รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส

Public Relations Facebook Fanpage Sawasdee Thailand Travel through Recreation on The Bus

โดย

นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา 6204400014

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 119-413 การศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2565

หัวข้อโครงงาน	การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส Public Relations Facebook Fanpage Sawasdee Thailand Travel through Recreation on The Bus
รายชื่อผู้จัดทำ	นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา
ภาควิชา	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ

อนุมัติให้โครงงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2565

คณะกรรมการสอบโครงงาน

ศุภัตรา ฮวบเจริญ .....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณอัครเดช เสี้ยนเสริญ)

ยุวริน ศ .....กรรมการกลาง

(อาจารย์ยุวริน ศรีปาน)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมปะวัฒนะ)

จดหมายนำส่งรายงาน

1 พฤศจิกายน 2566

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ

ตามที่นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา นักศึกษาภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566 ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง "การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส"

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา จึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 2 เล่ม และ CD จำนวน 2 แผ่น เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

ผู้จัดทำ
นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา
นักศึกษาสหกิจศึกษา
ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติสหกิจศึกษา ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้ ประสบการณ์การทำงานต่างๆ และความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียน และสามารถนำความรู้ประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ที่ให้โอกาสผู้จัดทำเข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษา กรุณาเสียสละเวลาอบรม สอนงาน และช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณอัครเดช เสี้ยนเจริญ ผู้จัดการฝ่ายขาย
2. อาจารย์สุภัตรา ฮวบเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

และบุคคลที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และผู้ที่สนใจไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำความเข้าใจและพัฒนาโครงงานต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้ที่สนใจทั่วไปด้วย หากรายงานฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

ผู้จัดทำ
นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา
1 พฤศจิกายน 2566

ชื่อโครงงาน	:	การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส
หน่วยกิต	:	5
ผู้จัดทำ	:	นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ
ระดับการศึกษา	:	ปริญญาตรี
สาขาวิชา	:	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ	:	ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา	:	3 / 2565

บทคัดย่อ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ส่วนงานการประสานงาน และได้รับมอบหมายคิดกิจกรรมของการนันทนาการให้กับลูกค้าบนรถบัส และมัคคุเทศก์ ได้จัดทำโครงงานเรื่อง "การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส ผู้จัดทำได้เห็นปัญหา คือลูกค้าเหนื่อยล้าจากการเดินทางในแต่ละสถานที่ต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทางบนรถบัส และในขณะเดียวกันนั้นทางบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด มีปัญหาเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผู้จัดทำจึงได้คิดกิจกรรมเล่นเกมการนันทนาการบนรถบัส เช่น เกมพระราชา เพื่อสร้างบรรยากาศ และความสนุนสนานให้กับลูกค้า เป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การดำเนินการของผู้จัดทำได้แบ่งลูกค้าเป็น 3 กรุ๊ป โดยให้ลูกค้ากรุ๊ปที่ 1 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขาไป ลูกค้ากรุ๊ปที่ 2 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขากลับ และลูกค้ากรุ๊ปที่ 3 ทำกิจกรรมนันทนาการขาไปอีกครั้ง เพื่อสำรวจความแตกต่างในการให้ความสนใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กรุ๊ป

สรุปผลสำรวจการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการ ซึ่งพบว่าลูกค้าจากกรุ๊ปที่ 1 และกรุ๊ปที่ 3 ได้ให้ความสนใจกับการนันทนาการมากกว่ากรุ๊ปที่ 2 ทำให้หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล มีผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น มียอดผู้ติดตามทั้งหมด 2,483 คน และมียอดผู้ที่กดติดตามในปัจจุบันอยู่ที่ 2,516 คน

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ นันทนาการ

Project Title	:	Public Relations Facebook Fanpage Sawasdee Thailand Travel through Recreation on The Bus
Credits	:	5
By	:	Mr. Rattipong Kaeokanya
Advisor	:	Miss Supattra Huabcharoen
Degree	:	Bachelor of Arts
Major	:	Tourism and Hospitality Industry
Faculty	:	Liberal Arts
Semester / Academic Year	:	3 / 2022

Abstract

From my internship experience at Sawasdee Travel Group and Transport Limited, in the position of Sales Coordinator, part of my duties included coordinating sales activities and being assigned to organize recreational activities for customers on buses and at resorts. The objective r of this project was to public relations facebook fanpage Sawasdee Thailand Travel through recreation on the bus. One problem identified was that customers often felt tired from traveling to various destinations during bus journeys. The company also faced issues with insufficient public relations through recreation on the bus the Sawasdee Thailand Travel facebook fanpage. To address these issues, I proposed organizing recreational games on the buses, such as royal trivia games, to create a lively atmosphere and enhance customer engagement, thereby fostering good customer relations. The project involved dividing customers into three groups. Group 1 participated in recreational activities during the outbound journey, Group 2 during the return journey, and Group 3 during another outbound journey. This allowed us to observe differences in the level of interest among the three customer groups.

The survey results showed that customers from Groups 1 and 3 were more interested in the recreational activities compared to Group 2. As a result, the Sawasdee Thailand Travel Facebook Fan Page gained more followers, increasing from 2,483 to 2,516 followers.

Keywords: public relations, facebook fanpage, recreation

ศุภัตรา ฮวบเจริญ
Co-op Advisor

Approved by

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงงาน	2
1.3 ขอบเขตของโครงงาน	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
2.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ	3
2.2 ประวัติความเป็นมาของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด	4
2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด	5
2.4 แผนที่ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด	19
2.5 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	19
2.6 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา	20
2.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	21
2.8 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	21
2.9 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	22
2.10 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	22
บทที่ 3 การทบทวนเอกสาร / วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
3.1 นันทนาการ	23
3.2 การประชาสัมพันธ์	29
3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 แผนการปฏิบัติงานนันทนาการบนรถบัส 43

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานนันทนาการบนรถบัส 43

4.3 ผลสรุปจากการเปรียบเทียบก่อน - หลังประชาสัมพันธ์ 50

4.4 ผลสรุปตามวัตถุประสงค์ของโครงงาน 51

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลของโครงงาน 52

5.2 ข้อเสนอแนะโครงงานในการทำโครงงานในครั้งต่อไป 52

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก รูปภาพการปฏิบัติงาน

ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

ภาคผนวก ค บทความวิชาการ

ภาคผนวก ง โปสเตอร์

ประวัติผู้จัดทำ

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 : แสดงตารางอัตราให้บริการรถตู้ VIP 14
ตารางที่ 2.2 : แสดงตารางอัตราให้บริการรถมินิบัส SUPER VIP 16
ตารางที่ 2.3 : แสดงตารางอัตราให้บริการรถบัส SUPER VIP 18
ตารางที่ 2.4 : แสดงระยะเวลาในดำเนินงานของโครงงาน 21

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 2.1 : โลโก้ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล	3
รูปภาพที่ 2.2 : สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล	4
รูปภาพที่ 2.3 : จังหวัดเชียงใหม่	5
รูปภาพที่ 2.4 : จังหวัดนครราชสีมา	5
รูปภาพที่ 2.5 : จังหวัดประจวบศีรีขันธ์	6
รูปภาพที่ 2.6 : จังหวัดเพชรบุรี	6
รูปภาพที่ 2.7 : จังหวัดชลบุรี	6
รูปภาพที่ 2.8 : จังหวัดระยอง	7
รูปภาพที่ 2.9 : จังหวัดกระบี่	7
รูปภาพที่ 2.10 : จังหวัดพังงา	7
รูปภาพที่ 2.11 : จังหวัดภูเก็ต	8
รูปภาพที่ 2.12 : จังหวัดสุราษฎร์ธานี	8
รูปภาพที่ 2.13 : ประเทศพม่า	9
รูปภาพที่ 2.14 : ประเทศลาว	9
รูปภาพที่ 2.15 : ประเทศกัมพูชา	10
รูปภาพที่ 2.16 : ประเทศเวียดนาม	10
รูปภาพที่ 2.17 : ประเทศสิงคโปร์	10
รูปภาพที่ 2.18 : ประเทศจีน	11
รูปภาพที่ 2.19 : ประเทศฮ่องกง	11
รูปภาพที่ 2.20 : ประเทศไต้หวัน	11
รูปภาพที่ 2.21 : ประเทศเกาหลี	12
รูปภาพที่ 2.22 : ประเทศญี่ปุ่น	12
รูปภาพที่ 2.23 : ประเทศสวิสเซอร์แลนด์	12
รูปภาพที่ 2.24 : ประเทศฝรั่งเศส	13
รูปภาพที่ 2.25 : รถตู้ VIP	13
รูปภาพที่ 2.26 : รถมินิบัส SUPER VIP	15
รูปภาพที่ 2.27 : รถบัส SUPER VIP	17
รูปภาพที่ 2.28 : แผนที่ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด	19

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
รูปภาพที่ 2.29 : นักศึกษาสหกิจศึกษา	19
รูปภาพที่ 2.30 : พนักงานที่ปรึกษา	20
รูปภาพที่ 3.1 : Identity Network	38
รูปภาพที่ 3.2 : Creative Network	38
รูปภาพที่ 3.3 : Passion Network	39
รูปภาพที่ 3.4 : Collaboration Network	39
รูปภาพที่ 3.5 : Virtual Reality	40
รูปภาพที่ 3.6 : Professional Network	40
รูปภาพที่ 4.1 : ทริปกรุงเทพฯ - พัทยา One Day Trip ณ วันที่ 29 มิถุนายน 2566	43
รูปภาพที่ 4.2 : ทริปสมุทรสาคร - ราชบุรี 2 วัน 1 คืน ณ วันที่ 12 กันยายน 2566	45
รูปภาพที่ 4.3 : ทริปกรุงเทพฯ - ปราณบุรี 3 วัน 2 คืน ณ วันที่ 20 กันยายน 2566	47
รูปภาพที่ 4.4 : ก่อนการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ	49
รูปภาพที่ 4.5 : หลังการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ	50

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวกำลังกลับมาฟื้นตัว มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการเดินทาง รวมถึงเริ่มมีหน่วยงานต่าง ๆ กลับมาจัดกิจกรรมทัศนศึกษา ฝึกอบรม นันทนาการ และจัดทริป Outing กันตามปกติ หลังจากที่ห่างหายกันไปนานในช่วงของโควิด 19 ซึ่งอาจทำให้ต้องมีผู้รับหน้าที่ในการจัดหารถบัสเช่า รวมถึงจัดกิจกรรมเล่นเกมต่าง ๆ เพื่อให้การเดินทางนั้นมีความสนุกสนาน ช่วยลดความน่าเบื่อของการเดินทาง และช่วยสร้างความประทับใจแบบไม่มีวันลืมให้กับผู้ร่วมเดินทาง นันทนาการ คือกิจกรรม หรือ เกมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในขณะเดินทาง โดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์มากมาย เป็นเกมที่เล่นง่าย ๆ ไม่ยุ่งยาก และไม่ซับซ้อน ไม่เน้นการเคลื่อนไหวมาก แต่สามารถทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมเกิดการให้ความสนใจ เกิดการตื่นตัว สร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน และสร้างความเป็นกันเอง ซึ่งจะช่วยทำให้ผู้ร่วมเดินทางเกิดความประทับใจ และได้มีส่วนร่วม ถึงแม้จะอยู่ในพื้นที่ที่จำกัด เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนจะนำเข้าสู่กิจกรรมอื่น ๆ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ในส่วนงานการประสานงาน และได้รับมอบหมายคิดกิจกรรมของการนันทนาการให้กับลูกค้าบนรถบัส และมัคคุเทศก์ ผู้จัดทำได้เห็นปัญหา คือลูกค้าเหนื่อยล้าจากการเดินทางในแต่ละสถานที่ต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทางบนรถบัส จึงได้มีการจัดกิจกรรมนันทนาการเพิ่มความสนุกสนานให้กับลูกค้า แต่ในขณะเดียวกันนั้นทางบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด มีปัญหาเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล จึงได้ทำนันทนาการให้เป็นการประชาสัมพันธ์ไปพร้อม ๆ กัน โดยใช้การกดไลก์ กดแชร์ เป็นเครื่องมือการทำกิจกรรม และมอบของรางวัลตอบแทน

จากปัญหา และโอกาส ผู้จัดทำได้นำความรู้ที่ได้ศึกษา เพื่อเป็นการที่ไม่ให้ความเหนื่อยเมื่อยล้าทางร่างกาย จากการเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ จึงได้คิดกิจกรรมเล่นเกมการนันทนาการบนรถบัส เช่น เกมพระราชา เพื่อสร้างบรรยากาศ ความสนุกสนาน และเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และถ้าจะให้สนุกมากขึ้นในแต่ละเกมลงโทษและผู้ชนะ จะได้รับของรางวัลของทางบริษัท หรือ จะเป็นการเก็บแต้มนับคะแนนในแต่ละวันของการออกทริป และเป็นรับรู้การประชาสัมพันธ์จากเฟซบุ๊ก แฟนเพจจากลูกค้าไลก์ และแชร์

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงงาน

เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส

1.3 ขอบเขตของโครงงาน

1.3.1 ขอบเขตด้านสถานที่

บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ที่กดไลก์ กดแชร์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล และผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กทั่ว ๆ ไป

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566

1.3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหาและข้อมูล

- ศึกษาข้อมูลแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก และนันทนาการบนรถบัส
- ศึกษาการประชาสัมพันธ์การโปรโมทที่ถูกวิธี

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทำให้มีการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างมัคคุเทศก์กับลูกค้า และสร้างความคุ้นเคยในระหว่างที่อยู่บนรถบัสได้

1.4.2 ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.4.3 เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างการดำเนินการกิจกรรมนำเที่ยวให้มัคคุเทศก์ทุกคนสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการจัดกิจกรรมบนรถบัสได้

บทที่ 2
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

2.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ	:	บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด SAWASDEE TRAVEL GROUP AND TRANSPORT CO.,LTD
สถานที่ตั้ง	:	เลขที่ 99/19 ถนนโยธาธิการ ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
โทรสาร	:	02 076 0466
โทรศัพท์	:	097 105 0466
อีเมล์	:	sawasdeethailandtravel@gmail.com
เว็บไซต์	:	https://www.sawasdeethailandtravel.com
เฟซบุ๊ก	:	https://www.facebook.com/sawasdeethailandtravel/
ไลน์ ไอดี	:	@sawasdeethailand

รูปภาพที่ 2.1 : โลโก้ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

ที่มา : https://www.facebook.com/sawasdeethailandtravel/

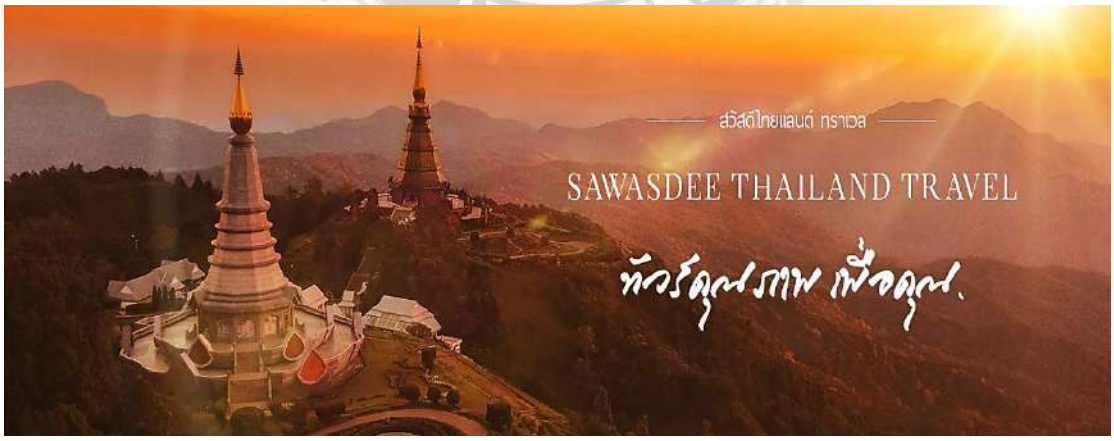
2.2 ประวัติความเป็นมาของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ประเทศไทยของเรานั้น นับเป็นประเทศที่เต็มไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย ทั้งในด้านขนมธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เดินทางท่องเที่ยวทั่วประเทศ ซึ่งทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นอย่างมาก รวมถึงทำให้ทั่วโลกได้รู้จักประเทศไทยมากขึ้น ผ่านทางช่องทางการท่องเที่ยว

คุณชุมพล สิงห์เมืองพล พร้อมทีมงานที่มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ทางด้านการจัดธุรกิจ ท่องเที่ยวมานานนับ 10 ปี ได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประตูด่านแรกที่คนทั่วโลกจะคิดถึงประเทศไทย จึงได้เปิดดำเนินการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย ในนาม "สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล" เพื่อรับรองนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างมากมาย

เราให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ และทีมงานของเรา "สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล" ยังมีนโยบายอย่างแน่วแน่ที่จะช่วยส่งเสริม อนุรักษ์ รักษา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ของผู้คนในท้องถิ่น รวมถึงธรรมชาติที่สวยงามของเมืองไทยเอาไว้ เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสืบต่อไป และในปัจจุบันไทยนได้เข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียน ซึ่งหมายถึงความสำคัญของประเทศไทย และประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นี้ จะมีมากขึ้น และมีการหมุนเวียนแลกเปลี่ยนทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งกันและกันอย่างเข้มข้น

เรา "สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล" หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะมีโอกาสได้ให้บริการนำพาท่านครอบครัวของท่าน รวมถึงองค์กรของท่าน เดินทางท่องเที่ยวไทย และทั่วโลก ด้วยความมุ่งมั่นที่ว่า "ทัวร์คุณภาพ เพื่อคุณ"



รูปภาพที่ 2.2 : สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

1. ท่องเที่ยวในประเทศ

"เมืองไทย" เมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นจุดหมายปลายทางในฝันของคนทั่วโลก มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ทั้งภูเขา น้ำตก ทะเล

บรรยากาศโรแมนติก แอดเวนเจอร์ ประเพณี วัฒนธรรมที่น่าหลงใหล ตื่นตาตื่นใจ และชวนประทับใจไม่เพียงแค่นั้น อาหารไทย รอยยิ้มของคนไทย ยังคงความประทับใจให้แก่ทุกคนที่มาเยือนเมืองไทยเก็บไว้เป็นความทรงจำที่สวยงามตลอดไป

เรา สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ยินดีนำลูกค้าทุกท่านออกเดินทางมุ่งหาความสุข ความประทับใจ และสุดฟินกับวันเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวกับเรา

"สวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล" ทัวร์คุณภาพ เพื่อคุณ

1.1) เมืองหลัก

- จังหวัดเชียงใหม่

รูปภาพที่ 2.3 : จังหวัดเชียงใหม่

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดนครราชสีมา

รูปภาพที่ 2.4 : จังหวัดนครราชสีมา

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดประจวบศีรีขันธ์

รูปภาพที่ 2.5 : จังหวัดประจวบศีรีขันธ์

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดเพชรบุรี

รูปภาพที่ 2.6 : จังหวัดเพชรบุรี

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดชลบุรี

รูปภาพที่ 2.7 : จังหวัดชลบุรี

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดระยอง

รูปภาพที่ 2.8 : จังหวัดระยอง

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดกระบี่

รูปภาพที่ 2.9 : จังหวัดกระบี่

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดพังงา

รูปภาพที่ 2.10 : จังหวัดพังงา

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดภูเก็ต

รูปภาพที่ 2.11 : จังหวัดภูเก็ต

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- จังหวัดสุราษฎร์ธานี

รูปภาพที่ 2.12 : จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

1.2) เมืองรอง

- จังหวัดอุดรธานี เชียงราย ลพบุรี สุพรรณบุรี อุบลราชธานี นครนายก หนองคาย สระแก้ว เลย ตราด จันทบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม บุรีรัมย์ ตรัง ปราจีนบุรี สุโขทัย ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน แพร่ ชัยนาท น่าน อ่างทอง อุทัยธานี พะเยา สิงห์บุรี

2. ท่องเที่ยวต่างประเทศ

เรา "สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล" นำท่านเที่ยวทั่วโลกแบบสบายกระเป๋า นอนดี กินอิ่ม เที่ยวครบ จบแบบแฮปปี้ ฟินสุด ๆ กับเส้นทางท่องในฝัน ลั้นลา เฮฮา ช้อปปิ้ง ชมธรรมชาติ ไหว้พระทำบุญ และกิจกรรมมากมาย พร้อมจัดท่องเที่ยว ศึกษาดูงาน ตามงบประมาณของลูกค้า ในราคาสบาย ๆ ... ไปกับเรา "สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล" ทัวร์คุณภาพ เพื่อคุณ และบริษัทซีโก้ ทราเวล จำกัด ทัวร์คุณภาพ บริการด้วยใจ ในราคามิตรภาพ

- ประเทศพม่า

รูปภาพที่ 2.13 : ประเทศพม่า

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศลาว

รูปภาพที่ 2.14 : ประเทศลาว

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศกัมพูชา

รูปภาพที่ 2.15 : ประเทศกัมพูชา

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศเวียดนาม

รูปภาพที่ 2.16 : ประเทศเวียดนาม

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศสิงคโปร์

รูปภาพที่ 2.17 : ประเทศสิงคโปร์

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศจีน

รูปภาพที่ 2.18 : ประเทศจีน

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศฮ่องกง

รูปภาพที่ 2.19 : ประเทศฮ่องกง

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศไต้หวัน

รูปภาพที่ 2.20 : ประเทศไต้หวัน

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศเกาหลี

รูปภาพที่ 2.21 : ประเทศเกาหลี

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศญี่ปุ่น

รูปภาพที่ 2.22 : ประเทศญี่ปุ่น

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศสวิสเซอร์แลนด์

รูปภาพที่ 2.23 : ประเทศสวิสเซอร์แลนด์

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

- ประเทศฝรั่งเศส

รูปภาพที่ 2.24 : ประเทศฝรั่งเศส

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

3. จองรถ

- รถตู้ VIP

รูปภาพที่ 2.25 : รถตู้ VIP

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

มีการให้บริการรถตู้ VIP แบบ 9 - 13 ที่นั่ง ให้กับลูกค้าทุกท่าน มีดังนี้

- ✓ รถ Toyato Commutor
- ✓ ระบบแอร์ไฟฟ้า
- ✓ ระบบ GPS

มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน มีดังนี้

- ประกันอุบัติชั้น 1
- USB ชาร์จแบต
- เบาะปรับนอนสบายกาย
- มีถังน้ำแข็งเตรียมพร้อม
- เครื่องเสียง

- ไฟส่องสว่าง
- ตกแต่งหรูหราแบบ VIP
- บริการด้วยมิตรไมตรี
- ราคาเป็นกันเอง

ตารางที่ 2.1 : แสดงตารางอัตราให้บริการรถตู้ VIP

อัตราให้บริการรถตู้ VIP		
พื้นที่การให้บริการ	**ระยะทาง**	**ราคา**
กรุงเทพมหานคร	รับ หรือ ส่ง จุดเดียว	1,500 บาท (รวมน้ำมัน+ทางด่วน)
สนามบิน	รับ หรือ ส่ง จุดเดียว	1,300 บาท (รวมน้ำมัน+ทางด่วน)
กรุงเทพฯ - ต่างจังหวัด	ไม่จำกัด	1,800 บาท
ต่างจังหวัด - ขึ้นเขา	ไม่จำกัด	2,000 บาท

ข้อมูลเพิ่มเติม

- อัตราราคาข้างต้นนี้ เป็นอัตราราคาเช่ารถตู้ VIP ต่อ 1 วันเท่านั้น
- อัตราราคาดังกล่าวนี้ เป็นอัตราราคาในการให้บริการเฉพาะค่าเช่ารถตู้ VIP เท่านั้น ยังไม่รวมค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าที่จอดรถตู้ และค่าภาษี
- หากเช่าค้างคืน ทางลูกค้าต้องชำระค่าที่พักให้กับพนักงานขับรถ คืนละ 500 บาท/คืน ยกเว้นลูกค้ามีที่พักให้
- ระยะเวลาการให้บริการรถตู้ VIP วันละ 12 ชั่วโมง
- หากใช้บริการรถตู้ VIP เกินเวลาดังกล่าวจะต้องชำระค่าล่วงเวลา (Over Time) ชั่วโมงละ 150 บาท
- หากเกินเวลา 01.00 น. ของวันถัดไป จะคิดค่าบริการเพิ่ม 1 วัน (เนื่องจากไม่สามารถรับงานของวันต่อไปได้)

หมายเหตุ : ราคาดังกล่าวนั้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับสภาพการจราจร และสภาพภูมิอากาศ โดยเราจะเล็งเห็นถึงประโยชน์ของท่านลูกค้าเป็นหลัก

- 3.2 รถมินิบัส SUPER VIP

รูปภาพที่ 2.26 : รถมินิบัส SUPER VIP

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

มีการให้บริการรถมินิบัส SUPER VIP แบบ Exclusive 20 ที่นั่ง ให้กับลูกค้าทุกท่าน มีดังนี้

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

มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน มีดังนี้

- ประกันอุบัติชั้น 1
- Free Wi - Fi
- USB ชาร์จแบตได้ทุกที่นั่ง
- เบาะปรับนอนสบายกาย
- ที่วางทานอาหารส่วนตัว
- มีถังน้ำแข็งเตรียมพร้อม
- เครื่องเสียงคาราโอเกะ
- ไฟส่องสว่างอ่านหนังสือ
- ตกแต่งหรูหราแบบ VIP

ตารางที่ 2.2 : แสดงตารางอัตราให้บริการรถมินิบัส SUPER VIP

อัตราให้บริการรถมินิบัส SUPER VIP		
พื้นที่การให้บริการ	**ระยะทาง**	**ราคา**
กรุงเทพมหานคร	รับ หรือ ส่ง จุดเดียว	5,000 บาท
สนามบิน	รับ หรือ ส่ง จุดเดียว	5,000 บาท
กรุงเทพฯ - ต่างจังหวัด	ไม่จำกัด	5,000 บาท

สวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล บริการด้วยมิตรไมตรี สะดวก สะอาด ปลอดภัย มั่นใจในมาตรฐาน

Amazing Thailand Safey and Health Administration

ข้อมูลเพิ่มเติม

- อัตราราคาข้างต้นนี้ เป็นอัตราราคาเช่ารถมินิบัส SUPER VIP ต่อ 1 วันเท่านั้น
- อัตราราคาดังกล่าวนี้ เป็นอัตราราคาในการให้บริการพร้อมคนขับ ไม่รวมค่าน้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าที่จอดรถตู้ และค่าภาษี
- การให้บริการ Free Wi - Fi อาจจะมีสัญญาณ ไม่ครอบคลุมในบางพื้นที่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสัญญาณของระบบผู้ให้บริการ
- ระยะเวลาการให้บริการรถมินิบัส SUPER VIP วันละ 12 ชั่วโมง
- หากใช้บริการรถมินิบัส SUPER VIP เกินเวลาดังกล่าวจะต้องชำระค่าล่วงเวลา (Over Time) ชั่วโมงละ 300 บาท
- หากเกินเวลา 01.00 น. ของวันถัดไป จะคิดค่าบริการเพิ่ม 1 วัน (เนื่องจากไม่สามารถรับงานของวันต่อไปได้)

หมายเหตุ : ราคาดังกล่าวนั้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรและสภาพภูมิอากาศ โดยเราจะเล็งเห็นถึงประโยชน์ของท่านลูกค้าเป็นหลัก

- 3.3 รถบัส SUPER VIP

รูปภาพที่ 2.27 : รถบัส SUPER VIP

ที่มา : https://www.sawasdeethailandtravel.com

มีการให้บริการรถบัส SUPER VIP 2 ชั้น แบบ Exclusive 45 - 50 ที่นั่ง ให้กับลูกค้าทุกท่าน มีดังนี้

- ✓ รถ SCANIA
- ✓ ระบบแอร์ไฟฟ้า
- ✓ ระบบ CCTV 4 จุด
- ✓ ระบบ GPS
- ✓ ระบบเบรก ABS
- ✓ ระบบทรงตัวอัจฉริยะ
- ✓ ระบบขึ้นทางชัน และลงเขา
- ✓ ระบบวัสดุป้องกันลามไฟ

มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน มีดังนี้

- ประกันอุบัติชั้น 1
- USB ชาร์จแบตได้ทุกที่นั่ง
- เบาะปรับนอนสบายกาย
- มีถังน้ำแข็งเตรียมพร้อม
- เครื่องเสียงคาราโอเกะ
- ตกแต่งหรูหราแบบ VIP
- บริการด้วยมิตรไมตรี
- ราคาเป็นกันเอง

ตารางที่ 2.3 : แสดงตารางอัตราให้บริการรถบัส SUPER VIP

อัตราให้บริการรถบัส SUPER VIP		
พื้นที่การให้บริการ	**ระยะทาง**	**ราคา**
กรุงเทพมหานคร	รับ หรือ ส่ง จุดเดียว	10,000 บาท
กรุงเทพฯ - ปริมณฑล	ไม่เกิน 200 กม.	15,000 บาท
ต่างจังหวัด	เกิน 200 กม.	17,000 บาท
ต่างจังหวัด - ขึ้นเขา	เกิน 300 กม. ขึ้นไป	ขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทาง และการใช้รถในแต่ละวัน

หากเป็นการเช่าค้างคืน ราคาเช่าในวันถัดไปจะลดลง

เช่น เช่ารถบัส SUPER VIP 3 วัน 2 คืน คิดค่าบริการวันแรก 14,000 บาท

วันที่ 2 และวันที่ 3 คิดค่าบริการ วันละ 10,000 บาท รวมเป็น 34,000 บาท

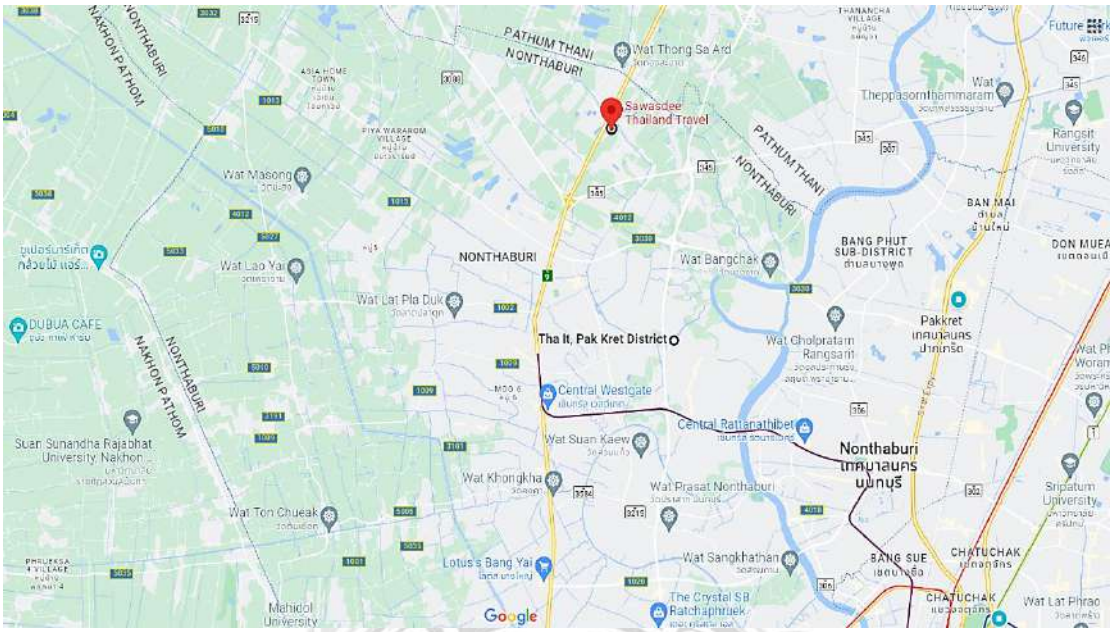
ข้อมูลเพิ่มเติม

- อัตราราคาข้างต้นนี้ เป็นอัตราราคาเช่ารถบัส SUPER VIP ต่อ 1 วันเท่านั้น
- อัตราราคาดังกล่าวนี้ เป็นอัตราราคาในการให้บริการพร้อมคนขับ ผู้ช่วยคนขับ รวมค่าน้ำมัน
- การให้บริการ Free Wi - Fi อาจจะมีสัญญาณ ไม่ครอบคลุมในบางพื้นที่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสัญญาณของระบบผู้ให้บริการ
- ระยะเวลาการให้บริการรถบัส SUPER VIP วันละ 12 ชั่วโมง
- หากใช้บริการรถบัส SUPER VIP เกินเวลาดังกล่าวจะต้องชำระค่าล่วงเวลา (Over Time) ชั่วโมงละ 500 บาท
- หากเกินเวลา 01.00 น. ของวันถัดไป จะคิดค่าบริการเพิ่ม 1 วัน (เนื่องจากไม่สามารถรับงานของวันต่อไปได้)

หมายเหตุ : ราคาดังกล่าวนั้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับสภาพการจราจรและสภาพภูมิอากาศ โดยเราจะเล็งเห็นถึงประโยชน์ของท่านลูกค้าเป็นหลัก

2.4 แผนที่ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ที่ตั้ง : เลขที่ 99/19 ถนนโยธาธิการ ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110



รูปภาพที่ 2.28 : แผนที่ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

2.5 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ชื่อ - นามสกุล	:	นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา
ตำแหน่ง / ส่วนงาน	:	ผู้ประสานงานฝ่ายขาย
ระยะเวลาปฏิบัติงาน	:	ระหว่างวันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566

รูปภาพที่ 2.29 : นักศึกษาสหกิจศึกษา

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

1. รับโทรศัพท์ ส่งแฟกซ์ ถ่ายเอกสาร
2. ติดต่อโรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
3. ทำป้ายชื่อ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล อุปกรณ์เล่นเกม
4. ทำการจองโรงแรม ร้านอาหาร การแสดง และสถานที่ท่องเที่ยว
5. เตรียมอุปกรณ์สำหรับการออกทัวร์
6. ออกปฏิบัติงานเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์
7. เป็นผู้ประสานงานกรุ๊ป ติดต่อสถานที่ต่าง ๆ ในระหว่างออกทัวร์
8. จัดทำรายการนำเที่ยว และคิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขายทัวร์

2.6 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อ - นามสกุล	:	คุณอัครเดช เสี้ยนเสริญ
ตำแหน่ง / ส่วนงาน	:	ผู้จัดการฝ่ายขาย
โทรศัพท์	:	097 161 7366
ไลน์ ไอดี	:	maew.sawasdee
อีเมล์	:	sawasdeethailandtravel3@gmail.com

รูปภาพที่ 2.30 : พนักงานที่ปรึกษา

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

2.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานโครงงานสหกิจศึกษา ได้ใช้เวลาในการปฏิบัติงานในภาคเรียนที่ 3 ปีการศึกษา 2565 เริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566 เป็นระยะเวลา 15 สัปดาห์ ภายใน 1 วันทำงาน 10 ชั่วโมงรวมเวลาพัก ซึ่งจะปฏิบัติงาน 5 วันต่อสัปดาห์ วันหยุด 2 วันต่อสัปดาห์

2.8 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

2.8.1 คิดหัวข้อโครงงานโดยพิจารณาจากปัญหาที่พบขณะปฏิบัติหน้าที่ และสิ่งที่ต้องการอยากนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

2.8.2 นำเสนอหัวข้อโครงงานที่คิดเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน เพื่อรับฟังคำแนะนำและดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง

2.8.3 ค้นคว้าข้อมูล และดำเนินการตามหัวข้อเรื่อง "การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส" ที่ได้เสนอไว้

2.8.4 ตรวจสอบการเข้าถึง และผลตอบรับการดำเนินการ เพื่อทราบถึงความสนใจของกลุ่มลูกค้าของกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้

2.8.5 สรุปผลได้จากการดำเนินโครงงานรวบรวมข้อมูล และผลที่ได้จากการดำเนินโครงงานมาทำการสรุป และเรียบเรียงให้ถูกต้องตามหัวข้อโครงงาน

2.8.6 จัดทำเอกสาร เพื่อนำเสนอโครงงานนี้ โดยจัดทำเป็นรูปเล่มรายงานเรียงตามลำดับทั้ง 5 บท รวมถึงเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องพร้อมนำเสนอในรูปแบบ Power Point

ตารางที่ 2.4 : ตารางแสดงรายละเอียดระยะเวลาดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. คิดหัวข้อโครงงาน	→	→			
2. นำเสนอหัวข้อโครงงาน	→	→			
3. ค้นคว้าข้อมูล และดำเนินการตามหัวข้อที่เสนอไว้		→	→		
4. ตรวจสอบการเข้าถึง และผลตอบรับการดำเนินการ		→	→		
5. จัดทำแบบประเมินเพื่อทำการสำรวจ			→	→	
6. จัดทำรูปเล่มโครงงาน				→	→

2.9 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

2.9.1 ได้นำความรู้ที่เรียนมาได้มาปฏิบัติงานจริง

2.9.2 สามารถเลือกสายอาชีพได้ถูกต้องตรงตามความถนัดของตนเอง

2.9.3 เรียนรู้ และพัฒนาตนเอง ที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น รับผิดชอบ และมั่นใจในตนเองมากขึ้น ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการ

2.9.4 ได้ลงไปปฏิบัติงานจริง และแก้ไขกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

2.9.5 นำเอาความรู้ที่ได้จากมหาวิทยาลัยออกใช้กับสถานที่ทำงานได้จริง

2.10 ข้อเสนอแนะของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

2.10.1 เพิ่มเติมความสามารถในด้านการใช้คำพูดเป็นแรงโน้มนาว

2.10.2 เพิ่มเติมความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

2.10.3 เพิ่มความละเอียดรอบคอบในการทำงาน และในงานที่ได้รับมอบหมาย

2.10.4 เพิ่มการจดบันทึกรายการงานที่ต้องทำ เพื่อป้องกันการลืม

2.10.5 ระบบการทำงานจริงในสถานประกอบการนั้น ความตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบเป็นที่สำคัญมาก

บทที่ 3
การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำโครงงานสหกิจศึกษาเรื่อง "การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส ทางผู้จัดได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

3.1 นันทนาการ

3.2 การประชาสัมพันธ์

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 นันทนาการ

นิธิ เหมกุล (2565, 24 มิถุนายน) ได้กล่าวว่า นันทนาการ เป็นคำมาจากคำเดิมว่า "สันทนาการ" ซึ่งพระยาอนุมานราชธน หรือ เสถียรโกเศศได้บัญญัติไว้เมื่อปีพ.ศ. 2507 และตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า "Recreation" ดังนั้น คำว่า นันทนาการ หมายถึง 1) กิจกรรม (Activities) ต่างๆ ที่บุคคลเข้าร่วมในช่วงเวลาว่าง โดยไม่มีการบังคับหรือเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ มีผลก่อให้เกิดการพัฒนาอารมณ์สุข สนุกสนานหรือความสุขสงบ และกิจกรรมนั้นๆ จะต้องเป็นกิจกรรมที่สังคมยอมรับ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลาย เช่น กิจกรรมศิลปหัตกรรม การอ่าน การเขียน กิจกรรมอาสาสมัคร ศิลปวัฒนธรรม งานอดิเรก เกม กีฬา การละคร ดนตรี กิจกรรมเข้าจังหวะ และนันทนาการกลางแจ้งนอกเมือง 2) กระบวนการ (Process) หรือ ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับโดยอาศัยกิจกรรมนันทนาการในช่วงเวลาว่างเป็นสื่อ ก่อให้เกิดการพัฒนา หรือ ความเจริญงอกงามทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของบุคคล และเป็นสถาบันทางสังคม หรือ แหล่งศูนย์กลางของสังคม เพื่อให้บุคคล หรือ สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ และพัฒนาทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสังคม ซึ่งโดยปกติรัฐมีหน้าที่จัดแหล่งนันทนาการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สวนสาธารณะในเมือง สวนหย่อม ศูนย์เยาวชน ห้องสมุดสำหรับประชาชน ดนตรีสำหรับประชาชน วนอุทยาน และอุทยานแห่งชาติ การทำให้ชีวิตสดชื่น โดยการเสริมสร้างพลังงานขึ้นใหม่ หลังจากที่ร่างกายใช้พลังงาน เกิดเป็นความเหนื่อยเมื่อยล้าทางร่างกาย จิตใจ และทางสมอง เมื่อบุคคลเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการจะช่วยขจัด หรือ ผ่อนคลายความเหนื่อยเมื่อยล้าทางด้านร่างกายและจิตใจ ในความหมายนี้ นันทนาการจึงเป็นการตอบสนองความต้องการทางกายและจิตใจของบุคคลได้อย่างแท้จริง

ดังนั้นกิจกรรมนันทนาการจึงหมายถึง กิจกรรมที่ทำในเวลาว่างจากการทำภารกิจส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การกิน การนอน การพักผ่อน โดยทุกกิจกรรมต้องทำด้วยความเต็มใจโดยไม่มีการบังคับ และเกิดประโยชน์ต่อตนเอง และผู้อื่น

องค์ประกอบที่สำคัญของนันทนาการ ประกอบด้วย

1. เป็นกิจกรรม (Activity)
2. ทำในเวลาว่าง (Leisure Time)
3. โดยความสมัครใจ (Voluntary)
4. ให้ความสุขเพลิดเพลิน (Pleasure)
5. ถูกต้องตามกฎหมาย และวัฒนธรรม ประเพณี (In Law, Culture and Tradition)

ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ

ศศิธร เจตานนท์ (2563, 12 สิงหาคม) ได้กล่าวว่า กิจกรรมนันทนาการสามารถแบ่งออกได้เป็น 12 ประเภท มีดังนี้

1. นันทนาการประเภทการฝีมือและศิลปหัตถกรรม (Arts in Crafts in Recreation)

ความหมาย : การประดิษฐ์ต่าง ๆ ด้วยมือ และกิจกรรมประเภทศิลปะที่ทำขึ้นด้วยมือ ที่ทำขึ้นในเวลาว่าง และไม่เป็นกิจกรรมประเภทอาชีพ ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทฝีมือ และศิลปหัตถกรรมทั้งสิ้น

วัตถุประสงค์ : เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ใช้เวลาว่างให้มีประโยชน์

ตัวอย่าง : การปั้น การสลัก จักสาน เย็บปักถักร้อย การประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

2. นันทนาการประเภทเกม และการละเล่น (Games and Folks in Recreation)

ความหมาย : การเล่นที่มีกติกาง่าย ๆ วิธีเล่นได้รับการเผยแพร่จนเป็นที่รู้จัก สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย

วัตถุประสงค์ : เพื่อความสนุกสนาน ร่วมแรงร่วมใจทำ และการละลายพฤติกรรมของกลุ่ม

ตัวอย่าง : เกมต่าง ๆ การละเล่นพื้นบ้าน

3. นันทนาการประเภทเกมกีฬา กรีฑา (Athletic in Recreation)

ความหมาย : เป็นกิจกรรมนันทนาการที่ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลาย ให้ประโยชน์มากที่สุดแก่ผู้เข้าร่วม กิจกรรมประเภทเกมกีฬา กรีฑานี้ อาจแบ่งได้ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1) กิจกรรมแจ้ง (Outdoor Games) กิจกรรมประเภทนี้ ได้แก่ เกมกีฬาที่ต้องใช้สนามกลางแจ้ง

2) กิจกรรมในร่ม (Indoor Games) ได้แก่ กิจกรรมที่เล่นในห้อง นันทนาการ หรือ พื้นที่จำกัด

วัตถุประสงค์ : ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน สร้างพันธภาพที่ดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพ

ตัวอย่าง : ฟุตบอล วอลเลย์บอล บาสเกตบอล ตะกร้อ กอล์ฟ เทนนิส และกิจกรรมที่เล่นกลางแจ้งทั้งหลาย และวอลเลย์บอล บาสเก็ตบอลในร่ม โบว์ลิ่ง จนถึงกิจกรรมเบา ๆ เช่น หมากรุก หมากฮอส เทเบิลเทนนิส และบอร์ดเกม

เกมนันทนาการในร่มบนรถบัส

1. เกมพระราชา เป็นเกมที่หลาย ๆ คนอาจจะคุ้นเคยกับเกมนี้ และเชื่อว่าเป็นเกมที่เคยเล่นกันอยู่บ่อย ๆ เพราะเป็นเกมยอดฮิตที่มักนำไปเล่นในปาร์ตี้ หรือ เล่นกันในกลุ่ม ซึ่งหากนำมาเล่นปรับเล่นบนรถบัสก็สนุกไม่แพ้กัน โดยวิธีการเล่น จะต้องมีผู้เล่นมากกว่า 3 คนขึ้นไป ทำฉลากให้เท่ากับจำนวนคนที่เล่น แต่มีมีเพียง 1 ใบเท่านั้น ที่เขียนคำว่าพระราชา ใบอื่นจะเขียนเป็นตัวเลขหรือตัวอักษรไว้ก็ได้ โดยคนที่จับได้ใบที่เขียนว่า "พระราชา" สามารถสั่งให้คนอื่น ๆ ทำสิ่งใดก็ได้ตามแต่ใจต้องการ ส่วนคนที่โดนคำสั่งจากพระราชา หากไม่ทำตามจะต้องถูกลงโทษแล้วแต่พระราชาจะลงโทษ

2. เกม Chayen เป็นเกมใบ้คำให้บริการโดยค่าย Chayen เกมนี้ เป็นเกมเล่นได้หลายคน ซึ่งมีหมวดหมู่ให้เลือกเยอะมาก ๆ เช่น อาหารไทย ชื่อประเทศ และอื่น ๆ อีกมากมาย โดยเราจะต้องทำการทายคำจากการบอกใบ้ของคนใบ้ให้ได้มากที่สุด ภายในระยะเวลาที่กำหนดว่าใครทายได้มากที่สุดก็ชนะไปเลย แล้วจะให้รางวัลผู้ชนะ หรือ ลงโทษคนแพ้กันยังไงก็ตามแต่กติกาที่ตั้งไว้

4. นันทนาการประเภทดนตรี และร้องเพลง (Music in Recreation)

ความหมาย : การแสดงทางดนตรี หรือ เสียงเพลง ดนตรี (Music) ได้ชื่อว่าเป็นภาษาสากล เป็นสื่อกลางให้ทุกคนได้เข้าใจกันและกัน เป็นเครื่องปลอบประโลมใจ ให้เพลิดเพลินสนุกสนานไปกับเสียงดนตรีนั้น ทั้งนี้รวมเอาการร้องเพลงด้วย จะเป็นนักร้องเดี่ยวร้องหมู่ก็ตาม รวมไปถึงการร้องเพลงแบบคาราโอเกะ (Karaoke) ดนตรีเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกิจกรรมนันทนาการ งานที่มีกิจกรรมบันเทิงใจต้องมีดนตรี เรามีดนตรีไทยเดิม มีเครื่องดนตรีไทยแท้ ๆ เล่นเพลงไทย และดนตรีไทย - สากล

วัตถุประสงค์ : เพื่อความสนุกสนาน ครื้นเครง เพลิดเพลิน ผ่อนคลาย และการบำบัด รักษาโรค

ตัวอย่าง : การเล่นดนตรี การให้จังหวะเป็นเสียงดนตรี การขับร้องเพลง การร้องเพลงคาราโอเกะ การฟังเพลง และดนตรี

5. นันทนาการประเภทละคร ภาพยนตร์ (Drama in Recreation)

ความหมาย : การแสดงต่าง ๆ ที่เป็นไปในแบบของการละคร จะบนเวที หรือ ไม่ก็ตามผู้เล่นผู้ดูได้รับความสนุกเพลิดเพลินก็จัดว่ากิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ : การมีส่วนร่วมทางสังคมที่ไม่เป็นอบายมุข การสร้างสัมพันธภาพ ทำให้เกิดความบันเทิง และเปิดโอกาสให้สมาชิก หรือ หมู่คณะ พบปะกัน

ตัวอย่าง : ละคร ภาพยนตร์ การแสดงทางโทรทัศน์ - วิทยุ โขน ลิเก หนังตะลุง หมอลำ

6. นันทนาการในงานอดิเรก (Hobbies in Recreation)

ความหมาย : งานอดิเรกกิจกรรมนันทนาการที่สำคัญอีกแขนงหนึ่ง เป็นสิ่งที่ช่วยให้การดำเนินชีวิตประจำวันของคนมีความสุข เพลิดเพลิน เด็กต้องได้รับการฝึกหัดให้รู้จักประกอบกิจกรรม ตั้งแต่ในโรงเรียนแล้ว ทางบ้านช่วยส่งเสริมสนับสนุนด้วย งานอดิเรกแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) ประเภทเก็บสะสม (Colloecting hobbies) การใช้เวลาว่างในทางเก็บสะสมสิ่งของต่าง ๆ เช่น เก็บสะสมแสตมป์ ตั๋วรถเมล์ บัตรโทรศัพท์ เหรียญ ธนบัตร พระเครื่อง รูปถ่ายสติ๊กเกอร์ เป็นต้น

2) ประเภทประดิษฐ์คิดสร้างสรรค์ (Creative hobbies or Marking thing) นอกจากการเก็บสะสมแล้วยังใช้เวลาในการประกอบงานอดิเรก โดยการทำการบ้าน ลดน้ำต้นไม้ ปลูกต้นไม้ การวาดเขียน วาดรูปวิว และรูปประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ทั้งสีน้ำ และสีน้ำมัน งานประดิษฐ์จากไม้ ดินเหนียว ผ้า พลาสติกแก้ว สบู่ โลหะ เป็นต้น

3) ประเภทศึกษา (Learning about Things) ตามความสนใจ เช่น การศึกษา เรื่องพืช สัตว์ ดวงดาว คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ : ใช้เวลาเวลาว่างทำอะไรให้เกิดประโยชน์ เพลิดเพลิน พึงพอใจไม่เป็นอบายมุข และผ่อนคลายสบายใจ สามารถบำบัดรักษาโรคทางจิตได้ ช่วยในการดำรงชีวิตในวัยผู้สูงอายุ

ตัวอย่าง : ประเภทเก็บสะสม เช่น เก็บสะสมแสตมป์ ตั๋วรถเมล์ บัตรโทรศัพท์ เหรียญ ธนบัตร พระเครื่อง รูปถ่ายสติ๊กเกอร์ เป็นต้น

ประเภทประดิษฐ์คิดสร้างสรรค์ เช่น การทำการบ้าน ลดน้ำต้นไม้ ปลูกต้นไม้ การวาดเขียน วาดรูปวิว และรูปประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ทั้งสีน้ำ และสีน้ำมัน งานประดิษฐ์จากไม้ ดินเหนียว ผ้า พลาสติกแก้ว สบู่ โลหะ เป็นต้น

ประเภทศึกษา เช่น การศึกษา เรื่องพืช สัตว์ ดวงดาว คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

7. นันทนาการประเภทกิจกรรมทางสังคม (Social Recreation)

ความหมาย : เป็นกิจกรรมนันทนาการหลายประเภทที่กลุ่มคนได้ร่วมกันประกอบขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายอย่างเดียว จึงได้ร่วมประกอบกิจกรรมนันทนาการชนิดนั้น เพื่อการสังคม

วัตถุประสงค์ : กิจกรรมที่กลุ่มคนในสังคมร่วมกันจัดขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน

ตัวอย่าง : การรับประทานอาหาร สังสรรค์ เลี้ยงรุ่น ชมรมสมาคมสโมสรต่าง ๆ

8. นันทนาการประเภทเต้นรำ (Dance Recreation)

ความหมาย : กิจกรรมที่ใช้จังหวะต่าง ๆ ทางดนตรี เป็นกิจกรรมที่ให้ความสนุกสนานทำให้ชีวิตเพลิดเพลิน เพิ่มคุณค่าแห่งชีวิตขึ้น กิจกรรมนันทนาการด้านนี้มีหลายอย่าง แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยดนตรี และการรอบรู้เพลงด้วย

วัตถุประสงค์ : เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และได้ออกกำลังกาย

ตัวอย่าง : การลีลาศ การเต้นรำพื้นเมือง การรำไทย

9. นันทนาการนอกสถานที่ หรือ นอกเมือง (Ourdoor Recreation)

ความหมาย : เนื่องจากในเมืองมีคนหนาแน่น ที่พักผ่อนหย่อนใจ ไม่เพียงพอ ฉะนั้น กิจกรรมกลางแจ้ง นอกสถานที่ชมภูมิประเทศศึกษาธรรมชาติ ทำให้มีชีวิตชีวายิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มความรู้ให้แก่คนเราอีกด้วยกิจกรรมประเภทนี้

วัตถุประสงค์ : เพื่อส่งเสริมความสนุกเพลิดเพลินในธรรมชาติ หรือ สถานที่ท่องเที่ยว

ตัวอย่าง : การปิกนิค เที่ยวสวนสาธารณะ ชมสวนสัตว์ ชมโบราณสถาน เล่นน้ำตก เดินป่า ขี่จักยานเสือภูเขา พายเรือ ล่องเรือ

10. นันทนาการประเภทการพูดเขียน และอ่าน (Specking writing and reading in Recreation)

ความหมาย : การทำกิจกรรมพูด เขียน อ่าน ให้เกิดประโยชน์ในเวลาว่าง

วัตถุประสงค์ : การเสริมสร้างความรู้ ความเพลิดเพลิน การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และมีคุณค่า

ตัวอย่าง : การหนังสือ ข่าวสาร นิยาย สารคดี การเขียนบันทึก หรือ จดโน้ตข้อความรู้ ความบันเทิง การพูดจาปราศรัย การเล่านิทาน นิยาย การปรึกษาพูดคุยในโอกาสต่าง ๆ

11. นันทนาการประเภทกิจกรรมพิเศษ (Special Events)

ความหมาย : กิจกรรมนันทนาการประเภทกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ กิจกรรมที่มีการเล่นเป็นครั้งคราวจัดขึ้นในโอกาสพิเศษ ตามประเพณีของท้องถิ่นตามเทศกาลต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ : สืบสานประเพณีวัฒนธรรม สร้างความตื่นตา ตื่นใจ และสนุกสนานเพลิดเพลิน

ตัวอย่าง : งานสงกรานต์ งานลอยกระทง งานปีใหม่ ขึ้นบ้านใหม่ซึ่งจะมีการละเล่นต่าง ๆ หรือ จัดการแสดงมหรสพ

12. นันทนาการประเภทอาสาสมัคร (Voluntary Recreation)

ความหมาย : เป็นกิจกรรมที่บุคคลสมัครใจเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ และเป็นกิจกรรมที่บริการอาสาสมัคร แก่กลุ่มคน หรือ แก่ชุมชน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ ต่อส่วนรวมเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ : ใช้เวลาว่างทำอะไรให้เกิดประโยชน์ เพลิดเพลิน พึงพอใจไม่เป็นอบายมุข ผ่อนคลายสบายใจ สามารถช่วยให้มีสุขภาพจิตที่ดีได้

ตัวอย่าง : กิจกรรมค่ายอาสาสมัคร ค่ายอาสาพัฒนาท้องถิ่นชนบท การอาสาพัฒนาโรงเรียน พัฒนาวัด หรือ สาธารณสถาน บรรเทาสาธารณภัย ช่วยงานมูลนิธิต่าง ๆ

ประโยชน์ของนันทนาการ

1. ช่วยส่งเสริมให้คนรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
2. ช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและสุขภาพจิตดี และผ่อนคลายความเครียด
3. ช่วยให้เกิดความสนุกสนามเพลิดเพลิน และมีความสุข
4. ช่วยสร้างความรัก ความสามัคคีให้เกิดในครอบครัว ชุมชน และสังคม
5. ช่วยลดปัญหาทางสังคม เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติดเพราะกิจกรรมนันทนาการช่วยส่งเสริมให้คนรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
6. ช่วยในการบำบัดรักษาผู้ที่เจ็บป่วยทั้งทางกายและจิตใจ
7. ช่วยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมชองชุมชนและของประเทศ

ผู้จัดทำได้เลือกประเภทของการนันทนานันทนาการประเภทเกมกีฬา กรีฑา (Athletic in Recreation) คือกิจกรรมในร่ม (Indoor Games) ที่สามารถเล่นในบนรถบัส ได้แก่ เกมพระราชา ก็เพราะว่าสามารถเข้าใจเกมได้ทันที

3.2 การประชาสัมพันธ์

ศิริพันธ์ วงค์คำลือ (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) มีการให้ความหมายต่างไว้ มีดังนี้

- เป็นการใช้ความพยายามที่ได้วางแผนไว้เพื่อให้สามารถสร้าง และรักษาค่านิยม (Goodwill) เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชน

- เป็นการจัดการขององค์การเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทัศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในภายนอกเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน

- ความพยายามที่ได้วางแผนอย่างต่อเนื่องที่จะสร้าง และรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดี และความเข้าใจกันระหว่างองค์การ และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง

- การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ในการบริการที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การกำหนดปรัชญา และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงภายในองค์การ เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์จะต้องสื่อสารกันทั้งในกลุ่มภายในองค์การ และภายนอกองค์การเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะก่อให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายขององค์การ และความคาดหวังของสังคม

อาจจะพบได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากหน่วยงาน หรือ จากผู้บริหารไปยังกลุ่มชนที่เกี่ยวข้องโดยการใช้สื่อต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงานให้กลุ่มชนเป้าหมายยอมรับต่อไป

ประเภทของการประชาสัมพันธ์

บุศรินทร์ หนุนภักดี (2555, 2 มิถุนายน) ได้กล่าวว่า โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์อาจจะแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Intetnal Public Relations)

การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบัน ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน และลูกจ้าง รวมไปจนถึงนักการภารโรง คนขับภายในองค์การสถาบันให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์ภายใน มีความสำคัญมากกับการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ สถาบันจะดีไปไม่ได้ ถ้าหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การ สถาบันให้เป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน

ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้าง ประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

สำหรับสื่อ และเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบซึ่งหน้า (Face to Face) หรือ อาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (House Journal) เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน และวารสารภายใน

2. การประชาสัมพันธ์ภายใน (External Public Relations)

การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอ กกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การ และสถาบันที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า และผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกที่ต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่ หรือ จำนวนมาก จึงอาจจะใช้เครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสู้สาธารณชน ได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันองค์การ และสถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้ เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

อาจจะกล่าวได้ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีองค์ประกอบครบถ้วนตามองค์ประกอบของการสื่อสาร 5 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสารสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งอธิบายในแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

1. หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ในอันดับแรก และสำคัญมาก คือต้องมีหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ซึ่งถ้าไม่มีแล้วก็ไม่ทราบว่าจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของใครองค์ประกอบแรกของการประชาสัมพันธ์นี้ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสาร คือผู้ส่งสาร (Sender) นั่นเองนักประชาสัมพันธ์จึงเป็นเสมือนผู้ส่งสารของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

นักประชาสัมพัน หรือ บุคคลผู้ดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์ และดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับกลุ่มประชาชนควรจะเป็นคนที่มีความสุขุมรอบคอบ มีความอยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นอยู่เสมอ และมีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

1.1 งานด้านต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะทำงานส่วนใหญ่ใน 8 ด้าน ดังนี้

1.1.1 งานด้านการเขียน (Writing) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความสามารถในด้านการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

1.1.2 งานบรรณาธิกร (Editing) นักประชาสัมพันธ์อาจต้องรับหน้าที่ในการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ประชาชนทั้งกลุ่มประชาชนภายใน และภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

1.1.3 งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ (Placement) นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชน จึงควรทราบถึงตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ในการส่งข่าว หรือ ติดต่อกับสื่อมวลชนเหล่านั้น

1.1.4 งานด้านการส่งเสริม (Promotion) นักประชาสัมพันธ์จะต้องจัดงานต่าง ๆ ได้ เช่น จัดงานเหตุการณ์พิเศษ (Special Events) จัดนิทรรศการ งจัดานฉลองครบรอบปี จัดงานแสดงพิเศษต่าง ๆ จัดงานเลี้ยง และแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน เป็นต้น

1.1.5 งานด้านการพูด (Speaking) นักประชาสัมพันธ์จะต้องพูดเป็น เพราะอาจจะต้องพูดแทนผู้บริหาร เพื่อชี้แจงประชาชนในบางครั้ง

1.1.6 งานด้านการผลิต (Production) นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อ และสร้างสารประชาสัมพันธ์ เช่น ออกแบบ และจัดทำโปสเตอร์ จุลสาร และแผ่นพับ เป็นต้น

1.1.7 งานด้านการวางโครงการ (Programming) นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักการวางและเขียนโครงการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

1.1.8 งานด้านการโฆษณาสถาบัน (Institutional Advertising) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) หรือ การโฆษณาเพื่อหวังผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ในการสร้างชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ (Image) ของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

1.2 หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในการทำงานทั้ง 8 ด้าน ดังกล่าวข้างต้นทำให้นักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่หลายประการ ดังนี้

1.2.1 หน้าที่ในการเป็นผู้ฟัง (Listener) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำการสำรวจวิจัย หรือ รับฟังความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชน เพื่อจะได้สามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับประชามติ

1.2.2 หน้าที่ในการเป็นที่ปรึกษา (Counselor) นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้คำปรึกษาแนะนำในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริหารจัดการของหน่วยงาน

องค์กร และสถาบัน เพื่อให้หน่วยงาน องค์กร และสถาบันกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

1.2.3 หน้าที่ในการเป็นผู้ติดต่อสื่อสาร (Communicator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง หรือเป็นผู้ติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

1.2.4 หน้าที่ในการเป็นผู้ประเมินผล (Evaluator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดตาม และประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้ว ว่าได้ผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

2. ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์

ในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่าง ๆ จะมีข่าวสารหลากหลายที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการจะนำเสนอ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปข่าวสาร ข้อมูลที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันต้องการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

2.1 ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

2.1.1 ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) จะเป็นข่าวที่แจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือจะมีขึ้น เช่น แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์การดำเนินงาน การเปิดสาขา การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัย และพัฒนาใหม่ ๆ ในด้านการตลาด เป็นต้น ข่าวที่นำมาเสนอเป็นประจำในลักษณะนี้จะมีเนื้อหารายละเอียดสั้น ๆ

2.1.2 ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release) บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ โดยแทนที่จะเปิดเผยในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดเป็นกิจกรรมพิเศษ (Formal Ceremony / Event) ขึ้น เช่น จัดคอนเสิร์ต แรลลี่โชว์ รวมถึงโครงการรณรงค์เพื่อสังคมขององค์การต่าง ๆ ฯลฯ เพื่อช่วยเสริมให้มีสีสัน และดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งมั่นให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน และนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมั่นใจได้ว่า ข่าวนั้น ๆ จะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

2.1.3 ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (Spot News Release) ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือ มีเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญ นักประชาสัมพันธ์ควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็วโดยอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมาก แต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง หรือ บุคคลที่สำคัญ เกิดเหตุการณ์เครื่องบินขัดข้อง ไม่สามารถออกเดินทางตามกำหนดได้ เกิดอุบัติภัยโรงงานระเบิด เป็นต้น

2.1.4 ข่าวโต้ตอบเหตุการณ์ (Response News Release) อาจมีบางเรื่องที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชน โดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์

3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เป็นตัวกลางหรือช่องทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

3.1 สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อบุคคลเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ สื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ คือคนส่วนใหญ่จะรู้สึกเชื่อใจและไว้วางใจบุคคลที่เขารู้จัก และสนิทสนม จึงทำให้บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายรู้จักนั้น มีอิทธิพลต่อความคิด และความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายได้ ตัวอย่างคุณลักษณะของสื่อบุคคลที่ดี เช่น มีความน่าเชื่อถือ (Credibility) มีบุคลิกภาพดี ชวนมอง (Attractively) เป็นบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบ (Likeability) เป็นบุคคลที่น่าไว้วางใจ (Trustworthy) เป็นบุคคลที่มีความเที่ยงธรรมและเป็นกลาง (Objectivity) และเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ (Expertise) เป็นต้น

3.2 สื่อมวลชน (Mass Media) สื่อมวลชน เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายจำนวนมากได้ สื่อมวลชนในปัจจุบันมีหลายประเภท โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

3.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่มีความถาวรสูง ให้รายละเอียดได้มาก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น นิตยสารหนังสือพิมพ์ และเอกสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นต้น

3.2.1.1 หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ และยังเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างกระแสประชามติได้อีกด้วย

3.2.1.2 นิตยสาร นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะรูปเล่มกะทัดรัดและทนทานกว่าหนังสือพิมพ์ และยังมีรูปภาพ ประกอบด้วยเรื่องราว ข่าวสาร สารคดี รวมทั้งนวนิยายก็มีอยู่หลายรูปแบบ จึงทำให้ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปมาก

3.2.1.3 เอกสารประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่สถาบันต่าง ๆ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย บริการการดำเนินงาน รวมทั้งผลงานไปสู่ประชาชน ซึ่งสามารถเผยแพร่มุ่งตรงสู่เป้าหมายได้เป็นอย่างดี

3.2.2 วิทยุกระจายเสียง วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็ว และกว้างขวาง ถึงแม้ผู้รับข่าวสารจะอ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับข่าวสารได้ และยังเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมากรองมาจากวิทยุโทรทัศน์ แต่เหนือกว่าหนังสือพิมพ์

3.2.3 วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบัน ทั้งยังมีพลังในการหันเหความคิด ความเชื่อถือได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนชนิดอื่น ๆ

3.2.4 ภาพยนตร์ ภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้ทั้งแบบภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา ภาพยนตร์ข่าว และเบ็ดเตล็ด

3.3 สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) สื่อสมัยใหม่เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร หรือ ยุคสารสนเทศ (Information Age) ตามกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalizalion) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น

3.3.1 ดาวเทียม (Sattelite) หรือสถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ

3.3.2 อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันและในหน้าที่การทำงานของคนเราเป็นอย่างมาก อาชีพต่าง ๆ รวมทั้งนักประชาสัมพันธ์ต่างใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการติดต่อสื่อสาร อินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทางอีเมล์ (E-mail) หรือ ระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจากเวิร์ลด์ไวด์ เว็บ (world wide web หรือ www) โดยการจัดทำเป็นเว็บไซต์ (Website) ของแต่ละหน่วยงานองค์กร และสถาบันให้ประชาชนเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

3.3.3 สื่อประสม หรือ มัลติมีเดีย (Multimedia) มัลติมีเดียเป็นสื่อสมัยใหม่ที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในจำนวนเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหลาย กล่าวได้ว่า เป็นการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อนำเอาข้อความ ภาพ และเสียง ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งถูกบันทึกไว้ในรูปของข้อมูล มาแสดงผลแปลงกลับเป็นข้อความ ภาพ และเสียง ทางจอภาพ และลำโพง ผสมผสานกัน รวมทั้งควบคุมการแสดงผลของสื่อเหล่านั้นโดยใช้โปรแกรมสั่งงานทางคอมพิวเตอร์ ทำให้สื่อประสมนี้มีลักษณะพิเศษขึ้น มีพลังในการสื่อสารอย่างมีชีวิตชีวา มากกว่าที่เกิดจากการใช้อุปกรณ์อื่น ๆ อย่างไรก็ตามมัลติมีเดียอาจมีความหมายง่าย ๆ เพียงแค่การแสดงออกของข้อความ ภาพ และเสียงพร้อม ๆ กันในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง โดยใช้อุปกรณ์อื่น ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสไลด์ประกอบเสียง ร่วมกันก็ได้ เป็นต้น

4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ (Public for Public Relations) เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสาร คือผู้รับสาร (Receiver)

กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.1 กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Publics) คือกลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันนั้น ๆ มักจะมีความเกี่ยวข้องผูกพันกับหน่วยงานองค์กร และสถาบันอย่างใกล้ชิด

4.2 กลุ่มประชาชนภายนอก (External Publics) คือกลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน จะแบ่งออกได้อีก 3 กลุ่ม ได้แก่

4.2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นด้วยนโยบาย หรือ การดำเนินงานที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้ หรือ อาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์ หรือ กิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

4.2.2 กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น คือกลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวกเดียวกันหรือท้องถิ่นเดียวกันกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน หรือ สถานที่ที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันตั้งดำเนินกิจการอยู่ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นชุมชนในท้องถิ่น (Community Public) หรือ ชุมชนในละแวกใกล้เคียง

4.2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป คือกลุ่มประชาชนอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กลุ่มประชาชนทั่วไปนี้จะไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือ ผูกพันกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันเหมือนอย่างกลุ่มประชาชนภายใน

ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์

1. ก่อให้เกิดชื่อเสียง
2. เป็นการเชิญชวน และส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชน
3. ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างข้าราชการ
4. ทำให้เข้าใจระเบียบของสถาบัน
5. ช่วยแก้ไขความขัดแย้ง ข้อข้องใจในด้านต่าง ๆ
6. ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง
7. ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลความรู้ที่ทันสมัย
8. ทำให้คุณภาพการให้บริการของสถาบันการบริการที่ดีขึ้น
9. ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี
10. ทำให้สถาบันบริการสารสนเทศดำเนินงานได้สอดคล้องกับความต้องการ
11. ทำให้ได้รับความสนับสนุนร่วมมือ
12. เกิดความรู้สึกประทับใจ
13. ช่วยในด้านการขาย และการตลาด

ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์

Belch and Belch. (9 มีนาคม 2555) ได้กล่าวว่า การใช้การประชาสัมพันธ์ มีทั้งข้อดีและข้อเสีย เช่นเดียวกับการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ที่กล่าวมา สำหรับข้อดีที่สำคัญ มีดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) การประชาสัมพันธ์ สามารถให้ความเชื่อถือได้มากกว่าการโฆษณา เพราะผู้ได้รับสารประชาสัมพันธ์ย่อมตระหนักดีกว่า สื่อมวลชนที่นำข่าวสารออกเผยแพร่นั้น เป็นการให้ข้อมูลโดยไม่ได้รับค่าตอบแทน จึงมีความรู้สึกว่าข่าวสารนั้นน่าจะเป็นความจริงเชื่อถือได้ ตัวอย่างเช่น บทความข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือ นิตยสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตัวใดตัวหนึ่ง ย่อมมีความน่าเชื่อถือมากกว่าข้อความโฆษณาผลิตภัณฑ์ตัวเดียวกันนั้น

2. ต้นทุน (Cost) การประชาสัมพันธ์ ไม่ว่ามองในแง่ของต้นทุนสมบูรณ์ (Absolute Cost) และต้นทุนสัมพันธ์ (Relative Costs) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับจะถูกมาก เป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทเล็ก ๆ มีทุนน้อย สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารได้ผลดีเท่าเทียมกับบริษัทใหญ่ ๆ ที่ไปจ้างบริษัทตัวแทนทำการประชาสัมพันธ์ให้ ซึ่งต้องใช้เงินมหาศาล

3. หลีกเลี่ยงความแออัดของสิ่งโฆษณา (Avoidance of Clutler) เนื่องจากลักษณะ หรือ ธรรมชาติของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จัดอยู่ในประเภทของ "รายการข่าว" (News Item) ไม่ได้จัดอยู่ในประเภทของสิ่งโฆษณาที่มีอยู่อย่างแออัดในสื่อต่าง ๆ ข่าวสารเรื่องราวที่เกี่ยวกับการแนะนำตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ ข่าวสารด้านเทคโนโลยีอันแสดงถึงความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการใหม่ ๆ จึงเป็นข่าวที่ได้รับความสนใจมากกว่าข่าวสารโฆษณาทั่วไป

4. เป็นลู่ทางนำไปสู่การได้ลูกค้ารายใหม่ (Lead Generation) การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านการประชาสัมพันธ์ อันเกี่ยวกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ (Technological Innovation) ความก้าวหน้าทางด้านการแพทย์ (Medical Breakthrough) และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในลักษณะเดียวกันนี้ จะเป็นจุดเริ่มต้นนำไปสู่การสอบถาม เพื่อทราบรายละเอียดเพิ่มเติมจากบุคคลหรือ บริษัทต่าง ๆ จำนวนมากในเกือบจะทันที เมื่อทำการประชาสัมพันธ์ออกไป ซึ่งบุคคล หรือบริษัทดังกล่าวเหล่านี้ จะเป็นตัวเลือกของบริษัทในขั้นการแสวงหาลูกค้าอันจะนำไปสู่การขาย หรือเป็นลูกค้าในอนาคต (Sale Leads or Prospects) ในที่สุด

5. สามารถเข้าถึงกลุ่มเฉพาะได้ (Ability To Reach Specific Groups) เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางตัวอาจจะเป็นที่สนใจต่อกลุ่มเป้าหมายเล็ก ๆ เฉพาะบางกลุ่ม ซึ่งการใช้การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดเหล่านี้ได้ หรือ บางครั้งบริษัทหรือ หน่วยงานอาจจะไม่มีความสามารถ หรือ มีฐานะด้านการเงินดีพอ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง

วิธีหนึ่งที่ดีที่สุดที่จะติดต่อสื่อสารเข้าถึงกลุ่มตลาดเหล่านี้ได้ การใช้การประชาสัมพันธ์โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น

6. การสร้างภาพลักษณ์ (Image Building) การใช้การประชาสัมพันธ์ที่ดีมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ในทางบวก (Positive Image) ให้กับหน่วยงาน หรือ บริษัทได้เป็นอย่างดี บริษัทใดก็ตามมีภาพลักษณ์ที่ดี มั่นคงในสานตาของลูกค้า หรือสาธารณชนทั่วไป ผลได้ที่ตามมา คือจะเป็นเครื่องค้ำประกันไม่ให้ถูกมองในแง่ร้าย ในยามที่เกิดความเข้าใจผิด หรือ โชคไม่ดีอันอาจเกิดขึ้นในตอนหลังได้

ส่วนข้อเสียของการใช้การประชาสัมพันธ์ มีที่สำคัญอยู่ 2 ประการ มีดังนี้

ประการที่ 1 คือการประชาสัมพันธ์บางครั้งมีความเป็นไปได้ที่ว่า ไม่ทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ตามกระบวนการสื่อสาร คือข่าวสารอาจถึงผู้รับ แต่ผู้รับไม่สามารถทราบแหล่งต้นตอของข่างสารนั้นได้

ประการที่ 2 คือการทำประชาสัมพันธ์บางครั้งไม่สอดคล้องสัมพันธ์กับแผนงานการตลาด อันเป็นเหตุอันเกิดจากการบริหารที่ผิดพลาด ขาดการประสานงานกัน ผลที่เกิดขึ้นจึงมีทิศทางที่ไม่ต่อเนื่องกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์การบางแห่งที่แผนกการตลาด และแผนกประชาสัมพันธ์ ต่างทำงานที่เป็นอิสระแยกจากกัน จึงทำให้การสื่อสารไม่สอดคล้องกัน ก่อให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อนไม่ลงรอยกับ เป็นต้น

ด้วยเหตุที่การประชาสัมพันธ์มีทั้งผลดี และผลเสียดังกล่าวข้างต้น การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล นักประชาสัมพันธ์จำเป็นจะต้องกำหนดโปรแกรมการประชาสัมพันธ์ที่ดี และนำโปรแกรมที่กำหนดไว้ไปดำเนินการอย่างเหมาะสมอีกด้วย จึงจะประสบผลสำเร็จ และเพื่อที่จะตรวจสอบดูว่าโปรแกรมที่กำหนดไว้นั้น สามารถนำไปปฏิบัติได้ผลตามที่มุ่งหวังหรือไม่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการวัดผลการดำเนินงาน ซึ่งจะได้กล่าวในตอนต่อไป

ประเภทสังคมออนไลน์

อดิเทพ บุตราช (2553, 10 มกราคม) ได้กล่าวว่า คำว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคม และมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในรูปแบบเว็บไซต์ มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อย ๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนอยู่บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารการทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ ทางด้านการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง คนในสังคม ปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อบอกเล่า เรื่องราวประสบการณ์ รูปภาพ และวิดีโอที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่อต่าง ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อน และผู้อื่นที่อยู่ในเครือ

ของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถแบ่งเป็นประเภทได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. สร้าง และประกาศตัวตน เว็บไซต์เหล่านี้ใช้สำหรับนำเสนอตัวตน และเผยแพร่เรื่องราวของตนเองลงในอินเทอร์เน็ตสามารถเขียน Blog สร้างอัลบั้มรูปได้ สร้างกลุ่มเพื่อนสร้างเครือข่ายขึ้นมาได้ เช่น Facebook Hi5 My Space

รูปภาพที่ 3.1 : Identity Network

ที่มา : https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

2. ประเภทเผยแพร่ผลงาน สามารถใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ในการนำเสนอผลงานได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพหรือเสียงเพลงช่างภาพคนไทยหลายคนมักจะนิยมใช้ Multiply ในการนำเสนอผลงานภาพถ่าย มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ติชมรูปภาพ สามารถสร้างอัลบั้มเพื่อให้คนที่กำลังหาช่างภาพอยู่เข้ามาดูผลงาน และติดต่อจ้างช่างภาพได้ เช่น YouTube Yohoo VDO Multiply

รูปภาพที่ 3.2 : Creative Network

ที่มา : https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

3. ความชอบในสิ่งเดียวกัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้าง ที่คั่นหนังสือออนไลน์ มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่คั่นไว้ในเครื่องคนเดียวก็นำมาเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้ เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์ และเป็นที่นิยม ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg Zickr Ning del.icio.us Catchh และ Reddit เป็นต้น

รูปภาพที่ 3.3 : Passion Network

ที่มา : https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

4. ประเภทร่วมกันทำงาน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมามีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และเกิดการพัฒนาในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน เช่น Wikipedia Google Earth และ Google Maps เป็นต้น

รูปภาพที่ 3.4 : Collaboration Network

ที่มา : https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

5. ประสบการณ์เสมือนจริง เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจ และมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Audition Ragnarok Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

รูปภาพที่ 3.5 : Virtual Reality

ที่มา : https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ ได้แก่ Linkedin เป็นต้น

รูปภาพที่ 3.6 : Professional Network

ที่มา : https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เก่งกาจ เกลี้ยงแก้ว (2562, 8 มีนาคม) ได้จัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การพัฒนารูปแบบกิจกรรมนันทนาการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น" มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานสภาพปัญหาความจำเป็น และแนวทางการพัฒนารูปแบบกิจกรรมนันทนาการฯ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบนันทนาการฯ 3) เพื่อทดลองรูปแบบกิจกรรมนันทนาการ และประเมินผลการใช้รูปแบบกิจกรรมฯ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่ง 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมนันทนาการร่วมกันวางแผน และออกแบบกิจกรรมโดยการสนทนากลุ่ม โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนวัดบางประกอก ครูระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น สภานักเรียน และผู้ปกครอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นศึกษาตอนต้น ที่ศึกษาภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 โรงเรียนวัดประกอก สังกัดสำนักเขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้มาจากการทำแบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์สำหรับวัยรุ่นอายุ 12 - 17 ปี ของกรมสุขภาพจิต (2550: 128 - 131) ที่มีคะแนนความฉลาดทางอารมณ์ต่ำกว่า 140 คะแนน ตามเกณฑ์การประเมินความฉลาดทางอารมณ์ ของกรมสุขภาพ และสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม

ธันยาภัทร์ ทรัพย์สงวน และคณะ (2563, 27 มิถุนายน) ได้จัดทำโครงงานสหกิจศึกษาเรื่อง "การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก สวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล" มีวัตถุประสงค์ สร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook Page) และเพิ่มช่องทางการติดต่อให้บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำได้เข้าปฏิบัติงานที่บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด โดยได้รับมอบหมายงานในตำแหน่งผู้ช่วยฝ่ายการขาย ทางคณะผู้จัดทำจึงมองเห็นโอกาสในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทโดยผ่านสื่องสังคมออนไลน์ซึ่งมีการใช้ Facebook ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่มีจำนวนใช้งานมากเป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะสามารถใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัทได้ทางคณะผู้จัดทำได้ปรับเปลี่ยนของเพจบริษัทให้มียอดคนกดถูกใจ และยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น โดยการเพิ่มข้อมูลของบริษัท และตกแต่งให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นจากเดิม ผลจากการเปลี่ยนนี้ทำให้มียอดผู้ติดตามเพจบริษัทสวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล และคนกดถูกใจมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากเดิม

มิรินทร์ พูนสะผล (2563, 8 มีนาคม) ได้จัดทำโครงงานสหกิจศึกษาเรื่อง "การประสัมพันธ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กไซน์เซ็นเตอร์ ขนาด A4" มีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้คน และกลุ่มเป้าหมายรู้จักบริษัทเพิ่มขึ้น ในการทำแผ่นพับมี 8 ขั้นตอนคือ 1. การจัดรวบรวมข้อมูลสินค้าและรูปรูปภาพที่จะใช้เสนอในแผ่นพับ 2. การทำแผ่นพับด้วยโปรแกรม Microsoft PowerPoint 3. การตั้งค่าหน้ากระดาษ 4. กำหนดขอบเขตแต่ละคอลัมน์ 5. ปรับขนาดคอลัมน์ตามที่กำหนดไว้ให้

6. การปรับพื้นหลังให้เป็นสีขาว 7. การใช้เส้นประในการแบ่งคอลัมน์เพื่อความชัดเจน 8. เริ่มขั้นตอนการใส่ข้อมูล และตกแต่งความพึงพอใจ จากการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ทำให้ลูกค้ารู้จักบริษัทมากขึ้น ในการทำโครงการนี้ ข้าพเจ้ามีข้อเสนอแนะว่าควรสร้างจุดเด่นให้แผ่นพับ

เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์ (2551) ได้จัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวและโดยชุมชน: กรณีศึกษาเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา" การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา โดยทำการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านเพศ และอายุ เปรียบเทียบข้อมูลความคิดเห็นในแต่ละด้านอันได้แก่ ด้านกิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวสนใจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริหารจัดการของรัฐและเอกชน และศึกษาความแตกต่างอายุของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่นักท่องเที่ยวเกาะยาวน้อย โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า "ที" (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว หากพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จะนำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ โดยกำหนดความมีนัยสำคัญที่ .05 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-28 ปี มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันอยู่ในภาคกลาง มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท โดยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางในทุกๆด้าน มีเพียงด้านเดียวคือ ด้านการจัดกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านเพศ และอายุพบว่า ปัจจัยด้านเพศมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมีเพียงบางกิจกรรมแตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อระดับความคิดเห็น ซึ่งมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งผลให้คนในท้องถิ่นสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและยังสามารถอนุรักษ์ธรรมชาติได้เป็นอย่างดี

บทที่ 4
ผลการปฏิบัติงาน

การจัดทำโครงงานสหกิจศึกษาเรื่อง "การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.1 แผนการปฏิบัติงานนันทนาการบนรถบัส

1) เลือกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน โดยอาศัยในกรุ๊ปที่จำนวนลูกค้าเพศชาย เพศหญิง และอายุที่ใกล้เคียงมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 3 กรุ๊ป จำนวนลูกค้า 30 คน

2) แบ่งลูกค้าเป็น 3 กรุ๊ป โดยให้ลูกค้ากรุ๊ปที่ 1 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขาไป ลูกค้ากรุ๊ปที่ 2 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขากลับ และลูกค้ากรุ๊ปที่ 3 ทำกิจกรรมนันทนาการขาไปอีกครั้ง เพื่อสำรวจความแตกต่างในการให้ความสนใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กรุ๊ป

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานนันทนาการบนรถบัส

แบ่งรถบัสออกเป็น 3 กรุ๊ป ทริปละ 30 คน ที่ได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ดูแลลูกค้า โดยทั้ง 3 คัน มีตารางการออกทริป ดังนี้

1.1) ทริปกรุงเทพฯ - พัทยา One Day Trip ณ วันที่ 29 มิถุนายน 2566

รูปภาพที่ 4.1 : ทริปกรุงเทพฯ - พัทยา One Day Trip ณ วันที่ 29 มิถุนายน 2566

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

คือ Novotel & Ibis Bangkok Sukhumvit เพศชาย และเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ระหว่างอายุ 20 - 30 ปี โดยลูกค้าทั้งหมดเป็นคนไทย จำนวน 30 ท่าน เดินทางจากกรุงเทพฯ - พัทยา

ช่วงเวลาในการทำการประชาสัมพันธ์ คือช่วงเดินทางขาไป เวลาประมาณ 09:00 เป็นต้นไป

วิธีการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส โดยเลือกเกมพระราชาในการนันทนาการ

กติกาในการเล่น

คือมัคคุเทศก์ จะเลือกโจทย์มาหนึ่งอย่าง เช่น สิ่งของในห้องนอน ผู้เล่นจะต้องแข่งกันตอบสิ่งของที่อยู่ในห้องนอน ผู้ที่ตอบซ้ำ จะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไปจนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถ ตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป

- เหตุผลที่เลือกเกมนี้ เพราะสามารถเล่นได้ในพื้นที่จำกัด (บนรถ)

- เป็นการคัดผู้แพ้ โดยอาศัยกติกาผู้ที่ตอบซ้ำ จะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไปจนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถ ตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป ของรางวัล คือหมอนรองคอ 1 ชิ้น ซึ่งจากการที่ผู้แพ้ต้องเข้าไปกดไลก์ กดแชร์ เพจเฟซบุ๊ก ซึ่งประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจไปด้วย

สรุปผล

เกมที่เลือก คือเกมพระราชา สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้กับลูกค้าทั้ง 30 คน และการที่ทำนันทนาการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในช่วงขาไป ซึ่งลูกค้าและมัคคุเทศก์กำลังอยู่ในช่วงทำความรู้จักกันเบื้องต้น ซึ่งในช่วงเวลานี้ในฐานะที่ผู้จัดทำได้รับหน้าที่คอยดูแล และเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์จึงทำให้ผู้จัดทำ สังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา คือผู้แพ้ในแต่ละตา ยินยอมเข้าไปกดไลก์ หรือ มีการสอบถามชื่อของเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

บทสัมภาษณ์จากไกด์

เนื่องจากผู้ที่ทำกิจกรรมสามารถที่จะรับรู้ถึงการให้ความสนใจจากลูกค้าได้ ซึ่งได้ให้สัมภาษณ์ผู้จัดทำที่รับหน้าที่เป็นสตาฟ์และผู้ช่วยว่ามีความคิดเห็นตรงกัน คือสังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา คือผู้แพ้ในแต่ละตา ยินยอมเข้าไปกดไลก์ หรือ มีการสอบถามชื่อของเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

1.2) ทริปสมุทรสาคร - ราชบุรี 2 วัน 1 คืน ณ วันที่ 12 กันยายน 2566

รูปภาพที่ 4.2 : ทริปสมุทรสาคร - ราชบุรี 2 วัน 1 คืน ณ วันที่ 12 กันยายน 2566

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

คือ Novotel & lbis Bangkok lmpact เพศชาย และเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ระหว่างอายุ 20 - 30 ปี โดยลูกค้าทั้งหมดเป็นคนไทย จำนวน 30 ท่าน

ช่วงเวลาในการทำการประชาสัมพันธ์ คือช่วงเดินทางขากลับ เวลาประมาณ 17:00 เป็นต้นไป

วิธีการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส โดยเลือกเกมพระราชาในการนันทนาการ

กติกาในการเล่น

คือมัคคุเทศก์ จะเลือกโจทย์มาหนึ่งอย่าง เช่น สิ่งของในห้องนอน ผู้เล่นจะต้องแข่งกันตอบสิ่งของที่อยู่ในห้องนอน ผู้ที่ตอบซ้ำ จะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไป

จนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถ ตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป

- เหตุผลที่เลือกเกมนี้ เพราะสามารถเล่นได้ในพื้นที่จำกัด (บนรถ)

- เป็นการคัดผู้แพ้ โดยอาศัยกติกาผู้ที่ตอบซ้ำ จะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไปจนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถ ตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป ของรางวัล คือหมอนรองคอ 1 ชิ้น ซึ่งจากการที่ผู้แพ้ต้องเข้าไปกดไลก์ กดแชร์ เพจเฟซบุ๊ก ซึ่งประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจไปด้วย

สรุปผล

เกมที่เลือก คือเกมพระราชา สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้กับลูกค้าทั้ง 30 คน และการที่ทำนันทนาการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในช่วงขากลับ ซึ่งลูกค้ามีความเหนื่อยล้า และมีอาการเพลียสะสมการจากเดินทาง และกิจกรรมในช่วงขามา ซึ่งในช่วงเวลานี้ในฐานะที่ผู้จัดทำได้รับหน้าที่คอยดูแล และเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์จึงทำให้ผู้จัดทำ สังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความสนใจน้อยกว่าการเดินทางขาไป ลูกค้าบางท่านไม่มีการโต้ตอบในการทำนันทนาการกับมัคคุเทศก์ บางท่านพักผ่อนโดยการนอน จึงสรุปได้ว่าการทำนันทนาการที่ทำนันทนาการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในช่วงขากลับ ได้รับความสนใจมากกว่าขาไป

บทสัมภาษณ์จากไกด์

เนื่องจากผู้ที่ทำกิจกรรมสามารถที่จะรับรู้ถึงการให้ความสนใจจากลูกค้าได้ ซึ่งได้ให้สัมภาษณ์ผู้จัดทำที่รับหน้าที่เป็นสตาฟ์ และผู้ช่วยว่ามีความคิดเห็นตรงกัน คือสังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความสนใจน้อยกว่าการเดินทางขาไป ลูกค้าบางท่านไม่มีการโต้ตอบในการทำนันทนาการกับมัคคุเทศก์ บางท่านพักผ่อนโดยการนอน จึงสรุปได้ว่าการทำนันทนาการที่ทำนันทนาการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในช่วงขากลับ ได้รับความสนใจมากกว่าขาไป

1.3) ทริปกรุงเทพฯ - ปราณบุรี 3 วัน 2 คืน ณ วันที่ 20 กันยายน 2566

รูปภาพที่ 4.3 : ทริปกรุงเทพฯ - ปราณบุรี 3 วัน 2 คืน ณ วันที่ 20 กันยายน 2566

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

คือกลุ่มนักเรียนสูงวัยธรรมศาสตร์ เพศชาย และเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ระหว่างอายุ 20 - 30 ปี โดยลูกค้าทั้งหมดเป็นคนไทย จำนวน 30 ท่าน

ช่วงเวลาในการทำการประชาสัมพันธ์ คือช่วงเดินทางขาไป เวลาประมาณ 08:00 เป็นต้นไป

วิธีการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส โดยเลือกเกมพระราชาในการนันทนาการ

กติกาในการเล่น

คือมัคคุเทศก์ จะเลือกโจทย์มาหนึ่งอย่าง เช่น สิ่งของในห้องนอน ผู้เล่นจะต้องแข่งกันตอบสิ่งของที่อยู่ในห้องนอน ผู้ที่ตอบซ้ำ จะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไปจนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถ ตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป

- เหตุผลที่เลือกเกมนี้ เพราะสามารถเล่นได้ในพื้นที่จำกัด (บนรถ)

- เป็นการคัดผู้แพ้ โดยอาศัยกติกาผู้ที่ตอบซ้ำ จะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไปจนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถ ตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้

ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป ของรางวัล คือหมอนรองคอ 1 ชิ้น ซึ่งจากการที่ผู้แพ้ต้องเข้าไปกดไลก์ กดแชร์ เพจเฟซบุ๊ก ซึ่งประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจไปด้วย

สรุปผล

เกมที่เลือก คือเกมพระราชา สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้กับลูกค้าทั้ง 30 คน และการที่ทำนันทนาการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในช่วงขาไป ซึ่งลูกค้าและมัคคุเทศก์กำลังอยู่ในช่วงทำความรู้จักกันเบื้องต้น ซึ่งในช่วงเวลานี้ในฐานะที่ผู้จัดทำได้รับหน้าที่คอยดูแล และเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์จึงทำให้ผู้จัดทำ สังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา คือผู้แพ้ในแต่ละตา ยินยอมเข้าไปกดไลก์ หรือ มีการสอบถามชื่อของเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

บทสัมภาษณ์จากไกด์

เนื่องจากผู้ที่ทำกิจกรรมสามารถที่จะรับรู้ถึงการให้ความสนใจจากลูกค้าได้ ซึ่งได้ให้สัมภาษณ์ผู้จัดทำที่รับหน้าที่เป็นสตาฟ์และผู้ช่วยว่ามีความคิดเห็นตรงกัน คือสังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา คือผู้แพ้ในแต่ละตา ยินยอมเข้าไปกดไลก์ หรือ มีการสอบถามชื่อของเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

การเปรียบเทียบผลการดำเนินการ

- ก่อนการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ

รูปภาพที่ 4.4 : ก่อนการประชาสัมพันธ์

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

คือรูปภาพแสดงผลประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถประมวลผลประสิทธิภาพในอัตโนมัติ ตัวอย่างเช่น

- การเข้าถึง หมายถึง ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 1,800 คน
- การโต้ตอบ หมายถึง ผู้ที่มีการเคลื่อนไหวกับเพจเฟซบุ๊ก ทั้งการกดไลก์ กดแชร์ หรือ ส่งข้อความ จำนวน 120 คน
- จำนวนผู้ติดตามสุทธิ หมายถึง ผู้ติดตามก่อนการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น จำนวน 15 คน จากเดิม
- การรับชมวิดีโอ 3 วินาที หมายถึง เนื่องจากเพจเฟซบุ๊กมีการลงสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีโอ อาจจะมากกว่า 3 วินาที หรือเท่ากับ 3 วินาที ซึ่งจากการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊ก พบว่า มีผู้ที่เข้าชมวิดีโอนานมากกว่า 3 วินาที จำนวน 321 การรับชม

- หลังการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ

รูปภาพที่ 4.5 : หลังการประชาสัมพันธ์

ที่มา : ผู้จัดทำ (2566)

คือรูปภาพแสดงผลประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถประมวลผลประสิทธิภาพในอัตโนมัติ ตัวอย่างเช่น

- การเข้าถึง หมายถึง ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 2,100 คน
- การโต้ตอบ หมายถึง ผู้ที่มีการเคลื่อนไหวกับเพจเฟซบุ๊ก ทั้งการกดไลก์ กดแชร์ หรือ ส่งข้อความ จำนวน 86 คน
- จำนวนผู้ติดตามสุทธิ หมายถึง ผู้ติดตามก่อนการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น จำนวน 43 คน
- การรับชมวิดีโอ 3 วินาที หมายถึง เนื่องจากเพจเฟซบุ๊กมีการลงสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีโอ อาจจะมากกว่า 3 วินาที หรือเท่ากับ 3 วินาที ซึ่งจากการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊ก พบว่า มีผู้ที่เข้าชมวิดีโอนานมากกว่า 3 วินาที จำนวน 170 การรับชม

4.3 ผลสรุปจากการเปรียบเทียบก่อน - หลังประชาสัมพันธ์

- การเข้าถึง ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจเฟซบุ๊กพบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้น 300 คน
- การโต้ตอบ ผู้ที่มีการเคลื่อนไหวกับเพจเฟซบุ๊ก ทั้งการกดไลก์ กดแชร์ หรือ ส่งข้อความ พบว่า มีจำนวนลดลง 34 คน
- จำนวนผู้ติดตามสุทธิ ผู้ติดตามก่อนการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นพบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้น 28 คน

- การรับชมวิดีโอ 3 วินาที หมายถึง เนื่องจากเพจเฟซบุ๊กมีการลงสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีโอ อาจจะมากกว่า 3 วินาที หรือเท่ากับ 3 วินาที ซึ่งจากการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊กพบว่า มีผู้ที่เข้าชมวิดีโอนานมากกว่า 3 วินาทีพบว่า มีจำนวนลดลง 151 การรับชม

4.4 ผลสรุปตามวัตถุประสงค์ของโครงงาน

- การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส ซึ่งพบว่าลูกค้าจากกรุ๊ปที่ 1 และกรุ๊ปที่ 3 ได้ให้ความสนใจกับการนันทนาการมากกว่ากรุ๊ปที่ 2

- ทำให้มีการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างมัคคุเทศก์กับลูกค้า ในเวลาที่เหมาะสม และสร้างความคุ้นเคยในระหว่างที่อยู่บนรถบัสได้ เพราะจากการสัมภาษณ์ของมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นตรงกันกับผู้จัดทำ คือสังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนานและทำตามกติกา

- ทำให้บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และเฟซบุ๊กแฟนเพจของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เพราะเมื่อตรวจสอบการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊ก พบว่ามีการเข้าถึงของลูกค้าที่ได้รับการทำประชาสัมพันธ์ผ่านการทำนันทนาการบนรถบัสเพิ่มขึ้น 300 คน จากเดิม ซึ่งมีจำนวนที่เกินจากกลุ่มเป้าหมาย 210 คน นั้นหมายถึงลูกค้าที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว อาจจะมีการบอกต่อ ซึ่งทำให้การทำประชาสัมพันธ์ผ่านการทำนันทนาการบนรถบัสบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์

- สามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างการดำเนินการกิจกรรมนำเที่ยวให้มัคคุเทศก์ทุกคนสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการจัดกิจกรรมบนรถบัสได้

บทที่ 5
สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลของโครงงาน

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566 เป็นระยะเวลาทั้งหมด 15 สัปดาห์ ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผู้จัดทำได้นำเอาปัญหาของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด มาจัดทำโครงงานเรื่อง "การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส

ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาหาข้อมูล และนำความรู้ที่ได้จากในมหาวิทยาลัยมาใช้เพื่อสร้างเอกลักษณ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล และเพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อให้กับบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด จากเพจเฟซบุ๊กของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด จากการดำเนินการของผู้จัดทำได้แบ่งลูกค้าเป็น 3 กรุ๊ป โดยให้ลูกค้ากรุ๊ปที่ 1 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขาไป ลูกค้ากรุ๊ปที่ 2 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขากลับ และลูกค้ากรุ๊ปที่ 3 ทำกิจกรรมนันทนาการขาไปอีกครั้ง เพื่อสำรวจความแตกต่างในการให้ความสนใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กรุ๊ป สรุปผลสำรวจการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส ซึ่งพบว่าลูกค้าจากกรุ๊ปที่ 1 และกรุ๊ปที่ 3 ได้ให้ความสนใจกับการนันทนาการมากกว่ากรุ๊ปที่ 2 ทำให้หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล มีผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น มียอดผู้ติดตามทั้งหมด 2,483 คน และมียอดผู้ที่กดติดตามในปัจจุบันอยู่ที่ 2,516 คน

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำโครงงานในครั้งต่อไป

5.2.1 ควรมีความรู้ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่านี้ เพื่อนำไปเผยแพร่ภายในเพจเฟซบุ๊กของบริษัทฯ

5.2.2 ควรมีการเตรียมความพร้อมของการหาเนื้อหามาลงให้ได้คุณภาพมากขึ้น และเป็นผลที่ดีให้กับบริษัทฯ

5.2.3 ควรมีการจัดทำคลิปวีดิโอผ่านช่องทางแอปพลิเคชันติ๊กต๊อก

5.2.4 ควรมีของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวหลังจากเล่นกิจกรรมนันทนาการบนรถบัสของบริษัทฯ เช่น กระเป๋า เข็มกลัด พวงกุญแจ เป็นต้น

บรรณานุกรม

เก่งกาจ เกลี้ยงแก้ว. (2562, 8 มีนาคม). *การพัฒนารูปแบบกิจกรรมนันทนาการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธันยาภัทร์ ทรัพย์สงวน และคณะ. (2563, 27 มิถุนายน). *การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก สวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสยาม.

นิธิ เหมกุล. (2565, 24 มิถุนายน). *กิจกรรมนันทนาการ*. Go to know. https://www.gotoknow.org/posts/281190

บุศรินทร์ หนุนภักดี. (2555, 2 มิถุนายน). *ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์*. Go to know. https://www.gotoknow.org/posts/188676

บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลและรูปภาพต่าง ๆ ของบริษัทฯ*. https://www.sawasdeethailandtravel.com

พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข และ วนิดา เลิศพิพิฒนานนท์. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานในธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการ*. มหาวิทยาลัยสยาม.

เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์. (2551). *การศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวและโดยชุมชน: กรณีศึกษาเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มิรินทร์ พูนสะผล. (2563, 8 มีนาคม). *การประสัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กไซน์เซ็นเตอร์ ขนาด A4* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสยาม.

ศิริพันธ์ วงค์คำลือ. (ม.ป.ป.). *ความหมายของการประชาสัมพันธ์*. วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย. https://www.cvc.ac.th/cvc2011/files/10112717170753_1011300002835.pdf

ศศิธร เจตานนท์. (2563, 12 สิงหาคม). *ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อดิเทพ บุตราช. (2553, 10 มกราคม). *เครือข่ายสังคมออนไลน์*. [เว็บบล็อค]. https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

Belch and Belch. (2555, 9 มีนาคม). *การสื่อสารการตลาด*. [เว็บบล็อค]. https://free4marketingad.blogspot.com/2012/03/blog-post_09.html

SAWASDEE THAILAND TRAVEL. (2565, 23 กรกฎาคม). *โลโก้ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล*. [Image]. Facebook. https://www.facebook.com/sawasdeethailandtravel/

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รูปภาพการปฏิบัติงาน

รูปภาพการปฏิบัติงาน

พูดคุยกับลูกทัวร์และให้ข้อมูลเรื่องราวเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางต่าง ๆ รูปแบบการเดินทาง ระยะเวลา

จุดรับขนม และน้ำให้กับลูกทัวร์

ภาคผนวก ข
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

1. ความคิดเห็นของการประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส (Public Relations Facebook Fanpage Sawasdee Thailand Travel through Recreation on The Bus)

ในการทำนันทนาการบนรถบัสให้กับทางลูกค้า ในการออกทัวร์ หรือ ท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีในการทำทัวร์ เพราะว่าเป็นสิ่งที่สร้างความสัมพันธ์ ความสนุกร่วมกันของคนในองค์กร ในแต่ละเกมส์ ที่การนันทนาการกับลูกค้า เพราะว่าลูกค้าจะมีส่วนร่วมของกิจกรรม ทำให้มีความรู้จักกันง่ายขึ้นกับมัคคุเทศก์ ถือว่าเป็นโครงงานที่ดี มีความน่าสนใจ ข้อมูลบอกรายละเอียดของการนันทนาการได้ชัดเจน

2. ระหว่างการฝึกงานในบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด เป็นอย่างไรบ้าง

ให้ความร่วมมือ และช่วยเหลือการทำงานได้เป็นอย่างดีมาก มีภาวะผู้นำ อ่อนน้อมถ่อมตน เรียนรู้งานท่องเที่ยวได้ไว และยังช่วยการคิดแนะนำในส่วนของหน้าที่ที่ได้รับ ได้เป็นอย่างดี และมีมนุษย์สัมพันธ์ดีกับเพื่อนร่วมงานทุกคน

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณอัครเดช เสี้ยนเสริญ)

ภาคผนวก ค

บทความวิชาการ

การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส

Public Relations Facebook Fanpage Sawasdee Thailand Travel through Recreation on The Bus

นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา รหัสศึกษา 6204400014

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

E-mail : 6204400014@siam.edu

บทคัดย่อ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ในตำแหน่ง ผู้ประสานงานฝ่ายขาย ส่วนงานการประสานงาน และได้รับมอบหมายคิดกิจกรรมของการนันทนาการให้กับลูกค้าบนรถบัส และมัคคุเทศก์ ได้จัดทำโครงงานเรื่อง "การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส ผู้จัดทำได้เห็นปัญหา คือลูกค้าเหนื่อยล้าจากการเดินทางในแต่ละสถานที่ต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทางบนรถบัส และในขณะเดียวกันนั้นทางบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด มีปัญหาเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผู้จัดทำจึงได้คิดกิจกรรมเล่นเกมการนันทนาการบนรถบัส เช่น เกมพระราชา เพื่อสร้างบรรยากาศ และความสนุนสนานให้กับลูกค้า เป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การดำเนินการของผู้จัดทำได้แบ่งลูกค้าเป็น 3 กรุ๊ป โดยให้ลูกค้ากรุ๊ปที่ 1 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขาไป ลูกค้ากรุ๊ปที่ 2 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขากลับ และลูกค้ากรุ๊ปที่ 3 ทำกิจกรรมนันทนาการขาไปอีกครั้ง เพื่อสำรวจความแตกต่างในการให้ความสนใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กรุ๊ป

สรุปผลสำรวจการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการ ซึ่งพบว่าลูกค้าจากกรุ๊ปที่ 1 และกรุ๊ปที่ 3 ได้ให้ความสนใจกับการนันทนาการมากกว่ากรุ๊ปที่ 2 ทำให้หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล มีผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น มียอดผู้ติดตามทั้งหมด 2,483 คน และมียอดผู้ที่กดติดตามในปัจจุบันอยู่ที่ 2,516 คน

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ นันทนาการ

Abstract

From my internship experience at Sawasdee Travel Group and Transport Limited, in the position of Sales Coordinator, part of my duties included coordinating sales activities and being assigned to organize recreational activities for customers on buses and at resorts. The objectiver of this project was to public relations facebook fanpage Sawasdee Thailand Travel through recreation on the bus. One problem identified was that customers often felt tired from traveling to various destinations during bus journeys. The company also faced issues with insufficient public relations through recreation on the bus the Sawasdee Thailand Travel facebook fanpage. To

address these issues, I proposed organizing recreational games on the buses, such as royal trivia games, to create a lively atmosphere and enhance customer engagement, thereby fostering good customer relations. The project involved dividing customers into three groups. Group 1 participated in recreational activities during the outbound journey, Group 2 during the return journey, and Group 3 during another outbound journey. This allowed us to observe differences in the level of interest among the three customer groups.

The survey results showed that customers from Groups 1 and 3 were more interested in the recreational activities compared to Group 2. As a result, the Sawasdee Thailand Travel Facebook Fan Page gained more followers, increasing from 2,483 to 2,516 followers.

Keywords: public relations, facebook fanpage, recreation

ที่มาของปัญหา

ในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวกำลังกลับมาฟื้นตัว มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการเดินทาง รวมถึงเริ่มมีหน่วยงานต่าง ๆ กลับมาจัดกิจกรรมทัศนศึกษา ฝึกอบรม นันทนาการ และจัดทริป Outing กันตามปกติ หลังจากที่ห่างหายกันไปนานในช่วงของโควิด 19 ซึ่งอาจทำให้ต้องมีผู้รับหน้าที่ในการจัดหารถบัสเช่า รวมถึงจัดกิจกรรมเล่นเกมต่าง ๆ เพื่อให้การเดินทางนั้นมีความสนุกสนาน ช่วยลดความน่าเบื่อของการเดินทาง และช่วยสร้างความประทับใจแบบไม่มีวันลืมให้กับผู้ร่วมเดินทาง นันทนาการ คือ กิจกรรม หรือ เกมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในขณะเดินทาง โดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์มากมาย เป็นเกมที่เล่นง่าย ๆ ไม่ยุ่งยาก และไม่ซับซ้อน ไม่เน้นการเคลื่อนไหวมาก แต่สามารถทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมเกิดการให้ความสนใจ เกิดการตื่นตัว สร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน และสร้างความเป็นกันเอง ซึ่งจะช่วยทำให้ผู้ร่วมเดินทางเกิดความประทับใจ และได้มีส่วนร่วมถึงแม้จะอยู่ในพื้นที่ที่จำกัด เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนจะนำเข้าสู่กิจกรรมอื่น ๆ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ในส่วนงานการประสานงาน และได้รับมอบหมายคิดกิจกรรมของการนันทนาการให้กับลูกค้าบนรถบัส และมัคคุเทศก์ผู้จัดทำได้เห็นปัญหา คือลูกค้าเหนื่อยล้าจากการเดินทางในแต่ละสถานที่ต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทางบนรถบัส จึงได้มีการจัดกิจกรรมนันทนาการเพิ่มความสนุกสนานให้กับลูกค้า แต่ในขณะเดียวกันนั้นทางบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด มีปัญหาเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ทราเวล จึงได้ทำนันทนาการให้เป็นการประชาสัมพันธ์ไปพร้อม ๆ กัน โดยใช้การกดไลก์กดแชร์ เป็นเครื่องมือการทำกิจกรรม และมอบของรางวัลตอบแทน

จากปัญหาและโอกาส ผู้จัดทำได้นำความรู้ที่ได้ศึกษา เพื่อเป็นการที่ไม่ให้ความเหนื่อยเมื่อยล้าทางร่างกาย จากการเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ จึงได้คิดกิจกรรมเล่นเกมการนันทนาการบนรถบัส เช่น เกมพระราชา เพื่อสร้างบรรยากาศ ความสนุกสนาน และเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และถ้าจะให้สนุกมากขึ้นในแต่ละเกมลงโทษและผู้ชนะจะได้รับของรางวัลของทางบริษัท หรือ จะเป็นการเก็บแต้มนับคะแนนในแต่ละวันของการออกทริป และเป็นรับรู้การประชาสัมพันธ์จากเฟซบุ๊ก แฟนเพจจากลูกค้าไลก์ และแชร์

ทบทวนวรรณกรรม

นันทนาการ

นิธิ เหมกุล (2565, 24 มิถุนายน) ได้กล่าวว่า นันทนาการ เป็นคำมาจากคำเดิมว่า "สันทนาการ"

ซึ่งพระยาอนุมานราชธน หรือ เสถียรโกเศศได้บัญญัติไว้เมื่อปีพ.ศ. 2507 และตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า "Recreation" ดังนั้น คำว่านันทนาการ หมายถึง 1) กิจกรรม (Activities) ต่างๆ ที่บุคคลเข้าร่วมในช่วงเวลาว่าง โดยไม่มีการบังคับหรือเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ มีผลก่อให้เกิดการพัฒนาอารมณ์สุข สนุกสนานหรือความสุขสงบ และกิจกรรมนั้นๆ จะต้องเป็นกิจกรรมที่สังคมยอมรับ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลาย เช่น กิจกรรมศิลปหัตถกรรม การอ่าน การเขียน กิจกรรมอาสาสมัคร ศิลปวัฒนธรรม งานอดิเรก เกม กีฬา การละคร ดนตรี กิจกรรมเข้าจังหวะ และนันทนาการกลางแจ้งนอกเมือง 2) กระบวนการ (Process) หรือ ประสบการณ์ที่บุคคลได้รับโดยอาศัยกิจกรรมนันทนาการในช่วงเวลาว่างเป็นสื่อก่อให้เกิดการพัฒนา หรือ ความเจริญงอกงามทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของบุคคล และเป็นสถาบันทางสังคม หรือ แหล่งศูนย์กลางของสังคม เพื่อให้บุคคล หรือ สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ และพัฒนาทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสังคม ซึ่งโดยปกติรัฐมีหน้าที่จัดแหล่งนันทนาการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สวนสาธารณะในเมือง สวนหย่อม ศูนย์เยาวชน ห้องสมุดสำหรับประชาชน ดนตรีสำหรับประชาชน วนอุทยาน และอุทยานแห่งชาติ การทำให้ชีวิตสดชื่น โดยการเสริมสร้างพลังงานขึ้นใหม่ หลังจากที่ร่างกายใช้พลังงาน เกิดเป็นความเหนื่อยเมื่อยล้าทางร่างกาย จิตใจ และทางสมอง เมื่อบุคคลเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการจะช่วยขจัด หรือ ผ่อนคลายความเหนื่อยเมื่อยล้าทางด้านร่างกายและจิตใจ ในความหมายนี้ นันทนาการจึงเป็นการตอบสนองความต้องการทางกายและจิตใจของบุคคลได้อย่างแท้จริง

ดังนั้นกิจกรรมนันทนาการจึงหมายถึง กิจกรรมที่ทำในเวลาว่างจากการทำภารกิจส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การกิน การนอน การพักผ่อน โดยทุกกิจกรรมต้องทำด้วยความเต็มใจโดยไม่มีการบังคับ และเกิดประโยชน์ต่อตนเอง และผู้อื่น

การประชาสัมพันธ์

ศิริพันธ์ วงค์คำลือ (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) มีการให้ความหมายต่างไว้ มีดังนี้

- เป็นการใช้ความพยายามที่ได้วางแผนไว้เพื่อให้สามารถสร้าง และรักษาค่านิยม (Goodwill) เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชน

- เป็นการจัดการขององค์การเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทัศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือ เป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในภายนอกเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน

- ความพยายามที่ได้วางแผนอย่างต่อเนื่องที่จะสร้าง และรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดี และความเข้าใจกันระหว่างองค์การ และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง

- การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ในการบริการที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การกำหนดปรัชญา และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงภายในองค์การ เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์จะต้องสื่อสารกันทั้งในกลุ่มภายในองค์การ และภายนอกองค์การเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะก่อให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายขององค์การ และความคาดหวังของสังคม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เก่งกาจ เกลี้ยงแก้ว (2562, 8 มีนาคม) ได้จัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การพัฒนารูปแบบกิจกรรมนันทนาการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น" มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพปัญหาความจำเป็น และแนวทางการพัฒนา

รูปแบบกิจกรรมนันทนาการฯ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบนันทนาการฯ 3) เพื่อทดลองรูปแบบกิจกรรมนันทนาการ และประเมินผลการใช้รูปแบบกิจกรรมฯ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่ง 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมนันทนาการร่วมกันวางแผนและออกแบบกิจกรรมโดยการสนทนากลุ่ม โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนวัดบางประกอก ครูระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น สภานักเรียน และผู้ปกครอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นศึกษาตอนต้น ที่ศึกษาภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 โรงเรียนวัดประกอกสังกัดสำนักเขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้มาจากการทำแบบประเมินความฉลาดทางอารมณ์สำหรับวัยรุ่นอายุ 12 - 17 ปี ของกรมสุขภาพจิต (2550: 128 - 131) ที่มีคะแนนความฉลาดทางอารมณ์ต่ำกว่า 140 คะแนน ตามเกณฑ์การประเมินความฉลาดทางอารมณ์ ของกรมสุขภาพ และสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม

ธันยาภัทร์ ทรัพย์สงวน และคณะ (2563, 27 มิถุนายน) ได้จัดทำโครงงานสหกิจศึกษาเรื่อง "การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊กสวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล" มีวัตถุประสงค์ สร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook Page) และเพิ่มช่องทางการติดต่อให้บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด คณะผู้จัดทำได้เข้าปฏิบัติงานที่บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด โดยได้รับมอบหมายงานในตำแหน่งผู้ช่วยฝ่ายการขาย ทางคณะผู้จัดทำจึงมองเห็นโอกาสในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทโดยผ่านสื่องสังคมออนไลน์ซึ่งมีการใช้ Facebook ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่มีจำนวนใช้งานมากเป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะสามารถใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัทได้ทางคณะผู้จัดทำได้ปรับเปลี่ยนของเพจบริษัทให้มียอดคนกดถูกใจและยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น โดยการเพิ่มข้อมูลของบริษัท และตกแต่งให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นจากเดิม ผลจากการเปลี่ยนนี้ทำให้มียอดผู้ติดตามเพจบริษัทสวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล และคนกดถูกใจมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากเดิม

มิรินทร์ พูนสะผล (2563, 8 มีนาคม) ได้จัดทำโครงงานสหกิจศึกษาเรื่อง "การประสัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กไซน์เซ็นเตอร์ ขนาด A4" มีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้คน และกลุ่มเป้าหมายรู้จักบริษัทเพิ่มขึ้น ในการทำแผ่นพับมี 8 ขั้นตอนคือ 1. การจัดรวบรวมข้อมูลสินค้า และรูปรูปภาพที่จะใช้เสนอในแผ่นพับ 2. การทำแผ่นพับด้วยโปรแกรม Microsoft PowerPoint 3. การตั้งค่าหน้ากระดาษ 4. กำหนดขอบเขตแต่ละคอลัมน์ 5. ปรับขนาดคอลัมน์ตามที่กำหนดไว้ให้ 6. การปรับพื้นหลังให้เป็นสีขาว 7. การใช้เส้นประในการแบ่งคอลัมน์เพื่อความชัดเจน 8. เริ่มขั้นตอนการใส่ข้อมูลและตกแต่งความพึงพอใจ จากการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ทำให้ลูกค้ารู้จักบริษัทมากขึ้น ในการทำโครงการนี้ ข้าพเจ้ามีข้อเสนอแนะว่าควรสร้างจุดเด่นให้แผ่นพับ

เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์ (2551) ได้จัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวและโดยชุมชน: กรณีศึกษาเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา" การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา โดยทำการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านเพศ และอายุ เปรียบเทียบข้อมูลความคิดเห็นในแต่ละด้านอันได้แก่ ด้านกิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวสนใจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวย

ความสะดวก และด้านการบริหารจัดการของรัฐและเอกชน และศึกษาความแตกต่างอายุของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้านที่นักท่องเที่ยวเกาะยาวน้อย โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า "ที" (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว หากพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จะนำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ โดยกำหนดความมีนัยสำคัญที่ .05 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-28 ปี มีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันอยู่ในภาคกลาง มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท โดยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางในทุกๆด้าน มีเพียงด้านเดียวคือ ด้านการจัดกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านเพศ และอายุพบว่า ปัจจัยด้านเพศมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมีเพียงบางกิจกรรมแตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อระดับความคิดเห็น ซึ่งมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งผลให้คนในท้องถิ่นสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและยังสามารถอนุรักษ์ธรรมชาติได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของโครงงาน

เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้มีการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างมัคคุเทศก์กับลูกค้า และสร้างความคุ้นเคยในระหว่างที่อยู่บนรถบัสได้

2. ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

3. เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างการดำเนินการกิจกรรมนำเที่ยวให้มัคคุเทศก์ทุกคนสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการจัดกิจกรรมบนรถบัสได้

สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ได้นำความรู้ที่เรียนมาได้มาปฏิบัติงานจริง

2. สามารถเลือกสายอาชีพได้ถูกต้องตรงตามความถนัดของตนเอง

3. เรียนรู้ และพัฒนาตนเอง ที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น รับผิดชอบ และมั่นใจในตนเองมากขึ้น ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการ

4. ได้ลงไปปฏิบัติงานจริง และแก้ไขกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

5. นำเอาความรู้ที่ได้จากมหาวิทยาลัยออกใช้กับสถานที่ทำงานได้จริง

ข้อเสนอแนะของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. เพิ่มเติมความสามารถในด้านการใช้คำพูดเป็นแรงโน้มนาว

2. เพิ่มเติมความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

3. เพิ่มความละเอียดรอบคอบในการทำงาน และในงานที่ได้รับมอบหมาย

4. เพิ่มการจดบันทึกรายการงานที่ต้องทำ เพื่อป้องกันการลืม

5. ระบบการทำงานจริงในสถานประกอบการนั้น ความตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบเป็นที่สำคัญมาก

ผลการปฏิบัติงาน

แผนการปฏิบัติงานนันทนาการบนรถบัส

1) เลือกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานโดยอาศัยในกรุ๊ปที่จำนวนลูกค้าเพศชาย เพศหญิง และอายุที่ใกล้เคียงมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 3 กรุ๊ป จำนวนลูกค้า 30 คน

2) แบ่งลูกค้าเป็น 3 กรุ๊ป โดยให้ลูกค้ากรุ๊ปที่ 1 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขาไป ลูกค้ากรุ๊ปที่ 2 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขากลับ และลูกค้ากรุ๊ปที่ 3 ทำกิจกรรมนันทนาการขาไปอีกครั้ง เพื่อสำรวจความแตกต่างในการให้ความสนใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กรุ๊ป

ขั้นตอนการดำเนินงานนันทนาการบนรถบัส

แบ่งรถบัสออกเป็น 3 กรุ๊ป ทริปละ 30 คน ที่ได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ดูแลลูกค้า โดยทั้ง 3 คัน มีตารางการออกทริป ดังนี้

1.1) ทริปกรุงเทพฯ - พัทยา One Day Trip ณ วันที่ 29 มิถุนายน 2566

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

คือ Novotel & Ibis Bangkok Sukhumvit เพศชายและเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ระหว่างอายุ 20 - 30 ปี โดยลูกค้าทั้งหมดเป็นคนไทย จำนวน 30 ท่าน เดินทางจากกรุงเทพฯ - พัทยา ช่วงเวลาในการทำการประชาสัมพันธ์ คือช่วงเดินทางขาไป เวลาประมาณ 09:00 เป็นต้นไป

1.2) ทริปสมุทรสาคร - ราชบุรี 2 วัน 1 คืน ณ วันที่ 12 กันยายน 2566

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

คือ Novotel & lbis Bangkok lmpact เพศชายและเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ระหว่างอายุ 20 - 30 ปี โดยลูกค้าทั้งหมดเป็นคนไทย จำนวน 30 ท่าน ช่วงเวลาในการทำการประชาสัมพันธ์ คือช่วงเดินทางขากลับ เวลาประมาณ 17:00 เป็นต้นไป

1.3) ทริปกรุงเทพฯ - ปราณบุรี 3 วัน 2 คืน ณ วันที่ 20 กันยายน 2566

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

คือกลุ่มนักเรียนสูงวัยธรรมศาสตร์ เพศชาย และเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ระหว่างอายุ 20 - 30 ปี โดยลูกค้าทั้งหมดเป็นคนไทย จำนวน 30 ท่าน ช่วงเวลาในการทำการประชาสัมพันธ์ คือช่วงเดินทางขาไป เวลาประมาณ 08:00 เป็นต้นไป

วิธีการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส โดยเลือกเกมพระราชาในการนันทนาการ

กติกาในการเล่น

คือมัคคุเทศก์ จะเลือกโจทย์มาหนึ่งอย่าง เช่น สิ่งของในห้องนอน ผู้เล่นจะต้องแข่งกันตอบสิ่งของที่อยู่ในห้องนอน ผู้ที่ตอบซ้ำ จะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไปจนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถ ตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป

- เหตุผลที่เลือกเกมนี้ เพราะสามารถเล่นได้ในพื้นที่จำกัด (บนรถ)

- เป็นการคัดผู้แพ้ โดยอาศัยกติกาผู้ที่ตอบซ้ำจะต้องเข้าไป กดไลก์ และกดแชร์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ เล่นไปจนกว่าจะได้ผู้ชนะ คือคนที่ไม่มีใครสามารถตอบสิ่งของในห้องนอนต่อได้ จะได้ของรางวัลจากมัคคุเทศก์ไป ของรางวัล คือหมอนรองคอ 1 ชิ้น ซึ่งจากการที่ผู้แพ้ต้องเข้าไปกดไลก์ กดแชร์ เพจเฟซบุ๊ก ซึ่งประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจไปด้วย

สรุปผล

เกมที่เลือก คือเกมพระราชา สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้กับลูกค้าทั้ง 30 คน และการที่ทำนันทนาการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในช่วงขาไป ซึ่งลูกค้าและมัคคุเทศก์กำลังอยู่ในช่วงทำความรู้จักกันเบื้องต้น ซึ่งในช่วงเวลานี้ในฐานะที่ผู้จัดทำได้รับหน้าที่คอยดูแล และเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์จึงทำให้ผู้จัดทำ สังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา คือผู้แพ้ในแต่ละตา ยินยอมเข้าไปกดไลก์ หรือ มีการสอบถามชื่อของเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

บทสัมภาษณ์จากไกด์

เนื่องจากผู้ที่ทำกิจกรรมสามารถที่จะรับรู้ถึงการให้ความสนใจจากลูกค้าได้ ซึ่งได้ให้สัมภาษณ์

ผู้จัดทำที่รับหน้าที่เป็นสตาฟ์และผู้ช่วยว่ามีความคิดเห็นตรงกัน คือสังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา คือผู้แพ้ในแต่ละตา ยินยอมเข้าไปกดไลก์ หรือ มีการสอบถามชื่อของเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

การเปรียบเทียบผลการดำเนินการ

- ก่อนการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ

คือรูปภาพแสดงผลประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถประมวลผลประสิทธิภาพในอัตโนมัติ ตัวอย่างเช่น

- การเข้าถึง หมายถึง ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 1,800 คน

- การโต้ตอบ หมายถึง ผู้ที่มีการเคลื่อนไหวกับเพจเฟซบุ๊ก ทั้งการกดไลก์ กดแชร์ หรือ ส่งข้อความ จำนวน 120 คน

- จำนวนผู้ติดตามสุทธิ หมายถึง ผู้ติดตามก่อนการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น จำนวน 15 คน จากเดิม

- การรับชมวิดีโอ 3 วินาที หมายถึง เนื่องจากเพจเฟซบุ๊กมีการลงสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีโอ อาจจะมากกว่า 3 วินาที หรือเท่ากับ 3 วินาที ซึ่งจากการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊กพบว่า มีผู้ที่เข้าชมวิดีโอนานมากกว่า 3 วินาที จำนวน 321 การรับชม

- หลังการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ

คือรูปภาพแสดงผลประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถประมวลผลประสิทธิภาพในอัตโนมัติ ตัวอย่างเช่น

- การเข้าถึง หมายถึง ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 2,100 คน

- การโต้ตอบ หมายถึง ผู้ที่มีการเคลื่อนไหวกับเพจเฟซบุ๊ก ทั้งการกดไลก์ กดแชร์ หรือ ส่งข้อความ จำนวน 86 คน

- จำนวนผู้ติดตามสุทธิ หมายถึง ผู้ติดตามก่อนการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น จำนวน 43 คน

- การรับชมวิดีโอ 3 วินาที หมายถึง เนื่องจากเพจเฟซบุ๊กมีการลงสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีโอ อาจจะมากกว่า 3 วินาที หรือเท่ากับ 3 วินาที ซึ่งจากการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊กพบว่า มีผู้ที่เข้าชมวิดีโอนานมากกว่า 3 วินาที จำนวน 170 การรับชม

ผลสรุปจากการเปรียบเทียบก่อน - หลังประชาสัมพันธ์

- การเข้าถึง ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมหน้าเพจเฟซบุ๊กพบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้น 300 คน

- การโต้ตอบ ผู้ที่มีการเคลื่อนไหวกับเพจเฟซบุ๊ก ทั้งการกดไลก์ กดแชร์ หรือ ส่งข้อความพบว่า มีจำนวนลดลง 34 คน

- จำนวนผู้ติดตามสุทธิ ผู้ติดตามก่อนการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นพบว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้น 28 คน

- การรับชมวิดีโอ 3 วินาที หมายถึง เนื่องจากเพจเฟซบุ๊กมีการลงสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีโอ อาจจะมากกว่า 3 วินาที หรือเท่ากับ 3 วินาที ซึ่งจากการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊กพบว่า มีผู้ที่เข้าชมวิดีโอนานมากกว่า 3 วินาทีพบว่า มีจำนวนลดลง 151 การรับชม

ผลสรุปตามวัตถุประสงค์ของโครงงาน

- การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส ซึ่งพบว่าลูกค้าจากกรุ๊ปที่ 1 และกรุ๊ปที่ 3 ได้ให้ความสนใจกับการนันทนาการมากกว่ากรุ๊ปที่ 2

- ทำให้มีการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างมัคคุเทศก์กับลูกค้า ในเวลาที่เหมาะสม และสร้างความคุ้นเคยในระหว่างที่อยู่บนรถบัสได้ เพราะจากการสัมภาษณ์ของมัคคุเทศก์ มีความคิดเห็นตรงกันกับผู้จัดทำ คือสังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา

- ทำให้บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด และเฟซบุ๊กแฟนเพจของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เพราะเมื่อตรวจสอบการประมวลผลอัตโนมัติของเพจเฟซบุ๊ก พบว่ามีการเข้าถึงของลูกค้าที่ได้รับการทำประชาสัมพันธ์ผ่านการทำนันทนาการบนรถบัสเพิ่มขึ้น 300 คน จากเดิม ซึ่งมีจำนวนที่เกินจากกลุ่มเป้าหมาย 210 คน นั้นหมายถึงลูกค้าที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ไปแล้ว อาจจะมีการบอกต่อ ซึ่งทำให้การทำประชาสัมพันธ์ผ่านการทำนันทนาการบนรถบัสบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์

- สามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างการดำเนินการกิจกรรมนำเที่ยวให้มัคคุเทศก์ทุกคนสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการจัดกิจกรรมบนรถบัสได้

สรุปผล

เกมที่เลือก คือเกมพระราชา สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้กับลูกค้าทั้ง 30 คน และการที่ทำนันทนาการ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในช่วงขาไป ซึ่งลูกค้าและมัคคุเทศก์กำลังอยู่ในช่วงทำความรู้จักกันเบื้องต้น ซึ่งในช่วงเวลานี้ในฐานะที่ผู้จัดทำได้รับหน้าที่คอยดูแล และเป็นผู้ช่วยมัคคุเทศก์จึงทำให้ผู้จัดทำ สังเกตได้ว่าลูกค้าให้ความร่วมมือในการนันทนาการมีความสนุกสนาน และทำตามกติกา คือ ผู้แพ้ในแต่ละตา ยินยอมเข้าไปกดไลก์ หรือ มีการสอบถามชื่อของเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล

สรุปผลโครงงาน

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2566 เป็นระยะเวลาทั้งหมด 15 สัปดาห์ ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผู้จัดทำได้นำเอาปัญหาของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด มาจัดทำโครงงานเรื่อง "การประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส

ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาหาข้อมูล และนำความรู้ที่ได้จากในมหาวิทยาลัยมาใช้เพื่อสร้างเอกลักษณ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล และเพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อให้กับบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด จากเพจเฟซบุ๊กของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด จากการดำเนินการของผู้จัดทำได้แบ่งลูกค้าเป็น 3 กรุ๊ป โดยให้ลูกค้ากรุ๊ปที่ 1 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขาไป ลูกค้ากรุ๊ปที่ 2 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขากลับ และลูกค้ากรุ๊ปที่ 3 ทำกิจกรรมนันทนาการขาไปอีกครั้ง เพื่อสำรวจความแตกต่างในการให้ความสนใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กรุ๊ป สรุปผลสำรวจการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส ซึ่งพบว่าลูกค้าจากกรุ๊ปที่ 1 และกรุ๊ปที่ 3 ได้ให้ความสนใจกับการนันทนาการมากกว่ากรุ๊ปที่ 2 ทำให้หน้า เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล มีผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น มียอดผู้ติดตามทั้งหมด 2,483 คน และมียอดผู้ที่กดติดตามในปัจจุบันอยู่ที่ 2,516 คน

ข้อเสนอแนะในการทำโครงงานครั้งต่อไป

1. ควรมีความรู้ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่านี้ เพื่อนำไปเผยแพร่ภายในเพจเฟซบุ๊กของบริษัทฯ
2. ควรมีการเตรียมความพร้อมของการหาเนื้อหามาลงให้ได้คุณภาพมากขึ้น และเป็นผลที่ดีให้กับบริษัทฯ
3. ควรมีการจัดทำคลิปวีดิโอผ่านช่องทางแอปพลิเคชันติ๊กต๊อก

4. ควรมีของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวหลังจากเล่นกิจกรรมนันทนาการบนรถบัสของบริษัทฯ เช่น กระเป๋า เข็มกลัด พวงกุญแจ เป็นต้น

บรรณานุกรม

เก่งกาจ เกลี้ยงแก้ว. (2562, 8 มีนาคม). *การพัฒนารูปแบบกิจกรรมนันทนาการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธันยาภัทร์ ทรัพย์สงวน และคณะ. (2563, 27 มิถุนายน). *การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก สวัสดี ไทยแลนด์ ทราเวล* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสยาม.

นิธิ เหมกุล. (2565, 24 มิถุนายน). *กิจกรรมนันทนาการ*. Go to know. https://www.gotoknow.org/posts/281190

บุศรินทร์ หนุนภักดี. (2555, 2 มิถุนายน). *ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์*. Go to know. https://www.gotoknow.org/posts/188676

บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลและรูปภาพต่าง ๆ ของบริษัทฯ*. https://www.sawasdeethailandtravel.com

พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข และวนิดา เลิศพิพิฒนานนท์. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานในธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการ*. มหาวิทยาลัยสยาม.

เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์. (2551). *การศึกษาการจัดกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวและโดยชุมชน: กรณีศึกษาเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มิรินทร์ พูนสะผล. (2563, 8 มีนาคม). *การประสัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บิ๊กไซน์เซ็นเตอร์ ขนาด A4* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสยาม.

ศิริพันธ์ วงค์คำลือ. (ม.ป.ป.). *ความหมายของการประชาสัมพันธ์*. วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย. https://www.cvc.ac.th/cvc2011/files/10112717170753_1011300002835.pdf

ศศิธร เจตานนท์. (2563, 12 สิงหาคม). *ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อดิเทพ บุตราช. (2553, 10 มกราคม). *เครือข่ายสังคมออนไลน์*. [เว็บบล็อค]. https://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

Belch and Belch. (2555, 9 มีนาคม). *การสื่อสารการตลาด*. [เว็บบล็อค]. https://free4marketingad.blogspot.com/2012/03/blog-post_09.html

SAWASDEE THAILAND TRAVEL. (2565, 23 กรกฎาคม). *โลโก้ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล*. [Image].Facebook. https://www.facebook.com/sawasdeethailandtravel/

ภาคผนวก ง

โปสเตอร์

รูปโปสเตอร์

การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส
Public Relations Facebook Fanpage Sawasdee Thailand Travel through Recreation on The Bus

สถานประกอบการ : บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด
ชื่อ - นามสกุล : นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา **รหัสนักศึกษา :** 6204400014
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ
พนักงานที่ปรึกษา : คุณอัครเดช เสี้ยนเสริญ

ที่มาของปัญหา

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ปแอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ในตำแหน่งผู้ประสานงานฝ่ายขาย ในส่วนงานการประสานงาน และได้รับมอบหมายคิดกิจกรรมของการ นันทนาการให้กับลูกค้าบนรถบัส และมัคคุเทศก์ ผู้จัดทำได้เห็นปัญหา คือ ลูกค้าเหนื่อยล้าจากการเดินทางในแต่ละสถานที่ต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทางบนรถบัส จึงได้มีการจัดกิจกรรมนันทนาการเพิ่มความสนุกสนานให้กับลูกค้า แต่ในขณะเดียวกันนั้นทางบริษัทสวัสดี ทราเวลกรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด มีปัญหาเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล จึงได้ทำนันทนาการให้เป็นการประชาสัมพันธ์ไปพร้อม ๆ กัน โดยใช้การกดไลก์ กดแชร์ เป็นเครื่องมือการนำกิจกรรม และมอบของรางวัลตอบแทน

จากปัญหา และโอกาส ผู้จัดทำได้นำความรู้ที่ได้ศึกษา เพื่อเป็นการที่ไม่ให้ความเหนื่อยเมื่อยล้าทางร่างกาย จากการเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ จึงได้คิดกิจกรรมเล่นเกมการนันทนาการบนรถบัส เช่นเกมพระราชา เพื่อสร้างบรรยากาศ ความสนุกสนาน และเป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และถ้าจะให้สนุกมากขึ้นในแต่ละเกมลงโทษและผู้ชนะ จะได้รับของรางวัลของทางบริษัท หรือ จะเป็นการเก็บแต้ม นับคะแนนในแต่ละวันของการออกทริป และเป็นรับรู้การประชาสัมพันธ์จากเฟซบุ๊ก แฟนเพจจากลูกค้าไลก์ และแชร์

วัตถุประสงค์ของโครงงาน

เพื่อประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการนันทนาการบนรถบัส

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้มีการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างมัคคุเทศก์กับลูกค้าและสร้างความคุ้นเคยในระหว่างที่อยู่บนรถบัสได้
2. ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างการดำเนินการกิจกรรมนำเที่ยวให้มัคคุเทศก์ทุกคนสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการจัดกิจกรรมบนรถบัสได้

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

2.7.1 คิดหัวข้อโครงงานโดยพิจารณาจากปัญหาที่พบขณะปฏิบัติหน้าที่ และสิ่งที่ต้องการอยากนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

2.7.2 นำเสนอหัวข้อโครงงานที่คิดเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน เพื่อรับฟังคำแนะนำ และดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้อง

2.7.3 ค้นคว้าข้อมูล และดำเนินการตามหัวข้อเรื่อง "การประชาสัมพันธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ผ่านกิจกรรมนันทนาการบนรถบัส" ที่ได้เสนอไว้

2.7.4 ตรวจสอบการเข้าถึง และผลตอบรับการดำเนินการ เพื่อทราบถึงความสนใจของกลุ่มลูกค้าของกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้

2.7.5 สรุปผลได้จากการดำเนินโครงงานรวบรวมข้อมูล และผลที่ได้จากการดำเนินโครงงานมาทำการสรุป และเรียบเรียงให้ถูกต้องตามหัวข้อโครงงาน

2.7.6 จัดทำเอกสาร เพื่อนำเสนอโครงงานนี้ โดยจัดทำเป็นนรูปเล่มรายงานเรียงตามลำดับทั้ง 5 บท รวมถึงเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องพร้อมนำเสนอในรูปแบบ Power Point

สรุปผล

ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาหาข้อมูล และนำความรู้ที่ได้จากในมหาวิทยาลัยมาใช้เพื่อสร้างเอกลักษณ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวลและเพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อให้กับบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ทรานสปอร์ต จำกัด จากเพจเฟซบุ๊กของบริษัทสวัสดี ทราเวล กรุ๊ปแอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด จากการดำเนินการของผู้จัดทำได้แบ่ง ลูกค้าเป็น 3 กรุ๊ป โดยให้ลูกค้ากรุ๊ปที่ 1 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขาไป ลูกค้ากรุ๊ปที่ 2 ทำกิจกรรมนันทนาการในช่วงขากลับ และลูกค้ากรุ๊ปที่ 3 ทำกิจกรรมนันทนาการขาไปอีกครั้ง เพื่อสำรวจความแตกต่างในการให้ความสนใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 3 กรุ๊ป สรุปผลสำรวจการประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล ผ่านการ นันทนาการบนรถบัส ซึ่งพบว่าลูกค้าจากกรุ๊ปที่ 1 และกรุ๊ปที่ 3 ได้ให้ความสนใจกับการนันทนาการมากกว่ากรุ๊ปที่ 2 ทำให้หน้าเฟซบุ๊ก แฟนเพจ สวัสดีไทยแลนด์ ทราเวล มีผู้คิดตามเพิ่มมากขึ้น มียอด ผู้ติดตามทั้งหมด 2,483 คน และมียอดผู้ที่กดติดตามในปัจจุบันอยู่ที่ 2,516 คน

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ - นามสกุล : นายรัตติพงศ์ แก้วกัญญา

รหัสนักศึกษา : 6204400014

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

ที่อยู่ปัจจุบัน : 2 / 15 ถนนเพชรเกษม ซอยเพชรเกษม 48 แขวงบางจาก เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160