



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok
Public Relations of Perfect Trip Club Co., Ltd. on Facebook via TikTok

โดย

นางสาวพิชญาวี โตสุจริตรธรรม 6004400124

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2563

ชื่อโครงการ:	การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดย ผ่านแอปพลิเคชัน TikTok
หน่วยกิต:	5
คณะผู้จัดทำ:	นางสาวพิชญาวี ไตสุจริตรธรรม
อาจารย์ที่ปรึกษา:	อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ
ระดับการศึกษา:	ปริญญาตรี
ภาควิชา:	อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ
คณะ:	ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา:	3 / 2563

บทคัดย่อ

โครงการสหกิจศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด 2) จัดทำคลิปวิดีโอสาระน่ารู้โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok เนื่องจากการโพสต์ของเพจบริษัท ใช้แต่การโพสต์รูปภาพหลายๆ รูปภาพ ซึ่งไม่มีความน่าสนใจดึงดูดลูกค้าได้น้อย ทางผู้จัดจึงได้จัดทำคลิปวิดีโอประเทศพม่า ผ่าน TikTok จำนวน 10 คลิป เพื่อการประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กในแบบที่ทันสมัย สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เข้ามาดูโปรแกรมทัวร์ต่างๆ ได้มีผู้สนใจคลิปและยอดผู้เข้าชมเพิ่มมากขึ้นจากการทำคลิปวิดีโอประเทศพม่า ผ่าน TikTok ตั้งเป้าหมายการรับชมไว้ที่ 1,000 การเข้าชม คลิปวิดีโอได้รับความสนใจและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มียอดผู้เข้าชม 1,100 ผู้เข้าชม ซึ่งบรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมที่ตั้งไว้ และก่อนการทำคลิป TikTok ลงเพจบริษัท มียอดผู้เข้าถึงเพจจำนวน 699 คน หลังจากใช้แอปพลิเคชัน TikTok ทำคลิปลงประชาสัมพันธ์ในเพจ ทำให้ยอดผู้เข้าถึงเพจมีจำนวน 964 คน ซึ่งจำนวนผู้เข้าเพจเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน

คำสำคัญ : บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด / TikTok / ประเทศพม่า / คลิปวิดีโอ

Project Title: Public Relations of Perfect Trip Club Co., Ltd. on Facebook via TikTok.
Credit: 5
By: Miss Pichayawee Tosujaritham 6004400124
Advisor: Miss Suphatra Huabcharoen
Degree: Bachelor of Arts
Major: Tourism and Hospitality Industry
Faculty: Liberal Arts
Semester/Academic year: 3/2020

Abstract

The purposes of this project were: 1) To promote the Facebook page of Perfect Trip Club Co., Ltd.; 2) Make an interesting video clip using the TikTok application. Previous posts of the company page were only multiple images, which does not attract customers. The author made a series of video clips of Burma through TikTok, 10 clips, for public relations on Facebook in a modern format can attract the attention of customers who visit various tour programs of the company. There was interest in the clips and the number of viewers increased by making video clips of Myanmar via TikTok. A goal of 1000 views was set, and the video clip received a good response, reaching 1,100 people which reached the target traffic goal. Prior to these views the company's page on TikTok had 699 page views after using the TikTok app. The promotional clip on the page had 964 people, which significantly increased the number of page views.

Keywords: Perfect Trip Club Co., Ltd. , TikTok , Myanmar , Video Clip

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

ตามที่คุณผู้จัดทำมาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 – 28 สิงหาคม 2564 นั้นส่งผลให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมายสำหรับสหกิจศึกษาฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากความร่วมมือ และการสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา
2. คุณสุทธิรักษ์ เครือแดง พนักงานที่ปรึกษา (Managing Director)

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้และข้อคิดต่างๆ อันเป็นรากฐานสำคัญ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับตนเองและสังคมต่อไป และขอขอบคุณทุกๆ ท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดีจนทำให้รายงานฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

ผู้จัดทำ

นางสาวพิชญาวี ไตสุจริตธรรม

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
2.1 ชื่อและสถานประกอบการ	3
2.2 รูปแบบขององค์กรและการบริหารงานขององค์กร	5
2.3 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	6
2.4 ชื่อตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	6
2.5 ระยะเวลาปฏิบัติงาน	7
2.6 แผนการปฏิบัติงาน	7
2.7 ขั้นตอนวิธีการดำเนินงานอย่างละเอียด	7
2.8 เครื่องมือที่ใช้ให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์	8
2.9 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ	8
2.10 ข้อเสนอแนะของการปฏิบัติสหกิจศึกษา	8
บทที่ 3 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	9
3.2 สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศพม่า	11
3.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด	16
3.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	18
3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับ TikTok	22
3.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคลิปวิดีโอ	23
3.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 ขั้นตอนการทำคลิปลง TikTok จำนวน 10 คลิป	27
4.2 ก่อนการประชาสัมพันธ์บทเพลงเฟสบุ๊กของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด	31
4.3 ผลการตอบรับจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงวิดีโอ	35
4.4 สรุปผลการปฏิบัติงาน	50
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการ	53
5.2 ข้อเสนอแนะในการจัดทำโครงการ	53
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก ก รูประหว่างปฏิบัติงาน	
ภาคผนวก ข ตารางแสดงผลการลงคลิปโดยใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok	
ภาคผนวก ค คำสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา	
ภาคผนวก ง บทความวิชาการ	
ภาคผนวก จ ไปสเตอร์	
ภาคผนวก ฉ บันทึกการปฏิบัติงาน	
ภาคผนวก ช ประวัติผู้จัดทำ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	7
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงผลการลงคลิป TikTok	52



สารบัญรูปภาพ

	หน้า	
รูปที่ 2.1	โลโก้ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด	3
รูปที่ 2.2	ภาพแผนที่ที่ตั้งของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด	3
รูปที่ 2.3	ภาพแผนภูมิการจัดการบริหารงาน บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด	5
รูปที่ 2.4	รูปภาพที่ปรึกษา	6
รูปที่ 3.1	เจดีย์ชเวดากอง	11
รูปที่ 3.2	เจดีย์ชเวตีกอง	12
รูปที่ 3.3	พระธาตุมูเตา	12
รูปที่ 3.4	พระธาตุอินแขวน	13
รูปที่ 3.5	พระมหามัธยมนี้ มัณฑะเลย์	13
รูปที่ 3.6	เจดีย์ชเวชานตอว์ พุกาม	14
รูปที่ 3.7	ทะเลสาบอินเล	14
รูปที่ 3.8	พระราชวังบุเรงนอง หงสาวดี	15
รูปที่ 3.9	เทพทันใจ ย่างกุ้ง	15
รูปที่ 3.10	ตลาดสก๊อต ย่างกุ้ง	16
รูปที่ 3.11	รูปตัวอย่างหลักการตลาด 4 P	16
รูปที่ 3.12	ภาพตัวอย่างการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน TikTok	24
รูปที่ 4.1	ตัวอย่างการค้นหาข้อมูลใน Google	27
รูปที่ 4.2	ตัวอย่างการหารูปในแอป Pinterest	28
รูปที่ 4.3	ตัวอย่างการบันทึกรูปเพื่อทำวิดีโอ	29
รูปที่ 4.4	ตัวอย่างการบันทึกรูปเพื่อทำวิดีโอ	29
รูปที่ 4.5	ตัวอย่างการตัดต่อคลิปในแอป TikTok	30
รูปที่ 4.6	รูปตัวอย่างหน้าเพจบริษัท	31
รูปที่ 4.7	รูปการประชาสัมพันธ์บนเพจบริษัท 1	32
รูปที่ 4.8	รูปการประชาสัมพันธ์บนเพจบริษัท 2	32
รูปที่ 4.9	ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเพจและกราฟก่อนทำวิดีโอ TikTok	33
รูปที่ 4.10	ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกของโพสต์	34
รูปที่ 4.11	ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกของโพสต์	34

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 4.12 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 1	35
รูปที่ 4.13 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 2	36
รูปที่ 4.14 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 3	37
รูปที่ 4.15 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 4	38
รูปที่ 4.16 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 5	39
รูปที่ 4.17 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 6	40
รูปที่ 4.18 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 7	41
รูปที่ 4.19 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 8	43
รูปที่ 4.20 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 9	43
รูปที่ 4.21 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 10	44
รูปที่ 4.22 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงเพจหลังลงวิดีโอ TikTok	45
รูปที่ 4.23 ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย	46
รูปที่ 4.24 ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย	47
รูปที่ 4.25 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงโพสต์	48
รูปที่ 4.26 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงโพสต์	49

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมีผู้เข้าใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ภาพรวมในตลาดผลสำรวจของ Nielsen ในปี 2020 พบว่าคนไทยใช้เวลากับสื่อดิจิทัลผ่านทางสมาร์ตโฟนเพิ่มสูงขึ้นเป็น 6.8 ชั่วโมงต่อวันเพิ่มขึ้นกว่า 59% จากช่วงต้นปีที่มีการใช้เวลา 3.51 ชั่วโมงต่อวัน ข้อมูลจาก App Annie เปรียบเทียบการใช้แพลตฟอร์ม TikTok ระหว่างเดือนมกราคมปี 2021 กับเดือนมกราคมปี 2020 พบว่าในประเทศไทยมีการดาวน์โหลด TikTok เพิ่มสูงขึ้น 44% มีการเพิ่มขึ้นของใช้เวลาบนแพลตฟอร์มของผู้ใช้แต่ละคนสูงถึง 71% และมีระยะเวลาการใช้งานในแต่ละครั้งเพิ่มสูงขึ้น 47% นอกจากนี้ มีการสำรวจความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีต่อผล TikTok โดย Kantar ในปี 2563 พบว่า 83% ของผู้ใช้รู้สึกว่าเป็นแพลตฟอร์มผู้นำกระแส และ 82% มองว่า TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่เป็นบวกและทำให้ผู้ใช้รู้สึกดี เมื่อได้ใช้เวลาบนแพลตฟอร์ม สอดคล้องกับ Head of business marketing กล่าวว่าในปี 2564 TikTok for business ต้องการมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและสนับสนุนนักการตลาดและนักโฆษณาในทุกมิติภายใต้แนวคิด Moving beyond Reach to Relevance ที่ต้องการให้นักการตลาดและแบรนด์ต่างๆ ที่เข้ามาทำการตลาดดิจิทัลบน TikTok ไม่ใช่เพียงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น แต่ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ที่มีความสนใจและเกี่ยวข้องกับแบรนด์ได้ เพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ที่มีความหมายกับแบรนด์และผลิตภัณฑ์ต่างๆ (Thongchai Cholsiripong, 2020)

บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด มีการใช้เพียงแอปพลิเคชันไลน์และเพจเฟซบุ๊ก เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวกับลูกค้า ยังไม่มีช่องทาง TikTok และวิธีการโพสต์เป็นการโพสต์เพียงรูปนิ่งหรือการแชร์เพจการท่องเที่ยวจากเพจอื่นมาปะปะประชาสัมพันธ์ จึงทำให้เพจขาดความน่าสนใจ จำนวนในการโพสต์ 1-2 ครั้งต่อเดือน ทำให้ขาดความเคลื่อนไหวการติดต่อกับลูกค้า ประกอบกับที่ผ่านมามีบริษัทยังไม่มีการทำคลิปวิดีโอสั้นๆ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้จัดเห็นโอกาสในการสร้างช่องทางในการทำคลิปสั้นๆ ผ่านแอป TikTok ทำการประชาสัมพันธ์ในแบบที่ทันสมัยเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ที่ชอบเรื่องของการไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เข้ามาติดตามข้อมูลข่าวสารในเพจ นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทางของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ทำให้เกิดการจัดทำโครงการเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟสบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
- 1.2.2 จัดทำคลิปวิดีโอสาระนั้นำรู้โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok

1.3 ขอบเขตโครงการ

- 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - ศึกษาชั้นศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำคลิปวิดีโอ
 - ศึกษาการประชาสัมพันธ์เพจเฟสบุ๊กผ่านแอปพลิเคชัน TikTok
- 1.3.2 ขอบเขตด้านสถานที่
 - บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
 - สถานที่ท่องเที่ยวประเทศพม่า
- 1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา
 - ระหว่างวันที่ 17 พฤษภาคม 2564 - วันที่ 28 สิงหาคม 2564

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1 บริษัทได้บอกกล่าวและได้ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางไปประเทศพม่า
- 1.4.2 บริษัทได้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงเพจของบริษัท เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่
- 1.4.3 บริษัทมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้ากับยุคสมัยสะดวกสบาย
- 1.4.4 ลูกค้าได้ข้อมูลที่น่าสนใจ เกิดการแชร์ บอกต่อ สาระนั้นำรู้เกี่ยวกับการเดินทางไปประเทศพม่า จากเพจ นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทาง
- 1.4.5 บุคคลทั่วไปเข้าถึงข้อมูลและเป็น โอกาสในการซื้อขาย โปรแกรมทัวร์พม่าได้ในอนาคต

บทที่ 2

รายละเอียดและการปฏิบัติงาน

2.1 ชื่อและสถานประกอบการ



รูปที่ 2.1 โลโก้ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ที่มา: บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ชื่อสถานที่ประกอบการ : บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ที่ตั้งสถานที่ประกอบการ : 267/1 หมู่ที่ 3 ตำบล พลายชุมแสง อำเภอ เมือง จังหวัด พิชณุโลก 65000

โทรศัพท์ : 055-906-424

Facebook : นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทาง



รูปที่ 2.2 ภาพแผนที่ที่ตั้งของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ที่มา: บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

เกี่ยวกับบริษัท

บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

พาคูณท่องเที่ยวสุดคุ้มทัวร์โลก

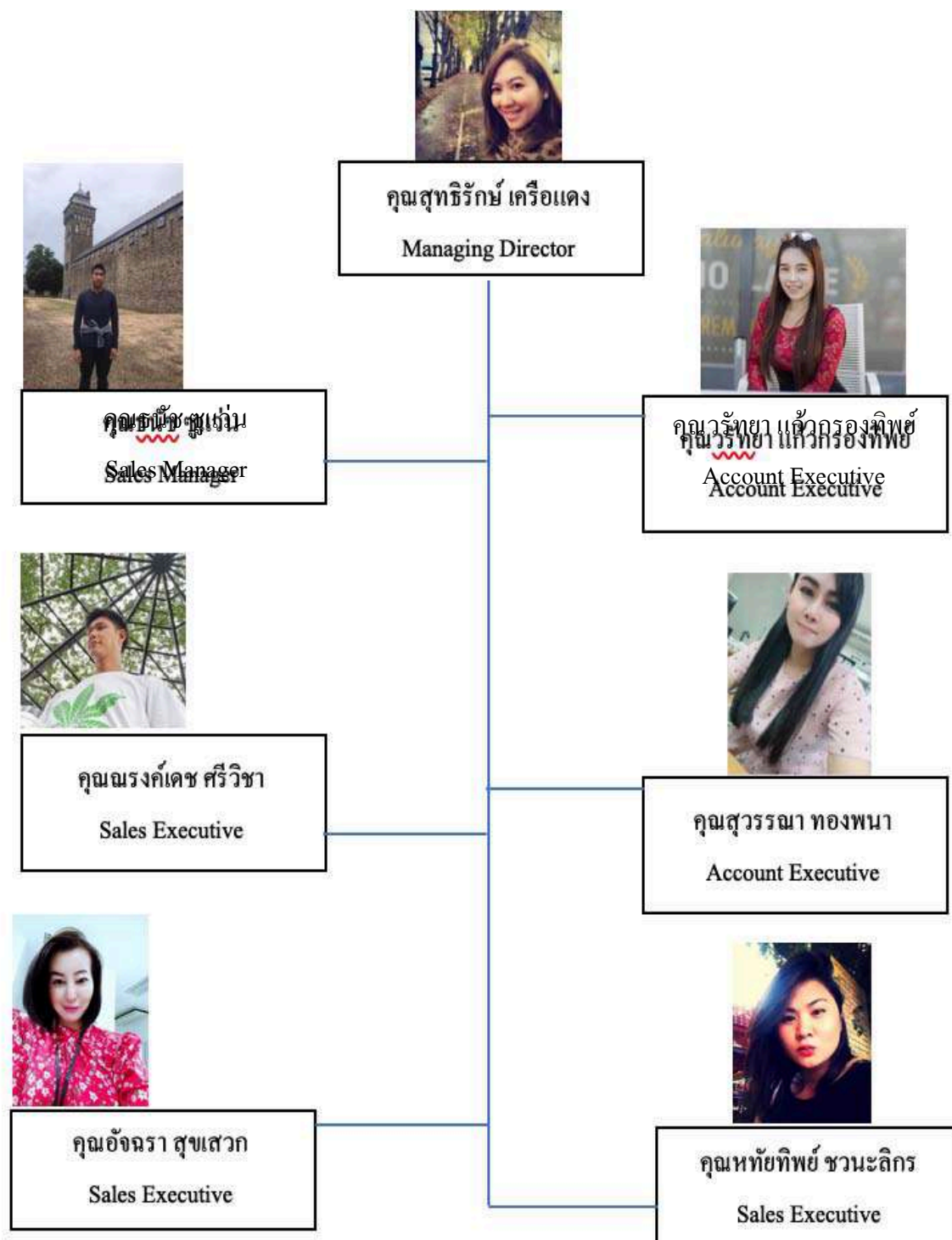
ธุรกิจนำเที่ยวของประเทศเรานั้น เป็นธุรกิจที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมาก ทำให้มีบริษัทนำเที่ยวเกิดขึ้นจำนวนมากมาย และก็ทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้จำนวนมาก ทางเราบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด จึงเห็นถึงความสำคัญในส่วนนี้ จึงได้พัฒนาโปรแกรมขายแพ็คเกจทัวร์ขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการแพ็คเกจทัวร์หลากหลายเส้นทาง ด้วยระบบที่ใช้งานได้ง่าย สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารทางไลน์ เพจนำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทาง เที่ยวต่างประเทศต่างๆ ไม่ต้องคิดมาก เพียงแค่เตรียมกระเป๋าเดินทางของท่านให้พร้อมแล้วไปเที่ยวด้วยกันได้เลย เพราะเราคัดสรรโปรแกรมทัวร์ดีๆ มาให้แล้ว โปรแกรมทัวร์ท่องเที่ยวต่างประเทศหลากหลายเส้นทางในงบประมาณสุดคุ้ม ที่จะพาทุกท่านไปเที่ยวได้อย่างสบายใจ ที่บริการให้ครบทุกเรื่องเที่ยว จัดเต็มให้ทั้ง โปรแกรมการเดินทางในแต่ละวัน อาหาร ที่พักตั๋วเครื่องบินไปกลับ รถรับส่ง ไกด์นำเที่ยว หัวหน้าทัวร์ กับโปรแกรมทัวร์ที่เดินทางสบาย ไม่อึดแน่นจนเกินไป มีเวลาให้เที่ยวได้นานไม่รีบร้อน เที่ยวเต็มอิ่ม มีเวลาให้ช้อปปิ้งเพลิน อาหารอร่อยใส่ใจในรสชาติที่ถูกปากคนไทย ที่พักแสนสบาย ให้ท่านเที่ยวต่างประเทศได้ง่ายๆ ไม่ต้องวางแผนอะไรเลยก็ยิ่งได้

เราพร้อมบริการด้านการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบทุกเส้นทางของประเทศพม่าและทีมงานของเรา บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ยังมีความรู้และประสบการณ์อันยาวนานเกี่ยวกับประเทศพม่า ทำให้ลูกค้าที่ชื่นชอบการเที่ยว สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ชื่นชอบธรรมชาติของประเทศพม่า สามารถสอบถามข้อมูลได้แบบจัดเต็มเพราะพนักงานของบริษัททุกคนเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยเฉพาะ

ลักษณะการให้บริการของบริษัท

- บริการขายโปรแกรมทัวร์
- แนะนำทัวร์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- แนะนำทุกเส้นทางที่ลูกค้าต้องการได้อย่างเหมาะสม

2.2 รูปแบบขององค์กรและการบริหารงานขององค์กร



รูปที่ 2.3 ภาพแผนภูมิการจัดการบริหารงาน บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ที่มา: บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

2.3 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

2.3.1 ชื่อนักศึกษาฝึกงาน : นางสาวพิชญาวี โตสุจริตธรรม

2.3.2 ตำแหน่งงาน : ผู้ช่วยฝ่าย IT Support

หน้าที่รับผิดชอบ การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของบริษัทบนเพจเฟสบุ๊กโดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok

2.4 ชื่อตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา



รูปที่ 2.4 พนักงานที่ปรึกษา

ที่มา: บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา: คุณสุทธธีรักษ์ เครือแดง

ตำแหน่งงาน: Managing Director

เบอร์โทร: 055-906423

อีเมล: Perfecttripclub@gmail.com

2.5 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานนักศึกษาโครงการสหกิจได้ใช้เวลาการปฏิบัติงานนับตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 ถึงวันที่ 28 สิงหาคม 2564 เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์

2.6 แผนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	2564			
	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. กำหนดโครงเรื่อง				
2. เก็บรวบรวมข้อมูล				
3. ปรึกษากับอาจารย์เรื่องวิธีการดำเนินงาน โครงการ				
4. ดำเนินการจัดทำโครงการ				
5. สรุปผลโครงการ				

ตารางที่ 2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานของโครงการ

2.7 ขั้นตอนวิธีการดำเนินงานอย่างละเอียด

- ศึกษาข้อมูลภายในบริษัทเพื่อคิดหัวข้อโครงการและนำมาจัดทำโครงการสหกิจศึกษา
- นำเสนอหัวข้อโครงการและนำหัวข้อโครงการเสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อรับฟังคำแนะนำและดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง
- ดำเนินการศึกษาสิ่งควรรู้ สิ่งน่าสนใจในการท่องเที่ยวประเทศพม่า ผ่านไกด์นำเที่ยว เว็บไซต์ นิตยสาร โปรแกรมท่องเที่ยว
- ทำคลิปวิดีโอสั้นๆ 10 คลิป
- โพสต์ประชาสัมพันธ์บน Facebook page ของบริษัท โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok
- สรุปผลที่ได้จากการดำเนินโครงการรวบรวมข้อมูลและผลที่ได้จากการดำเนินโครงการมาทำการสรุปและเรียบเรียงให้ถูกต้องตามหัวข้อโครงการให้แก่บริษัทเพื่อพิจารณาในการเผยแพร่ข้อมูล
- จัดทำเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการนี้โดยจัดทำเป็นรูปเล่มรายงานเรียงลำดับทั้ง 5 บท รวมถึงเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องพร้อมนำเสนอในรูปแบบ Power Point

2.8 เครื่องมือที่ใช้ให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ (ผลิตภัณฑ์ / มาตรการ / Software / อื่นๆ)

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดทำคลิปวิดีโอ

แอปพลิเคชัน TikTok

โปรแกรม Canva

โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ (kine master)

โทรศัพท์มือถือ

เครื่องคอมพิวเตอร์ / โน้ตบุ๊ก

เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

แอปพลิเคชัน Facebook

2.9 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ

2.9.1 ได้นำความรู้จากการเรียนมาฝึกใช้ปฏิบัติงานจริง

2.9.2 เรียนรู้ข้อบกพร่องของตนเองและปรับเปลี่ยนแก้ไขและพัฒนาศักยภาพให้ดีขึ้น

2.9.3 มีมนุษยสัมพันธ์และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

2.9.4 มีความมั่นใจและกล้าแสดงออกมากขึ้น

2.10 ข้อเสนอแนะของการปฏิบัติสหกิจศึกษา

2.10.1 เพิ่มเติมความรู้ด้านการท่องเที่ยวในประเทศพม่า

2.10.2 เพิ่มความรับผิดชอบในงานที่ทำให้ละเอียดรอบคอบมากขึ้น

2.10.3 เพิ่มความรับผิดชอบด้านเวลาเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

2.10.4 เพิ่มไหวพริบการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในเวลาทำงาน

บทที่ 3

ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการนำเสนอโครงการเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ทางผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 3.2 สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 3.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์
- 3.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
- 3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับ TikTok
- 3.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคลิปปวีดีโอ
- 3.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

พรสวรรค์ มโนพัฒนา (2553) กล่าวว่า “ท่องเที่ยว” ในสมัยที่การคมนาคมถนนหนทางยังไม่สะดวก จะเป็นการเที่ยวในละแวกบ้าน ผู้ใหญ่ก็ออกเดินทางไปกับกองเกวียนเพื่อไปไหว้พระพุทธรูป ไปทำบุญยังวัดวาอารามที่อยู่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ของตนหรือล่องเรือไปทอดผ้าป่าทอดกฐิน ยังวัดริมน้ำในจังหวัดไกลๆ เพียงแต่เขาไม่พูดกันว่าไปเที่ยวพระบาทหรือไปเที่ยววัด เพราะฟังดูขัดกับความรู้สึกของพุทธศาสนิกชนที่ถือว่าวัดเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไม่ควรนับเป็นที่เที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางที่เกิดขึ้น ตามเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เมื่อกล่าวถึงคำว่า ท่องเที่ยว ในปัจจุบันเรามองเห็นภาพชาวต่างประเทศสะพายกล้องถ่ายรูปเดินกันเป็นกลุ่มใหญ่บ้างเล็กบ้างอยู่ตามวัด วัง โบราณสถานหรือใส่ชุดว่ายน้ำอาบแดดอยู่ตามชายหาด และอีกจำนวนไม่น้อยที่ไปเที่ยวชมป่าเขา มักจะมองเห็นว่าชาวต่างประเทศเหล่านี้ได้ใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางไปชมสถานที่ต่างๆ ค่าซื้อของฝากของที่ระลึก โดยที่ไม่คิดว่ามันเป็นเงินจากต่างประเทศเข้ามาใช้จ่าย

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places

outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose. จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุระและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้จากค่านิยมและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ได้ชื่อว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อสุขภาพ เช่น การไปเที่ยวทะเลในวันหยุดการ เดินทางไปอาบน้ำแร่ตามธรรมชาติเพื่อสุขภาพ หรือรักษาโรคผิวหนังบางชนิด
2. การเดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การไปเล่นกีฬา การไปสัมมนา การไปจาริกแสวงบุญทางศาสนา เป็นต้น
3. การเดินทางเพื่อทำธุรกิจบางอย่าง เช่น การสำรวจตลาด การตรวจสอบของที่สั่งการติดต่อธุรกิจ เป็นต้น

ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ไม่จัดว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางไปประกอบอาชีพอย่างหนึ่งอย่างใดในประเทศนั้นๆ
2. การเข้ามาตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศนั้นๆ
3. การเดินทางไปทำงานต่างประเทศ ไม่ว่าผู้ที่ไปอยู่ประจำหรือไปเข้าเียนกลับ (กรณีอยู่ชายแดน)
4. การเดินทางไปเพื่อการศึกษา ไปเป็นนักเรียน นักศึกษาและอยู่หอพัก
5. การเดินทางโดยมิต้องลงจากขบวนพาหนะ

3.2 สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.2.1 สถานที่ยอดนิยมประเทศไทย

จุดขายสำคัญของประเทศไทยคือสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา ใครที่เคยได้ไปพม่าคงทราบว่าบ้านเค้าเคร่งเรื่องศาสนามากกว่าบ้านเรามากและในพม่าเองก็มีการจัดอันดับสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา 5 แห่งที่ควรไปสักการะ เริ่มจาก มหาเจดีย์ชเวดากอง อย่างกึ่ง เจดีย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก อดีตเมืองหลวงของพม่ามาช้านานก่อนย้ายไปเมืองเนปิดอว์เมื่อไม่นานมานี้ คำว่าชเว ในภาษาพม่าแปลว่า ทอง เราจึงมักเห็นสถานที่สำคัญในพม่าขึ้นต้นด้วยคำว่า ชเว อยู่บ่อยครั้ง ส่วนคำว่า ดากอง เป็นชื่อเดิมของเมืองย่างกุ้ง มหาเจดีย์แห่งนี้บรรจุพระเกศา (เส้นผม) ของพระพุทธเจ้า ถือเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุดของพม่า มีความสูงถึงยอด 112.17 เมตร นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มักบินไปที่ย่างกุ้งก่อน ดังนั้นมีโอกาสไปเยี่ยมชมเจดีย์ชเวดากองทั้งตอนกลางวันและตอนกลางคืน (My2baht, (2559))



รูปที่ 3.1 เจดีย์ชเวดากอง

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

เจดีย์ชเวดากอง พุกาม เมืองพุกาม เป็นเมืองหลวงดั้งเดิมของอาณาจักรพม่าและเป็นที่ตั้งของเจดีย์ชเวดากอง(บ้างก็เรียก ชเวชิ โคน) ซึ่งเป็นเจดีย์ศักดิ์สิทธิ์อีกแห่งหนึ่งของพม่าและมีความยิ่งใหญ่ไม่แพ้เจดีย์ชเวดากองเลย เจดีย์ชเวดากอง เริ่มสร้างโดยพระเจ้าอโนธามังช่อและสร้างเสร็จเมื่อ ค.ศ. 1102 โดยว่ากันว่าบรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้าที่ได้มาจากลังกา สถาปัตยกรรมเป็นเจดีย์แบบมอญ เป็นรูประฆังคว่ำ



รูปที่ 3.2 เจดีย์ชเวดิกอง

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

พระธาตุมูเตา (เจดีย์ชเวมอดอ) หงสาวดี หรือเมืองพะโค เป็นเมืองหลวงเก่าอีกแห่งหนึ่งของพม่าในสมัยที่มอญเรืองอำนาจ มีเจดีย์ศักดิ์สิทธิ์คือ ชเวมอดอหรือที่รู้จักกันในชื่อ พระธาตุมูเตา มีความสูงถึง 114 เมตร สูงกว่าเจดีย์ชเวดากองด้วยซ้ำ ภายในบรรจุด้วยพระเกศาของพระพุทธเจ้า 2 เส้นและพระเขี้ยวแก้ว (ฟัน) ที่ได้มาภายหลัง พระธาตุมูเตาเสียหายจากแผ่นดินไหวหลายครั้ง แต่ก็บูรณะจนกลับมาสวยงามดั้งเดิมด้วยแรงศรัทธาของชาวพม่าในแต่ละยุคสมัย



รูปที่ 3.3 พระธาตุมูเตา

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

พระธาตุนินแวน สะเทิม หรือที่เรียกว่า ไทจีโย อยู่ที่เมืองใจโท อำเภอสะเทิม ในรัฐมอญ ความใหญ่ของพระธาตุนินแวนสู้กับพระธาตุอื่นๆ ในพม่าไม่ได้ (ถ้าวัดเฉพาะความสูงของพระธาตุนินแวน ประมาณ 7 เมตร) แต่ความโดดเด่นของพระธาตุนินแวนคือการสร้างพระธาตุนินแวนขึ้นบนหน้าผาสูงชัน ดูเหมือนว่าจะพลิกตกลงมาจากหน้าผาได้ตลอดเวลา ตามตำนานเล่ากันว่า ฤาษีสสะได้รับพระเกศาจากพระพุทธเจ้าและมาสร้างเจดีย์ไว้ ณ หน้าผาแห่งนี้ซึ่งเป็นพระธาตุนินแวนศักดิ์สิทธิ์ที่พุทธศาสนิกชนต้องมาแสวงบุญกันอย่างคึกคัก



รูปที่ 3.4 พระธาตุนินแวน

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

พระมหามัยมุนี มัณฑะเลย์ เป็นเมืองหลวงแห่งสุดท้ายของพม่าก่อนต้องเป็นเมืองขึ้นของอังกฤษมัณฑะเลย์อยู่ทางตอนเหนือของประเทศและมีศาสนสถานมากมายแต่สิ่งที่ศักดิ์สิทธิ์และขึ้นชื่อมากที่สุดไม่ใช่เจดีย์กลับเป็นพระพุทธรูปคือ พระมหามัยมุนี ชื่อพระมหามัยมุนี แปลว่า ผู้รู้อันประเสริฐ เป็นพระพุทธรูปทรงเครื่องกษัตริย์ ที่สร้างขึ้นในเมืองยะไข่ทางตะวันตกของพม่า (ติดกับอินเดีย) ที่พม่าตีชิงมาได้จากยะไข่ ประเพณีของชาวพม่าจะต้อง ล้างหน้า ในพระพักตร์ของพระมหามัยมุนีทุกเช้าด้วย (ตอนตีสี่ ถ้าใครตื่นมาทันร่วมพิธีได้)



รูปที่ 3.5 พระมหามัยมุนี มัณฑะเลย์

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

เจดีย์ชเวชานดอว์ พุกาม เมืองพุกามเป็นเมืองที่มีเจดีย์นับพันองค์ ถ้าไม่นับเจดีย์ชเวสิกองที่ถือเป็นหนึ่งในห้าสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของประเทศพม่าแล้ว เจดีย์อีกแห่งที่เราคิดว่ายิ่งใหญ่ไม่แพ้กันคือเจดีย์ชเวชานดอว์ เจดีย์ขนาดใหญ่สร้างเมื่อ ค.ศ. 1057 โดยพระเจ้าอโนรธา มังช่อ มีระเบียงลดหลั่นกันมา 5 ชั้นและสามารถปีนขึ้นไปเดินรอบระเบียงได้ (บันไดชันหน่อยแต่ไม่เป็นอันตราย) เจดีย์ชเวชานดอว์ถือ

เป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกที่เลื่องชื่อของเมืองพุกาม ช่วงเย็นๆ จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากมาแย่งพื้นที่ชมพระอาทิตย์ตกบน ป่าเจดีย์ ของพุกามกันอย่างล้นหลามตัวเจดีย์ว่ายิ่งใหญ่แล้ววิวจากบนเจดีย์ยังสวยอีกด้วย



รูปที่ 3.6 เจดีย์ชเวซันตอว์ พุกาม

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

ทะเลสาบอินเล เป็นทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ในรัฐฉาน ตอนกลางของประเทศพม่า(ถือเป็นทะเลสาบขนาดใหญ่อันดับสองของพม่า) ทะเลสาบแห่งนี้มีเอกลักษณ์ที่ชาวบ้านพื้นถิ่นจะพายเรือด้วย ขา แทนการใช้แขน ดังเช้าภาพการพายเรือต่างๆ ไป รอบทะเลสาบยังมีหมู่บ้านท้องถิ่นและวัดวาอารามมากมาย ทะเลสาบยังถือว่ามีคามสมบูรณ์ของพืชและสัตว์น้ำมากแห่งหนึ่งถือเป็นทีท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศพม่า



รูปที่ 3.7 ทะเลสาบอินเล

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

พระราชวังบุเรงนอง หงสาวดี พระเจ้าบุเรงนองเป็นพระมหากษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่ของพม่าที่คนไทยรู้จักกันดี พระเจ้าบุเรงนองสร้างอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ของชาวมอญที่เมืองหงสาวดี (พะโค) และพระราชวังกัมโพชธานีของพระองค์ก็เคยได้ชื่อว่าเป็นพระราชวังที่ยิ่งใหญ่สมฐานะของจอมกษัตริย์แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคนั้น พระราชวังเดิมถูกทำลายไปหมดจากไฟไหม้ แต่รัฐบาลพม่าในยุคหลังก็

ได้สร้างพระราชวังจำลองในตำแหน่งเดิม เพื่อให้ชาวพม่าและนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ระลึกถึงความยิ่งใหญ่ของพระองค์



รูปที่ 3.8 พระราชวังบุเรงนอง หงสาวดี

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

เทพทันใจ อย่างกึ่ง ชาวพม่าดั้งเดิมไม่ได้นับถือศาสนาพุทธมาตั้งแต่แรก แต่นับถือเทพท้องถิ่นหลายองค์ซึ่งเรียกเรียกตามภาษาถิ่นว่า นัต และประเพณีการนับถือก็ยังสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันนี้ โดย นัตที่มีชื่อเสียงที่สุดคือ นัตโบโบจี หรือที่คนไทยรู้จักกันในชื่อ เทพทันใจ เพราะสามารถบันดาลคำอธิษฐานของคนที่มากราบให้เป็นจริงได้อย่างรวดเร็วทันใจนั่นเอง สำหรับ เทพทันใจ หรือ นัตทันใจ ที่มีชื่อเสียงต้องไปที่เจดีย์โอบคาทาวน์ในเมืองย่างกุ้ง เจดีย์แห่งนี้อาจไม่โด่งดังเท่ากับเจดีย์แห่งอื่นๆ ในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ก็ถือเป็นเจดีย์ศักดิ์สิทธิ์อีกแห่งหนึ่งที่ว่ากันว่าบรรจพระเกศาธาตุของพระพุทธเจ้าด้วยและในแง่ความผูกพันของคนท้องถิ่นแล้วแน่นแฟ้นอย่างมาก



รูปที่ 3.9 เทพทันใจ อย่างกึ่ง

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

ตลาดสก๊อต อย่างกึ่ง นักท่องเที่ยวต่างชาติมากรุงเทพฯแล้วต้องเดินทางไปตลาดจตุจักรฉันใด คนที่ไปย่างกุ้งก็ต้องเดินทางไปตลาดสก๊อตแบบเดียวกัน ตลาดสก๊อตแห่งนี้มีชื่ออย่างเป็นทางการ

ทางการว่า Bogyoke Aung Market เป็นอาคารเก่ายุคโคโลเนียลความสูงสองชั้น หลายหลังที่อยู่ติดๆ กันและมีของทุกอย่างวางขายไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า ของเก่า งานหัตถกรรม งานศิลปะ รวมถึงจิ๋วเวลรี่ที่เป็นสินค้าขึ้นชื่อของพม่า พ่อค้าแม่ค้าที่นี่คุ้นเคยกับนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างดี หลายร้านพูดภาษาไทยได้และมีป้ายเป็นภาษาไทยด้วย ไหนๆมาถึงพม่าแล้วก็อาจช้อปปิ้งซื้ออะไรติดไม้ติดมือกลับไปสักหน่อย



รูปที่ 3.10 ตลาดสก๊อต ย่างกุ้ง

ที่มา : <https://2baht.com/top-myanmar-destinations/>

3.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด

3.3.1 หลักการตลาด 4P Marketing

4P หรือ Marketing Mix หรือรู้จักกันในภาษาไทยว่า “ส่วนผสมทางการตลาด” เป็นทฤษฎีที่ทางการตลาดที่ได้รับความนิยมและเป็นพื้นฐานที่สุด โดยแบ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเป็น 4 ส่วน ได้แก่ Product (ผลิตภัณฑ์) Price (ราคา) Place (ช่องทางจัดจำหน่าย) Promotion (การส่งเสริมการขาย) เพื่อนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสม และดึงดูดลูกค้าเพื่อสร้างยอดขายให้ได้มากที่สุด (Chuda.l, (2564))



รูปที่ 3.11 รูปตัวอย่างหลักการตลาด 4 P

ที่มา: Unicorn House

Product ผลิตภัณฑ์

การเริ่มทำธุรกิจแน่นอนว่าผู้ประกอบการจะต้องมีผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญ โดยสินค้าที่ผลิตออกมาต้องมีคุณภาพ สามารถใช้งานตามมาตรฐาน พร้อมกับต้องวิเคราะห์ว่ากลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นคนกลุ่มไหน ชื่นชอบและสนใจผลิตภัณฑ์แบบใด พร้อมกับพยายามสื่อสารจุดขาย ข้อดี และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ที่กลุ่มผู้บริโภคจะได้รับหรือผลิตภัณฑ์นี้จะสามารถเข้าไปแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ ออกไปให้ตรงจุดที่สุดนั่นเอง

Price ราคา

แน่นอนว่ามีสินค้าพร้อมวางขายแล้ว สิ่งที่ต้องตามมานั้นก็คือการตั้งราคา ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญสำหรับการทำการค้าเช่นกัน การตั้งราคาให้เหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มผู้บริโภคนั้นนับว่าเป็นเรื่องที่ต้องใช้การวิเคราะห์อย่างเหมาะสม

1. เหมาะสมกับต้นทุนการผลิต หากตั้งราคาสินค้าถูกเกินไป ถึงจะสามารถสร้างยอดขายได้ดี แต่กลับไม่สามารถสร้างผลกำไรที่ดีได้
2. ราคาเหมาะสมกับลูกค้า เป็นการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการในเรทที่ลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่งต้องวิเคราะห์ข้อมูลอีกด้วยว่ากลุ่มผู้บริโภคหลักเป็นคนกลุ่มไหนหรือกลุ่มกระเป๋านัก เพราะการตั้งราคาถูกกว่าคู่แข่งในตลาดมากเกินไป อาจจะทำให้ลูกค้าไม่เชื่อในคุณภาพสินค้าของแบรนด์ และเทใจไปซื้อแบรนด์อื่นได้เช่นกัน

Place ช่องทางจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์จะวางขายที่ไหน วางขายผ่านหน้าร้านเพื่อให้ลูกค้าเข้ามาเลือกและสัมผัสสินค้าจริงได้ก่อนตัดสินใจซื้อ ฝากขายผ่านหน้าร้านตัวแทนเพื่อกระจายช่องทางขายสินค้าให้กว้างขึ้น ซึ่งการฝากขายอาจจะทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นกว่าวางขายผ่านหน้าร้านของตัวเอง เพราะต้องจ่ายค่าเช่าพื้นที่เพิ่ม หรือขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่าง Facebook Website IG ฯลฯ ในกรณีนี้จะทำให้ขายสินค้าในราคาที่ถูกลงได้ เพราะไม่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่หน้าร้าน และผู้บริโภคยังเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของร้านได้อย่างง่ายดาย พร้อมกับส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคผ่านบริษัทที่ให้บริการด้านขนส่งที่ได้มาตรฐาน ได้แก่ SCG Express ไปรษณีย์ไทย Flash Express และ Bee Express เป็นต้น

Promotion การส่งเสริมการขาย

Promotion ไม่ใช่การลดราคาสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่ช่วยส่งเสริมการขาย เช่น การทำไปบลิท ทำโฆษณาสินค้า การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ หากผู้ประกอบการขายสินค้าผ่านทางออนไลน์เป็นหลักก็อาจจะใช้วิธีลง Ads โฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่กลุ่มผู้บริโภคนิยมใช้งาน เช่น Google Youtube Facebook เป็นต้น เพื่อเพิ่ม

โอกาสประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้นและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าภายในร้านของคุณได้อย่างเห็นผล 4P เป็นการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจได้ไม่ยาก เพราะองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ส่วน สามารถเริ่มได้ภายใต้ธุรกิจของผู้ประกอบการเอง เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำธุรกิจและทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างมีแบบแผนอย่างชาญฉลาดจนแข่งขันคู่แข่งไม่เพียงเท่านี้การสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริงสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ หากร้านค้ามองเห็นปัญหาในการทำธุรกิจได้ตั้งแต่แรกเริ่ม นั่นก็คือปัญหาที่จะเกิดขึ้นหลังจากธุรกิจสามารถสร้างยอดขายได้ แต่กลับไม่สามารถบริการร้านค้าได้อย่างเป็นระบบ จนทำให้เกิดปัญหาออเดอร์สูญหาย ตัดสต็อกสินค้าไม่ตรง พนักงานแพ็คสินค้าผิด ค้นหาข้อมูลลูกค้าไม่พบหากปัญหาเหล่านี้ไม่ได้รับการแก้ไขก็จะกลายเป็นกับดักที่จะลดธุรกิจของคุณให้ร่วงได้ การเพิ่มผู้ช่วยที่ทันสมัยด้วยผู้ช่วยมีอาชีพของนักธุรกิจออนไลน์ ที่มีฟีเจอร์ตอบโต้การทำธุรกิจออนไลน์ ผสานไปกับการวางแผนการตลาดจะเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่จะทำให้ธุรกิจ SME สร้างยอดขายได้ทะลุเป้า พร้อมดันธุรกิจให้เติบโตได้อย่างมั่นคง

3.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

3.4.1 ความหมายสื่อสังคมออนไลน์

สมาออนไลน์ (2557) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม(Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน ในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และ โปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-GenerateContent: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ มีด้วยกันหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของการนำมาใช้ โดยสามารถแบ่งเป็นกลุ่ม หลักดังนี้

1. Weblogs หรือเรียกสั้นๆ ว่า Blogs คือ สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่นๆ โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ซึ่งการแสดงเนื้อหาของบล็อกนั้นจะเรียงลำดับจากเนื้อหาใหม่ไปสู่เนื้อหาเก่า ผู้เขียนและผู้อ่านสามารถค้นหาเนื้อหาย้อนหลังเพื่ออ่าน และแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา เช่น Exteen Bloggang Wordpress, Blogger Okanation

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

3. Micro Blogging และ Micro Sharing หรือที่เรียกกันว่า “บล็อกจิ๋ว” ซึ่งเป็นเว็บไซต์หรือเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไปสำหรับให้ผู้ใช้บริการเขียนข้อความสั้นประมาณ 140 ตัวอักษร ที่เรียกว่า “Status” หรือ “Notice” เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ทั้งนี้การกำหนดให้ใช้ข้อมูลในรูปข้อความสั้นๆ ก็เพื่อให้ผู้ใช้ที่เป็นทั้งผู้เขียนและผู้อ่านเข้าใจง่าย ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Twitter

4. Online Video เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเนื้อหาที่น่าสนใจในวิดีโอออนไลน์ไม่ถูกจำกัดโดยผังรายการที่แน่นอนและตายตัว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดตามชมได้อย่างต่อเนื่อง เพราะไม่มีโฆษณาคั่น รวมทั้งผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการ และยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้จำนวนมากอีกด้วย เช่น Youtube MSN Yahoo

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

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

7. Virtual Worlds คือการสร้างโลกจินตนาการโดยจำลองส่วนหนึ่งของชีวิตลงไปจัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่บรรดาผู้ท่องโลกไซเบอร์ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างกันบนอินเทอร์เน็ตในลักษณะโลกเสมือนจริง (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 โดยสามารถจัดทำในรูปของเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งทางธุรกิจ

การศึกษา รวมทั้งการสื่อสาร โดยอาจจะเป็นการดึงความร่วมมือจากเครือข่ายทางสังคมมาช่วยตรวจสอบข้อมูลเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะ กลุ่มคนที่เข้ามาให้ข้อมูลอาจจะเป็นประชาชนทั่วไปหรือผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่อยู่ในภาคธุรกิจหรือแม้แต่ในสังคมนักข่าว ข้อดีของการใช้หลัก Crowdsourcing คือ ทำให้เกิดความหลากหลายทางความคิดเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนช่วยตรวจสอบหรือคัดกรองข้อมูลซึ่งเป็นปัญหาสาธารณะร่วมกันได้ เช่น Idea storm Mysterbucks Idea

9. Podcasting หรือ Podcast มาจากการรวมตัวของสองคำ คือ “Pod” กับ “Broadcasting” ซึ่ง “POD” หรือ Personal On – Demand คือ อุปสงค์หรือความต้องการส่วนบุคคล ส่วน “Broadcasting” เป็นการนำสื่อต่างๆ มารวมกันในรูปแบบของภาพและเสียง หรืออาจกล่าวง่ายๆ Podcast คือ การบันทึกภาพและเสียงแล้วนำมาไว้ในเว็บเพจ (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

อุปกรณ์เครื่องมือทางสื่อสังคมออนไลน์

คอมพิวเตอร์ คือ เครื่องคำนวณ อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถทำงานคำนวณผลและเปรียบเทียบค่าตามชุดคำสั่งด้วยความเร็วสูงอย่างต่อเนื่องและอัตโนมัติ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้คำจำกัดความของคอมพิวเตอร์ไว้ก่อนข้างกะทัดรัดว่า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์แบบอัตโนมัติ ทำหน้าที่เหมือนสมองกล ใช้สำหรับแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งที่ง่ายและซับซ้อน โดยวิธีทางคณิตศาสตร์ หรืออาจกล่าวได้ว่า เครื่องคอมพิวเตอร์หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยในการคำนวณและการประมวลผลข้อมูล

สมาร์ตโฟน (SmartPhone) คือ โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทรออก-รับสายแล้วยังมีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G Wi-Fi และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชันสนทนาชั้นนำ เช่น LINE Youtube Facebook Twitter ฯลฯ โดยที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งลูกเล่นการใช้งานสมาร์ตโฟนให้ตรงกับความต้องการได้มากกว่ามือถือธรรมดา ผู้ผลิตสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ ๆ นิยมผลิตสมาร์ตโฟนที่มีหน้าจอระบบสัมผัส ใต้อุปกรณ์ที่มีความละเอียดสูง ออกแบบดีไซน์ให้สวยงามทันสมัย มีแอปพลิเคชันและลูกเล่นที่น่าสนใจ

แท็บเล็ต (Tablet) คือ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีหน้าจอระบบสัมผัสขนาดใหญ่ มีขนาดหน้าจอตั้งแต่ 7 นิ้วขึ้นไป พกพาได้สะดวก สามารถใช้งานหน้าจอผ่านการสัมผัสผ่านปลายนิ้วได้

โดยตรง มีแอปพลิเคชันมากมายให้เลือกใช้ ไม่ว่าจะรับ-ส่งอีเมล เล่นอินเทอร์เน็ต ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม หรือแม้กระทั่งใช้ทำงานเอกสารออฟฟิศ ข้อดีของแท็บเล็ตคือมีหน้าจอที่กว้าง ทำให้มีพื้นที่การใช้งานเยอะ มีน้ำหนักเบา พกพาได้สะดวกกว่าโน้ตบุ๊กหรือ คอมพิวเตอร์ สามารถจดบันทึกหรือใช้เป็นอุปกรณ์เพื่อการศึกษาได้เป็นอย่างดี

ประโยชน์และข้อจำกัดของสังคมออนไลน์

แม้ลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะเป็นสื่อให้ข้อมูลข่าวสารสามารถกระจายออกไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางมีคุณประโยชน์มากมายในด้านการติดต่อสื่อสาร แต่ก็เปรียบเสมือนดาบสองคมหากผู้ใช้ขาดคุณธรรมจริยธรรม สามัญสำนึก การรู้จักเคารพสิทธิ ของผู้อื่น และความระมัดระวังในการใช้แล้ว สังคมออนไลน์เหล่านี้ก็จะเป็"สังคมอันตราย"ที่จะเป็นด้านมืดของสังคมไทย

ประโยชน์ของ Social networks เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
2. เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อมเพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่างๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจหรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ
3. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
4. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น
5. ใช้เป็นสื่อในการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า
6. ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ๆ ขึ้น
7. คลายเครียดได้สำหรับผู้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุกๆ
8. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้

ข้อจำกัดของ Social networks เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. เว็บไซต์ให้บริการบางแห่งอาจเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไป หากผู้ใช้บริการไม่ระมัดระวังในการกรอกข้อมูลอาจถูกผู้ไม่หวังดีนำมาใช้ในทางเสียหาย หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้
2. Social Network เป็นสังคมออนไลน์ที่กว้าง หากผู้ใช้รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการนัดเจอกันเพื่อจุดประสงค์ร้ายตามที่ป็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์
3. เป็นช่องทางในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ขโมยผลงาน หรือถูกแอบอ้าง เพราะ Social Network ervice เป็นสื่อในการเผยแพร่ผลงาน รูปภาพต่างๆ ของเราให้บุคคลอื่นได้ดูและแสดงความคิดเห็น

4. ข้อมูลที่ต้องการออกเพื่อสมัครสมาชิกและแสดงบนเว็บไซต์ในรูปแบบ Social Network ยากแก่การตรวจสอบว่าจริงหรือไม่ ดังนั้นอาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่กำหนดอายุการสมัครสมาชิก หรือการถูกลอกโดยบุคคลที่ไม่มีตัวตนได้

5. ผู้ใช้ที่เล่น social network และอยู่กับหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานอาจสายตาเสียได้หรือบางคนอาจตาบอดได้

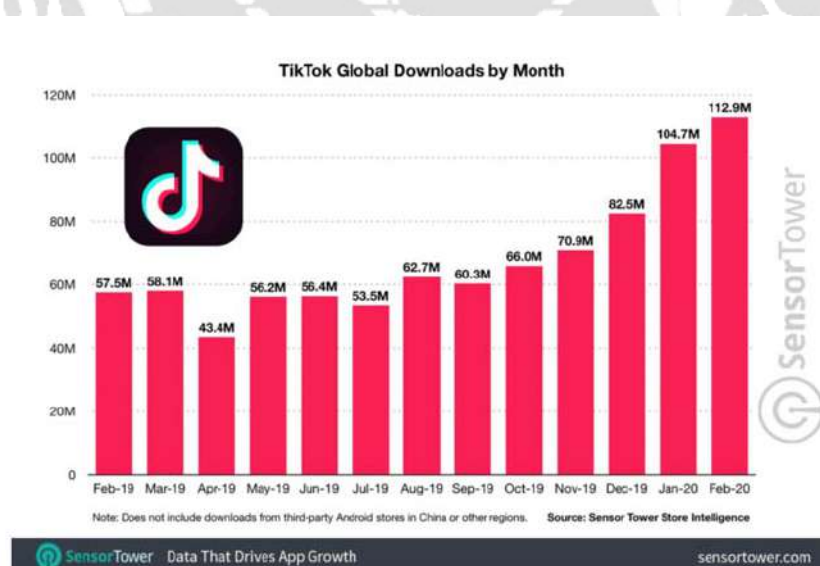
6. ถ้าผู้ใช้หมกมุ่นอยู่กับ social network มากเกินไปอาจทำให้เสียการเรียนหรือผลการเรียนตกต่ำลงได้

7. จะทำให้เสียเวลาถ้าผู้ใช้ใช้อย่างไร้ประโยชน์

3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับ TikTok

3.5.1 TikTok

แอปพลิเคชัน “TikTok” (ติ๊กต็อก) หรือ “Douyin” (เตาอิน) ที่เรียกกันในจีนนั้น เปิดตัวครั้งแรกเมื่อเดือนกันยายน ปี 2016 และได้รับความนิยมทั่วโลกเมื่อปี 2018 TikTok ถือเป็นแพลตฟอร์ม Social Media ที่มีจุดเด่นคือ การสร้างและแชร์วิดีโอสั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นคลิปเต้นสั้น ๆ ลิขิงค์เพลง สร้างคอนเทนต์ตลก เฮฮา หรือการทำ Challenge ต่าง ๆ เพื่อการโฆษณา และแชร์กับเพื่อนบนโลกออนไลน์ พร้อมติด #Hahstag ต่าง ๆ เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึง ด้วยจุดเด่นที่ใช้งานง่าย จึงได้รับความนิยมมากขึ้น จนมียอดการดาวน์โหลดเกือบ 113 ล้านครั้งทั่วโลกในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2020 ทั้งใน App Store และ Google Play ที่ผ่านมา (Sathitaphorn.c.(2564))



รูปที่ 3.12 ภาพตัวอย่างการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน TikTok

ที่มา: <https://clib.psu.ac.th/km/what-is-tiktok/>

3.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคลิปวิดีโอ

3.6.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิดีโอ

นันทลักษณ์ มณีวัฒนาวงศ์และคณะ (2564) วิดีโอคลิป หรือ คลิปวิดีโอ คือไฟล์คอมพิวเตอร์ที่บรรจุเนื้อหาเป็นภาพยนตร์สั้นมักจะตัดต่อมาจากภาพยนตร์ทั้งเรื่องซึ่งมีขนาดความยาวปกติ คลิปมักจะเป็นส่วนที่สำคัญหรือต้องการนำมาแสดงมีความขบขันหรืออาจเป็นเรื่องความลับที่ต้องการนำมาเผยแพร่ แหล่งของวิดีโอคลิป ได้แก่ ข่าว ข่าวกีฬา มิวสิควิดีโอ รายการโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ปัจจุบันมีการใช้วิดีโอคลิปแพร่หลาย เนื่องจากไฟล์คลิปนี้มีขนาดเล็กสามารถส่งผ่านอีเมล หรือดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ได้สะดวก ในประเทศตะวันตก เรียกการแพร่หลายของวิดีโอคลิปนี้ว่าวัฒนธรรมคลิป (Clip Culture) คำนี้มีความหมายกว้างๆ หมายถึงภาพยนตร์สั้นแบบไหนก็ได้ ที่มีความยาวน้อยกว่ารายการโทรทัศน์

1. คลิปวิดีโอคือ ไฟล์หนังที่ถูกแบ่งออกเป็น ส่วน ๆ หรืออาจจะเป็นไฟล์หนังที่มีระยะเวลาในการเล่นไม่นานมากนัก โดยคลิปวิดีโอจะเป็นไฟล์ที่มีรูปแบบการบีบอัดข้อมูลที่แตกต่างกันไป ตามโปรแกรมที่ผู้ผลิตสร้างขึ้น

2. ถ้ามองในลักษณะของการใช้งานแล้วคลิปVDO นั้นก็คือ Multimedia ที่มีทั้งภาพและเสียงขนาด File ไม่ใหญ่มากนักมีได้หลากหลายนามสกุล ทั้งที่ถ่ายจาก มือถือ และ เครื่องถ่าย VDO แต่นำมาตัด หรือลดคุณภาพลงเพื่อให้มีขนาดเล็ก สามารถส่งต่อกันได้ทั้งผ่านทาง email หรือ upload ไปไว้ที่ Youtube

3. คลิปวิดีโอคือ การถ่ายทำหรือจับภาพเป็นเวลาต่อเนื่องกันเพื่อนำมาดูหรือนำมาเผยแพร่

4. การบันทึกภาพเคลื่อนไหวเข้าไปเก็บไว้ในสื่อต่างๆ มักจะเป็นเรื่องสั้นๆ หรือ มุกตลกเดี่ยวของภาพยนตร์ ที่เรามักจะได้ยินคำว่า “คัท” ก็คือ หนึ่งคลิป ที่ถ่าย หลังจากนั้นก็จะนำเอาคลิปต่างๆ มาต่อรวมเข้ากัน เป็นภาพยนตร์ให้เราดู ซึ่งจะพบว่า หนึ่งเรื่องหนึ่งที่ใช้เวลาดูประมาณ 2 ชั่วโมง ก็มาจาก คลิปสั้นๆ นับร้อยคลิปหรือมากกว่านั้น ถ้าหากมีการตัดออกไปสาเหตุที่เรียกว่าคลิปอาจจะมาจากการที่นำเอาภาพยนตร์ที่ถ่ายเป็นส่วนย่อยๆ นี้มาเหน็บด้วยคลิปหนีบกระดาษเพื่อให้ต่อกันชั่วคราวก่อนที่จะต่อกันแบบถาวร

5. ภาพเคลื่อนไหวที่มีเสียงมีระยะเวลาเล่นนานไม่เกิน 25 นาทีอาจเป็นภาพยนตร์ ที่ถูกจัดแบ่งเป็นส่วนๆ เช่น หรือเป็นพาท เช่น part 1/10 ทำนองนี้ หรืออีกในความหนึ่งในทำนองเดียวกัน คลิปวิดีโอคือภาพเคลื่อนไหวที่มีเสียงซึ่งถูกบันทึกไว้ด้วยอุปกรณ์ต่างๆ เช่น กล้องถ่ายวิดีโอ โทรศัพท์ซึ่งมีกล้องและแอปพลิเคชันถ่ายวิดีโอหรืออุปกรณ์อื่นๆ ความสั้นยาวต่างกันไป

6. ไฟล์ที่มีภาพและเสียงอยู่ในไฟล์เดียว มักมีขนาดไฟล์ไม่ใหญ่มาก เพราะระยะเวลาในการเล่นไม่นาน

3.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พนมฉัตร คงพุ่ม (2563) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของเพจเฟซบุ๊กและศึกษาความพึงพอใจต่อเพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรสายสนับสนุน บุคลากรสายวิชาการและนักศึกษา จำนวน 3 คน กลุ่มละ 3 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คัดเลือกบุคคลที่เป็นผู้ใช้งานเพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัย เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพและปัญหาของเพจเฟซบุ๊กและบุคลากรสายสนับสนุน บุคลากรสายวิชาการ จำนวน 327 คน และนักศึกษา จำนวน 379 คน เพื่อตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อเพจเฟซบุ๊ก สามารถเก็บข้อมูลกลับมาได้ 682 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์สภาพและปัญหาของเพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจำนวน 29 ข้อ

ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาในปัจจุบันในการเข้าใช้เพจเฟซบุ๊ก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจะใช้ในการอ่านข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในมหาวิทยาลัย ผู้ใช้งานเพจเฟซบุ๊กจะอ่านข่าวต่าง ๆ ทั่วไป ไม่ได้เจาะจงอ่านข่าวเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือค้นหาข่าวสารเฉพาะเรื่อง เพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยจึงเป็นแหล่งกระจายข่าวสารให้บุคลากร ได้รับรู้ถึงเรื่องราวที่ผ่านมา ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาลัย ปัญหาที่พบคือ ภาพประกอบข่าว มีขนาดไม่เหมาะสมกับหน้าจอโทรศัพท์มือถือ บางภาพจะมีลักษณะยืดสูงเกินไป บางภาพขอบถูกตัด ตกขอบ การนำเสนอส่วนใหญ่เป็นข้อความยาว ๆ ทำให้ไม่น่าสนใจ มีการโพสต์ข่าวเดียวกันซ้ำ ๆ หลายครั้ง ทำให้เกิดความซ้ำซ้อน สำหรับข้อปรับปรุงแก้ไข ควรแยกกลุ่มข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ข่าวสารของนักศึกษา ควรมีการอัปเดตหรือรีโพสต์เป็นประจำ ในช่วงเวลาของกิจกรรมนั้น ๆ เช่น ประกาศทุนการศึกษา ประกาศรับสมัครจิตอาสา การรับสมัครนักเรียนเข้าเรียนต่อรอบ TCAS เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการนำ Info Graphic แสขแท้ก และอนิเมชัน มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการให้ความรู้ เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาสาระได้ง่ายและรวดเร็ว

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อเพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21-23 ปี มีตำแหน่งหน้าที่เป็นนักศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อเพจเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะลักษณะการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เป็นลำดับแรก ด้านรูปแบบการนำเสนอ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการนำเสนอภาพ Info Graphic เพื่อให้ความรู้เรื่องต่าง ๆ อย่างเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก และด้านประโยชน์ต่อผู้ใช้เพจเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ศุภรางค์ จันทรเมฆา (2559) การวิจัย เรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา 1) อิทธิพลของทักษะคิดต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว 2) อิทธิพลของความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook จำนวน 400 คน วิธีการทางสถิติที่เลือกใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติแบบ Multiple Regression โดยวิธีกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 10,001 – 20,000 บาท ต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก Facebook แต่ละครั้ง คือ มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไปและมีจำนวนครั้งในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก Facebook ต่อสัปดาห์ คือ มากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ทักษะคิดของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านการกระทำ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความถูกต้องของเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านการเข้าถึงข้อมูล มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ฉันทูชา ขางงจักร (2562) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล 3) เพื่อนำเสนอและรับรองรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มที่ 1 บุคลากรคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อสังคมออนไลน์ และด้านภาพลักษณ์องค์กร กลุ่มที่ 3 คือ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อสังคมออนไลน์ และด้านภาพลักษณ์องค์กร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถามออนไลน์ 2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผู้เชี่ยวชาญ 3) แบบประเมินและรับรองรูปแบบโดยใช้สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (%), ค่าเฉลี่ย, (-x), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ของ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.71$) มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($x = 3.05$) ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์โดยรวมมีความต้องการกิจกรรมการดำเนินงานของ นักศึกษามากที่สุด ระดับการรับรู้ผ่านสื่อหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($x = 2.94$) ความต้องการรับรู้ผ่านสื่อหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมผ่านสื่อ igrูป Line NS มากที่สุด การศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญพบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ ศึกษากิจกรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ 2) การวางแผนกลยุทธ์อย่างมีระบบที่สร้างแรงจูงใจ 3) การสื่อสารสังคมออนไลน์สร้างสรรค์ 4) การประเมินผล - การติดตามอย่างยั่งยืน ผ่านการประเมินความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ย ($x = 4.28$), และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.09)



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การจัดทำโครงการ เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด และจัดทำคลิปวิดีโอสาระน่ารู้โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok เพื่อเพิ่มช่องทางการดึงดูดนักท่องเที่ยว บนเพจเฟซบุ๊กของบริษัทผ่านแอปพลิเคชัน TikTok โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 4.1 ขั้นตอนการทำคลิปลง TikTok จำนวน 10 คลิป
- 4.2 ก่อนการประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
- 4.3 ผลการตอบรับจากการประชาสัมพันธ์
- 4.4 สรุปผลการปฏิบัติงาน

4.1 ขั้นตอนการทำคลิปลง TikTok จำนวน 10 คลิป

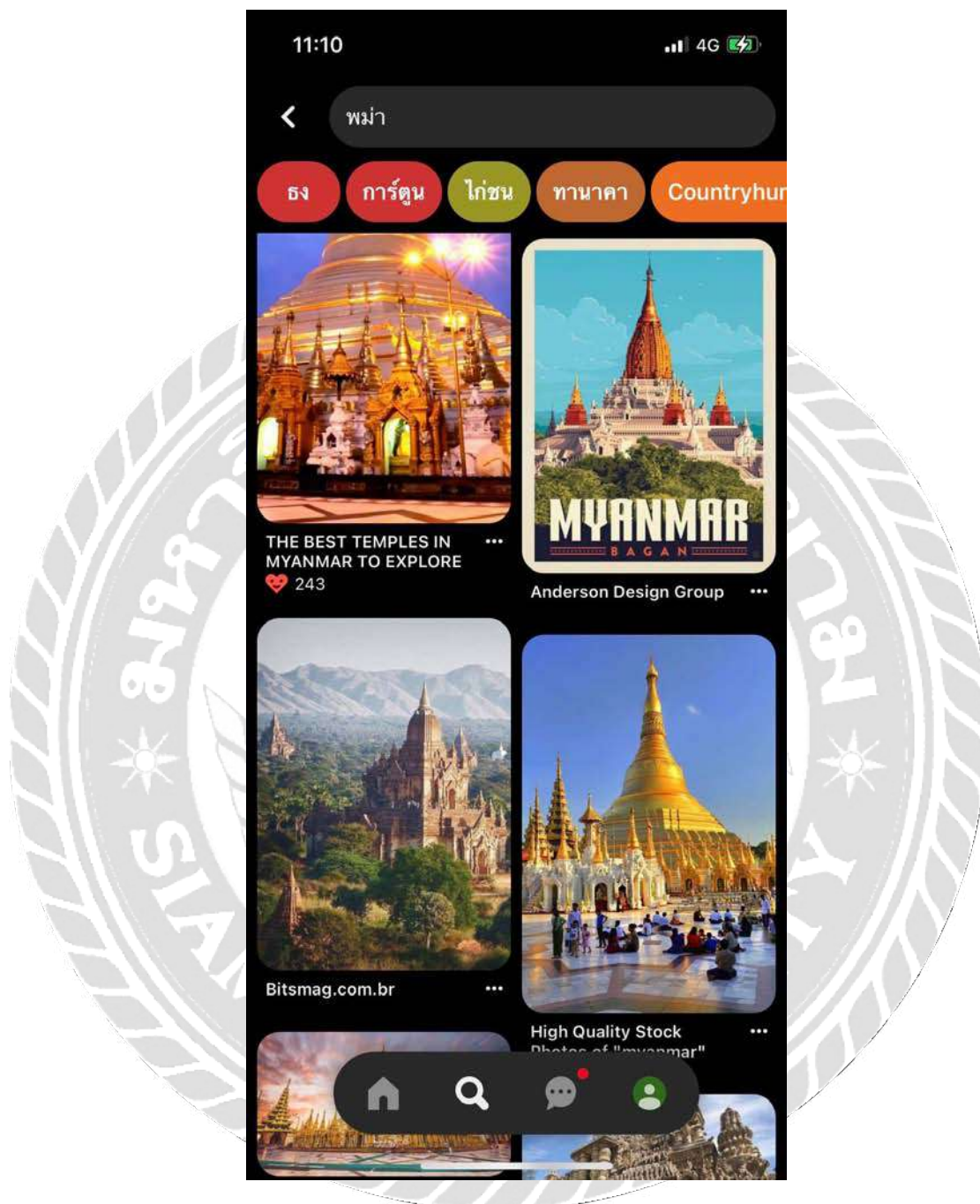
- 4.1.1 ค้นหาหาข้อมูลต่างๆ จาก Google



รูปที่ 4.1 ตัวอย่างการค้นหาข้อมูลใน Google

ที่มา: Google

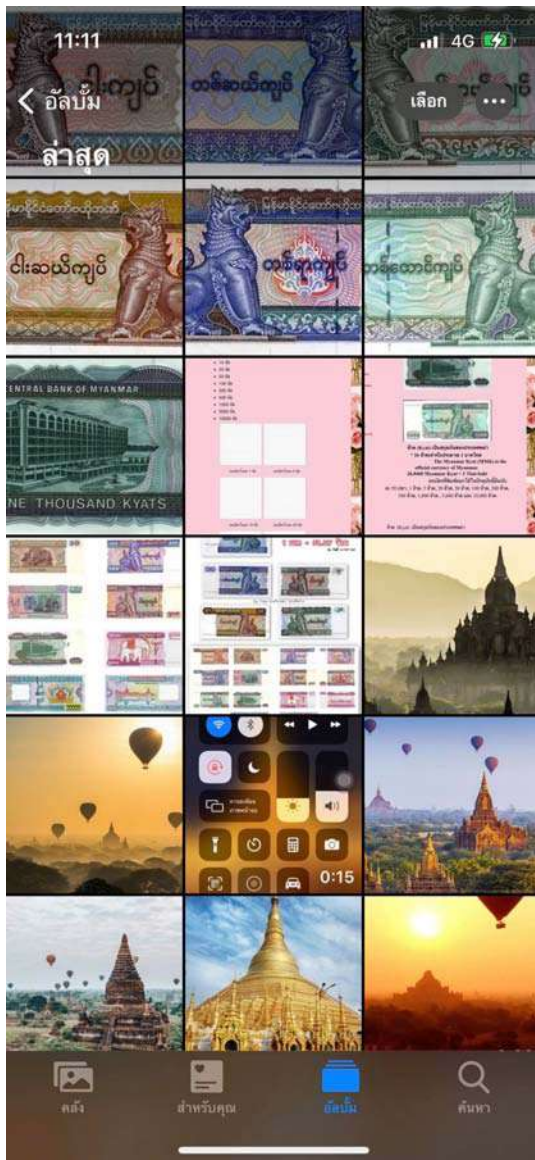
4.1.2 การรูปจาก แอป Pinterest



รูปที่ 4.2 ตัวอย่างการหารูปในแอป Pinterest

ที่มา: แอปพลิเคชัน Pinterest

4.1.3 บันทึกรูปต่างๆ เพื่อเตรียมทำวิดีโอ



รูปที่ 4.3 ตัวอย่างการบันทึกรูปเพื่อทำวิดีโอ
ที่มา: ผู้จัดทำ (2564)



รูปที่ 4.4 ตัวอย่างการบันทึกรูปเพื่อทำวิดีโอ
ที่มา: ผู้จัดทำ (2564)

4.1.4 ตัดต่อวิดีโอผ่านแอป TikTok



รูปที่ 4.5 ตัวอย่างการตัดต่อคลิปในแอป TikTok

ที่มา: แอปพลิเคชัน TikTok

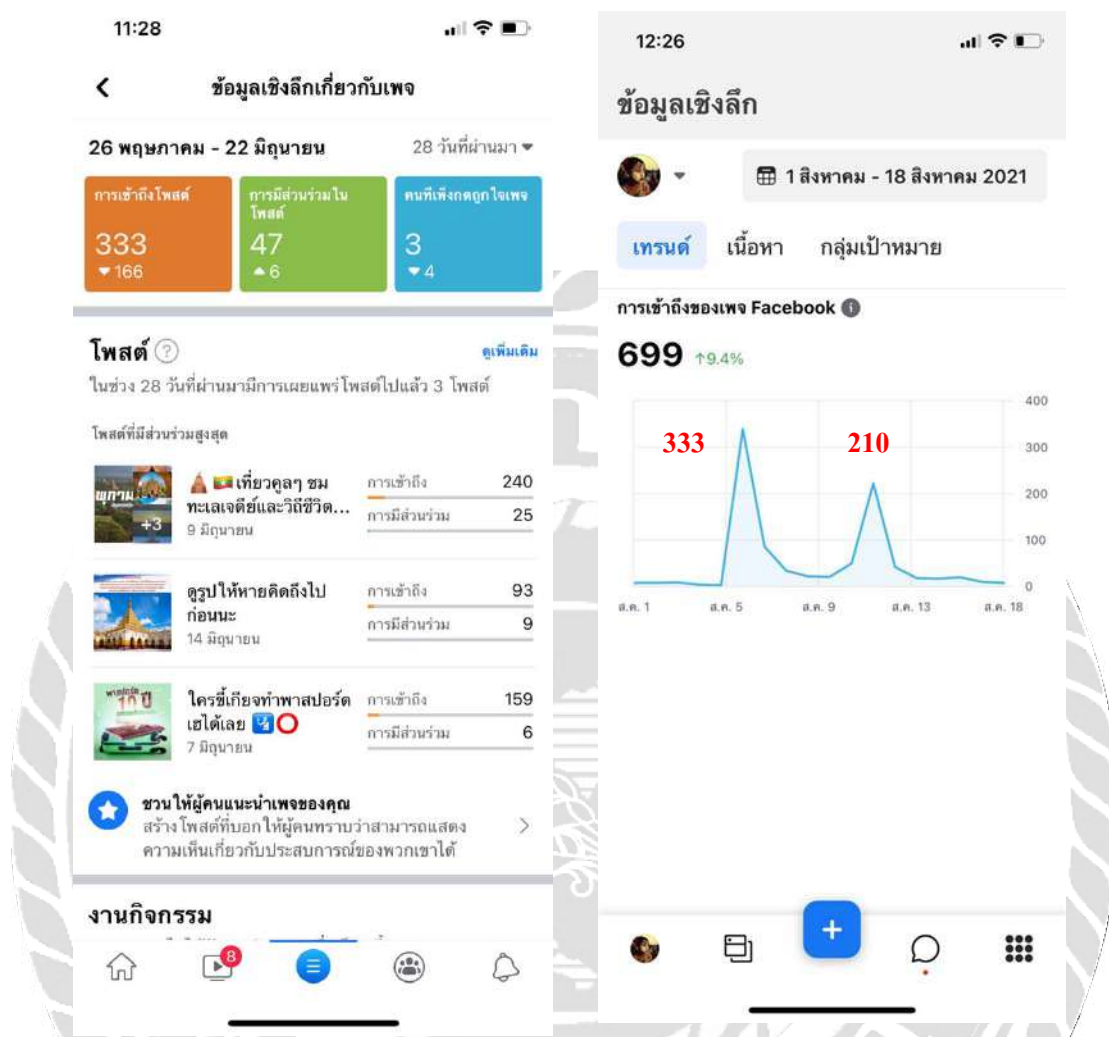
4.2 ก่อนการประชาสัมพันธ์รับทเพจเฟซบุ๊กของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

4.2.1 หน้าเพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด



รูปที่ 4.6 รูปตัวอย่างหน้าเพจบริษัท
ที่มา:เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

4.2.3 ข้อมูลเชิงลึกของเพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ ก่อนทำการทำคลิป TikTok



รูปที่ 4.9 ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเพจและกราฟก่อนทำวิดีโอ TikTok
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ภาพที่ 4.9 จากกราฟข้อมูลเชิงลึกกราฟสีฟ้าเป็นกราฟแสดงจำนวนผู้ที่รับชม คลิปวิดีโอในระยะเวลา นับตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. - 18 ส.ค. 2564 พบว่าจำนวน ผู้รับชมคลิปวิดีโอของเพจบริษัท ประมาณ 699 คน โดยรับชมมากที่สุดในวันที่ 6 สิงหาคม 2564 จำนวนผู้รับชม 333 คน รองลงมา วันที่ 10 สิงหาคม 2564 มีผู้รับชม 210 คนและน้อยที่สุดวันที่ 18 สิงหาคม 2564 ไม่พบผู้รับชมเพิ่มเติมยอดการรับชม มาจากผู้ติดตามเพจและผู้เห็น โปสต์จากการแชร์สาธารณะ

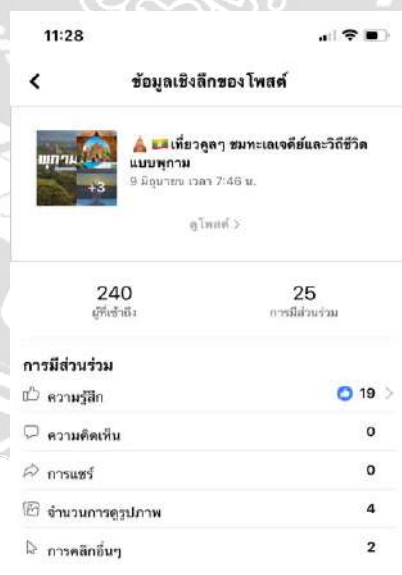
4.2.3.1 ข้อมูลเชิงลึกของโพสต์โดยรวมทุกโพสต์



รูปที่ 4.10 ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกของโพสต์

ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

4.2.3.2 ข้อมูลเชิงลึกของโพสต์ เที่ยวตุลาฯ ชมทะเลเจดีย์และวิถีชีวิตแบบพุกาม

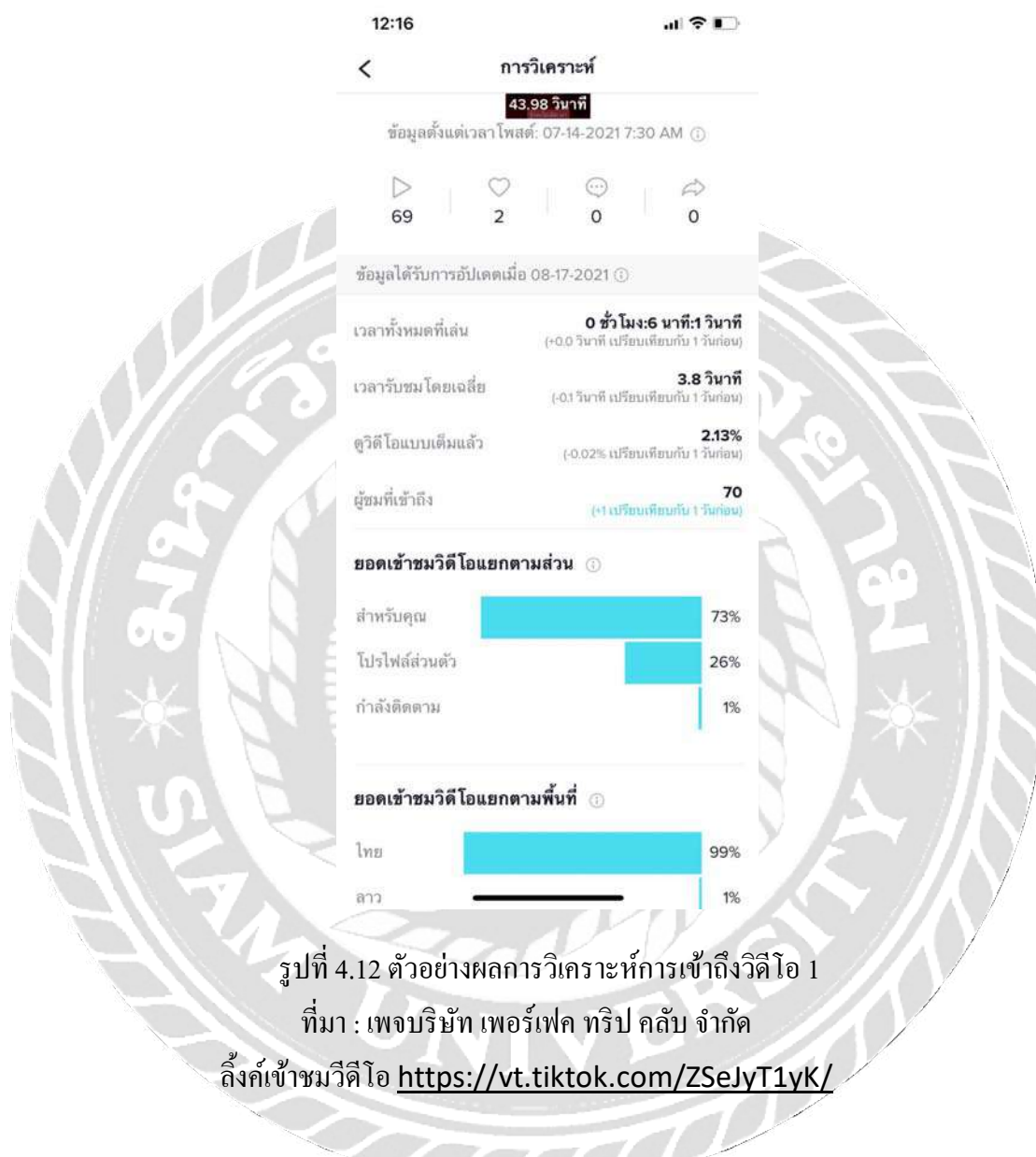


รูปที่ 4.11 ตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกของโพสต์

ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

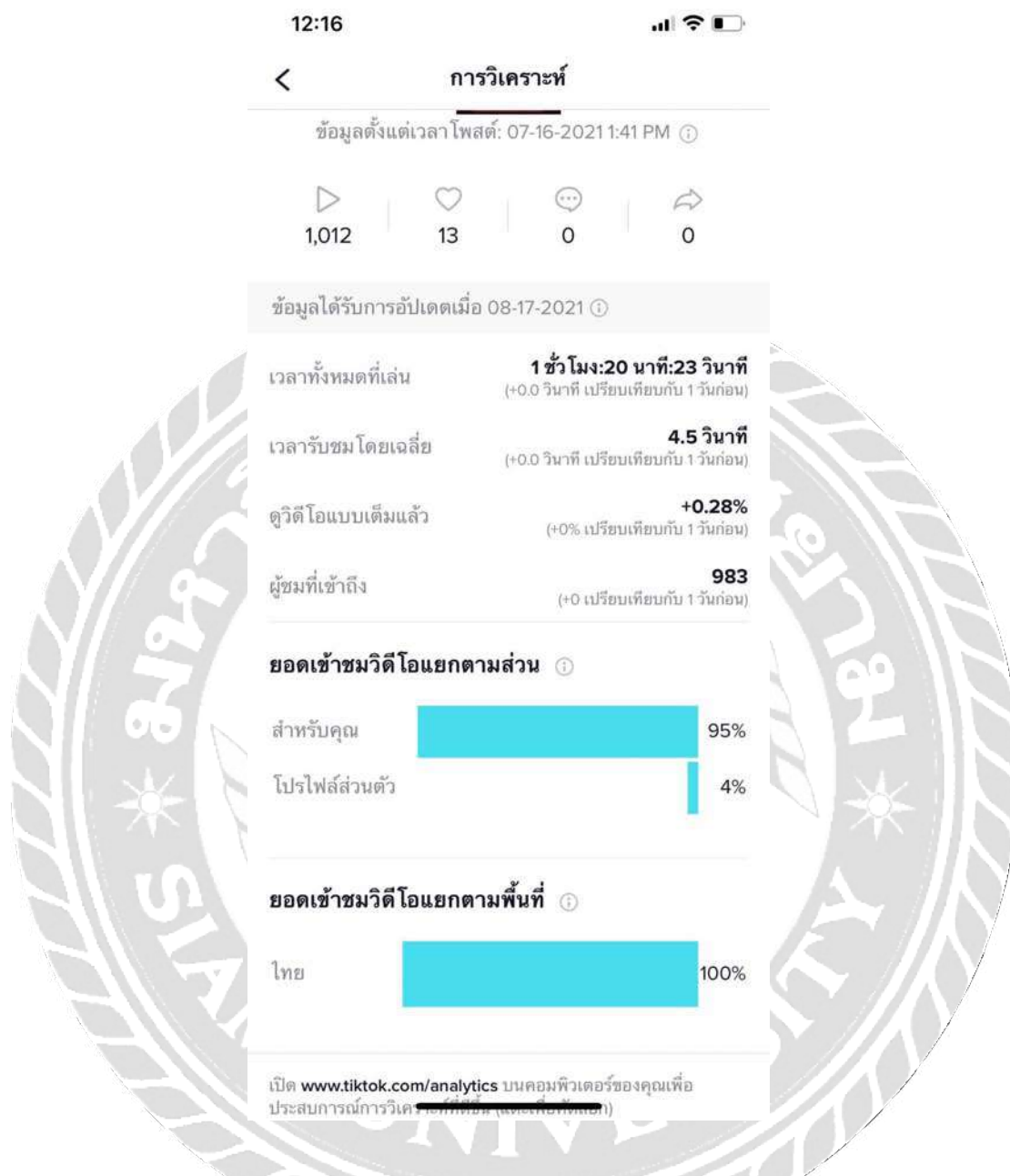
4.3 ผลการตอบรับจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงวิดีโอ

4.3.1 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ วิธีแลกเงินก่อน ไปทัวร์พม่า ลงเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2564



จากรูปที่ 4.12 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 73% ผู้ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 26% และมีผู้ติดตาม 1%

4.3.2 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ ไปเที่ยวพม่า แต่งตัวยังงี้ดีนะ ลงวันที่ 16 กรกฎาคม 2564



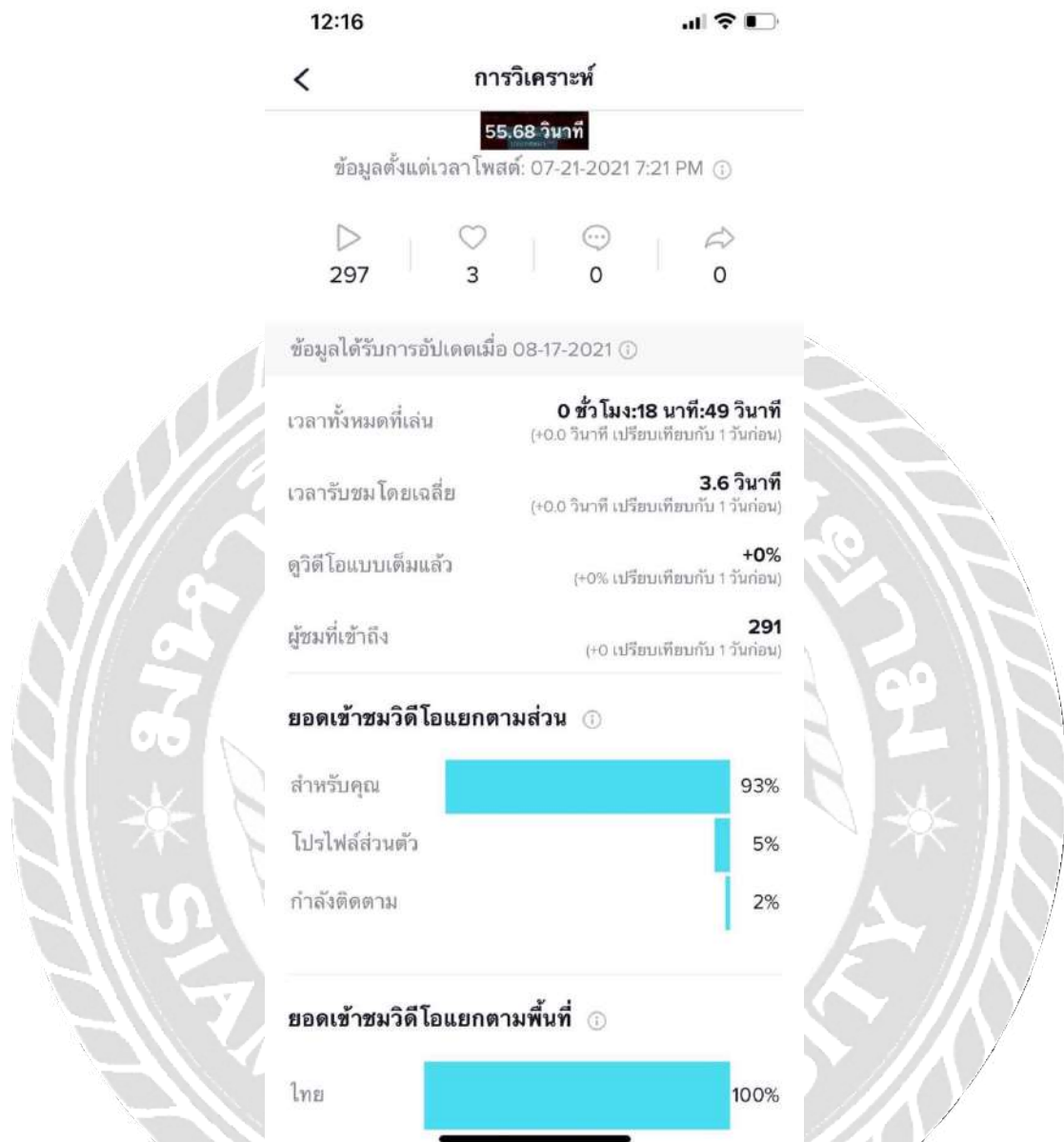
รูปที่ 4.13 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 2

ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJywSGv/>

จากรูปที่ 4.13 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 95% ผู้ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 4%

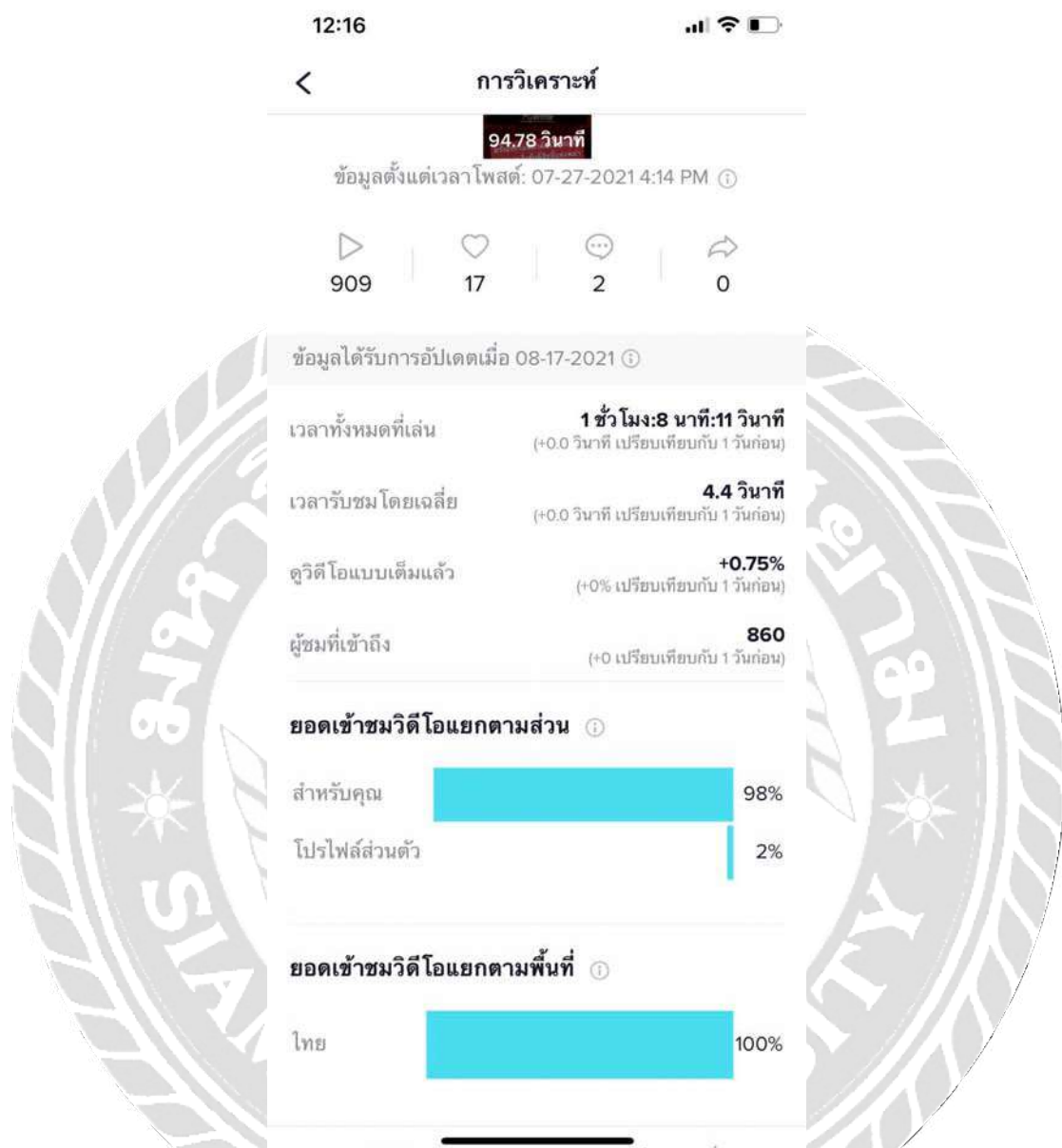
4.3.3 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ ข้อควรปฏิบัติการไปทัวร์พม่า ลงวัน 21 กรกฎาคม 2564



รูปที่ 4.14 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 3
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJyv6mG/>

จากรูปที่ 4.14 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 93% ผู้ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 5% ผู้ติดตาม 2%

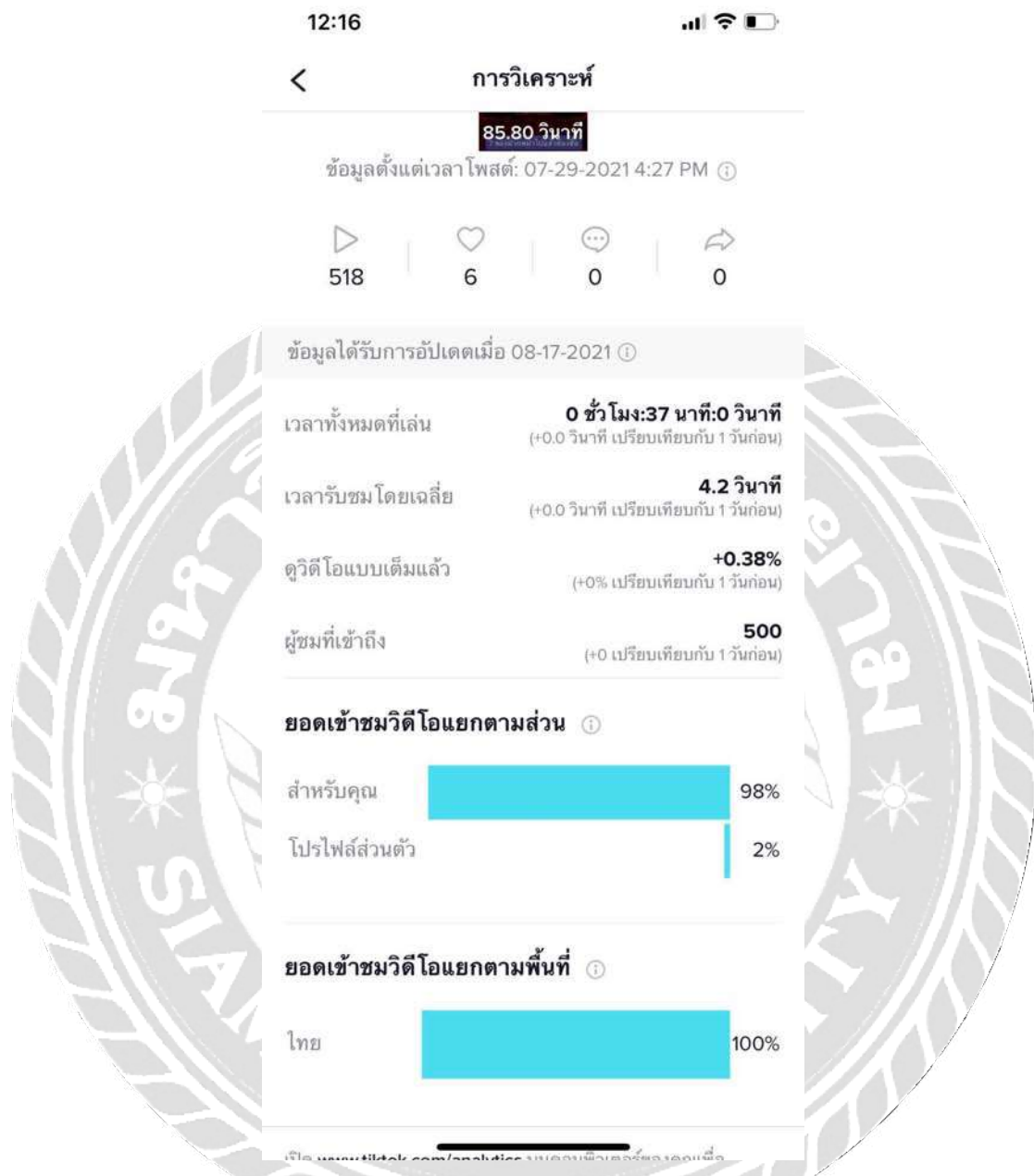
4.3.4 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ ครั้งแรกในพม่า ต้องไป 10 วัดพม่าและสิ่งศักดิ์สิทธิ์แห่งพม่า วันที่ 27 กรกฎาคม 2564



รูปที่ 4.15 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 4
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป-คลับ จำกัด
ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJyEAKo/>

จากรูปที่ 4.15 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป-คลับ จำกัด ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 98% ผู้ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 2%

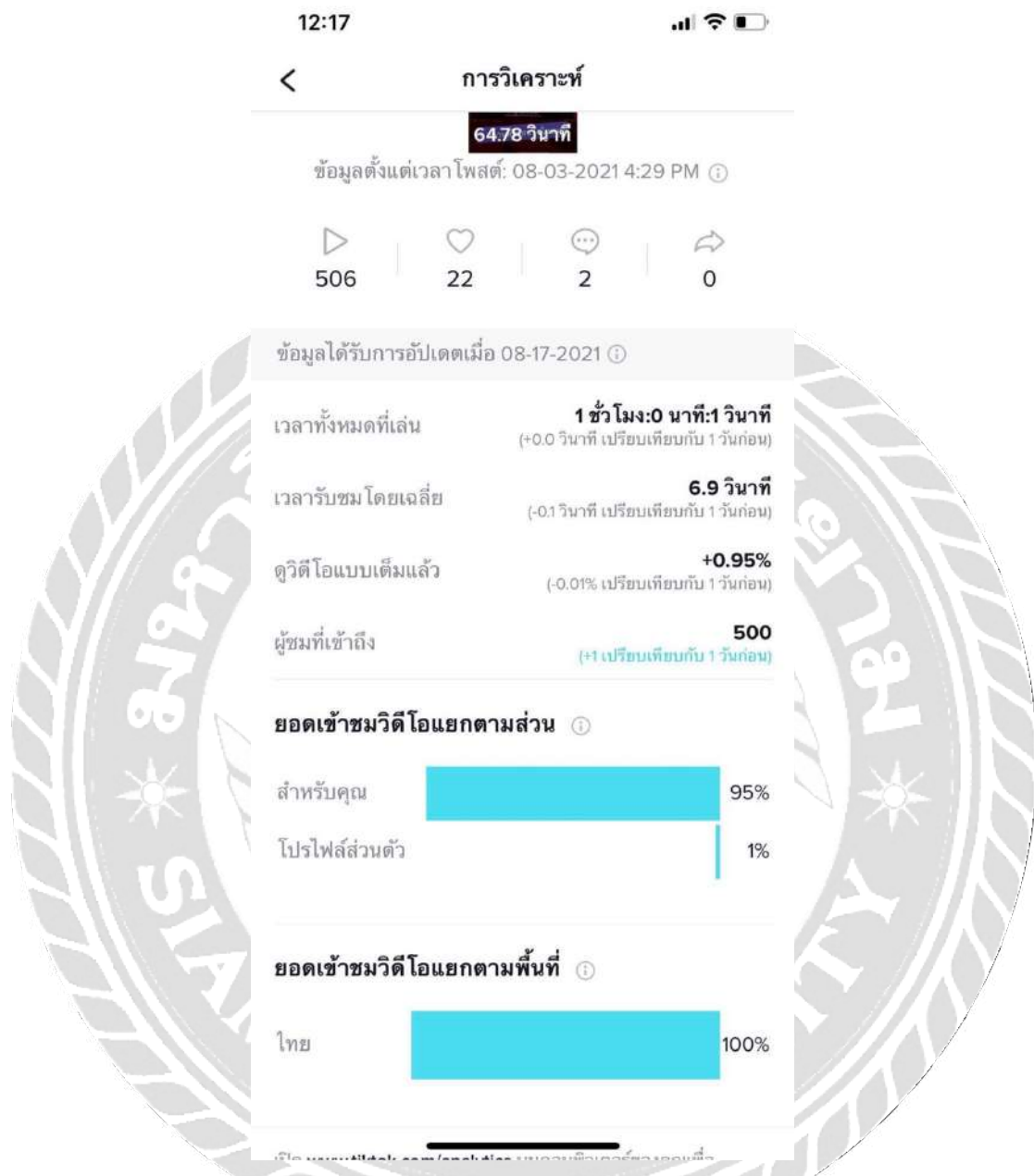
4.3.5 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ นำเที่ยวพม่าทุกเส้นทาง วันที่ 29 กรกฎาคม 2564



รูปที่ 4.16 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 5
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค-ทริป คลับ จำกัด
ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJyT7yS/>

จากรูปที่ 4.16 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค-ทริป คลับ จำกัด ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 98% ผู้ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 2%

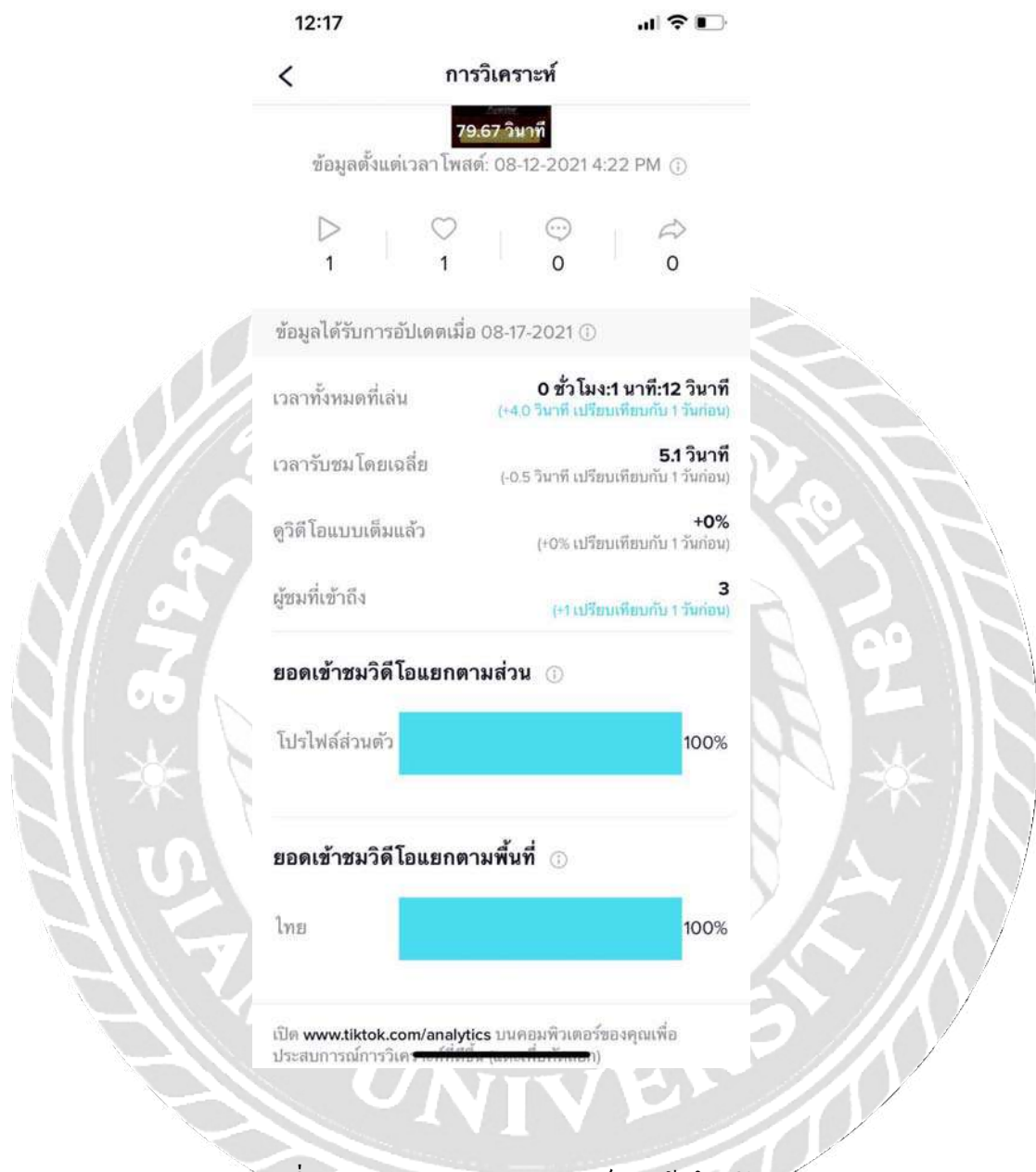
4.3.6 ผลการเข้าชมคลิป ที่เที่ยวพม่า 5 สถานที่น่าเที่ยวอย่างกึ่ง ลงวันที่ 3 สิงหาคม 2564



รูปที่ 4.17 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 6
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJyKRUq/>

จากรูปที่ 4.17 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 95% ผู้ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 1%

4.3.7 ผลการเข้าชมคลิป ไหว้พระพม่าเสริมดวงให้ชีวิตรุ่ง ต้องแวะวัดไหนมาคู่กัน ลงวันที่ 6 สิงหาคม 2564



รูปที่ 4.18 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 7
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค-ทริป คลับ จำกัด
ลิ้งค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJyEQMa/>

จากรูปที่ 4.18 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 97% ผู้ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 2%

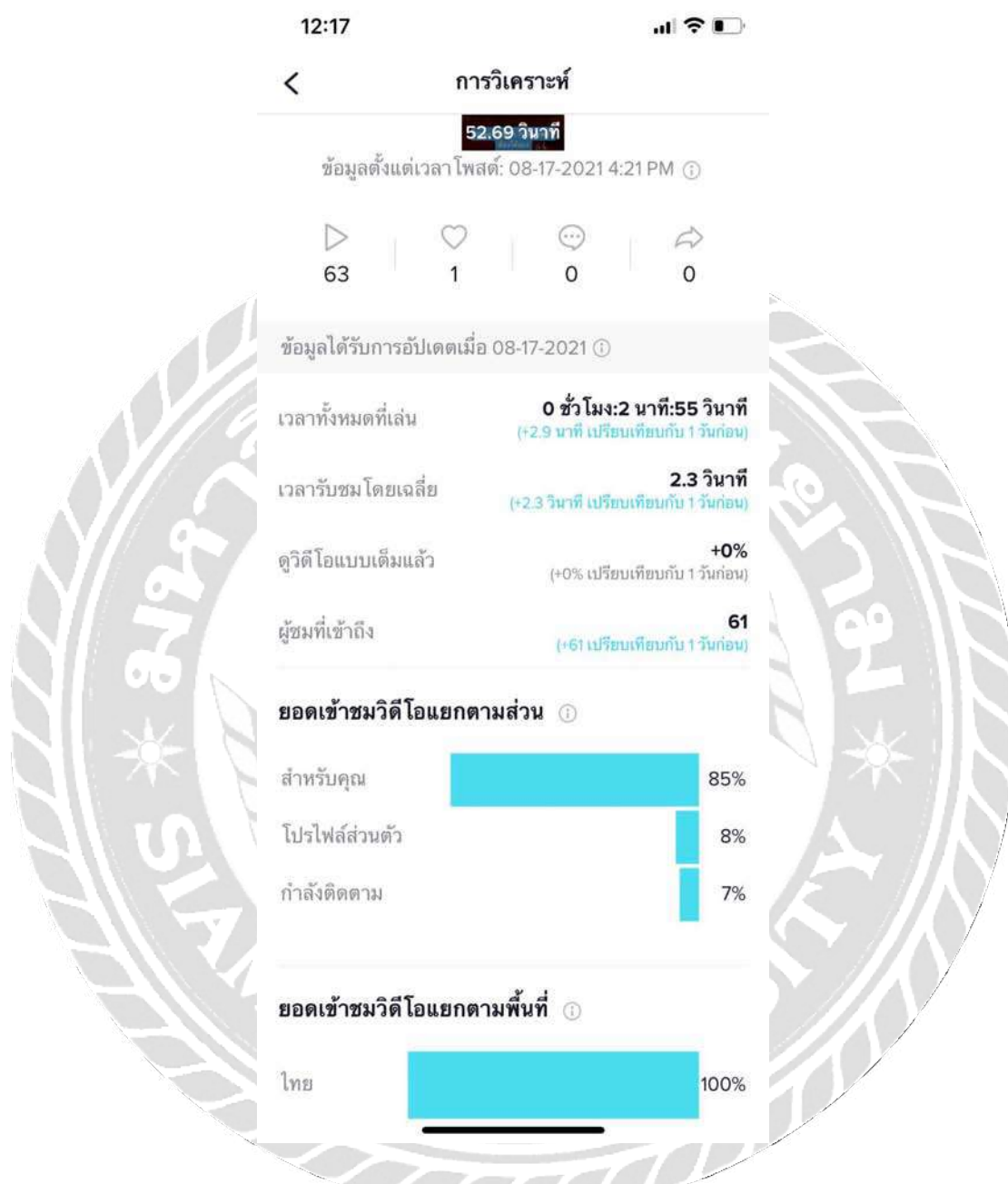
4.3.8 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ ไปทัวร์พม่าช่วงไหนฟินสุด วันที่ 12 สิงหาคม 2564



รูปที่ 4.19 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 8
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJyK2Pa/>

จากรูปที่ 4.19 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 100 %

4.3.9 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ 10 ของกินพม่า ไปเที่ยวพม่าต้องลอง วันที่ 17 สิงหาคม 2564



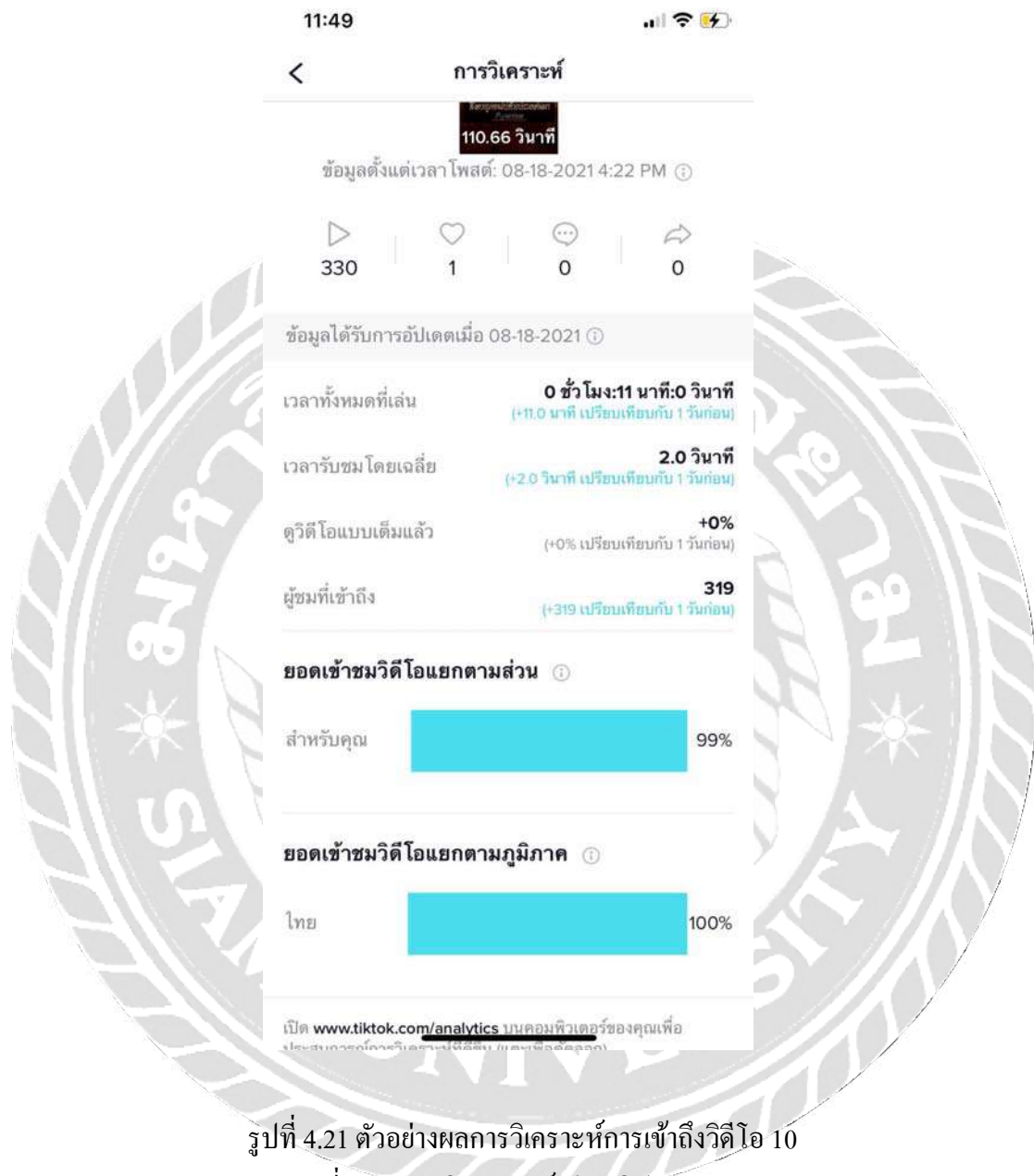
รูปที่ 4.20 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 9

ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJf8rUd/>

จากรูปที่ 4.20 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 85% ที่ใช้โปรไฟล์ส่วนตัว 8% ผู้ติดตาม 7%

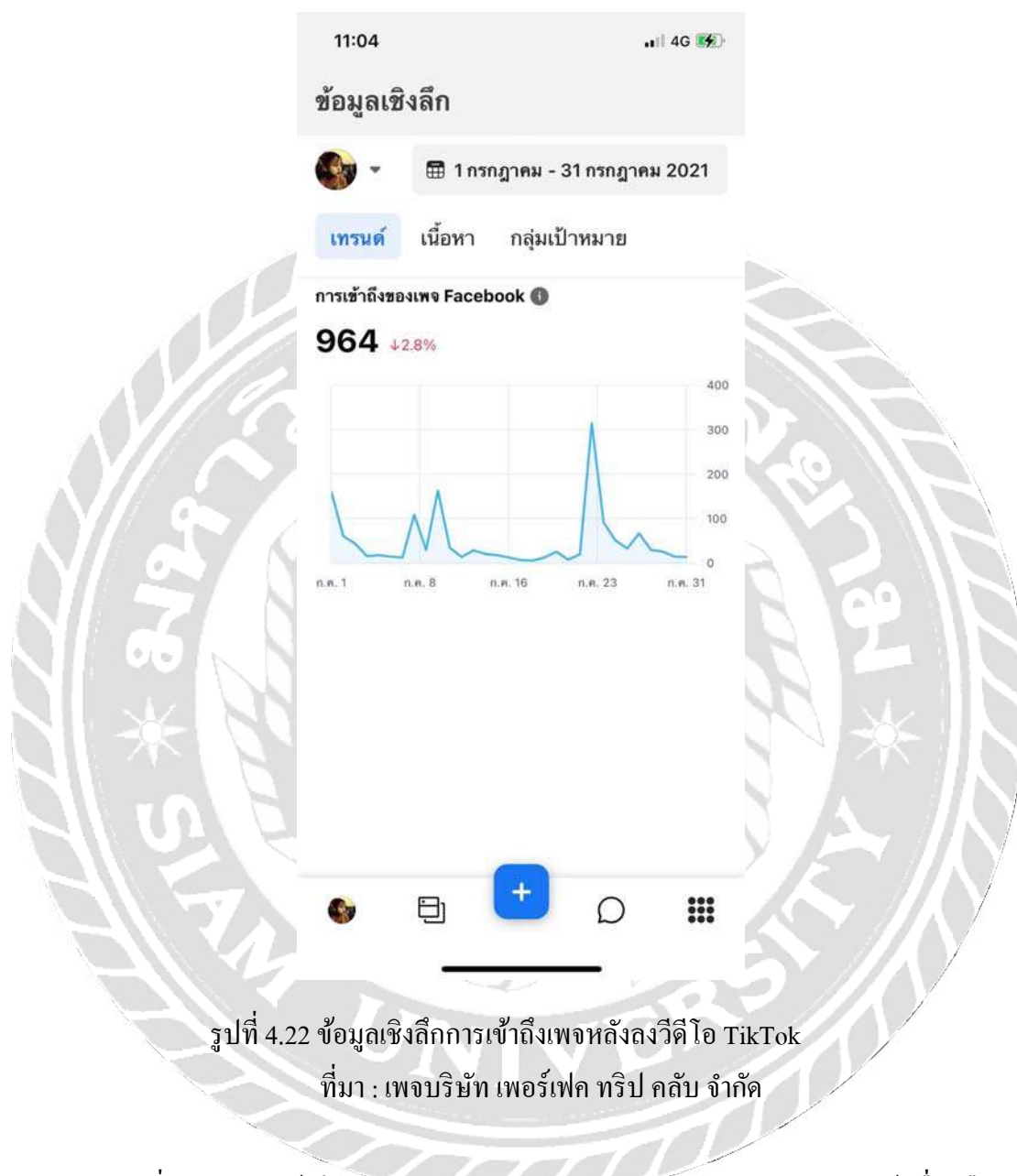
4.3.10 ผลการเข้าชมคลิปวิดีโอ ทำไมต้องถอดรองเท้าเข้าไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดพม่า วันที่ 18 สิงหาคม 2564



รูปที่ 4.21 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การเข้าถึงวิดีโอ 10
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ลิงค์เข้าชมวิดีโอ <https://vt.tiktok.com/ZSeJfeYTS/>

จากรูปที่ 4.21 การวิเคราะห์การเข้าชมวิดีโอ TikTok ของบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2564 พบว่า มียอดผู้รับชมสาธารณะ 99%

4.3.11 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงเพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด หลังใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม – 31 กรกฎาคม 2564



รูปที่ 4.22 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงเพจหลังลงวิดีโอ TikTok
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

จากรูปที่ 4.22 มีการเข้าถึงของเพจจากเดิม 699 คน ก่อนทำคลิปวิดีโอ หลังจากใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok ทำคลิปวิดีโอ มีการเข้าถึงเพจ 964 คน ซึ่งเพิ่มสูงกว่าการลงโพสต์รูปภาพธรรมดาของทางบริษัท

4.3.12 ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย

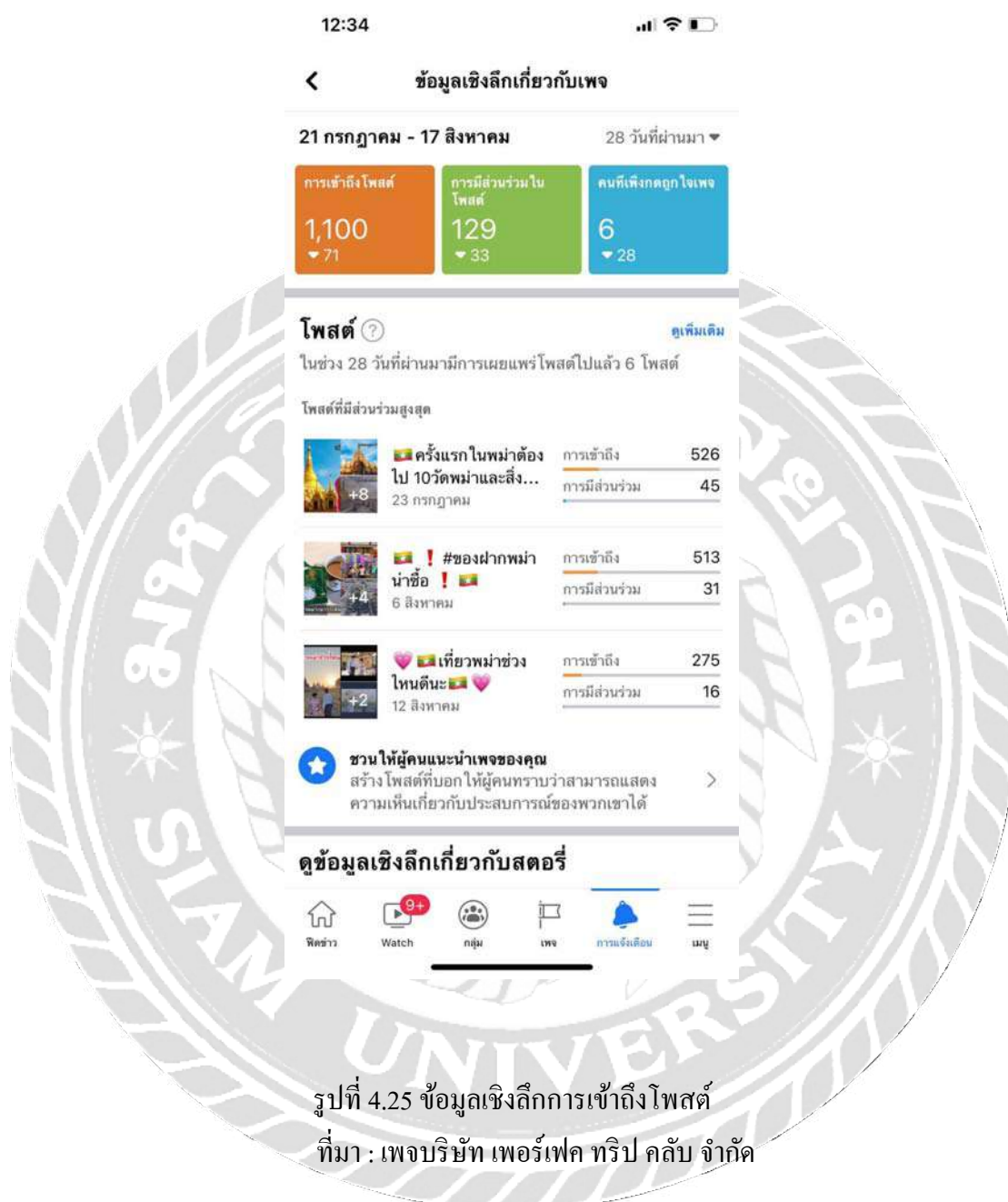


จากรูปที่ 4.23 พบว่าหลังใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok ลงคลิป TikTok ทำให้มียอดคนที่ถูกใจเพจทั้งหมด จำนวน 3,234 คน โดยเฉลี่ยเป็นเพศหญิงประมาณ 1,600 คนและเป็นเพศชายประมาณ 1,700 คน ช่วงอายุที่สนใจในเพจจำนวนมากที่สุดอยู่ที่ ช่วงอายุ 34-35 ปี รองลงมาเป็นช่วงอายุ 25 ปี และ 44 ปี

4.3.13 ข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมายตำแหน่งที่ตั้ง

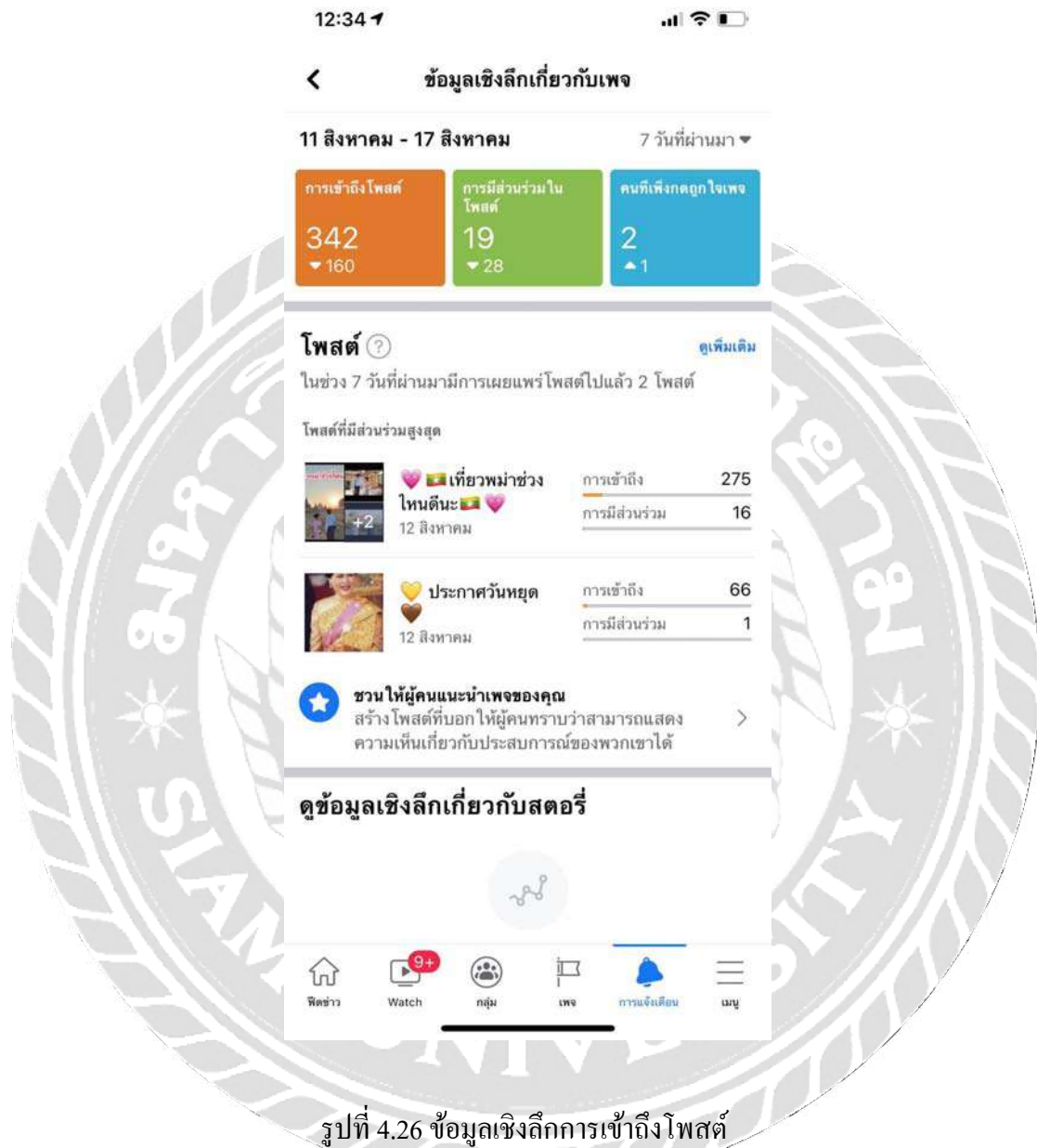


4.3.14 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงโพสต์ ระหว่างวันที่ 21 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2564



จากรูปที่ 4.25 พบว่ามีการเข้าถึงโพสต์ จำนวน 1,100 คน การมีส่วนร่วมในโพสต์ จำนวน 129 คน แบ่งเป็นการเข้าถึงโพสต์ ครั้งแรกในพม่าต้องไป 10 วัด จำนวนการเข้าถึง 526 คน รองลงมา โพสต์ของฝากพม่าน่าซื้อ จำนวนการเข้าถึง 513 คน และเที่ยวพม่าช่วงไหนดีนะ จำนวนการเข้าถึง 275 คน

4.3.15 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงโพสต์ ระหว่างวันที่ 11 สิงหาคม – 17 สิงหาคม 2564



รูปที่ 4.26 ข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึงโพสต์
ที่มา : เพจบริษัท เพอร์เฟค-ทริป คลับ จำกัด

จากรูปที่ 4.26 พบว่ามีการเข้าถึงโพสต์ จำนวน 342 คน การมีส่วนร่วมในโพสต์ จำนวน 19 คน แบ่งเป็นการเข้าถึงโพสต์ เที่ยวพม่าช่วงไหนดีนะ จำนวนการเข้าถึง 275 คน รองลงมาเป็น โพสต์ ประกาศวันหยุด จำนวนการเข้าถึง 66 คน

4.4 สรุปผลการปฏิบัติงาน

ผลการปฏิบัติงานพบว่า การเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 21 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2564 โดยมีการใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok โพสต์คลิป จำนวน 10 คลิป และได้ประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ บริษัท เพอร์เฟก ทริป คลับ จำกัด โดยตั้งเป้าหมายการรับชมไว้ที่ 1,000 การเข้าชม สื่อวิดีโอได้รับความสนใจและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มียอดผู้เข้าชม 1,100 ผู้เข้าชม ซึ่งบรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมที่ตั้งไว้ และก่อนการทำคลิป TikTok ลงเพจบริษัท มียอดผู้เข้าถึงเพจจำนวน 699 คน หลังจากที่ได้ทำคลิปโดยการใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok ลงประชาสัมพันธ์ในเพจ ทำให้ยอดผู้เข้าถึงเพจมีจำนวน 964 คน ซึ่งจำนวนผู้เข้าเพจเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ทำให้เพิ่มโอกาสในการขายโปรแกรมทัวร์พม่าให้กับบริษัท

จากข้อมูลเชิงลึกของบริษัทแสดงให้เห็นว่าสมาชิกในเพจมีความสนใจการโพสต์เป็นสื่อในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวมากกว่าภาพนิ่ง จึงทำให้บริษัทเห็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ของบริษัทต่อลูกค้าออนไลน์

4.4.1 ตารางแสดงผลการลงคลิปโดยใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok

ตารางแสดงผลจากการลงคลิปโดยใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok บทเพลงเพลงนำที่เกี่ยวข้องพม่าทุกเส้นทาง			
ชื่อคลิป	เข้าชม	กดถูกใจ	การแชร์
1. วิธีแลกเงินก่อนไปทัวร์พม่า	69	2	-
2. ไปเที่ยวพม่า แต่งตัวยังไงดีนะ	1,012	13	-
3. ข้อปฏิบัติกรไปทัวร์ประเทศพม่า	297	3	-
4. ครั้งแรกในพม่าต้องไป 10 วัดพม่าและสิ่งศักดิ์สิทธิ์แห่งพม่า	909	17	7
5. 7 ของฝากที่ต้องซื้อเมื่อไปทัวร์ประเทศพม่า	518	6	2
6. ที่เที่ยวพม่า 5 สถานที่น่าเที่ยวในย่างกุ้ง	506	22	-
7. ไหว้พระพม่าเสริมดวงให้ชีวิตรุ่งต้องแวะวัดไหนมาคู่กัน	443	66	-
8. ไปทัวร์พม่าช่วงไหนฟินสุด	1	1	1
9. 10 ของกินพม่า ไปเที่ยวพม่าต้องลอง	63	1	2
10. ทำไมไม่ต้องถอดรองเท้าเข้าไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดพม่า	330	1	-

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงผลการลงคลิปโดยใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok

การใช้แอปพลิเคชัน TikTok เป็นเครื่องมือทำคลิปวิดีโอโพสต์ประชาสัมพันธ์บทเพลงเฟสบุ๊คของบริษัท โดยวัดการเข้าถึงทางเฟสบุ๊คก่อนใช้ TikTok เป็นเครื่องมือในการทำคลิปประชาสัมพันธ์ลงบนเพจบริษัทและหลังใช้ TikTok เป็นเครื่องมือในการทำคลิปประชาสัมพันธ์ลงบนเพจบริษัท

ก่อนใช้ TikTok เป็นเครื่องมือในการทำคลิปประชาสัมพันธ์ลงบนเพจบริษัท

- ชื่อโพสต์ คิดถึงไหม เบตง ทะเลหมอกอ้อยเซอร์เวง มีการเข้าถึงโพสต์ 132 คน และกดไลค์ 4 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ วัดเรืองแสงหรือวัดสิรินธรวรารามภูพร้าวเป็นอีกวัดที่สวยงาม มีการเข้าถึง 104 คน กดไลค์ 4 ครั้ง แสดงความคิดเห็น 1 รายการ
- ชื่อโพสต์ ลองไปแล้วจะรักน่าน มีการเข้าถึงโพสต์ 103 คน การแสดงความคิดเห็น 2 รายการ
- ชื่อโพสต์ หากจำเป็นต้องเดินทางในช่วงนี้ เตรียมตัวอย่างไรบ้าง มีการเข้าถึงโพสต์ 103 คน กดไลค์ 1 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ วัดคลองหรือวัดไชยธาราม เป็นวัดหมู่บ้านคูเมืองภูเก็ต มีการเข้าถึงโพสต์ 102 คน กดไลค์ 1 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ เชื้อนรัชประภา เทียวเขาสก ชมกุ้ยหลินเมืองไทย มีการเข้าถึงโพสต์ 88 กดไลค์ 2 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ สวัสดิ์ปีใหม่ไทยและสุขสันต์วันสงกรานต์ ขอร่วมส่งความสุข ร่วมกันสืบทอดประเพณีไทย มีการเข้าถึงโพสต์ 84 คน กดไลค์ 5 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ ลองไปแล้วจะรักน่าน เริ่ม 7,900 บาท มิ.ย - ก.ย 64 มีการเข้าถึงโพสต์ 81 คน
- ชื่อโพสต์ Work From Home อย่างไรให้พร้อมทำงานและสุขภาพดี มีการเข้าถึงโพสต์ 79 คน กดไลค์ 2 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ สิมิลัน เป็นภาษาฮาวี หรือ มลายู แปลว่า เก้า มีการเข้าถึงโพสต์ 75 คน กดไลค์ 2 ครั้ง

หลังใช้ TikTok เป็นเครื่องมือในการทำคลิปประชาสัมพันธ์ลงบนเพจบริษัท

- ชื่อโพสต์ การเตรียมตัวไปพม่า เกร็ดความรู้เล็กๆ ก่อนออกทัวร์กับเราไปแบบเตรียมความพร้อม มีการเข้าถึงโพสต์ 321 คน กดไลค์ 4 ครั้ง แชร์ 1 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ 10 ของกินพม่า ไปเที่ยวพม่าต้องได้ลอง มีการเข้าถึงโพสต์ 306 คน กดไลค์ 7 ครั้ง แชร์ 3 ครั้ง

- ชื่อโพสต์ SEEDS Restaurant & Lounge ร้านอาหาร Fine Dining เชฟ มีชลินแห่งเดียวในย่างกุ้ง มีการเข้าถึงโพสต์ 261 คน กดไลค์ 1 ครั้ง แชร์ 1 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ U Bein Bridge - ประเทศพม่า มีการเข้าถึงโพสต์ 205 คน กดไลค์ 16 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ เมืองไจ้ทโย เป็นที่ตั้งของพระราชอุทยานเจเวน เป็นสถานที่จาริกแสวงบุญของชาวพุทธ มีการเข้าถึงโพสต์ 179 คน กดไลค์ 10 ครั้ง แชร์ 1 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ คู่มือให้หายคิดถึงไปก่อนนะ โควิดหายแล้วเจอกัน มีการเข้าถึงโพสต์ 135 คน กดไลค์ 10 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ รับวัคซีนเข็ม 2 ครบแล้วไปทำ Passport covid กันเถอะ มีการเข้าถึงโพสต์ 132 คน กดไลค์ 4 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ ข้อปฏิบัติในการไปทัวร์ประเทศพม่า มีการเข้าถึงโพสต์ 72 คน กดไลค์ 1 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ ไปพม่าแต่งตัวแบบไหนไปดีน้า มีการเข้าถึงโพสต์ 71 คน กดไลค์ 3 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ สวัสดิ์กะขอฝาก Tiktok นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทาง ด้วยนะคะ มีการเข้าถึงโพสต์ 65 คน กดไลค์ 1 ครั้ง
- ชื่อโพสต์ แลกเงินก่อนไปเชียงใหม่ดีน้า มีการเข้าถึงโพสต์ 62 คน กดไลค์ 1 ครั้ง

สรุป ก่อนใช้ TikTok เป็นเครื่องมือในการทำคลิปประชาสัมพันธ์ลงบนเพจบริษัท มีการเข้าถึงโพสต์สูงสุด 132 คน หลังใช้ TikTok เป็นเครื่องมือในการทำคลิปประชาสัมพันธ์ลงบนเพจบริษัท มีการเข้าถึงโพสต์สูงสุด 321 คน

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 ถึงวันที่ 28 สิงหาคม 2564 เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ในตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่าย IT Support ที่บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ ผู้จัดทำได้จัดทำโครงการ การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด 2) จัดทำคลิปวิดีโอสาระน่ารู้โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok ของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ซึ่งประโยชน์จากการจัดทำเพื่อบริษัทได้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงเพจของบริษัท เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อให้บริษัทมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้ากับยุคสมัย สะดวกสบาย เพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่น่าสนใจ เกิดการแชร์ บอกต่อ สาระน่ารู้เกี่ยวกับการเดินทาง ไปประเทศพม่า จากเพจ นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทาง เพิ่มโอกาสทางการขายและดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านช่องทาง TikTok ของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ทางผู้จัดทำได้จัดทำคลิปวิดีโอสั้นๆ เป็นคลิปวิดีโอการท่องเที่ยวประเทศพม่า เพื่อการประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กโดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok โดยการโพสต์คลิป TikTok จำนวน 10 คลิป และได้ประชาสัมพันธ์ผ่านเพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยตั้งเป้าหมายการรับชมไว้ที่ 1,000 การเข้าชม สื่อวิดีโอได้รับความสนใจและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มียอดผู้เข้าชม 1,100 ผู้เข้าชม ซึ่งบรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมที่ตั้งไว้และก่อนการทำคลิป TikTok ลงเพจบริษัท มียอดผู้เข้าถึงเพจจำนวน 699 คน หลังจากใช้แอปพลิเคชัน TikTok ทำคลิปลงประชาสัมพันธ์ในเพจ ทำให้ยอดผู้เข้าถึงเพจมีจำนวน 964 คน ซึ่งจำนวนผู้เข้าเพจเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนและช่วยให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

5.2 ข้อเสนอแนะในการจัดทำโครงการ

5.2.1 ควรใช้แอปพลิเคชัน TikTok จัดทำคลิปวิดีโออย่างน้อย 5 คลิปต่อเดือน โฟกัสประชาสัมพันธ์ในเพจบริษัท เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงของเพจเฟซบุ๊กบริษัท

5.2.2 ควรใช้แอปพลิเคชัน TikTok จัดทำคลิปวิดีโอให้หลากหลายเส้นทาง หลากหลายสถานที่ที่น่าสนใจในประเทศพม่า เพื่อให้เกิดความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น

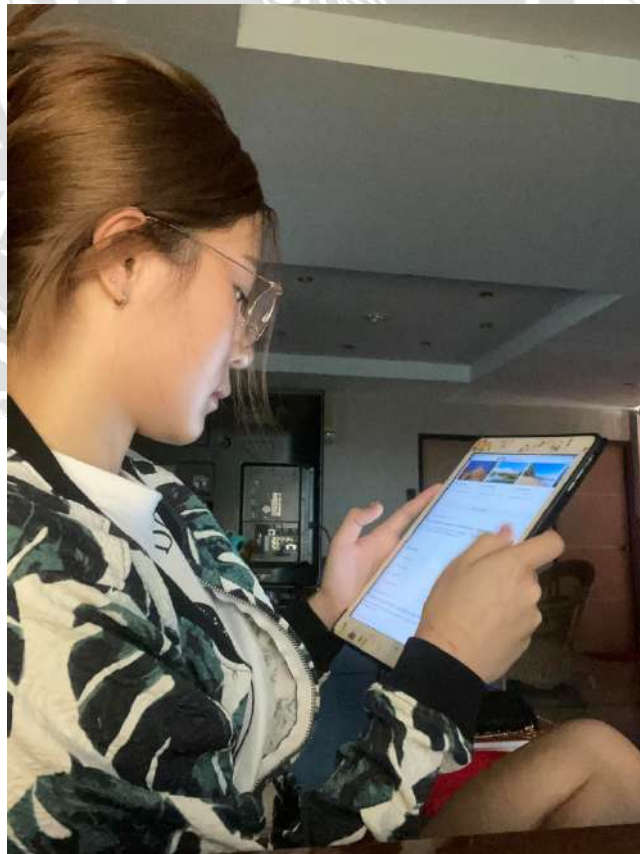
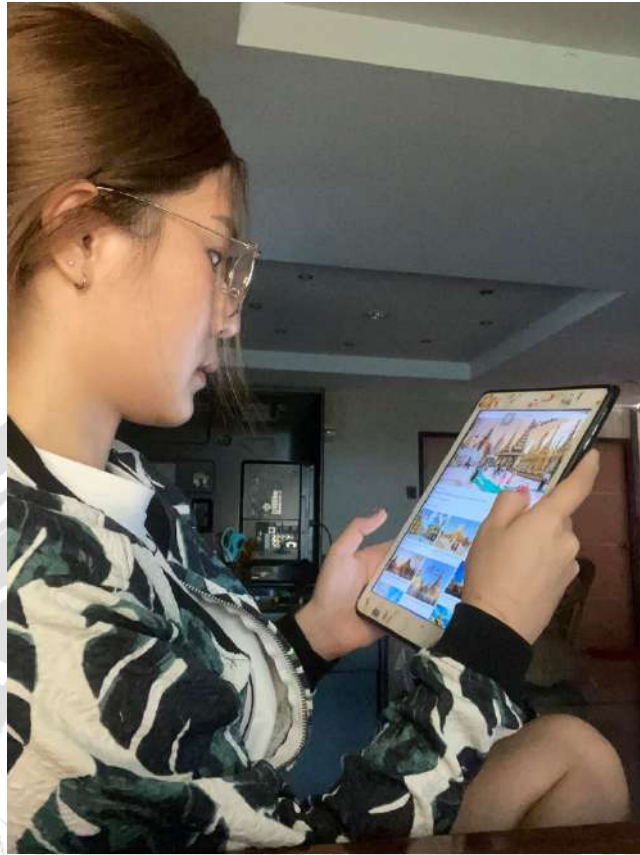
บรรณานุกรม

- ณัฐภา ขางกงจักร์. (2562). งานวิจัยรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2691/1/58257303.pdf>
- นันทลักษณ์ มณีวัฒนาวงศ์ และคณะ. (2564). แนวคิดเกี่ยวกับวีดีโอ. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/chonthichanunthalaklmp/3-naewkhid-keiyw-kab-kar-srang-widixo-1>
- พนมรัตน์ คงพุ่ม. (2563). งานวิจัยการศึกษาความพึงพอใจต่อเพจเฟซบุ๊ก. เข้าถึงได้จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3757/1/20201221-research1-phanomchat%20k..pdf>
- พรสวรรค์ มโนพัฒนา. (2553). ความหมายของการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความหมายของการท่องเที่ยว/>
- ศุภรางค์ จันทร์เมฆา. (2559). งานวิจัยทัศนคติและความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2974/5/subharang_chun.pdf
- สัมนาออนไลน์. (2557,3 กุมภาพันธ์). ความหมายสื่อสังคมออนไลน์. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <http://smforedu.blogspot.com/2014/02/blog-post.html>
- Chuda.l. (2564). หลักการตลาด 4P Marketing. เข้าถึงได้จาก <https://fillgoods.co/online-biz/shop-orders-build-business-with-4p-make-more-sake/>
- My2baht. (2559). สถานที่ท่องเที่ยวประเทศพม่า. เข้าถึงได้จาก <https://2baht.c0m/top-myanmar-destinations/>
- Sathitaphorn.c. (2564). ข้อมูลเกี่ยวกับ TikTok. เข้าถึงได้จาก <https://clib.psu.ac.th/km/what-is-tiktok/>

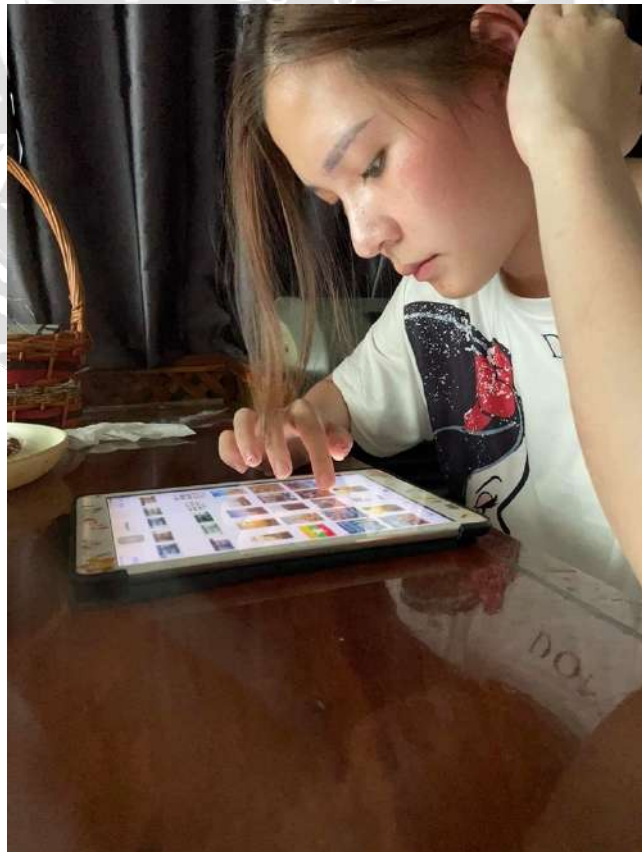


ภาคผนวก
รูประหว่างปฏิบัติงาน

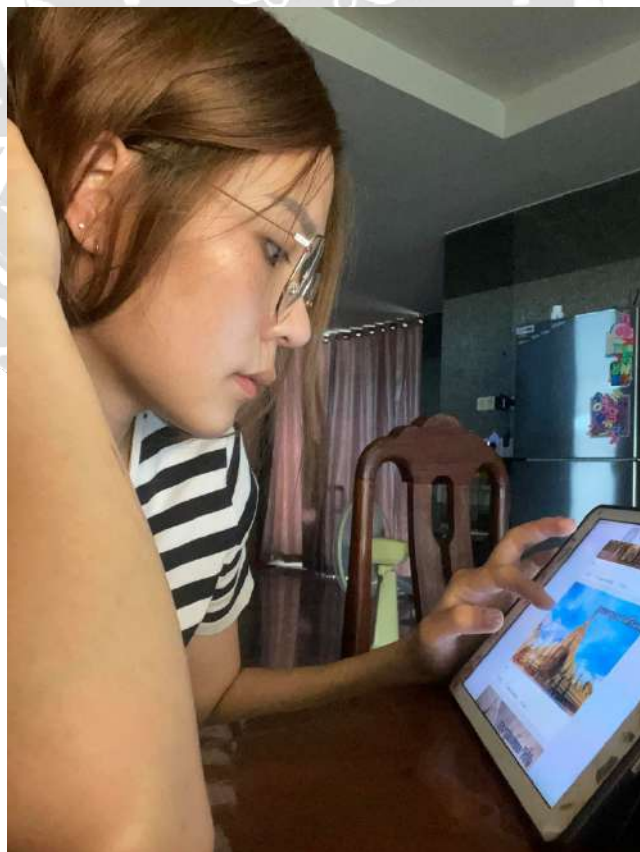
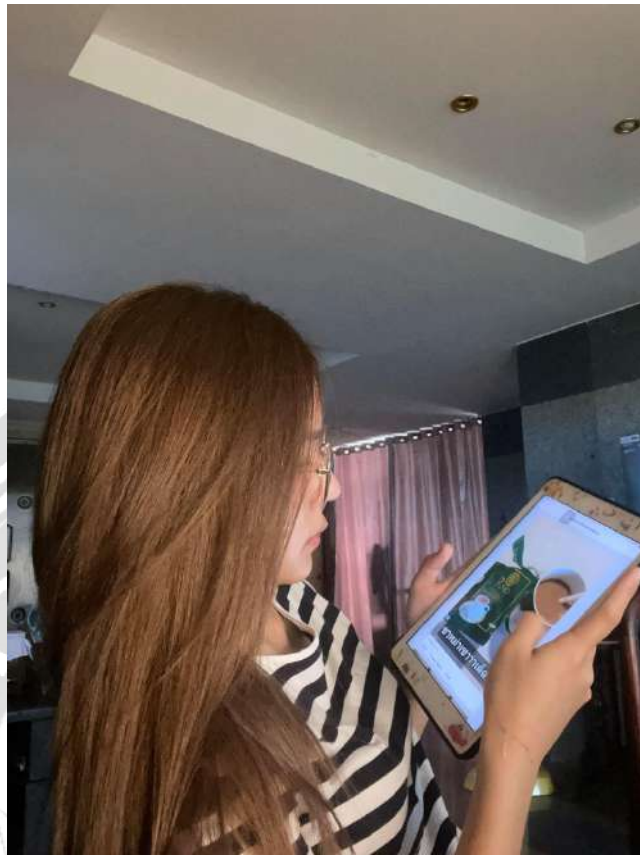
รูปภาพข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย



รูประหว่างการตัดต่อคลิปวิดีโอ TikTok



การทำงานเป็นรูปแบบ Work From Home



ตัดต่อคลิปวิดีโอ TikTok จำนวน 10 คลิป เพื่อลงประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กบริษัท





ภาคผนวก ข
ตารางแสดงผลการลงคลิปโดยใช้
เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok

ตารางแสดงผลจากการลงคลิปโดยใช้เครื่องมือแอปพลิเคชัน TikTok บทเพลงเฟซบุ๊กนำเที่ยว พม่าทุกเส้นทาง			
ชื่อคลิป	เข้าชม	กดถูกใจ	การแชร์
1.วิธีแลกเงินก่อนไปทัวร์พม่า	69	2	-
2.ไปเที่ยวพม่า แต่งตัวยังไงดีนะ	1,012	13	-
3.ข้อปฏิบัติกรไปทัวร์ประเทศพม่า	297	3	-
4.ครั้งแรกในพม่าต้องไป 10 วัดพม่าและสิ่งศักดิ์สิทธิ์แห่งพม่า	909	17	7
5. 7 ของฝากที่ต้องซื้อเมื่อไปทัวร์ประเทศพม่า	518	6	2
6. ที่เที่ยวพม่า 5 สถานที่น่าเที่ยวในย่างกุ้ง	506	22	-
7. ใหัวพระพม่าเสริมดวงให้ชีวิตรุ่งต้องแวะวัดไหนมาคู่กัน	443	66	-
8.ไปทัวร์พม่าช่วงไหนฟินสุด	1	1	1
9. 10 ของกินพม่า ไปเที่ยวพม่าต้องลอง	63	1	2
10.ทำไมต้องถอดรองเท้าเข้าไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในวัดพม่า	330	1	-



ภาคผนวก ค
คำสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

เป็นลูกกาน้ำต้มน้ำชาชงไม่เคยปฏิบัติงาน จริยวัตรอันแท้ มี
พินิจญาณจากการเรียนรู้ภายใน มหาวิทยาลัย นักศึกษาจึงสามารถ
ได้มาปรับใช้กับ การทำงานได้ดี นักศึกษาเสนอกฎทำโครงการ
การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย โดยใช้แอปพลิเคชัน Tiktok
เพื่อคิดความน่าสนใจ และเป็นการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่ทุก
บริษัทไม่เคยทำ ซึ่งได้เน้นเน้นสมัครสอบทำการประชาสัมพันธ์
ในรูปแบบใหม่ๆ ก็คือเป็นผลลัพธ์แก่บริษัท ระหว่งฝึกงานนักศึกษ
ตัวอีกทำงานและเรียนรู้งานได้เป็นอย่างดี หากคนที่นักศึกษาได้
ทำโครงการเล่มนี้ ส่วนผลให้ข้อสอบผู้ติดตามและผู้ที่เข้ามาชมมก
ขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าพอใจต่อบริษัท อย่างยิ่ง

สุวิภา ฟ้าชัย เกื้ออนุช



ภาคผนวก ง

บทความวิชาการ

การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่าน
แอปพลิเคชัน TikTok

Public Relations of Perfect Trip Club Co., Ltd. on Facebook via TikTok

นางสาวพิชญาวี โตสุจริตรธรรม

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย

สยาม

38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

Email: mijtpichyy@gmail.com

บทคัดย่อ

โครงการสหกิจศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด 2) จัดทำคลิปวิดีโอสาระน่ารู้โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok เนื่องจากการโพสต์ของเพจบริษัท ใช้แต่การโพสต์รูปภาพหลายๆ รูปภาพ ซึ่งไม่มีความน่าสนใจดึงดูดลูกค้าได้น้อย ทางผู้จัดจึงได้จัดทำคลิปวิดีโอประเทศพม่า ผ่าน TikTok จำนวน 10 คลิป เพื่อการประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กในแบบที่ทันสมัยสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เข้ามาดูโปรแกรมทัวร์ต่างๆ ได้มีผู้สนใจคลิปและยอดผู้เข้าชมเพิ่มมากขึ้นจากการทำคลิปวิดีโอประเทศพม่าผ่าน TikTok ตั้งเป้าหมายการรับชมไว้ที่ 1,000 การเข้าชม คลิปวิดีโอได้รับความสนใจและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มียอดผู้เข้าชม 1,100 ผู้เข้าชม ซึ่งบรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมที่ตั้งไว้ และก่อนการทำคลิป TikTok ลงเพจบริษัท มียอดผู้เข้าถึงเพจจำนวน 699 คน หลังจากใช้แอปพลิเคชัน TikTok ทำคลิปลงประชาสัมพันธ์ในเพจ ทำให้อยอดผู้เข้าถึงเพจมีจำนวน 964 คน ซึ่งจำนวนผู้เข้าเพจเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน

คำสำคัญ : บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด / TikTok / ประเทศพม่า / คลิปวิดีโอ

Abstract

The purposes of this project were: 1) To promote the Facebook page of Perfect Trip Club Co., Ltd.; 2) Make an interesting video clip using the TikTok application. Previous posts of the company page were only multiple images, which does not attract customers. The author made a series of video clips of Burma through TikTok, 10 clips, for public relations on Facebook in a modern format can attract the attention of customers who visit various tour programs of the company. There was interest in the clips and the number of viewers increased by making video clips of Myanmar via TikTok. A goal of 1000 views was set, and the video clip received a good response, reaching 1,100 people which reached the target traffic goal. Prior to these views the company's page on TikTok had 699 page views after using the TikTok app. The promotional clip on the page had 964 people, which significantly increased the number of page views.

Keywords: Perfect Trip Club Co., Ltd. , TikTok , Myanmar , Video Clip

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
2. จัดทำคลิปวิดีโอสาระน่ารู้โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok

ขอบเขตโครงการงาน

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- ศึกษาชั้นศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำคลิปวิดีโอ
- ศึกษาการประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กผ่านแอปพลิเคชัน TikTok

2. ขอบเขตด้านสถานที่

- บริษัท เพอร์เฟก ทริป คลับ จำกัด
- สถานที่ท่องเที่ยวประเทศพม่า

3. ขอบเขตด้านเวลา

- ระหว่างวันที่ 17 พฤษภาคม 2564 - วันที่ 28 สิงหาคม 2564

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. บริษัท ได้บอกกล่าวและได้ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางไปประเทศพม่า
2. บริษัท ได้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงเพจของบริษัท เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่
3. บริษัท มีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้ากับยุคสมัย สะดวกสบาย
4. ลูกค้าได้ข้อมูลที่น่าสนใจ เกิดการแชร์ บอกต่อ สาระนั้นรู้เกี่ยวกับการเดินทางไปประเทศพม่า จากเพจ นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทาง
5. บุคคลทั่วไปเข้าถึงข้อมูลและเป็นโอกาสในการซื้อขายโปรแกรมทัวร์พม่าได้ในอนาคต

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดทำคลิปวิดีโอ

1. แอปพลิเคชัน TikTok
2. โปรแกรม Canva
3. โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ (kine master)
4. โทรศัพท์มือถือ
5. เครื่องคอมพิวเตอร์ / โน้ตบุ๊ก

เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

1. แอปพลิเคชัน Facebook

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ศึกษาข้อมูลภายในบริษัทเพื่อคิดหัวข้อโครงการและนำมาจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

2. นำเสนอหัวข้อโครงการและนำหัวข้อโครงการเสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อรับฟังคำแนะนำและดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง

3. ดำเนินการศึกษาสิ่งควรรู้ สิ่งน่าสนใจในการท่องเที่ยวประเทศพม่า ผ่านไกด์นำเที่ยว เว็บไซต์ นิตยสาร โปรแกรมท่องเที่ยว

4. ทำคลิปวิดีโอสั้นๆ 10 คลิป

5. โพสต์ประชาสัมพันธ์บน Facebook page ของบริษัทโดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok

6. สรุปผลที่ได้จากการดำเนินโครงการรวบรวมข้อมูลและผลที่ได้จากการดำเนินโครงการมาทำการสรุปและเรียบเรียงให้ถูกต้องตามหัวข้อโครงการให้แก่บริษัทเพื่อพิจารณาในการเผยแพร่ข้อมูล

7. จัดทำเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการนี้โดยจัดทำเป็นรูปเล่มรายงานเรียงลำดับทั้ง 5 บท รวมถึงเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องพร้อมนำเสนอในรูปแบบ Power Point

สรุปผลโครงการ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 ถึงวันที่ 28 สิงหาคม 2564 เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ในตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่าย IT Support ที่บริษัท เพอร์เฟก ทริป คลับ ผู้จัดทำได้จัดทำโครงการ การประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของบริษัท เพอร์เฟก ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TikTok โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของ บริษัท เพอร์เฟก ทริป คลับ จำกัด 2) จัดทำคลิปวิดีโอสาระนั้นรู้โดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok ของ บริษัท เพอร์เฟก ทริป คลับ จำกัด ซึ่งประโยชน์จากการจัดทำเพื่อบริษัทได้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงเพจของบริษัท เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อให้บริษัทมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้ากับยุคสมัยสะดวกสบาย เพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่น่าสนใจ เกิดการแชร์ บอกต่อ สาระนั้นรู้เกี่ยวกับการเดินทางไปประเทศพม่า จากเพจ นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทาง เพิ่มโอกาสทางการ

ขายและดึงดูดนักท่องเที่ยว ผ่านช่องทาง TikTok ของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด

ทางผู้จัดทำได้จัดทำคลิปวิดีโอสั้นๆ เป็นคลิปวิดีโอการท่องเที่ยวทั่วประเทศพม่า เพื่อการประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กโดยใช้แอปพลิเคชัน TikTok โดยการโพสต์คลิป TikTok จำนวน 10 คลิป และได้ประชาสัมพันธ์ผ่านเพจบริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยตั้งเป้าหมายการรับชมไว้ที่ 1,000 การเข้าชม สื่อวิดีโอได้รับความสนใจและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มียอดผู้เข้าชม 1,100 ผู้เข้าชม ซึ่งบรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมที่ตั้งไว้ และก่อนการทำคลิป TikTok ลงเพจบริษัท มียอดผู้เข้าถึงเพจจำนวน 699 คน หลังจากใช้แอปพลิเคชัน TikTok ทำคลิปลงประชาสัมพันธ์ในเพจ ทำให้ยอดผู้เข้าถึงเพจมีจำนวน 964 คน ซึ่งจำนวนผู้เข้าเพจเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนและช่วยให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ข้อเสนอแนะในการจัดทำโครงการ

1. ควรใช้แอปพลิเคชัน TikTok จัดทำคลิปวิดีโออย่างน้อย 5 คลิปต่อเดือน โปสต์ประชาสัมพันธ์ในเพจบริษัท เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงของเพจเฟซบุ๊กบริษัท

2. ควรใช้แอปพลิเคชัน TikTok จัดทำคลิปวิดีโอให้หลากหลายเส้นทาง หลากหลายสถานที่ที่น่าสนใจในประเทศพม่า เพื่อให้เกิดความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น

บรรณานุกรม

ฉัญญา ขางกงจักร์. (2562). *งานวิจัยรูปแบบการ*

ประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก

<https://ithesisir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2691/1/58257303.pdf>

นันท์ลักษณ์ มณีวัฒนาวงศ์ และคณะ. (2564).

แนวคิดเกี่ยวกับวิดีโอ. เข้าถึงได้จาก

<https://sites.google.com/site/chonthichanunthalaklmp/3-naewkhid-keiyw-kabkar-srang-widixo-1>

พนมฉัตร คงพุ่ม. (2563). *งานวิจัยการศึกษาความพึงพอใจต่อเพจเฟซบุ๊ก*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3757/1/20201221-research1-phanomchat%20k.pdf>

พรสวรรค์ มโนพัฒนา. (2553). *ความหมายของการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก

<https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/>

ศุภรางค์ จันทรมะฆา. (2559). *งานวิจัยทัศนคติและความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2974/5/subharang_chun.pdf

สัมมนาออนไลน์. (2557,3 กุมภาพันธ์). *ความหมายสื่อสังคมออนไลน์*. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก

<http://smforedu.blogspot.com/2014/02/blog-post.html>

Chuda.I. (2564). *หลักการตลาด 4P Marketing*. เข้าถึงได้จาก

<https://fillgoods.co/online-biz/shop-orders-build-business-with-4p-make-more-sake/>

My2baht. (2559). *สถานที่ท่องเที่ยวประเทศพม่า*. เข้าถึงได้จาก

<https://2baht.c0m/top-myanmar-destinations/>

Sathitaphorn.c. (2564). *ข้อมูลเกี่ยวกับ TikTok*. เข้าถึงได้จาก

<https://clib.psu.ac.th/km/what-is-tiktok/>



ภาคผนวก จ
โปสเตอร์



การประชาสัมพันธ์เฟสบุ๊คของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยผ่านแอปพลิเคชัน TIKTOK

PUBLIC RELATIONS OF PERFECT TRIP CLUB CO., LTD. ON FACEBOOK VIA TIKTOK

ผู้จัดทำ
นางสาวนิชฌาวิ โตสุริตธรรม
พนักงานที่ปรึกษา
คุณสุภาธิริกษ์ เครือแดง
อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์ศุภกิตรา ชวนเจริญ

TIKTOK

บทนำ

ปัจจุบันมีผู้เข้าใช้งานแอปพลิเคชัน TIKTOK การรวมในตลาดผลสำรวจในปี 2020 พบว่าคนไทยใช้เวลากับสื่อดิจิทัลผ่านทางสมาร์โฟนเพิ่มขึ้นสูงถึงเป็น 6.8 ชั่วโมงต่อวันเพิ่มขึ้นกว่า 59% จากช่วงต้นปีที่มีการใช้ เวลา 3.51 ชั่วโมงต่อวันเปรียบเทียบการใช้ แพลตฟอร์ม TIKTOK S-ระหว่างเดือน มกราคมปี 2021 กับเดือนมกราคมปี 2020 พบว่าในประเทศไทย มีการดาวน์โหลด TIKTOK เพิ่มขึ้น 44% มีการเพิ่มขึ้นของ การใช้เวลาบนแพลตฟอร์มของผู้ใช้แต่ละ คนสูงถึง 71% และมีระยะเวลาการใช้งานในแต่ละครั้งเพิ่มขึ้น 47%

ทำให้ผู้จัดทำเห็นโอกาสในการสร้างช่องทางในการทำคลิปสั้นๆ ผ่านแอป TIKTOK ทำการประชาสัมพันธ์ในแบบที่ทันสมัย เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ที่ชอบเรื่องของการไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เข้ามาติดตามข้อมูลข่าวสารในเพจ นำเที่ยวพม่า ทุกเส้นทางของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด ทำให้เกิดการ จัดทำโครงการเรื่อง การประชาสัมพันธ์เฟสบุ๊คของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด โดยแอปพลิเคชัน TIKTOK

ขั้นตอนวิธีการดำเนินงานอย่างละเอียด

1. ศึกษาข้อมูลภายในบริษัทเพื่อคิด หัวข้อโครงการและนำมาจัดทำโครงการ สหกิจศึกษา
2. นำเสนอหัวข้อโครงการและนำหัวข้อ โครงการเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเมื่อ รับผิดชอบคำแนะนำและดำเนินการแก้ไขให้ ถูกต้อง
3. ดำเนินการศึกษาสิ่งควรรู้ สิ่งนำ สนใจในการท่องเที่ยวประเภทพม่า ผ่าน โทคีน่าเที่ยว เว็บไซต์ นิคมสาร โปรแกรมท่องเที่ยว
4. ทำคลิปวิดีโอสั้นๆ 10 คลิป
5. โฟสประชาสัมพันธ์บน TIKTOK และ FACEBOOK PAGE ของ บริษัท
6. สรุปผลที่ได้จากการดำเนินโครงการ รวบรวมข้อมูลและผลที่ได้จากการ ดำเนินโครงการมาทำการสรุปและ เรียบเรียงให้ถูกต้องตามหัวข้อโครง งานให้แก่บริษัทเพื่อพิจารณาในการเผยแพร่ข้อมูล
7. จัดทำเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการนี้ โดยจัดทำเป็นรูปเล่มรายงานเรียง ลำดับทั้ง 5 บท รวมถึงเอกสารอื่นๆ

วัตถุประสงค์

- เพื่อประชาสัมพันธ์เพจเฟสบุ๊คของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด
- จัดทำคลิปวิดีโอสาระน่ารู้ โดยใช้แอปพลิเคชัน TIKTOK

ประโยชน์ที่ได้รับ

- บริษัทได้บอกกล่าวและดีต่อความรู้จักกับ ท่องเที่ยวที่สนใจเดินทาง
- บริษัทได้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเฟสบุ๊ค
- บริษัทเพิ่มโอกาสเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่
- บริษัทมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้ากับยุคสมัย สะดวกสบาย
- ลูกค้าได้ข้อมูลที่น่าสนใจเกิดกระแส ยอด คอสารน่ารู้เกี่ยวกับการเดินทางไปประเทศ นิยมมารจากเพจเฟสบุ๊ค
- บุคคลทั่วไปเข้าถึงข้อมูลและเป็นโอกาสในการซื้อขายโปรแกรมทัวร์พม่าได้เป็นอย่างดี

สรุปผล

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระยะ เวลา 16 สัปดาห์ในตำแหน่ง ผู้ช่วยฝ่าย IT SUPPORT ที่บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ ผู้จัดทำได้จัดทำโครงการ การ ประชาสัมพันธ์บนเฟสบุ๊คของ บริษัท เพอร์เฟค ทริป คลับ จำกัด การประชาสัมพันธ์บนเพจเฟสบุ๊คใน แบบที่ทันสมัย สามารถดึงดูดความสนใจ ของลูกค้าที่เข้ามาดูโปรแกรมทัวร์ต่างๆ ได้มีผู้สนใจคลิกและยอดผู้เข้าชมเพิ่ม มากขึ้นจากการทำคลิปวิดีโอประเทศพม่า ผ่าน TIKTOK ตั้งเป้าหมายการรับชมวีธีที่ 1,000 การเข้าชม คลิปวิดีโอได้รับความ สนใจและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มี ยอดผู้เข้าชม 1,100 ผู้เข้าชม ซึ่งบรรลุเป้าหมายยอดผู้เข้าชมที่ที่ตั้งไว้ และก่อนการ ทำคลิป TIKTOK ลงเพจบริษัท มียอดผู้ เข้าถึงเพจจำนวน 69 คน หลังจากใช้ แอปพลิเคชัน TIKTOK ทำคลิปลง ประชาสัมพันธ์ในเพจ ทำให้อยอดผู้เข้าชม เหมมีจำนวน 164 คน ซึ่งเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้เป็นอย่างดี

✈️ บริษัท เพอร์เฟคทริปคลับ จำกัด



ภาคผนวก จ
บันทึกการปฏิบัติงาน



ภาคผนวก ข
ประวัติผู้จัดทำ

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ – นามสกุล : นางสาวพิชญาวี โตสุจิตรธรรม

รหัสนักศึกษา : 6004400124

คณะ : ศิลปศาสตร์

สาขาวิชา : การท่องเที่ยว

ที่อยู่ : 49 พระราม 2 ซอย 32 แขวงบางมด เขต
จอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

เบอร์ติดต่อ : 093-171-5798

อีเมล : mijtpichyy@gmail.com

