจำนวนบัญชีผู้สมัครในแต่ละสัปดาห์

ครั้งที่	วันที่	จำนวนผู้สมัคร	จำนวนผู้สมัครสะสม	ร้อยละ
1	9 เมษายน 2564	16	16	6.70
2	12 เมษายน 2564	21	37	15.48
3	19 เมษายน 2564	41	78	32.63
4	26 เมษายน 2564	30	108	45.18
รวม	-	108	108	45.18

สัปดาห์แรกมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 16 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 6.70 สัปดาห์ที่สองมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 21 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 15.48 สัปดาห์ที่สามมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 41 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 32.63 สัปดาห์ที่สี่มีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 30 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 45.18 สรุปได้ว่าจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีจำนวนผู้สมัครทั้งหมด 108 บัญชี คิดเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ทั้งหมด 45.18 จากจำนวนบริษัททั้งหมดที่มีอยู่ในบัญชีบริษัทมีอยู่ รวมทั้งสิ้น 239 บัญชี

ซึ่งในการจัดทำโครงการครั้งนี้ ผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ทั้งหมดจำนวน 40 คน โดยทำการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 สำนวความพึงพอใจของผู้รับชม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	16	40.00
หญิง	24	60.00
รวม	40	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 40.00 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.00

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	18	45.00
31-40 ปี	16	40.00
41-50 ปี	6	15.00
รวม	40	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 45.00 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี ร้อยละ 40.00 และอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4	10.00
ปริญญาตรี	35	87.50
สูงกว่าปริญญาตรี	1	2.50
รวม	40	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 10.00 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	7	17.50
10,001 – 20,000 บาท	23	57.50
20,001 – 30,000 บาท	10	25.00
รวม	40	100.00

จาก ตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 57.50 รองลงมาคือมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 25.00 และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ดำรวจความพึงพอใจของผู้รับชม

เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่อวีดิโอคอนเทนท์แนะนำการใช้เว็บไซต์ของบริษัท โดยมีการแบ่งระดับความพึงพอใจตามทฤษฎีของ Likert's Scale (Likert Rensis, 1967) โดยได้แบ่งระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนดังนี้

5	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

การแปลความหมายของระดับคะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ได้แปลผลระดับความคิดเห็น โดยใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนนเป็นตัวชี้วัดตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ได้เกณฑ์ในการแปลดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้เว็บไซต์ของบริษัท

ความพึงพอใจ	Mean	S.D.	แปลผล
มีความสอดคล้องและตรงกับความต้องการ	4.32	0.52	มากที่สุด
ภาษาชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย	4.55	0.59	มากที่สุด
ข้อมูลที่น่าเสนอครบถ้วนตามความต้องการ	4.27	0.50	มากที่สุด
อธิบายเนื้อหา ขั้นตอนเข้าใจง่าย	4.17	0.59	มาก
มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้งาน	4.32	0.65	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวมต่อวิดีโอ	4.35	0.53	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	0.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้เว็บไซต์ของบริษัท โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง ภาษาชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย มีระดับความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง ความพึงพอใจโดยรวมต่อวิดีโอ มีระดับความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.35 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง มีความสอดคล้องและตรงกับความต้องการ มีระดับความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.32 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้งาน มีระดับความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.32 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง ข้อมูลที่น่าเสนอครบถ้วนตาม

ความต้องการ มีระดับความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.27 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง อธิบายเนื้อหา ขั้นตอนเข้าใจง่าย มีระดับความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการการจัดทำในรูปแบบภาษาต่างประเทศ ด้วย เช่นภาษาอังกฤษ และภาษาจีน
- ควรมีช่องทางสำหรับสอบถามสามารถโต้ตอบข้อสงสัยได้ทันที
- ควรเพิ่มลูกเล่นเพื่อดึงดูดความสนใจมากกว่านี้



บทที่ 5

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาต่อยอดโครงการงาน

5.1 สรุปผลการทำโครงการงาน

ในการจัดทำโครงการงานในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายได้สมัครบัญชีผู้ใช้งานของบริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์ เพื่อให้เว็บไซต์ใหม่มีผู้ใช้งานมากขึ้น และเพื่อศึกษาการทำวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลที่ได้จากการจัดทำโครงการงานคือ สัปดาห์แรกมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 16 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 6.70 สัปดาห์ที่สองมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 21 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 15.48 สัปดาห์ที่สามมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 41 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 32.63 สัปดาห์ที่สี่มีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 30 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 45.18 สรุปได้ว่าการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีจำนวนผู้สมัครทั้งหมด 108 บัญชี คิดเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ทั้งหมด 45.18 จากจำนวนบริษัททั้งหมดที่มีอยู่ในบัญชีรายชื่อที่บริษัทมีอยู่ รวมทั้งสิ้น 239 บัญชี

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะในการจัดทำโครงการงาน

1. ควรมีการศึกษาข้อมูลของบริษัทคู่แข่งเพื่อเป็นการเปรียบเทียบและพัฒนาในการจัดทำคลิปวิดีโอคอนเทนต์ ให้น่าสนใจกว่าคู่แข่ง
2. ควรมีการพัฒนาต่อยอดผลงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลงานที่ดียิ่งขึ้น
3. ผู้จัดทำมีเวลาในการเก็บข้อมูลไม่มากเท่าที่ควร เนื่องจากในช่วงปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้เกิดปัญหาโรคระบาดโควิด 19 ทำให้ต้องปฏิบัติงานที่บ้าน

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำโครงการงานครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจโดยใช้การเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เช่น แบบสัมภาษณ์ และการสังเกตการใช้งานเว็บไซต์ของสมาชิก
2. ควรมีการประเมินผลในการใช้งานเว็บไซต์ของสมาชิกที่ได้ศึกษาจากคลิปวิดีโอ

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2558 จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด*. เข้าถึงได้จาก <http://tourism2.tourism.go.th>
- ชุติพงศ์ เสนา. (2561). *ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/tourismdualvocational/>
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11)*. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ซี.
- นารินทร์ โสติดิมานนท์. (2556). *แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บริษัทวันเวิลด์ทัวร์แอนด์ทราเวลจำกัด. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลทั่วไปของบริษัทวันเวิลด์ทัวร์แอนด์ทราเวล*. เข้าถึงได้จาก <https://www.oneworldtour.co.th/about-us/>
- พันธพงศ์ ตั้งตน. (2561). *การสร้างริชคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์โปรแกรมนำเที่ยวบริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด (ทัวร์ ออน ฮอติเคย์)*. กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- เพลิน วิเศษวงศ์ชัย. (2564). *Video Content*. เข้าถึงได้จาก <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/idea-to-create-attention-content-2021/>
- มันดารา. (2563). *ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <https://mandalasytem.com/>
- วิทวัส มูลศรีวะ. (2564). *ประเภทเครื่องมือการตลาดออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <https://ideigital.com/topic/73>
- ศลิษา วงศ์ไพรินทร์ และ นุหงา ชัยสุวรรณ. (2561). *กระบวนการคิดเชิงออกแบบผ่านวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องของเฟสบุ๊กแฟนเพจ Minutevideos Thailand . วารสารนิเทศศาสตร์*. 62(37).
- Likert, Rensis. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ภาพการปฏิบัติงาน

ช่วยงานภายใน Office ด้านเอกสาร



ร่วมทำความสะอาดบริเวณ Office



จัดเตรียมสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับออกบูท



ออกบูทประชาสัมพันธ์



เตรียมอุปกรณ์สำหรับแจกตุ๊กตัวร์



ออกตัวร์ร่วมกับพนักงานในบริษัท





ภาคผนวก ข
ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

วิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์
บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล x

1.เพศ	ชาย	หญิง
2.อายุ	20-30 ปี	31-40 ปี
	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
3.ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี
	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
4.รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท
	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท
	40,001บาทขึ้นไป	

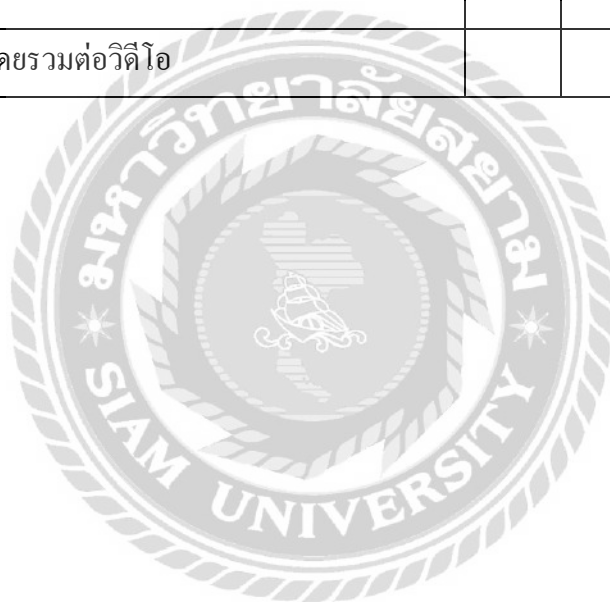
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับวิดีโอแนะนำการเข้าใช้งานเว็บไซต์

คำอธิบาย กรุณาเลือกระดับความพึงพอใจที่ตรงกับท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมาก
คะแนน 3	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ประเด็นชี้วัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
มีความสอดคล้องและตรงกับความต้องการ					
ภาษาชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย					
ข้อมูลที่น่าเสนอครบถ้วนตามความต้องการ					
อธิบายเนื้อหา ขั้นตอนเข้าใจง่าย					
มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้งาน					
ความพึงพอใจโดยรวมต่อวิดีโอ					

ข้อเสนอแนะ





ภาคผนวก ค
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

“จากการที่น้องฝึกงานทำคลิปวิดีโอโครงการไปนั้น ผลที่เราต้องการแต่เดิมทางบริษัท ต้องการผลประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ที่เพิ่มมากขึ้น แต่หลังจากที่น้องส่งคลิปลงในไลน์ของกลุ่มที่มีตัวแทนจำหน่ายพบว่าตัวเลขเพิ่มขึ้นมา 45 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งทะลุเป้าหมายที่เราได้ตั้งไว้ แต่ก่อนตอนที่ยังไม่ได้เผยแพร่คลิปออกไปเราส่งเป็นคำพูดกับรูปภาพเท่านั้น ทางบริษัทให้ความสนใจน้อยแต่พอเราเผยแพร่คลิปออกไปจำนวนทั้งหมด 4 ครั้งก็มียอดจำนวนผู้สมัครเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆแล้วทางเราก็ได้คำถามต่างๆที่เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง ให้ระบบเราดีขึ้น รวมถึงได้ประโยชน์จากการทำคลิปนี้จริงๆครับ ผมมองว่าโครงการนี้มีประโยชน์กับทางบริษัทและค่อนข้างประสบความสำเร็จเพราะ 1 ในเรื่องของจำนวนที่เราต้องการถึงยอดที่เราต้องการ 2 เราสามารถรู้จุดบกพร่องระบบของเราและก็นำมาปรับปรุงได้ โครงการนี้ประสบความสำเร็จมากๆครับผม ส่วนเรื่องการปฏิบัติงานของน้องฝึกงานนะครับก็ถือว่าน้องทำได้ดีในระดับหนึ่งและสามารถเรียนรู้งานได้ไวและสามารถช่วยงานได้หลายๆเรื่องในเรื่องของการใช้คอมพิวเตอร์รวมไปกับการทำงานในออฟฟิศก็ได้บ่งบพร่องในหน้าที่มาทำงานปกติครับ ไม่ได้ขาดไม่ได้สาย ถือว่าน้องผ่านในส่วนนี้ครับและน้องสมควรได้ เอ”



เสกฐวุฒิ ชนะทรัพย์
พนักงานที่ปรึกษา ตำแหน่ง Operation



ภาคผนวก ง

บทความวิชาการ

วิธีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์
บริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์
Video Content Introducing the Use of The
World Connections Company Website for Tour Agents

นางสาววราภรณ์ มิ่งคำ

E-mail : Annakhum222@gmail.com

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม.10160

บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการเรื่องวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายได้สมัครบัญชีผู้ใช้งานของบริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์ 2) เพื่อให้เว็บไซต์ใหม่มีผู้ใช้งานมากขึ้น และ 3) เพื่อจัดทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์เพื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลที่ได้จากการจัดทำโครงการคือ สัปดาห์แรกมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 16 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 6.70 สัปดาห์ที่สองมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 21 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 15.48 สัปดาห์ที่สามมีจำนวน

ผู้สมัครเพิ่มขึ้น 41 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 32.63 สัปดาห์ที่สี่มีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 30 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 45.18 สรุปได้ว่าจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีจำนวนผู้สมัครทั้งหมด 108 บัญชี คิดเป็นจำนวนร้อยละทั้งหมด 45.18 จากจำนวนบริษัททั้งหมดที่มีอยู่ในรายชื่อผู้ติดต่อที่บริษัทมีอยู่รวมทั้งสิ้น 239 บัญชี

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์ของบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.333 การจัดทำโครงการเรื่องวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวิลด์คอนเนคชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์

สามารถสร้างความสนใจให้กับตัวแทน
จำหน่ายทัวร์ได้เป็นอย่างดี โดยมี
ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานจริงในรูปแบบ
ภาษาต่างประเทศด้วย เช่น ภาษาอังกฤษและ
ภาษาจีน

คำสำคัญ: วิดีโอคอนเทนต์, การใช้งาน
เว็บไซต์, ตัวแทนจำหน่าย

Abstract

The world connection website for
tour resellers was intended to allow dealers to
apply for world connections' user accounts,
to make new websites more active, and to
create video content that recommends the use
of the World Connections website for public
relations tour resellers. As a result of the
project, the first week increased by 16
accounts to 6.70 the second week increased
by 21 accounts to 15.48 the third week
increased by 41 accounts to 32.63 the fourth
week the number of applicants increased by
30 accounts to 45.18 In conclusion, based on
the collection of all data over a period of 4
weeks, A total of 108 applications accounted
for 45.18 of the total number of companies
listed on the company's contact list, totaling
239 accounts.

The results showed that respondents
had a degree of satisfaction with video
content recommending the use of the
company's website. Overall, it was at an
average of 45.18. The preparation of a video
content project introducing the World
Connections website for tour resellers could
generate great interest from tour dealers with
feedback from real users in foreign languages
such as English and Chinese.

Keywords: Video Content, Website, Tour
Agent

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัทเว็ลด์คอนเนคส์ชั่น เป็นบริษัท
ทัวร์นำเที่ยว ประกอบกิจการนำเที่ยวทั้งใน
ประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจที่
เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกชนิด เช่นการ
ให้บริการจองตั๋วเครื่องบิน ให้บริการจัดทำวี
ซ่านักท่องเที่ยวเป็นต้น โดยที่บริษัทได้ดำเนิน
ธุรกิจจ้ดนำเที่ยว เริ่มตั้งแต่วันที่ 27 กันยายน
2556 เป็นต้นมา และได้จัดทำเว็บไซต์ของ
บริษัทขึ้นมาใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้
เป็นช่องทางออนไลน์สำหรับติดต่อกับ
ตัวแทนจำหน่าย โดยเฉพาะการให้ตัวแทน
จำหน่ายสามารถเข้ามาตรวจสอบเช็ครายการ
โปรแกรมทัวร์ต่างๆของบริษัท โปรแกรม

ทวิวิเศษ และช่วยโปรโมชันลดราคา รวมถึง การอัปเดตข่าวสาร โปรแกรมทวิวิเศษของ บริษัท ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักที่ทาง บริษัทใช้ในการชี้แจงข้อมูลและอัปเดตราคา ค่าทวิวิเศษต่างๆอย่างต่อเนื่อง ทำให้เว็บไซต์นี้ เป็นแหล่งข้อมูลหลักที่เชื่อมต่อระหว่าง บริษัทและตัวแทนจำหน่าย แต่สำหรับ ตัวแทน ยังขาดความรู้ความเข้าใจ รวมถึง ทักษะในการใช้เทคโนโลยี และการเข้าใช้ งานเว็บไซต์เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวแทนที่ สูงอายุ หรือสมาชิกบางท่าน ไม่มีความคุ้นชิน กับรูปแบบของเว็บไซต์ของบริษัทจึงทำให้ การค้นหาข้อมูลไม่เกิดประสิทธิภาพ เท่าที่ควร

ข้อดีของการสร้างวิดีโอคอนเทนต์ ในปัจจุบันมีผู้ให้ความสนใจด้านเทคโนโลยี และด้านสื่อสังคมออนไลน์หลากหลาย วิดีโอ คอนเทนต์เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่มีผู้คนให้ ความสนใจ การทำวิดีโอคอนเทนต์สามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และเป็นอีก หนึ่งเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่ ค่อนข้างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับ มากมาย ใน ปัจจุบัน (Thailand Video Productions, 2564)

ด้วยเหตุนี้ ผู้จัดทำจึงสนใจจัดทำ โครงการเรื่องการทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำ

การใช้งานเว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์ สำหรับตัวแทนจำหน่ายทวิวิเศษ เพื่อให้สมาชิก ได้มีความรู้ความเข้าใจและ สามารถเข้าใช้ งานได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังทราบถึง ประโยชน์ต่างๆของการเข้าถึงข้อมูลใน เว็บไซต์ อาทิเช่น ผลผลิตภัณฑ์ของบริษัท โปรโมชันของบริษัท และระยะเวลาในการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างๆที่บริษัทได้ กำหนดไว้

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายได้สมัคร บัญชีใช้งานของบริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์
2. เพื่อให้เว็บไซต์ใหม่ของบริษัท เว็ลด์คอนเนคชั่นส์มีผู้ใช้งานมากขึ้น
3. เพื่อจัดทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำ การใช้งานเว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์ สำหรับตัวแทนจำหน่ายทวิวิเศษ เพื่อ ประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพิ่มยอดผู้สมัครบัญชีใช้งาน เว็บไซต์บริษัทเว็ลด์คอนเนคชั่นส์
2. ตัวแทนจำหน่ายของบริษัท สามารถเข้าใช้งานหน้าเว็บไซต์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

3. ผู้จัดทำโครงการมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการการผลิตวิดีโอคอนเทนต์

การดำเนินการโครงการ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษารวบรวมข้อมูล การค้นคว้าศึกษาข้อมูลเว็บไซต์ของบริษัท โดยศึกษา วิธีการ ขั้นตอน บนหน้าเว็บไซต์ของบริษัท โดยศึกษาพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับข้อมูลและขั้นตอนของการสมัครใช้งานบนเว็บไซต์ของบริษัทอย่างละเอียดเพื่อทำการสร้างวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์ใหม่ของบริษัท

ขั้นตอนที่ 2 วางแผนการปฏิบัติงาน ในขั้นตอนนี้ ได้มีการนำข้อมูลที่ได้มาทำการวางแผนขั้นตอนในการจัดทำโครงการ โดยเฉพาะการวางแผนเนื้อหาที่ใช้ในการจัดทำคลิปวิดีโอคอนเทนต์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 จัดทำคลิปวิดีโอ นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมและผ่านการวางแผนแล้ว มาปฏิบัติจัดทำเป็นคลิปวิดีโอคอนเทนต์การใช้เว็บไซต์ของบริษัท

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอวิดีโอให้แก่ผู้เชี่ยวชาญรับชม

เมื่อทำวิดีโอเสร็จสิ้นแล้ว ได้ทำการนำวิดีโอที่จัดทำไปนำเสนอให้แก่ที่ปรึกษาได้ตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมก่อนที่จะนำไปใช้งานจริง และปรับปรุงแก้ไขวิดีโอคอนเทนต์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 5 นำวิดีโอไปประชาสัมพันธ์

เมื่อได้จัดทำวิดีโอคอนเทนต์เสร็จสิ้นแล้ว จึงได้นำไปประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง แอปพลิเคชันไลน์เพื่อเชิญชวนให้ผู้ที่อยู่ในธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลสรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการจัดทำโครงการโดยมีกลุ่มตัวอย่าง โครงการคือ ตัวแทนจำหน่ายบริษัททัวร์ ที่มีในประเทศไทย อ้างอิงจาก กรมการท่องเที่ยว (2558) มียอดบริษัททัวร์ทั่วประเทศ 8,593 บริษัท เป็นบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศรวม 2,627 บริษัท มีสำนักงานในเขต กทม 1,968 บริษัท เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนจำหน่ายทัวร์ในเครือบริษัทเวลด์ คอนเน็คชั่นส์ อ้างอิงจากข้อมูลฐานระบบ (2564) จำนวน 239 บริษัท โดยที่ได้มีการส่งข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชากรของโครงการทั้งผ่านช่องทาง Line และช่องทาง การออกบูธตามงานต่างๆ

จากการที่ได้มีการประชาสัมพันธ์
เว็บไซต์ผ่านช่องทางไลน์ ได้มีผู้ให้ความสนใจ
สนใจและมีการสอบถามข้อมูลได้ตอบกับ
ทางผู้จัดทำโครงการและเจ้าหน้าที่อย่าง
ต่อเนื่อง หมายความว่า มีผู้ที่ให้ความสนใจใน
เว็บไซต์ของบริษัท และมีความต้องการที่จะ
สมัครเข้าเป็นสมาชิกของเว็บไซต์

ผลที่ได้จากการจัดทำโครงการคือ
สัปดาห์แรกมีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 16 บัญชี
คิดเป็นร้อยละ 6.70% สัปดาห์ที่สองมีจำนวน
ผู้สมัครเพิ่มขึ้น 21 บัญชี คิดเป็นร้อยละ
15.48% สัปดาห์ที่สามมีจำนวนผู้สมัคร
เพิ่มขึ้น 41 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 32.63%
สัปดาห์ที่สี่มีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น 30 บัญชี
คิดเป็นร้อยละ 45.18% สรุปได้ว่าจากการเก็บ
รวบรวมข้อมูลทั้งหมดระยะเวลา 4 สัปดาห์ มี
จำนวนผู้สมัครทั้งหมด 108 บัญชี คิดเป็น
จำนวนเปอร์เซ็นต์ทั้งหมด 45.18% จาก
จำนวนบริษัททั้งหมดที่มีอยู่ในบัญชีรายชื่อที่
บริษัทมีอยู่ รวมทั้งสิ้น 239 บัญชี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการจัดทำโครงการ

1.1 ควรมีการศึกษาข้อมูลของบริษัท
คู่แข่งเพื่อเป็นการเปรียบเทียบและพัฒนาใน
การจัดทำคลิปวิดีโอคอนเทนต์ที่น่าสนใจ
กว่าคู่แข่ง

1.2 ควรมีการพัฒนาต่อยอดผลงาน
อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลงานที่ดียิ่งขึ้น

1.3 ผู้จัดทำมีเวลาในการเก็บข้อมูล
ไม่มากเท่าที่ควร เนื่องจากในช่วงปฏิบัติงาน
สหกิจศึกษาได้เกิดปัญหาโรคระบาดโควิด 19
ทำให้ต้องปฏิบัติงานที่บ้าน

2. ข้อเสนอแนะในการทำโครงการครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจ
โดยใช้การเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เช่น แบบ
สัมภาษณ์ และการสังเกตการใช้งานเว็บไซต์
ของสมาชิก

2.2 ควรมีการประเมินผลในการใช้
งานเว็บไซต์ของสมาชิก ที่ได้ศึกษาจากคลิป
วิดีโอ

บรรณานุกรม

ชุตติพงษ์ เสนา. (2561). ข้อมูลทั่วไป
เกี่ยวกับการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก
<https://sites.google.com/>

พันธพงศ์ ตั้งตน. (2561). การสร้างริ
ชคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์โปรแกรมนำ
เที่ยวบริษัท เอสคอร์ท อินเตอร์ กรุ๊ป จำกัด
(ทัวร์ ออน ฮอติเคย์). กรุงเทพฯ: คณะศิลป
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.

นาริรัตน์ โสคติลีมานนท์. (2556).
แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการ
ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการ

การอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ศิลปากร.

บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล
จำกัด.(มปป.). ข้อมูลทั่วไปของบริษัท วัน
เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล. เข้าถึงจาก
<https://www.oneworldtour.co.th>

ศลิษา วงศ์ไพรินทร์ และ บุษงา ชัย
สุวรรณ. (2561). กระบวนการคิดเชิง
ออกแบบผ่านวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิค
การเล่าเรื่องของเฟซบุ๊กแฟนเพจ
Minutevideos Thailand . วารสารนิเทศ
ศาสตร์ปีที่ 62(37).

มันดารา. (2563). ข้อมูลเกี่ยวกับ
การตลาดออนไลน์. ออนไลน์. เข้าถึงได้จาก
<https://mandalasystem.com/>.

วิทวัส มูลศรีวะ. (2564). ประเภท
เครื่องมือการตลาดออนไลน์. เข้าถึงได้จาก
<https://ideigital.com/topic/73>

เพลิน วิเศษวงศ์ชัย. (2564). Video
Content. เข้าถึงได้จาก
[https://www.everydaymarketing.co/
knowledge/idea-to-create-attention-content-
2021/](https://www.everydaymarketing.co/knowledge/idea-to-create-attention-content-2021/)



ภาคผนวก จ

โปสเตอร์



วิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์ บริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์

Video Content Introducing the Use of The World Connections Company Website for Tour Agents

ความเป็นมาและปัญหา

เว็บไซต์เวิลด์คอนเนกชั่นส์เป็นเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายทัวร์เจ้า
อื่นๆเป็นหลัก ตัวแทนจำหน่ายทัวร์สามารถเข้ามาดูโปรแกรมทัวร์ของบริษัท รายการโปรแกรม
ทัวร์พิเศษของบริษัทและช่วง โปร โมชันลดราคา รวมไปถึงทัวร์ที่มีการนำหลักของบริษัทอีก
ด้วย เนื่องจากตอนนี้ตัวแทนจำหน่ายทัวร์บริษัทอื่นๆไม่ทราบถึงขั้นตอนการใช้งานของ
เว็บไซต์ใหม่ของบริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์ บางตัวแทนจำหน่ายทัวร์ไม่เคยมียูเอชเอชของบริษัท
เวิลด์คอนเนกชั่นส์มาก่อนจึงจำเป็นต้องสร้างเอกสารสำหรับการใช้งานและวิธีการลงใน
เว็บไซต์ใหม่ของบริษัท

ด้วยเหตุนี้ ผู้จัดทำได้จัดทำโครงการเรื่องการวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งาน
เว็บไซต์บริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์ เพื่อให้สมาชิกได้มีความรู้ความ
เข้าใจและสามารถเข้าใช้งานได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังทราบถึงประโยชน์ต่างๆของการเข้าถึง
ข้อมูลในเว็บไซด์ อาทิเช่น ผลักดันการขายบริษัท โปร โมชันของบริษัท และระยะเวลาในการจัด
โปรแกรมการท่องเที่ยวกับบริษัทได้แก่หน้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อส่งคู่มือการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์
2. ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทสามารถเข้าใช้งานหน้าเว็บไซต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้จัดทำโครงการมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตวิดีโอคอนเทนต์

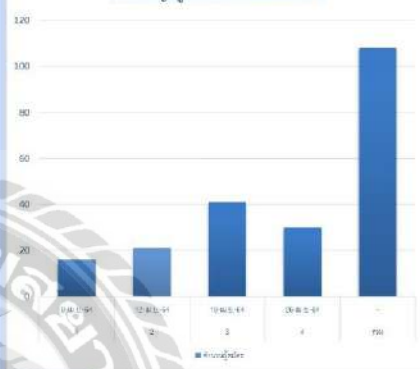
วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายได้ค้นคว้าข้อมูลการใช้งานของบริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์
2. เพื่อให้เว็บไซต์ใหม่ของบริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์มีผู้ใช้งานมากขึ้น
3. เพื่อจัดทำวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์บริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์สำหรับตัวแทน
จำหน่ายทัวร์เพื่อประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. รวบรวมข้อมูลเว็บไซต์และขั้นตอนการใช้งานเว็บไซต์ของบริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์
2. ค้นคว้าและศึกษาเครื่องมือการสร้างเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์
3. ปรึกษานักงานที่ปรึกษาด้านกฎหมายเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอในเว็บไซต์คอนเทนต์
4. ดำเนินการถ่ายคลิปวิดีโอคอนเทนต์แนะนำการใช้งานเว็บไซต์สำหรับตัวแทนจำหน่ายทัวร์
5. นำเสนอวิดีโอคอนเทนต์ที่เสร็จสมบูรณ์ให้แก่พนักงานที่ปรึกษาด้านเพื่ออนุมัติก่อนนำลง
โพสต์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของบริษัท

จำนวนบัญชีผู้สมัครใหม่ในแต่ละสัปดาห์



สรุปผลการดำเนินงาน

ในการจัดทำโครงการในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตัวแทน
จำหน่ายได้สมัครบัญชีผู้ใช้งานของบริษัทเวิลด์คอนเนกชั่นส์ เพื่อให้
เว็บไซต์ใหม่มีผู้ใช้งานมากขึ้น และเพื่อศึกษาการที่วิดีโอคอนเทนต์เพื่อ
ประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลที่ได้จากการจัดทำโครงการคือ สัปดาห์แรกมีจำนวน
ผู้สมัครเพิ่มขึ้น 16 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 6.70 สัปดาห์ที่สองมีจำนวนผู้สมัคร
เพิ่มขึ้น 21 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 15.48 สัปดาห์ที่สามมีจำนวนผู้สมัคร
เพิ่มขึ้น 41 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 32.63 สัปดาห์ที่สี่มีจำนวนผู้สมัครเพิ่มขึ้น
30 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 45.18 สรุปได้ว่าผลการที่รวบรวมข้อมูลทั้งหมด
ระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีจำนวนผู้สมัครทั้งหมด 108 บัญชี คิดเป็นจำนวน
เปอร์เซ็นต์ทั้งหมด 45.18 จากจำนวนบริษัททั้งหมดที่มีอยู่ในบัญชีรายชื่อที่
บริษัทมีอยู่รวมทั้งสิ้น 239 บัญชี

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ผู้จัดทำ นางสาวบรรณ มีงคำ 6202000061

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พิมพ์พิชชา เติสฤทธาสุข

พนักงานที่ปรึกษา กุญศกวีดี ชนะทรัพย์

สถานประกอบการ บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด



ภาคผนวก ฉ
บันทึกการปฏิบัติงาน

แบบฟอร์มแบบประเมินหลังการรับชมวิดีโอควรมีการแก้ไขและปรับปรุงอย่างไรบ้าง

* ข้อเสนอแนะ *

9/10/2564 สอนวิชาศิลปะ วิชา ๑-16 ณ โรงเรียนวัดดอนเมือง

1.56. ชื่อว่า ดอนเมือง โรงเรียนวัดดอนเมือง

3.00 มติการปกครอง และ กฎหมาย

4.40 หลักสูตร การสอนศิลปะ, วิชา วิชาต่าง



ลงชื่อ

PR ๒๕

(ศิริพร ด. ๒๕)
11/09/2564

พนักงานที่ปรึกษา



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
5	8-11 ต.ค. 64	-เพิ่มพูนผลความภาคภูมิใจ one world - ฝึกสอน ฝึก สรยุทธวิธี 16 วัน - สหกรณ์ในต่างประเทศ - 19 วัน - ทักษะ การทำแบบแผนการวิจัย - 4 ข้อ - การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ - ทำความเข้าใจโปรแกรมคอมพิวเตอร์ - การวิจัยที่งาน สรยุทธวิธี (สอนพิเศษ) - ทำงาน 4 วันต่อสัปดาห์ - SK04 ระยะเวลา - 1 ปี 4 เดือน - SK01 ระยะเวลา - 1 ปี 6 เดือน - SK07 ระยะเวลา 4 เดือน - เรียนวิธีการทำ PowerPoint ของคอมพิวเตอร์		ประสิทธิ์
6	15-18 ต.ค. 64	- สอนใช้ facebook world Premium - ฝึกสอน สรยุทธวิธี 16 วัน 1. ระยะเวลา 3 วัน สอน - สหกรณ์ในต่างประเทศ 2. ระยะเวลา 3 วัน สอน - สรยุทธวิธี 101 วิชา สรยุทธวิธี เป็นพิเศษ - สหกรณ์ในต่างประเทศ / สหกรณ์ สาขา โปรแกรม / สหกรณ์ / สหกรณ์ ของ สรยุทธวิธี - สหกรณ์ในต่างประเทศ / สหกรณ์ สรยุทธวิธี และ สหกรณ์ สรยุทธวิธี สรยุทธวิธี One World - สหกรณ์ในต่างประเทศ สรยุทธวิธี สรยุทธวิธี		ประสิทธิ์



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

สัปดาห์ที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
4	21-25 ธ.ค. 64	- เข้าสู่งานทำโปรเจกต์, ทำแบบฟอร์ม ยื่นเรื่องขอทุนค่าครองชีพนักเรียน ทำเอกสารยื่นขอทุนค่าครองชีพนักเรียน ทั้งสมุดพก และเอกสารที่มีผล 400 บาท จ. มีผลงานและหลายรายการ ซึ่งใช้เวลาในการทำเอกสาร เพราะ จะมีค่าใช้จ่าย ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในชั้นเรียนนี้ - มีกรณีศึกษาที่ปรึกษาที่มีบทบาท เว็บไซต์ของมรคที่ประสบความสำเร็จ		192 78
8	11-14 ธ.ค. 64	- ลงโปรแกรมลงในเพจ Facebook เพจ World Premium (ไม่ติด) - ทำ Code Program font ของเพื่อนมาขาย - กินงาน (คิดไว้กับคนละวิธีดี โปรแกรม) - เตรียมสมัครงานที่อื่น ซึ่งไปสมัคร 98/100 " ไปสมัครที่ 78 - งานของ/กรณีศึกษาที่ไปสมัคร ไปงานของ/กรณีศึกษาที่ไปสมัคร งาน งาน จิตใจ ที่ปรึกษา เพราะมาขอทำงาน ใจพร้อมแล้ว งาน 78/100 78/100 วันที่ 1-7 10.1 งานครั้งนี้ มี 4 คน		192 78
	4 ธ.ค. 64	วันที่ 10.1 8.10.64 งานไปทำที่ไป ครั้งที่ 88 วันที่ 10.1 8.10.64 ที่มีงานไปทำที่ไป 8.10.64		



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
		ดูโปรแกรมทัวร์ขอนแก่น		17/1/64
		- 9 ข้อสังเกตเกี่ยวกับ Line มีนิก		
		- ลักษณะคอกไก่ คอกไก่ขอนแก่น		
		one world four people		
		- อธิบายโปรแกรมต่างๆ ที่ใช้โปรแกรม		
		เรื่องสิ่งแวดล้อม และเรื่องเวลาทำอาหาร		
		ปกติ		
	7 มี.ค. 64	- โปรแกรมโปรแกรมที่ใช้ใช้ในงาน		17/1/64
		อันเนื่องมาจากข้อจำกัดกับ ที่จังหวัดขอนแก่น		
		ดังนั้นได้จัดทำเอกสารงานขอนแก่น		
		ที่ติดต่อในวันเสาร์ โปรแกรมทางโปรแกรม		
		ทัวร์ขอนแก่น ใช้คอมพิวเตอร์		
		ลักษณะคอกไก่ คอกไก่ขอนแก่น		
		7 ข้อสังเกต		
		- แยกของคอกไก่คอกไก่		
		- อธิบายโปรแกรมทัวร์ขอนแก่น		
		กมลวิมล		
		- เรื่องของคอกไก่ โปรแกรมทัวร์ขอนแก่น		
		อันเนื่องมาจากข้อจำกัดกับ ที่จังหวัดขอนแก่น		
		1 ข้อสังเกตเกี่ยวกับโปรแกรม		
		- 2 ข้อสังเกตเกี่ยวกับโปรแกรม		
		กรณีนี้ขอเรียนมาแจ้งแก่คอกไก่		
		มีนิก		
		- สวมคอกไก่คอกไก่คอกไก่		
		ในของคอกไก่ คอกไก่คอกไก่		



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

สัปดาห์ที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
9	8 - 11 มี.ค. 64	- ทำมัลติมีเดียเรื่องเอกสารค่าจ้าง และ คำนวณเงินค่าใบคิดค่า สหกรณ์ โรงพยาบาลท้องถิ่นของขอนแก่น ไม่.ย. - พ.ค. 63 เขตเทศบาลเมือง ขอนแก่น 1. ส่งรายชื่อของสมาชิก 2. คำนวณเงินค่า มีโปรแกรมที่เขียน คอมพิวเตอร์หรือโปรแกรม - พิมพ์โปรแกรมที่เขียนมาไว้ได้ ของสมาชิก สหกรณ์โรงพยาบาลขอนแก่น พ.ค. 64 - มี.ค. 65 หรือมี โปรแกรม และ ในภาคที่ 1 ภาค ศึกษาที่ไม่ได้ศึกษาในชั้นเรียน, ส่วนหนึ่ง ที่เขียนหรือทำไปให้เทศบาล, เรา คำนวณค่าต่อโปรแกรมของสมาชิก one stop Tour and Travel.		กิตติ
10	15 - 18 มี.ค. 64	- พิมพ์โปรแกรมที่รับส่งของสมาชิก และ ไปรับสินค้า Worldconnections จากเขตเทศบาล ในท้องถิ่นขอนแก่น 15 - 31 มี.ค. 64 เป็นโปรแกรมที่ โปรแกรมส่งของ. มีผลของที่พิมพ์ เอกสารพิมพ์ - ปรึกษาพี่ที่ปรึกษาที่ดูแลที่ติดต่อ คอมพิวเตอร์ที่หน้าเทศบาล ใช้งานร่วมกับ ใช้กับโปรแกรมที่ชื่อว่า Worldconnections หรือส่งโปรแกรมที่ส่งที่ในรายวิชา สหกิจศึกษา		สิน



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
11	22-25 มี.ค. 64	- เรียนรู้ ขั้นตอนการเข้าใช้งานเว็บไซต์ World Connection เพื่อศึกษารายละเอียด การโอนเงิน การขอหนังสือรับรองเงิน จำนวน ๓ ครั้ง ศึกษาเอกสารและเว็บไซต์ ของการขอวีซ่าเพื่อทำวีซ่าท่องเที่ยว และ ศึกษาขั้นตอนการสมัครวีซ่าท่องเที่ยวที่ สวีเดนที่สถานกงสุลสวีเดนที่กรุงเทพฯ - ลงภาคเรียนที่ ๓ ปีที่ ๓ สาขาวิชา การวิเคราะห์และออกแบบผลิตภัณฑ์ งานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ งานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ งานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ งานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ		11/1/2564
12	17-19 มี.ค. - 1 เม.ย. 64	- ทำการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ การสมัครวีซ่าเพื่อทำวีซ่าท่องเที่ยวที่ สวีเดนที่สถานกงสุลสวีเดนที่กรุงเทพฯ - ทำการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ การสมัครวีซ่าเพื่อทำวีซ่าท่องเที่ยวที่ สวีเดนที่สถานกงสุลสวีเดนที่กรุงเทพฯ - ทำการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ การสมัครวีซ่าเพื่อทำวีซ่าท่องเที่ยวที่ สวีเดนที่สถานกงสุลสวีเดนที่กรุงเทพฯ - ทำการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ การสมัครวีซ่าเพื่อทำวีซ่าท่องเที่ยวที่ สวีเดนที่สถานกงสุลสวีเดนที่กรุงเทพฯ		11/1/2564



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ลำดับที่	ระหว่างวันที่	หัวข้อการเรียนรู้	ลงชื่อ นักศึกษา	ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา
15	19-22 เม.ย. 64	- ฝึกติดตั้งเครื่องจักรที่บริษัท สังกะสี - ฝึกปฏิบัติงานที่โรงงานผลิต - ฝึกเรียนรู้กระบวนการ AM แพลตฟอร์มการผลิต ที่โรงงานผลิตสังกะสีโรงงาน 100 ไร่ - ฝึกเรียนรู้การใช้งานโปรแกรม 3D REUSE สังกะสี		
16	26-29 เม.ย. 64	- ฝึกติดตั้งเครื่องจักรที่บริษัท สังกะสี - ฝึกปฏิบัติงานที่โรงงานผลิต - ฝึกเรียนรู้กระบวนการ AM แพลตฟอร์มการผลิต ที่โรงงานผลิตสังกะสีโรงงาน 100 ไร่ - ฝึกเรียนรู้การใช้งานโปรแกรม 3D REUSE สังกะสี		

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ - สกุล นางสาวราภรณ์ มิ่งคำ
รหัสนักศึกษา 6202000001
ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ ศิลปศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน คอนโด เดอะพาร์คแลนด์แกรนด์ตากสิน บ้านเลขที่559/5 ถนนตากสิน-เพชรเกษม
แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร10600