



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Infographics to Promote Tourism in Thailand

โดย

นายจตุรงค์ ชัชวาลดำรงเจตน 6004400133

รายงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา
ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
ภาคการศึกษาที่ 1 ปี การศึกษา 2564

หัวข้อโครงการ อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
Infographics to Promote Tourism in Thailand

รายชื่อผู้จัดทำ นายจตุรงค์ ชัชวาลดำรงค์เจตน์ 6004400133

ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ภัทรภร จิรมหาโกศา


อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 1 ปี การศึกษา 2564


คณะกรรมการสอบโครงการ


..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ภัทรภร จิรมหาโกศา)


..... พนักงานที่ปรึกษา
(นายเฉลิมชัย จันทราภาสุกุล)


..... กรรมการกลาง
(อาจารย์อัคร ธนะศิริงกุล)


..... ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมปวีตนะ)

ชื่อโครงการ	: อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
หน่วยกิต	: 5
ผู้จัดทำ	: นายจตุรงค์ ชัชวาลดำรงค์เจตน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์ภัทรภร จิรมหาโกคา
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
ภาควิชา	: อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ	: ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา	: 1/2564

บทคัดย่อ

โครงการอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำ คือ 1) เพื่อศึกษาการจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) เพื่อให้ได้อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ก่อนหน้านี้สร้างผลกระทบให้กับธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำธุรกิจเสียหายขาดรายได้ เนื่องจากไม่มีผู้มาใช้บริการด้วยความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยของผู้ใช้บริการเองและมาตรการของภาครัฐที่เข้มงวดในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวนั้น แต่สถานการณ์โควิด-19 ขณะนี้ยอดผู้ติดเชื้อมีจำนวนลดลง รัฐบาลได้ดำเนินการผ่อนคลายมาตรการควบคุมเข้มงวดจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ทำให้หลายภาคส่วนเริ่มเตรียมขับเคลื่อนมาตรการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การใช้จ่ายของประชาชนการเดินทางจะสามารถกลับมาเริ่มต้นใหม่ได้ และเกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีประชาชนออก เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวใกล้ภูมิลำเนา ดังนั้นเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผู้จัดทำจึงสนใจจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยให้กับบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเดย์ (2010) จำกัด เพื่อใช้ในการสร้างสื่อข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าผ่าน เฟซบุ๊ก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้เข้าไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: อินโฟกราฟิกส์ การท่องเที่ยว ประเทศไทย

Project Title : Infographics to Promote Tourism in Thailand
Credit : 5
Author : Mr. Jaturong Chachavandumrongiet
Adviser : Miss Pattaraporn Jiramahapoka
Degree : Bachelor of Arts
Major : Tourism
Faculty : Liberal Arts
Semester/Academic year : 1/2021

ABSTRACT

The purposes of the Infographic to Promote Tourism in Thailand project were: 1) to study Infographics to promote tourism; 2) to obtain Infographics to promote tourism in Thailand. The Covid-19 pandemic situation, impacted the Tourism and Hospitality Business. Many companies had to shut down or lay off employees because customers were concerned about safety and health, and the Government had a Lockdown policy so there were no customers to use the services. The Covid-19 situation now is better and the number of infected people were decreased. The government announced to lift the lock down and many businesses prepared to drive economic activities, public spending restarted, and many people travel near their hometown.

The author was interested in providing infographics to promote tourism within Thailand for Roogruang Tour Holiday (2010) Co., Ltd. To be as a medium for creating content through social media in order to attract the attention of customers through Facebook and to reach customers in accordance with the goals.

Keywords: Infographics, Tourism, Thailand

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ
(Acknowledgement)

ตามที่ผมนายจตุรงค์ ชัชวาลดำรงค์เจตน์ ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด ตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม 2564 ถึงวันที่ 10 ธันวาคม 2564 ทำให้ผมได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่ามากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือและความร่วมมือสนับสนุนของหลายฝ่าย ดังนี้

1. อาจารย์ภัทรภร จิรมหาโกคา อาจารย์ที่ปรึกษา
2. นายเฉลิมชัย จันทราภาสุภกุล พนักงานที่ปรึกษา ตำแหน่ง ผู้จัดการทัวร์ฝ่ายต่างประเทศ
3. อาจารย์อัศร ธนะศิริงกุล กรรมการกลาง

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษานี้

ผู้จัดทำจึงใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และให้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นายจตุรงค์ ชัชวาลดำรงค์เจตน์

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ	1
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ	
2.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	3
2.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักองค์กร	4
2.3 รูปแบบจัดองค์และการบริหารงาน	4
2.4 ตำแหน่งงานลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่	4
2.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	5
2.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	5
2.7 ขั้นตอน/วิธีการดำเนินงาน	5
2.8 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	5
บทที่ 3 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
3.1 การใช้อินโฟกราฟิกส์ในการประชาสัมพันธ์	7
3.2 การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์	10
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติตามโครงการ	
4.1 การจัดทำโครงการ	11
4.2 ผลการดำเนินโครงการ	16
บทที่ 5 สรุปผลโครงการและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการ	17
5.2 ปัญหาของโครงการ	18
5.3 แนวทางการแก้ปัญหา/ข้อเสนอแนะ	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก ก บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา	19
ภาคผนวก ข บทความวิชาการ	21
ภาคผนวก ค โปสเตอร์	26
ภาคผนวก ง ประวัติผู้จัดทำ	28



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	5



สารบัญภาพ

	หน้า
รูปที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด	3
รูปที่ 2.2 แผนที่บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด	3
รูปที่ 2.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร	4
รูปที่ 4.1 ข้อมูลการลงทะเบียนร่วมโครงการทัวร์เที่ยวไทย	12
รูปที่ 4.2 การประชาสัมพันธ์โครงการทัวร์เที่ยวไทยบนเพจเฟซบุ๊ก	13
รูปที่ 4.3 รูปแบบของอินโฟกราฟิกส์ในการวางแผนออกแบบผ่านแอปพลิเคชัน Canva	13
รูปที่ 4.4 รูปแบบเทมเพลตที่จะใช้จัดทำอินโฟกราฟิกส์	14
รูปที่ 4.5 รูปแบบของรูปภาพและแบบตัวอักษรที่จะใช้จัดทำอินโฟกราฟิกส์	14
รูปที่ 4.6 ปรับแต่งอินโฟกราฟิกส์ให้สวยงาม	15
รูปที่ 4.7 อินโฟกราฟิกส์ฉบับสมบูรณ์	15
รูปที่ 4.8 ภาพโปรแกรมนำเที่ยวที่ใช้อินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูล บนเพจเฟซบุ๊ก ของบริษัทฯ	16
รูปที่ 4.9 ภาพโปรแกรมนำเที่ยวที่ใช้อินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูล บนเพจเฟซบุ๊ก ของบริษัทฯ	16

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด ดำเนินธุรกิจประเภท ธุรกิจจัดนำเที่ยวจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งแต่ปี 2553 โดยให้บริการจัดทำทัวร์หมู่คณะทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ทัวร์ภาคเหนือ-ภาคใต้โดยรถและเครื่องบิน ทัวร์ต่างประเทศนานาชาติประเทศทั้งในเอเชียและยุโรป อาทิ บาห์ลี ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี ฟินแลนด์ เดนมาร์ก จอร์แดน อินเดีย ฯลฯ รวมทั้งยังให้บริการจองห้องพักในโรงแรมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงจำหน่ายตั๋วเครื่องบินทั่วโลก บริการให้เช่ารถทัวร์ทัศนจร อีกทั้งยังบริการให้คำปรึกษาในการขอวีซ่าและบริการรับแปลเอกสาร

ที่มา: บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด

เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ก่อนหน้านี้สร้างผลกระทบให้กับธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมากทำธุรกิจเสียหายขาดรายได้ เนื่องจากไม่มีผู้มาใช้บริการด้วยความกังวลในเรื่องของความปลอดภัย ของผู้ให้บริการเองและมาตรการของภาครัฐที่คุมเข้มในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยว นั้น แต่สถานการณ์โควิด-19 ขณะนี้ยอดผู้ติดเชื้อมีจำนวนลดลง รัฐบาลได้ดำเนินการผ่อนคลาย มาตรการควบคุมเข้มงวดจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ทำให้หลายภาคส่วนเริ่มเตรียมปรับเลื่อนมาตรการ กระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การใช้จ่ายของประชาชนการเดินทางจะสามารถกลับมาเริ่มต้นใหม่ได้ และ เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีประชาชนออก เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะใน แหล่งท่องเที่ยวใกล้ภูมิลำเนา ดังนั้นเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผู้จัดทำจึงสนใจ จัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยให้กับบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด เพื่อใช้ในการสร้างสื่อข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 1.2.2 เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 การจัดทำโปรแกรมทัวร์ในประเทศ
- 1.3.2 การจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 1.3.3 ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 8 ตุลาคม 2564 – 31 มกราคม 2565

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 บริษัทรุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด ได้มีสื่ออินโฟกราฟิกส์ให้กับลูกค้า

1.4.2 ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการของบริษัท



บทที่ 2

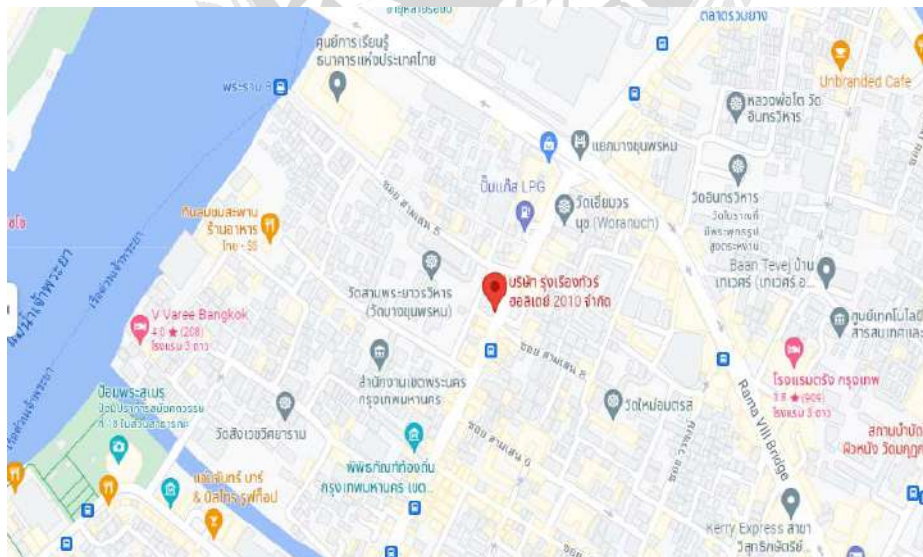
รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

2.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



รูปที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด
ที่มา: บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด

ชื่อสถานประกอบการ บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด
ที่ตั้งสถานประกอบการ เลขที่ 183-185 ถนน สามเสน แขวง วัดสามพระยา เขตพระนคร
กรุงเทพมหานคร 10200
โทรศัพท์ 02-280-0736-9
อีเมล roongruangtours@hotmail.com
เว็บไซต์ www.roongruangtours2010.com

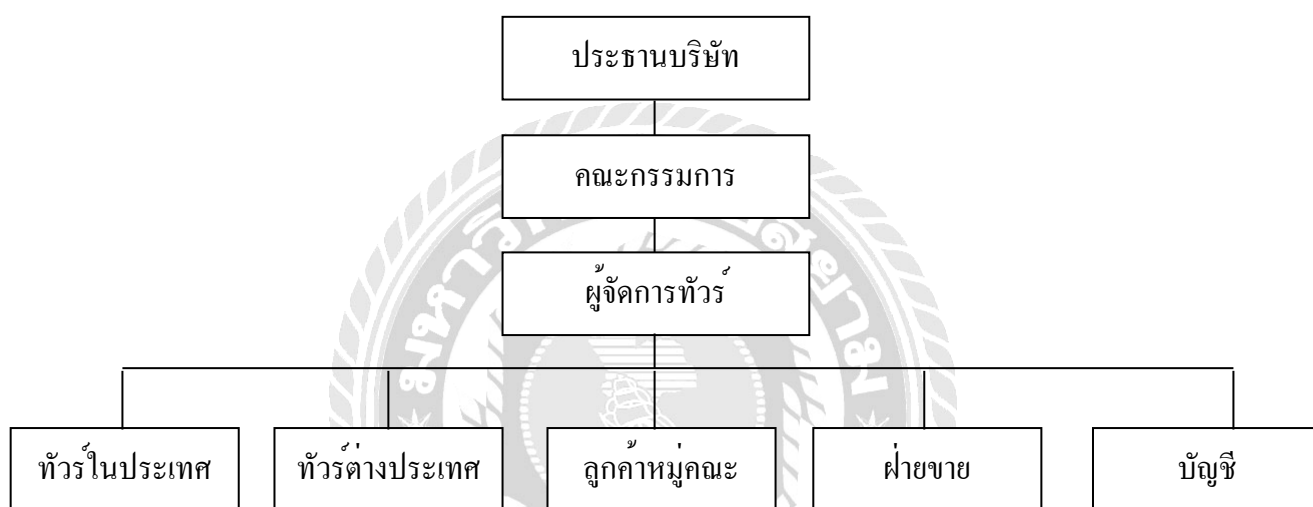


รูปที่ 2.2 แผนที่บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด
ที่มา: Googlemaps

2.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักองค์กร

1. บริการจัดทำทัวร์หมู่คณะทั้งในและต่างประเทศ
2. บริการจองห้องพัก โรงแรม
3. จำหน่ายตั๋วเครื่องบินทั่วโลก
4. บริการให้เช่ารถทัวร์ทัศนจร
5. ให้คำปรึกษาในการขอวีซ่า
6. รับแปลเอกสาร

2.3 รูปแบบจัดองค์และการบริหารงาน



รูปที่ 3.3 แผนผังโครงสร้างองค์กร
ที่มา: บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด

2.4 ตำแหน่งงานลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่

2.4.1 ชื่อ-นามสกุล นายจตุรงค์ ชัชวาลดำรงค์เจตน์

2.4.2 ตำแหน่งงาน STAFF

2.4.3 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

1. ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการทั่วไปฝ่ายต่างประเทศ
2. วางแผนการตลาด
3. คิดและนำเสนอโปรแกรมทัวร์ทั้งไทย-ต่างประเทศ

2.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

2.5.1 ชื่อ-นามสกุล นายเฉลิมชัย จันทราภาสุกุล

2.5.2 ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไฝ่ต่างประเทศ

2.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ปฏิบัติงานระหว่างวันที่ 23 สิงหาคม 2564 ถึงวันที่ 10 ธันวาคม 2564

2.7 ขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานของการปฏิบัติงาน สหกิจศึกษา

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	ส.ค. 2564		ก.ย.2564		ต.ค.2564		พ.ย.2564		ธ.ค.2564	
1. ศึกษาหาข้อมูลและกำหนดหัวข้อโครงการ										
2. รวบรวมข้อมูลวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง										
3. วิเคราะห์และประเมินผล										
4. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์										

2.8 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากการที่ผู้จัดทำไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่ บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด เริ่มตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม 2564 ถึง 10 ธันวาคม 2564 เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ในแผนกทัวร์ ในการปฏิบัติงานครั้งนี้ทำให้ได้ฝึกทักษะในการปฏิบัติงานจริงที่ทำงานร่วมกับผู้อื่นและต้องอาศัยความรับผิดชอบสูงในการทำงานรับฟังความคิดเห็นและการแก้ไขปัญหา รวมไปถึงการฝึกความอดทนภายใต้ความกดดันต่างๆที่เกิดขึ้นภายในบริษัทและในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้เตรียมความพร้อมก่อนที่จะจบการศึกษาและเข้าสู่การทำงานจริงอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.8.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- มีความรับผิดชอบมากขึ้น
- มีความมั่นใจในการทำอินโฟกราฟิกส์
- ได้ฝึกใช้งานแอปพลิเคชัน Canva
- ได้รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่น

2.8.2 ปัญหาที่พบในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในแผนกทัวร์

- ไม่ชำนาญการใช้แอปพลิเคชัน Canva ทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน
- ขาดทักษะด้านภาษา ทำให้การสื่อสารลำบากและเกิดความล่าช้า



บทที่ 3

ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้โปรแกรมอินโฟกราฟิกส์ผ่านช่องทางออนไลน์ เฟซบุ๊ก โดย ใช้นโยบายจากโครงการ “ทัวร์เที่ยวไทย” เป็นโครงการที่รัฐบาลจัดขึ้นเพื่อช่วยเสริมสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและเพื่อสนับสนุนการสร้างงานและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ในองค์รวม โดยรัฐบาลสนับสนุนค่าแพ็คเกจท่องเที่ยวให้ 40% หรือสูงสุดไม่เกิน 5,000 บาท ให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศผ่านบริษัทนำเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการผ่านบริษัทเป็นช่องทางการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทฯ และความพึงพอใจในโปรแกรมท่องเที่ยวของลูกค้าที่เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.1 การใช้อินโฟกราฟิกส์ในการประชาสัมพันธ์

- ความหมายของอินโฟกราฟิกส์
- หลักการออกแบบอินโฟกราฟิกส์
- การสร้างอินโฟกราฟิกส์ให้ดึงดูดความสนใจ

3.2 การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์
- การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก
- การใช้อินโฟกราฟิกส์ในการประชาสัมพันธ์ในการจัดทำอินโฟกราฟิกส์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.1 การใช้อินโฟกราฟิกในการประชาสัมพันธ์

INFOGRAPHIC คืออะไร

Krujongrak. (2564) ได้นิยามว่า Infographic มาจากคำว่า Information + graphic อินโฟกราฟิกจึงหมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูล ภายในภาพนั้นอาจประกอบด้วย สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ เป็นต้น ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว เข้าใจง่าย รวดเร็ว และชัดเจน เปรียบเสมือนการสรุปข้อมูลลงในภาพสื่อให้เข้าใจความหมายทั้งหมดได้

การออกแบบอินโฟกราฟิก คือการนำข้อมูลมาเสนอในรูปแบบต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ โดยภาพสามารถเล่าเรื่องได้ มีองค์ประกอบสำคัญ โดยรวบรวมข้อมูลต่างๆ ให้เพียงพอ แล้วสรุปวิเคราะห์ เรียบเรียง ทำให้ภาพนั้นมีความน่าสนใจและดึงดูดสายตาของผู้ชมได้ เป็นการลดเวลาในการอธิบายโดยใช้ภาพเป็นส่วนประกอบ โดยอาศัยหลักประกอบดังนี้

หลักการออกแบบอินโฟกราฟิก

1. ดานข้อมูล

- เรื่องราวที่น่าสนใจหรือเป็นสิ่งที่คนทั่วไปต้องการรู้
- ข้อมูลต้องเป็นความจริง มีความถูกต้อง
- เนื้อหากระชับ และจัดข้อมูลให้เป็นระบบระเบียบ
- สรุปประเด็นเป็นหัวข้อให้คนอ่านเข้าใจได้ง่าย

2. ดานการออกแบบ

- รูปแบบสวยงาม แต่มีความเรียบง่าย ไม่ออกแบบการจัดวางให้ซับซ้อนจนเกินไป
- ดูแล้วเข้าใจง่าย เช่น การเน้นหัวข้อ การใส่ตัวเลข รูปภาพที่สื่อถึงข้อมูลได้ชัดเจน
- มีสีสันสะดุดตาแต่ไม่ฉูดฉาด เลือกใช้สีโทนสีให้เข้ากัน ตัวอักษรไม่กลืนกับพื้นหลัง
- สามารถนำไปใช้งานได้จริง เช่น เปิดดูบนมือถือแล้วภาพไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป

การสร้างอินโฟกราฟิกให้ดึงดูดความสนใจ

ข้อมูลสารสนเทศสามารถนำมาจัดทำให้ง่ายและมีประโยชน์ หากมีการนำเสนอที่ดี ที่ผ่านมาข้อมูลสารสนเทศจำนวนมากถูกนำมาจัดกลุ่มทำให้ไม่น่าสนใจการจัดทำข้อมูลให้เป็นภาพกราฟิกจึงเป็นที่นิยมในปัจจุบัน อินโฟกราฟิกเป็นการออกแบบให้เป็นภาพที่ช่วยอธิบายข้อมูลที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย

(Hyperakt's Josh Smith, 2014) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค้นพบกระบวนการที่ดีในการออกแบบ อินโฟกราฟิกส์ (Infographics) 10 ขั้นตอน

1. การรวบรวมข้อมูล (Gathering data)

คัดลอกข้อมูลดิบที่รวบรวมมาแต่ที่ยังไม่เป็นระเบียบ โดยอาจใช้โปรแกรม Microsoft Excel เขียนแหล่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่เป็นต้นฉบับ บันทึกภาพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ไม่ควรแยกภาพหรือแผนภาพกับข้อมูลออกจากกัน

2. การอ่านข้อมูลทั้งหมด (Reading everything)

การอ่านข้อมูลเฉพาะจุดเน้นหรืออ่านอย่างผิวเผินให้ผ่านไปอย่างรวดเร็วเพราะคิดว่าเสียเวลาจะทำให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมของประเด็นสำคัญ ผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกส์ต้องมีทักษะในการจัดการข้อมูลและแน่ใจว่าข้อมูลที่สำคัญไม่ถูกกลบเกล็นที่จะมาสนับสนุนเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

3. การค้นหาวิธีการเล่าเรื่อง (Finding the narrative)

การเล่าเรื่อง การบรรยาย การนำเสนอข้อมูลที่นำเสนอจะทำให้อินโฟกราฟิกส์น่าเบื่อ เว้นแต่ว่าจะค้นพบการนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดความสนใจอินโฟกราฟิกส์เริ่มที่จุดมุ่งหมายเดียว ขยายความข้อมูลที่ซับซ้อน อธิบายกระบวนการ เน้นที่แนวโน้มหรือสนับสนุนข้อโต้แย้งการหาวิธีการเล่าเรื่องที่นำเสนออาจจะยุ่งยากในระยะแรก ถ้าเรารู้เกี่ยวกับข้อมูลที่มีอยู่จะทำให้สามารถเล่าเรื่องราวได้ การใส่ใจกับเนื้อหาที่สำคัญที่จะช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีคุณค่า

4. การระบุปัญหาและความต้องการ (Identifying problems)

หาเอกลักษณ์ ระบุชื่อ ชี้นำ แสดงตัว เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องอาจมีข้อมูลที่ไม่สนับสนุนหัวข้อหรือประเด็นที่เราต้องการนำเสนอ ควรมีการอภิปรายหาข้อสรุปที่แท้จริงเพื่อระบุปัญหาและความต้องการผู้ชมต้องการข้อมูลที่มีการจัดการและมีการออกแบบที่ดี มิฉะนั้นจะกลายเป็นหลักฐานที่ไม่ถูกต้องของข้อมูลต้องถูกต้องและไม่ผิดพลาด ปรับปรุงข้อมูลและเรื่องราวให้มีเอกลักษณ์ตรงกับหัวข้อศึกษาทบทวนหลายๆ ครั้งหาวิธีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีคุณค่า ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในการออกแบบให้สนใจผู้ชมนักออกแบบที่ดีต้องมีมุมมองและเห็นคุณค่าในรายละเอียดของข้อมูลที่ชัดเจน

5. การจัดลำดับโครงสร้างข้อมูล (Creating a hierarchy)

การจัดลำดับชั้นของข้อมูลเป็นที่นิยมในการสรุปข้อมูล เป็นการนำผู้ชมให้มองเห็นภาพรวมตั้งแต่ต้นจนจบเป็นวิธีการจัดการกับข้อมูลในการสร้างอินโฟกราฟิกส์และตรีงผู้ชมตามโครงสร้างลำดับชั้นของข้อมูล การจัดรูปแบบข้อมูลตามลำดับจะส่งเสริมให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลเป็นช่วงระยะเวลาของการเล่าเรื่อง ซึ่งกลายเป็นวิธีการที่แพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิกส์

6. การออกแบบโครงสร้างข้อมูล (Building a wireframe)

เมื่อพิจารณาตรวจสอบคัดเลือกข้อมูลอย่างละเอียดแล้ว จัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับชั้น และออกแบบโครงสร้างของข้อมูลผู้ออกแบบควรทำความเข้าใจกับภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลสำคัญ ที่จัดไว้เป็นลำดับชั้นแล้ว นำไปให้ผู้ชมวิพากษ์วิจารณ์ การออกแบบที่ผ่านการโต้เถียงจากบุคคลในหลายมุมมองที่ให้ข้อเสนอแนะแตกต่างกันออกไป จะเป็นข้อสรุปของการจัดทำโครงสร้างอินโฟกราฟิกส์

7. การเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ (Choosing a format)

เมื่อสิ้นสุดการกำหนดภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลแล้ว วิธีจัดการทำข้อมูลที่ดีที่สุดคือ การนำเสนอข้อมูลด้วยแผนผัง กราฟต่างๆ เช่น กราฟแท่ง กราฟเส้น กราฟวงกลม หรืออาจจะใช้ไดอะแกรม หรือผังงานเพื่ออธิบายกระบวนการทำงาน อาจนำแผนที่มาประกอบในการเล่าเรื่อง หรือบางทีการใช้ตัวเลขนำเสนอข้อมูลง่ายๆ อาจเป็นวิธีที่ดีที่สุด

8. การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ (Determining a visual approach)

การเลือกภาพในการทำอินโฟกราฟิกส์ให้ดูดีมีสองแนวคิด คือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำเป็นกราฟหรือแผนผังที่น่าสนใจ ใช้สี การพิมพ์ และการจัดโครงสร้างในการออกแบบงานให้มีศิลปะ และใช้ลายเส้น วาดภาพหรือคำอุปมาเปรียบเทียบ ไม่แสดงข้อมูลตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน จะเห็นเป็นภาพแสดงแทนข้อมูลคล้ายกับกราฟหรือแผนผังเท่านั้น เราไม่ควรติดยึดกับวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ควรผสมผสานวิธีการใช้กราฟ แผนภาพ และแผนผัง ตกแต่งองค์ประกอบด้วยการวาดลายเส้นหรือนำภาพที่เป็นตัวแทนของข้อมูลมาจัดวางซ้อนกันอาจเสริมด้วยข้อมูล สื่อ ตราสัญลักษณ์ และเนื้อหาในการออกแบบให้ตรงกับหัวข้อ

9. การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ (Refinement and testing)

เมื่อออกแบบอินโฟกราฟิกส์เสร็จแล้วเริ่มตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียด ผู้ชมจะดูทั้งข้อมูลและภาพที่เล่าเรื่องราว เพื่อให้แน่ใจว่าผลงานที่เสร็จแล้วมีคุณภาพตรงกับหัวข้อและเป้าหมาย ประเมินทั้งการออกแบบและจุดเน้นจนกระทั่งผลงานชัดเจนและเข้าใจง่าย ทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงานและให้ข้อคิดเห็นว่าสามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเห็นข้อมูลมาก่อน ประเมินกลับไปกลับมาระหว่างผู้ชมและกลุ่มตัวอย่างจนกระทั่งลงตัวได้ข้อยุติ จึงนำเสนอเผยแพร่สู่สาธารณะ

10. การแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต (Releasing it into the world)

อินโฟกราฟิกส์ส่วนใหญ่เผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ต มีแพร่หลายเป็นที่นิยมเป็นการทดสอบผลงานข้อมูลที่มีลักษณะที่น่าสนใจจะถูกอ่านโดยบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ถูกตรวจสอบและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นผู้ค้นพบวิธีการเล่าเรื่องราว นั้น ถึงแม้ว่าผลงานจะเคยถูกเผยแพร่มาแล้ว การวิพากษ์วิจารณ์จากอินเทอร์เน็ตจะช่วยขยายข้อ

โต้แย้งและค้นพบวิธีการนำเสนอข้อมูลวิธีใหม่ได้ข้อคิดเห็นต่างๆ จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข ผลงานที่ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็นรางวัลในการทำงาน การออกแบบที่ถูกกลั่นกรองอย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

3.2 การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2553) โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, 2553) ในรูปของข้อมูล ภาพและเสียง (วัณนี ภูวทิศ, 2554) สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่ผู้คนนิยมใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ประสบการณ์ ความต้องการ และมุมมองต่อเรื่องต่างๆ ระหว่างกัน โดยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ลักษณะของการสื่อสารจากแนวดิ่ง (Vertical Communication) มาสู่การสื่อสารแนวนอน (Horizontal Communication) มากขึ้น (Wilcox & Cameron, 2012) สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท ได้แก่ เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Weblog) ทวิตเตอร์ (Twitter) และเฟซบุ๊ก (Facebook)

กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

เป็นกลยุทธ์ที่นำมาช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยประเด็นเนื้อหาส่วนใหญ่ ได้แก่ ความเคลื่อนไหวขององค์กร เรื่องราวของธุรกิจ วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร คุณค่าของสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับประเทศไทย ได้แก่ บล็อก ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ก และเว็บยูทูป เครื่องมือเหล่านี้สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างการมีส่วนร่วม สร้างความผูกพันระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการสนับสนุนองค์กร สนับสนุนสินค้าและบริการ

การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ (Wilcox & Cameron, 2012) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เฟซบุ๊กได้รับความนิยมก็เนื่องมาจากถูกนำไปใช้ในงานโฆษณา การตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยเฟซบุ๊กมีส่วนช่วยส่งเสริมงานดังกล่าวหลายประการ อาทิ

ช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภค ช่วยสร้างการรับรู้ในตราสินค้า และช่วยสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กให้ประสบความสำเร็จ ควรมีแนวทางดังนี้(Wilcox & Cameron,2012)

1. ควรเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์กับผู้รับสารที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กขององค์กรในฐานะเพื่อน ไม่ใช่ในฐานะลูกค้าหรือบุคคลทั่วไป
2. นอกจากเนื้อหาในรูปของข้อความแล้วควรนำเสนอเนื้อหาประเภทอื่นให้หลากหลาย เช่น ภาพ หรือ คลิปวิดีโอ เรื่องขำขัน เพลง การประกวดชิงรางวัล
3. เน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสารให้สามารถสื่อสารกันได้แบบสองทาง
4. ใช้กลยุทธ์การเขียนและนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่สนทนาและเป็นกันเองเป็นหลัก

การใช้อินโฟกราฟิกส์ในการประชาสัมพันธ์การจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การจัดทำอินโฟกราฟิกส์เป็นการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และสื่ออื่นๆ โดยผลิตเป็น สื่อรูปภาพ สื่อวิดีโออินโฟกราฟิกส์ ที่เป็นภาพเคลื่อนไหวที่มีความทันสมัย โดยการนำเอาเอกลักษณ์และกิจกรรมที่น่าสนใจของสถานที่เที่ยวต่างๆ ในแต่ละจังหวัด มาจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อนำเสนอข้อมูล และใช้กลยุทธ์การเขียนเพื่อนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่เข้าใจง่ายและตรงประเด็น เพื่อสร้างการรับรู้ที่ดี ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจ ไม่ซ้ำใครจะทำให้เข้าถึงกับทุกกลุ่มเป้าหมายและดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เป็นกระบอกเสียงซึ่งเป็นอีกหนึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์ให้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพ

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 การจัดทำโครงการ

จากการศึกษาเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกส์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมทัวร์ผ่านเฟซบุ๊กของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด โดยใช้นโยบายจากรัฐบาลผ่านโครงการ “ทัวร์เที่ยวไทย” เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ขั้นตอนการดำเนินโครงการ

ขั้นตอนที่ 1

ค้นคว้าหาข้อมูลโครงการโดยการศึกษาหาข้อมูลโครงการทัวร์เที่ยวไทย เกี่ยวกับรายละเอียดเงื่อนไขการจัดทำโปรแกรมทัวร์สำหรับเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลา สถานที่ ราคา ค่าบริการ ฯลฯ เพื่อจัดเตรียมข้อมูลในการจัดทำอินโฟกราฟิกส์



รูปที่ 4.1 ข้อมูลการลงทะเบียนร่วมโครงการทัวร์เที่ยวไทย

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 2

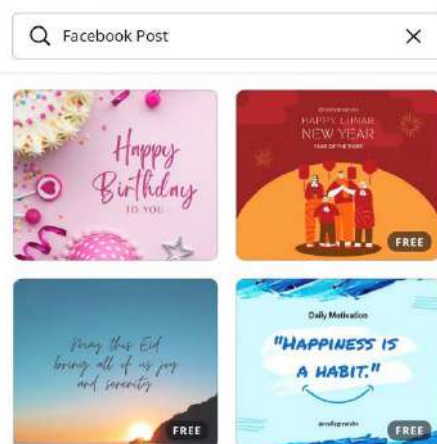
ประชาสัมพันธ์โครงการทัวร์เที่ยวไทยบนเพจเฟซบุ๊ก บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด



รูปที่ 4.2 การประชาสัมพันธ์โครงการทัวร์เที่ยวไทยบนเพจเฟซบุ๊ก บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด
ที่มา: รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์

ขั้นตอนที่ 3

วางแผนและดำเนินการจัดทำข้อมูล โปรแกรมทัวร์โดยผ่านอินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูลโดยปรึกษาหารีอกับพนักงานที่ปรึกษาเพื่อกำหนดแนวทางของรูปแบบและรายละเอียดโปรแกรมทัวร์ที่จะนำเสนอ

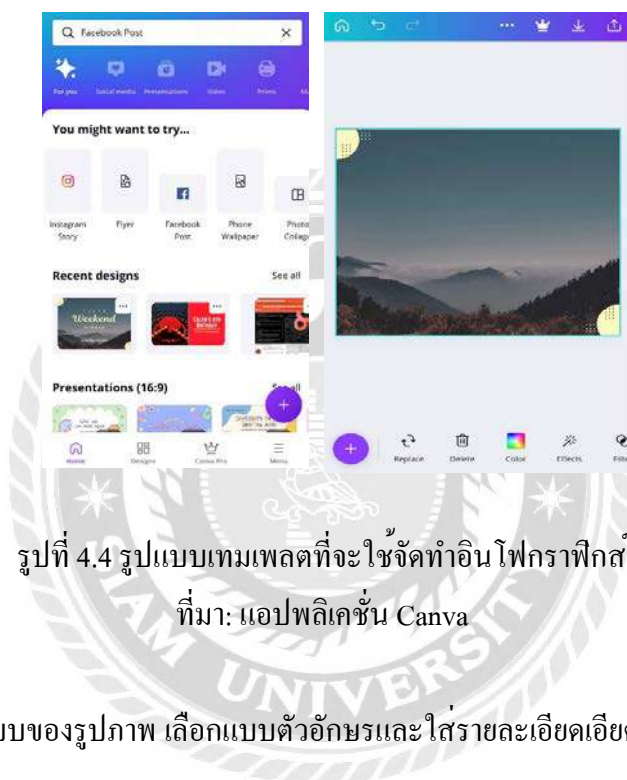


รูปที่ 4.3 รูปแบบของอินโฟกราฟิกส์ในการวางแผนออกแบบผ่านแอปพลิเคชัน Canva
ที่มา: แอปพลิเคชัน Canva

ขั้นตอนที่ 4

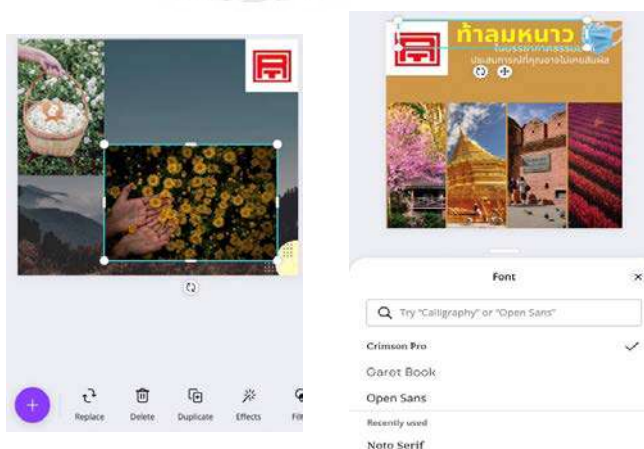
จัดทำอินโฟกราฟิกส์โดยใช้แอปพลิเคชัน Canva ในการจัดทำอินโฟกราฟิกส์ ในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันหลากหลายในการสร้าง Infographics ที่สะดวก ง่ายและประหยัดเวลา อีกทั้งยังสามารถเลือกยังทำให้ได้งานออกมาที่ตรงขนาด ดีไซน์สวยทันสมัย ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งาน

- 4.1 เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่จะจัดเป็นโปรแกรมทัวร์
- 4.2 คัดเลือกรูปสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนำมาทำอินโฟกราฟิกส์
- 4.3 เลือกแอปพลิเคชันและกำหนดรูปแบบเทมเพลตและที่ใช้จัดทำอินโฟกราฟิกส์



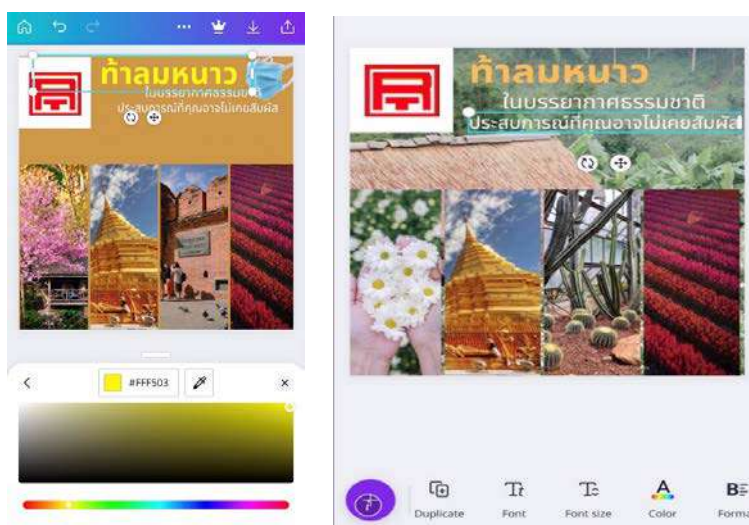
รูปที่ 4.4 รูปแบบเทมเพลตที่จะใช้จัดทำอินโฟกราฟิกส์
ที่มา: แอปพลิเคชัน Canva

- 4.4 จัดรูปแบบของรูปภาพ เลือกแบบตัวอักษรและใส่รายละเอียดเอียดโปรแกรมทัวร์



รูปที่ 4.5 รูปแบบของรูปภาพและแบบตัวอักษรที่จะใช้จัดทำอินโฟกราฟิกส์
ที่มา: แอปพลิเคชัน Canva

4.5 ปรับแต่งรูปแบบ เนื้อหา และตกแต่งรูปภาพให้สวยงามตามความเหมาะสม



รูปที่ 4.6 ปรับแต่งอินโฟกราฟิกส์ให้สวยงาม
ที่มา: แอปพลิเคชัน Canva

ขั้นตอนที่ 5

สื่ออินโฟกราฟิกส์ฉบับสมบูรณ์



รูปที่ 4.7 อินโฟกราฟิกส์ฉบับสมบูรณ์
ที่มา: ผู้จัดทำ

4.2 ผลการดำเนินโครงการ



รูปที่ 4.8 ภาพโปรแกรมนำเที่ยวที่ใช้อินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูลบนเพจเฟซบุ๊กของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด
ที่มา: รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์



รูปที่ 4.9 ภาพโปรแกรมนำเที่ยวที่ใช้อินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูลบนเพจ เฟซบุ๊ก ของบริษัทฯ
ที่มา: รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์

บทที่ 5

สรุปผลโครงการและข้อเสนอแนะ

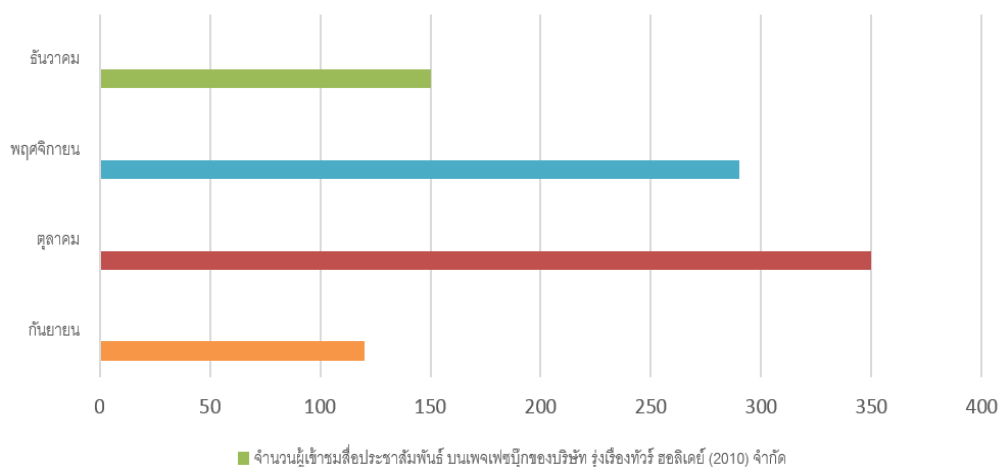
5.1 สรุปผลโครงการ

จากการที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติสหกิจระหว่างวันที่ 23 สิงหาคม 2564 ถึงวันที่ 10 ธันวาคม 2564 ณ บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด แล้วนั้น เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้างในธุรกิจทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในธุรกิจการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนหยุดชะงักธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการต่างต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้บริษัทอยู่รอดและดำเนินกิจการต่อไปท่ามกลางวิกฤตโรคระบาดที่ยาวนานนี้

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด เป็นอีกหนึ่งบริษัทที่จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการจัดทำโปรแกรมทัวร์และการประชาสัมพันธ์ เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ก่อนหน้านี้สร้างผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่เมื่อประมาณเดือนตุลาคม 2564 ประชาชนเริ่มได้รับวัคซีนป้องกันโรคมากขึ้นทำให้จำนวนผู้ติดเชื้อลดลง สถานการณ์โรคระบาดดีขึ้น รัฐบาลเริ่มดำเนินการผ่อนคลายมาตรการควบคุมเข้มงวดจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้หลายภาคส่วนเริ่มเตรียมขับเคลื่อนมาตรการ กระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลจัดให้มีโครงการทัวร์เที่ยวไทย เพื่อกระตุ้นทางท่องเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวใกล้ภูมิลำเนา ด้วยเหตุนี้ผู้จัดทำจึงสนใจศึกษาการทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้จัดทำนำเสนอโปรแกรมโดยใช้อินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูลโปรแกรมทัวร์ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์บนเฟชบุ๊ก ของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด

ผลที่ได้จากโครงการพบว่า การทำอินโฟกราฟิกส์ในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมทัวร์ผ่านเฟชบุ๊ก ของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้กว้าง ทั้งลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยสังเกตได้จากยอดผู้เข้าชมเพจที่มากขึ้นและการส่งข้อความการเข้ามาสอบถามรายละเอียดของโปรแกรมทัวร์ที่บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด นำเสนอผ่านทางเฟชบุ๊ก ดังแผนภูมิวงกลมที่ปรากฏด้านล่าง

จำนวนผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กของบริษัท รุ่งเรืองทิวรร์ ฮอติเคย์ (2010) จำกัด
ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2564



จำนวนผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กของบริษัท รุ่งเรืองทิวรร์ ฮอติเคย์ (2010) จำกัด
ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2564

จากแผนภูมิข้างต้นแสดงถึงจำนวนผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กของบริษัท รุ่งเรืองทิวรร์ ฮอติเคย์ (2010) จำกัด ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2564 เป็นดังนี้ ช่วงเดือนกันยายนมีจำนวนผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ในเดือนกันยายน จำนวน 120 คน เดือนตุลาคม จำนวน 350 คน เดือนพฤศจิกายน จำนวน 280 คน และเดือนธันวาคม จำนวน 150 คน ซึ่งเดือนตุลาคมเป็นเดือนมียอดผู้เข้าชมสื่อเป็นจำนวนมากที่สุด

5.2 ปัญหาของโครงการ

- ต้องศึกษากับพนักงานที่ปรึกษา
- ต้องใช้เวลาและเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ในการออกแบบ

5.3 แนวทางการแก้ปัญหา/ข้อเสนอแนะ

- เนื่องจากปัญหาCovid-19ทำให้การสื่อสารลำบากต้อง Work From Home
- ต้องศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและพี่ที่ปรึกษา

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *ข้อมูลโครงการทัวร์เที่ยวไทย*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ทัวร์เที่ยวไทย.com>
- บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด. (ม.ป.ป). *ตราสัญลักษณ์ของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด*. เข้าถึงได้จาก <http://roongruangtours2010.com/>
- บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด. (ม.ป.ป). *ประวัติบริษัท*. เข้าถึงได้จาก <http://roongruangtours2010.com/>
- บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์ (2010) จำกัด. (ม.ป.ป). *แผนที่บริษัท*. เข้าถึงได้จาก <https://www.google.com/maps/>
- มานะ ตีรียาภินันท์. (2553). *นักข่าวกับ Social Media*. เข้าถึงได้จาก http://www.tja.orth/index.php?option=com_content&view=article&id=1683%3A-social-media-catid=46%3AAcademic&itemid=7
- รุ่งเรืองทัวร์ สอติเคย์. (2559, 19 มีนาคม). *โพสต์โฆษณาบริษัท*. [เฟซบุ๊ก]. เข้าถึงได้จาก <https://www.Facebook.com/RoongRuangTours/posts/225846881098393/>
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2554). การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อเชิงจริยธรรมในการนำเสนอข่าวสารของผู้สื่อข่าว. *นักบริหาร*, 31(1), 146-174.
- วิภาคนันท์ นิมิตพันธ์ และ ศิริจันทร์ พลกนิษฐ. (2559). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/56926>
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2553). *แนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.presscouncil.or.th/th2/>
- Krujongrak. (2564). *INFOGRAPHIC คืออะไร*. เข้าถึงได้จาก <https://www.wynnssoftstudio.com/what-is-infographic>.
- Thai Business Search. (2564). *(อินโฟกราฟิกส์) คืออะไร? มีหลักการออกแบบอย่างไร?*. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaibusinesssearch.com/marketing/infographic/>
- Wilcox, D.L., & Cameron, G.T. (2012). *Public relations: Strategies and tactics* (10thed.). Boston: Allyn & Bacon.



ภาคผนวก ก
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

บทสัมภาษณ์ของพนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับโครงการ

โครงการที่นักศึกษาได้จัดทำนั้นมีประโยชน์ต่อบริษัทเป็นอย่างมาก ถือเป็น การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักบริษัทมากขึ้นและยังช่วยโปรโมทรายการทัวร์ที่ได้เข้าร่วมโครงการ “ทัวร์เที่ยวไทย” ของภาครัฐ โดยทางภาครัฐจะให้เงินสนับสนุนนักท่องเที่ยวที่ซื้อทัวร์กับบริษัทเป็นเงิน 40% แต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อคน เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 อีกทั้งโครงการยังเป็นการฝึกให้นักศึกษาได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ความสามารถ ในแขนงวิชาที่ได้ศึกษามาเป็นอย่างดี

ทางบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการฝึกสหกิจครั้งนี้ จะช่วยให้นักศึกษานำมาเอาศักยภาพที่มีในตัวเองและความรู้และประสบการณ์ที่ได้สั่งสมมา ไปพัฒนาต่อยอดในสายอาชีพและก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและประเทศชาติต่อไป



A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and strokes, positioned above a horizontal dotted line.

(เฉลิมชัย จันทราภาสุภกุล)

พนักงานที่ปรึกษา



ภาคผนวก ข
บทความทางวิชาการ

อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Infographics to Promote Tourism in Thailand

จตุรงค์ ชัชวาลดำรงคะเจตน์ 6004400133

Email: BBankj@gmail.com

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

บทคัดย่อ

โครงการอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำคือ 1) เพื่อศึกษาการจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) เพื่อให้ได้อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ก่อนหน้านี้สร้างผลกระทบให้กับธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจเสียหายขาดรายได้ เนื่องจากไม่มีผู้มาใช้บริการด้วยความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยของผู้ใช้บริการเองและมาตรการของภาครัฐที่คุมเข้มในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยว นั่น แต่สถานการณ์โควิด-19 ขณะนี้ยอดผู้ติดเชื้อมีจำนวนลดลง รัฐบาลได้ดำเนินการผ่อนคลายมาตรการควบคุมเข้มงวดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้หลายภาคส่วนเริ่มเตรียมขับเคลื่อนมาตรการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การใช้จ่ายของประชาชนการเดินทางจะสามารถกลับมาเริ่มต้นใหม่ได้ และเกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีประชาชนออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวใกล้ภูมิลำเนา ดังนั้น เพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผู้จัดทำจึงสนใจจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยให้กับ

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอติเดย์ (2010) จำกัด เพื่อใช้เป็นสื่อในการสร้างสื่อข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้เป็นอย่างดี วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : อินโฟกราฟิกส์ การท่องเที่ยว ประเทศไทย

ABSTRACT

The purposes of the Infographic to Promote Tourism in Thailand project were: 1) to study Infographics to promote tourism; 2) to obtain Infographics to promote tourism in Thailand. The Covid-19 pandemic situation, made impacted Tourism and Hospitality Business. Many companies had to shut down or lay off employees because customers were concerned about safety and health, and the Government had a Lockdown policy so, there were no customers to use the services. But the Covid-19 situation now is better and the number of infected people were decreased. The government announced to lift the lock down and many businesses prepared to drive the

economic activities, public spending restarted and many people travel near their hometown.

The author was interested in providing infographics to promote tourism within Thailand for Roogrung Tour Holiday (2010) Co., Ltd. To be as a medium for creating content through social media in order to attract the attention of customers through Facebook and to reach customers in accordance with the goals.

Keywords: Infographics, Tourism, Thailand

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด ดำเนินธุรกิจประเภท ธุรกิจจําหน่ายเที่ยวจตุรัสเบียนนิตี บุคคลตั้งแต่ปี 2553 โดยให้บริการจําหน่ายทัวร์หมู่คณะทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ทัวร์ภาคเหนือ-ภาคใต้โดยรถ และเครื่องบิน ทัวร์ต่างประเทศนานาประเทศทั้งใน เอเชียและยุโรป อาทิ บาห์ลี ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี ฟินแลนด์ เดนมาร์ก จอร์แดน อินเดีย ฯลฯ รวมทั้งยังให้บริการจองห้องพักในโรงแรมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงจําหน่ายตั๋วเครื่องบินทั่วโลก บริการให้เช่ารถทัวร์ที่สนาจร อีกทั้งยังบริการให้คำปรึกษาในการขอวีซ่าและบริการรับแปลเอกสาร ที่มา: บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด

เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ก่อนหน้านี้สร้างผลกระทบให้กับธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมากทำธุรกิจเสียหายขาดรายได้ เนื่องจากไม่มีผู้มาใช้บริการด้วยความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยของผู้ใช้บริการเองและมาตรการของภาครัฐที่เข้มงวดในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ สถานการณ์โควิด-19 ขณะนี้ยอดผู้คิดเชื่อมีจำนวนลดลง รัฐบาลได้ดำเนินการผ่อนคลาย

ขั้นตอน / วิธีการดำเนินการ

มาตรการควบคุมเข้มงวดจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ทำให้หลายภาคส่วนเริ่มเตรียมขับเคลื่อนมาตรการ กระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การใช้จ่ายของประชาชนการเดินทางจะสามารถกลับมาเริ่มต้นใหม่ได้ และ เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีประชาชนออก เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะใน แหล่งท่องเที่ยวใกล้ภูมิลำเนา ดังนั้นเพื่อกระตุ้น การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผู้จัดทำจึงสนใจ จัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยให้กับบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด เพื่อใช้สร้างสื่อข้อมูลเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาการจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. เพื่อให้ได้อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับ

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์(2010) จำกัด ได้มีสื่ออินโฟกราฟิกส์ให้กับลูกค้า
1.4.2ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการของบริษัท

เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างในธุรกิจทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในธุรกิจการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนหยุดชะงักธุรกิจท่องเที่ยวและบริการต่างต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้บริษัทอยู่รอดและดำเนินกิจการต่อไปท่ามกลางวิกฤตโรคระบาดที่ยาวนานนี้ บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด เป็นอีกหนึ่งบริษัทที่จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการ

ขั้นตอนที่ 1

ค้นหาหาข้อมูลโครงการ โดยการศึกษาหาข้อมูลโครงการทัวร์เที่ยวไทย เกี่ยวกับรายละเอียดเงื่อนไข

การจัดทำโปรแกรมทัวร์สำหรับเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลา สถานที่ ราคาค่าบริการ ฯลฯ เพื่อจัดเตรียมข้อมูลในการจัดทำอินโฟกราฟิกส์

ขั้นตอนที่ 2

ประชาสัมพันธ์โครงการทัวร์เที่ยวไทยบนเพจเฟซบุ๊ก บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด

ขั้นตอนที่ 3

วางแผนและดำเนินการจัดทำข้อมูลโปรแกรมทัวร์ โดยผ่านอินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูลโดยปรึกษาหารือกับพนักงานที่ปรึกษาเพื่อกำหนดแนวทางของรูปแบบและรายละเอียดโปรแกรมทัวร์ที่จะนำเสนอ

ขั้นตอนที่ 4

จัดทำอินโฟกราฟิกส์

ขั้นตอนที่ 5

สื่ออินโฟกราฟิกส์ฉบับสมบูรณ์

จัดทำโปรแกรมทัวร์และการประชาสัมพันธ์ เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ก่อนหน้านี้สร้างผลกระทบให้กับธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่เมื่อประมาณเดือนตุลาคม 2564 ประชาชนเริ่มได้รับวัคซีนป้องกันโรคมากขึ้นทำให้จำนวนผู้ติดเชื้อลดลง สถานการณ์โรคระบาดดีขึ้น รัฐบาลเริ่มดำเนินการผ่อนคลายมาตรการควบคุมเข้มงวดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้หลายภาคส่วนเริ่มเตรียมขับเคลื่อนมาตรการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลจัดให้มีโครงการทัวร์เที่ยวไทย เพื่อกระตุ้นทางท่องเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะใน

แหล่งท่องเที่ยวใกล้ภูมิลำเนา ด้วยเหตุนี้ผู้จัดทำจึงสนใจศึกษาการทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้จัดทำนำเสนอโปรแกรมโดยใช้อินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูลโปรแกรมทัวร์ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊ก ของบริษัทฯ รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด



ผลที่ได้จากโครงการพบว่า การทำอินโฟกราฟิกส์ในการประชาสัมพันธ์โปรแกรมทัวร์ผ่าน เฟซบุ๊ก ของบริษัทฯ สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้กว้างทั้งลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยสังเกตได้จากยอดผู้เข้าชมเพจที่มากขึ้นและการส่งข้อความการเข้ามา - จำกัดจำนวนผู้ใช้บริการตามความเหมาะสม

สรุปผลโครงการ

จากการที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติสหกิจระหว่างวันที่ 23 สิงหาคม 2564 ถึงวันที่ 10 ธันวาคม 2564 ณ บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด แล้วนั้น สอบถามรายละเอียดของโปรแกรมทัวร์ที่บริษัท

รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด นำเสนอผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก โดยได้จัดทำแผนภูมิแสดงถึงจำนวนผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2564

จากแผนภูมิแสดงถึงจำนวนผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์บนเพจเฟซบุ๊กของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2564 สรุปได้เป็นดังนี้ ช่วงเดือนกันยายนมีจำนวนผู้เข้าชมสื่อประชาสัมพันธ์ในเดือนกันยายนจำนวน 120 คน เดือนตุลาคม จำนวน 350 คน เดือนพฤศจิกายน จำนวน 280 คน และเดือนธันวาคมจำนวน 150 คน ซึ่งเดือนตุลาคมเป็นเดือนมียอดผู้เข้าชมสื่อเป็นจำนวนมากที่สุด

ปัญหาของโครงการ

- ต้องศึกษากับพนักงานที่ปรึกษา
- ต้องใช้เวลาและเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ในการออกแบบ

แนวทางการแก้ปัญหา/ข้อเสนอแนะ

-เนื่องจากปัญหาCovid-19ทำให้การสื่อสารลำบากต้อง Work From Home

-ต้องศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและพี่ที่ปรึกษา

ปรึกษา

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). ข้อมูลโครงการทัวร์เที่ยวไทย. เข้าถึงได้จาก <http://www.ทัวร์เที่ยวไทย.ไทย>

มานะ ตริรยาภิวัฒน์. (2553). นักข่าวกับ

Social Media. จาก

<http://www.tja.orth/index.php?option=com>

<http://www.presscouncil.or.th/th2/>.

_conten&view=article&id=1683%3A-social-

media-catid=46%3AAcademic&itemid=7.

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด. (ม.ป.ป). ตราสัญลักษณ์ของบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด เข้าถึงได้จาก

<http://roongruangtours2010.com/>

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด. (ม.ป.ป). แผนที่บริษัท

<https://www.google.com/maps/>

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด. (ม.ป.ป) ประวัติบริษัท

<http://roongruangtours2010.com/>

วัฒน์ ภูวทิศ. (2554). การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อเชิงจริยธรรมในการนำเสนอข่าวสารของผู้สื่อข่าว. นักบริหาร. 31(1). 146-174.

วิภคณัญญ์ นิมิตพันธ์ และศิริจันทร์ พลกนิษฐ.

(2559) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก

<https://so01.tci->

thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/56926

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2553). แนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์. จาก

<https://www.thaibusinesssearch.com/marketing/infographic/>

รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ [Facebook]. เข้าถึงได้จาก

<https://www.Facebook.com/RoongRuangTours/posts/225846881098393/>

Hyperakt,J.S. (2014) (DESIGNING AN AMAZING INFOGRAPHICS).

Wilcox, D.L., & Cameron, G.T. (2012).

Krujongrak.(2564). INFOGRAPHIC คืออะไร.จาก

<https://www.wynnsoftstudio.com/what-is->

infographic.

Thai Business Search. (2564). (อินโฟกราฟิกส์) คือ

อะไร? มีหลักการออกแบบอย่างไร? .เขาถึง
ได้จาก





ภาคผนวก ค
โปสเตอร์

INFOGRAPHICS

TO PROMOTE TOURISM IN THAILAND

อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

ผู้จัดทำ

นายจตุรงค์ ชีवालดำรงเจตน์ พนักงานที่ปรึกษา นายเฉลิมชัย จันทร์ภาสุภกุล อาจารย์ที่ปรึกษา กัทรกร จิรมหาโกศล

สถานที่ปฏิบัติงาน

บริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์(2010) จำกัด

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อศึกษาการจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- เพื่อให้ได้อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับ

- บริษัทรุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์(2010) จำกัดได้มีสื่ออินโฟกราฟิกส์ให้กับลูกค้า
- ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของสินค้าและบริการของบริษัท

บทคัดย่อ

โครงการอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำคือ

- 1) ศึกษาการจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 2) เพื่อให้ได้อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ก่อนหน้านี้สร้างผลกระทบให้กับธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำธุรกิจเสียหายขาดรายได้ เนื่องจากไม่มีผู้มาใช้บริการด้วยความกังวลในเรื่องของความปลอดภัย ของผู้ใช้บริการเองและมาตรการของภาครัฐที่เข้มงวดในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวนี้ แต่สถานการณ์โควิด-19 ขณะนี้ยอดผู้ติดเชื้อมีจำนวนลดลง รัฐบาลได้ดำเนินการผ่อนคลายมาตรการควบคุมเข้มงวดจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 ทำให้หลายภาคส่วนเริ่มเตรียมขับเคลื่อนมาตรการกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การใช้จ่ายของประชาชนการเดินทางจะสามารถกลับมาเริ่มต้นใหม่ได้ และเกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีประชาชนออก เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวใกล้ภูมิภาคนี้ ดังนั้นเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ขั้นตอนการทำอินโฟกราฟิกส์



- เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่จะจัดทำเป็นโปรแกรมทัวร์
- คัดเลือกรูปสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนำมาทำอินโฟกราฟิกส์
- เลือกแอปพลิเคชันที่จะจัดทำอินโฟกราฟิกส์ และกำหนดขนาด
- จัดรูปแบบ เลือกฟรอนท์ใส่รายละเอียดโปรแกรมทัวร์
- ปรับแต่งรูปแบบ เนื้อหา และตกแต่งให้สวยงาม

สรุปผลโครงการ



จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอโปรแกรมโดยการใช้อินโฟกราฟิกส์ในการนำเสนอข้อมูลโปรแกรมทัวร์ต่างๆ บน Social Media สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และลูกค้าอื่นๆ โดยการเข้ามาสอบถามรายละเอียดโปรแกรมทัวร์ที่นำเสนอผ่าน Facebook แต่ด้วยสถานการณ์โรคระบาดที่ไม่อาจคาดการณ์จึงทำให้ยอดการจองอยู่ ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้เท่าที่ควร

ผู้จัดทำจึงสนใจจัดทำอินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยให้กับบริษัท รุ่งเรืองทัวร์ ฮอลิเดย์ (2010) จำกัด เพื่อใช้เป็นสื่อในการสร้าง Content ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าผ่าน Facebook เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้



ภาคผนวก ง
ประวัติผู้จัดทำ



ประวัติผู้จัดทำ

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-สกุล นายจตุรงค์ ชัชวาลดำรงค์เจตน์
รหัสนักศึกษา 6004400133
ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ ศิลปศาสตร์
ที่อยู่ 698 ซอยเพชรเกษม 63 แขวงหลักสอง
เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160

