



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอไอ ของบริษัทเอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

AI Video Clip Production by AI System Co., Ltd.

โดย

นายณัฐพงษ์ อัสววิชัยโรจน์ 6504600094

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 146-467 สหกิจศึกษา

ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2567

หัวข้อรายงาน : การผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอไอ ของบริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

: AI Video Clip Production by A I System Co., Ltd.

รายชื่อผู้จัดทำ : นายณัฐพงษ์ อัสววิชัยโรจน์ 6504600094

ภาควิชา : ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

คณะวิทยาศาสตร์ ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567



คณะกรรมการสอบโครงการงาน

(อาจารย์ที่ปรึกษา)

(อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร)

(กรรมการกลาง)

(อาจารย์รัชช นนทขุนทด)

(ประธานกรรมการ)

(อาจารย์เวทิต ทองจันทร์)

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้ช่วยการสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนา)

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท เอ ไอ ซีเอสเต็ม จำกัด ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 ถึง 29 สิงหาคม พ.ศ. 2568 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับทั้งความรู้ และเพิ่มพูนประสบการณ์ต่างๆที่ได้รับจากการปฏิบัติงานสหกิจมากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากการร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณไกรเลิศ โออิฐ พนักงานที่ปรึกษา
2. อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ และช่วยเหลือในการจัดทำรายงานผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการที่รายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นายณัฐพงษ์ อัสววิชัยโรจน์

ชื่อโครงการ: การผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอไอ ของบริษัทเอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

หน่วยกิต: 5

ผู้จัดทำ: นายณัฐพงษ์ อัครวิชัยโรจน์

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์สมเกียรติ ศรีเพชร

ระดับการศึกษา: ปริญญาตรี

หลักสูตร: ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และดิจิทัล

คณะ: นิเทศศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา: 3/2567

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาเรื่อง “การผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอไอ ของบริษัทเอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาท หน้าที่ และทักษะที่จำเป็นของการผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอไอ ผู้จัดทำมุ่งหวังที่จะทำความเข้าใจกระบวนการจริงภายในองค์กร และสามารถนำความรู้จากภาคทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้ดำเนินการ ณ บริษัทเอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด เป็นเวลา 16 สัปดาห์ โดยผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้จัดทำคลิปวิดีโอจาก เอไอ เพื่อแนะนำความรู้เกี่ยวกับการใช้งานระบบ CRM ที่สามารถนำมาต่อยอดในการทำงานได้จริงโดยใช้เครื่องมือเอไอที่หลากหลาย ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการประกอบอาชีพในอนาคต

ผลการปฏิบัติงานทำให้ผู้จัดทำเข้าใจกระบวนการทำงานของการผลิตคลิปวิดีโอด้วยเอไอในสภาพแวดล้อมจริง พัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ประสบการณ์ครั้งนี้จึงมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานในสาย อาชีพนิเทศศาสตร์และการตลาดดิจิทัลในอนาคต

คำสำคัญ: เอไอ,การผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอไอ,การตลาดดิจิทัล

Project Title: AI Video Clip Production by AI System Co., Ltd.
Credits: 5
Author: Nutthapong Assawavichairoj
Advisor: Somkiat Sriphech
Degree Level: Bachelor's Degree
Program: Film, Television, and Digital Media
Faculty: Communication Arts
Semester/Academic Year: 3/2024

Abstract

This cooperative education report, "AI Video Clip Production," was prepared with the objective of studying the roles, duties, and essential skills required for AI-powered clip video production. The author aimed to understand the actual processes within the organization and apply theoretical knowledge for maximum benefit. The cooperative education was conducted objective of studying the roles, duties, and essential skills required for AI-powered clip video production. The author aimed to understand the actual processes within the organization and apply theoretical knowledge for maximum benefit.

The cooperative education was conducted at AI System Co., Ltd. for a period of 16 weeks. The author was assigned to produce AI-generated clip videos to introduce knowledge about the usage of the CRM system, which can be further applied in real-world work. Various AI tools were utilized, which will be highly beneficial for future professional careers.

The results of the work provided the author with an understanding of the production process of the results of the work provided the author with an understanding of the production process of AI-generated clip videos in a real working environment, developing skills in creative thinking, communication, teamwork, and problem-solving on the spot. This experience is therefore invaluable for preparing for a career in Communication Arts and Digital Marketing in the future

Keywords: AI, AI-Powered Clip Video Production, Digital Marketing



Approved by
 Somkiat Sriphech
 Advisor

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 ขอบเขตของรายงาน	1
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย	
2.1 แนวคิดในการติดต่อวิดีโอ	3
2.2 เทคนิคการสื่อสาร เล่าเรื่องแบรนด์ที่น่าสนใจผ่าน Storytelling	4
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานที่ของที่ประกอบการ	5
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร	6
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร	6

	หน้า
3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	7
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	7
3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน	7
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	8
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้	11
 บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน	
4.1 ศึกษาหน้าที่และกระบวนการทำ Clip Video ด้วย AI	12
4.2 หน้าที่ได้รับมอบหมาย	12
4.3 สรุปผลการดำเนินงานหน้าที่ Digital Marketing	19
 บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ	20
5.2 ข้อเสนอแนะ	21
 บรรณานุกรม	22
ภาคผนวก	23
ประวัติผู้จัดทำ	32

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

8



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) ของ บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด	5
ภาพที่ 3.2 ตำแหน่งที่ตั้ง บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด	5
ภาพที่ 3.3 ตำแหน่งพนักงาน บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด	6
ภาพที่ 3.4 acer nitro AN515-57-7083	11
ภาพที่ 3.5 โปรแกรมที่ใช้ในการผลิต	11
ภาพที่ 4.1 ตัวอย่าง Script	13
ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างการสร้าง Prompt	13
ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างการ Generative ผ่าน Veo 3	14
ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างการ Generative ผ่าน Veo 3 โดยใช้ภาษาไทย	15
ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างการ Generative วิดีโอ Logo เปิดของบริษัท	16
ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างการสร้างคลิปวิดีโอขึ้นเปิด และขึ้นปิด	17
ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างการ Generative เสียง	18
ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างการลบลายน้ำตัววิดีโอ	18
ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างการตัดต่อในโปรแกรม Cap cut	19

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัดให้บริการด้าน Digital Transformation แบบครบวงจรครอบคลุมทั้งระบบ CRM, ERP, e-Commerce, Workflow และกลยุทธ์การสร้าง S-Curve ใหม่ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลนอกจากนี้ยังมีบริการด้านITและสารสนเทศครบวงจรโดยอาศัยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่ยาวนาน ส่งผลให้ A I System มีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ผู้จัดทำเลือกทำเกี่ยวกับสื่อออนไลน์เพราะ การที่คนในยุคสมัยนี้จะรู้จักกับบริษัทซักบริษัทหนึ่งเป็นเรื่องยาก ถ้าไม่ใช่บริษัทที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วจึงมีความตั้งใจที่อยากจะผลิตสื่อออนไลน์ เพื่อนำมาโปรโมทบริษัท ในรูปแบบของ Digital Marketing

รายงานสหกิจฉบับนี้จึงเป็นการศึกษาบทบาทและหน้าที่ของตำแหน่ง Digital Marketing เพื่ออธิบายถึงขอบเขตการทำงาน โดยทางบริษัทต้องการคลิปวิดีโอเพื่อแนะนำและสาธิตการใช้งานระบบบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ที่สามารถนำมาใช้ต่อยอดในการทำงานได้จริง โดยใช้เครื่องมือ AI ที่หลากหลาย ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการประกอบอาชีพในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อผลิตงาน Clip Video จาก AI เพื่อส่งเสริม Digital Marketing ของบริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม

1.3 ขอบเขตของงาน

ปฏิบัติงานในหน้าที่ Digital Marketing ของบริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด ในระหว่างวันที่19 พฤษภาคม ถึง 29 สิงหาคม 2568 เท่านั้น

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้ บริษัทได้รับประโยชน์อย่างมาก เนื่องจาก ได้นำผลงานที่นักศึกษาจัดทำ คือ การสร้างสรรค์วิดีโอด้วย AI ไปใช้ในการโปรโมทบริษัทได้จริง นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับข้อมูลและแนวคิดที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมและไอเดียใหม่ๆ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI ในการผลิตเนื้อหาดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้การทำงานโดยรวมของทีมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย

จากการที่ผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตสื่อวิดีโอ โดยได้มีการนำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มาศึกษา และปรับใช้กับการสร้างสรรค์งานให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดและทฤษฎีที่นำเสนอในบทนี้จะช่วย สนับสนุนการวิเคราะห์และสะท้อนประสบการณ์การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในบริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด โดยใช้ แนวคิดดังนี้

2.1 แนวคิดในการตัดต่อวิดีโอ

2.2 เทคนิคการสื่อสาร เล่าเรื่องแบบน่าสนใจผ่าน Storytelling

2.1 แนวคิดในการตัดต่อวิดีโอ

Mr.Piyadanai Wikein (2555) ในปัจจุบันการตัดต่อวิดีโอมีอิทธิพลอย่างมากในการสื่อสารใน ชีวิตประจำวัน ซึ่งการตัดต่อมีหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการตัดต่อภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง ซึ่งการตัดต่อ วิดีโอมีหลากหลายรูปแบบ สื่อความหมายแตกต่างกันออกไป รวมไปถึงจุดประสงค์วิดีโอด้วยเช่นกัน

ความหมายของการตัดต่อ

การตัดต่อวิดีโอ คือ การนำเสนอภาพจากหลายภาพมาประกอบกันให้เป็นเรื่องราว โดยการนำรายละเอียด ของภาพและเหตุการณ์ที่สำคัญจากสื่อบันทึกอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้บันทึกไว้หรือวิดีโอ فوتเทจ (VDO Footage) มาทำการสร้างสรรค์เพื่อเรียงลำดับให้ได้เนื้อหาตามจุดประสงค์ ซึ่งที่นำมาลำดับไม่จำเป็นต้องมี สำคัญเท่ากันทุกภาพ ความสำคัญอาจจะลดลงไปตามเนื้อหา ภาพบางภาพสามารถเป็นสื่อสำคัญของการเกิดของ เหตุการณ์แต่บางภาพเป็นส่วนประกอบเท่านั้น

การนำวิดีโอไปใช้งาน

วิดีโอสามารถนำไปใช้งานได้หลายๆ ลักษณะ ซึ่งสามารถแสดงดังต่อไปนี้

ด้านบันเทิง (Video Entertainment) สามารถบันทึกมิวสิกวิดีโอ รายการ โทรทัศน์ ที่ชื่นชอบ บันทึกการแสดงสด หรือในงานเลี้ยงสังสรรค์ต่าง ๆ เพื่อนำกลับมาชมได้อีกครั้ง

ด้านการนำเสนองาน (Video Presentation) สำหรับแนะนำสินค้า ตัวอย่างธุรกิจ การสอน/อบรมด้านต่างๆ การติดต่อภาพแต่ละครั้งผู้จัดทำต้องการให้ผู้ชมมีการรับรู้ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ภาพและเสียงมาประกอบ เพื่อให้การนำเสนอมีความเพลิดเพลินกับการรับชม

2.2 เทคนิคการสื่อสาร เล่าเรื่องแบรนด์ให้น่าสนใจผ่าน Storytelling

กิติกร อนุเอียร. (2561). จากยุคที่ดิจิทัลเป็นแค่หน้าพิกาข้อมือ และผู้คนยังคล้อยตามโฆษณาต่างๆ จนตอนนี้ดิจิทัลกำลังจะกลายเป็นสื่อสายเลือดหลัก ส่วนโฆษณาในสื่อเดิมๆ ก็จะเป็นสิ่งรบกวนสายตา แม้ว่าพยายามแฝงเข้าไปอยู่ในสื่อออนไลน์ แต่ด้วยอิทธิฤทธิ์นี้แหละ สไลด์พรีดเดียวก็กระเด็นไปไกลแล้ว

เมื่อโฆษณายากจะอยู่ในสายตาและซึมลึกเข้าไปอยู่ในใจ คงต้องเข้าใจก่อนว่าพื้นที่ในการสื่อสารยุคนี้จะแยกเป็นสองวงอย่างชัดเจน คือ....

“เรื่องที่แบรนด์อยากบอก VS เรื่องที่ลูกค้าอยากรับรู้”

ปัญหาคือเรื่องที่แบรนด์อยากบอก บางครั้งก็เป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่อยากจะรู้ (พวกโฆษณาที่ยัดเยียดขายของทีไร) หรือเรื่องที่คุณอยากรู้ แบรนด์ก็ดันไม่คิดจะบอก การสื่อสารการตลาดที่กลมกล่อมที่สุดคือส่วนที่สองวงนี้ทับซ้อนกัน และในเมื่อสินค้ายังไม่ได้เป็นที่ต้องการในทันทีที่มีการสื่อสาร ส่งผลให้แบรนด์ต้องเข้าไปสิงสถิตใจลูกค้า วางแผนการสื่อสารให้ค่อยๆ ซึมซับสะสมไปเรื่อยๆ ได้รับความประทับใจ

เทคนิคการสื่อสารอย่างเข้าถึงอารมณ์ หรือ Storytelling เล่าเรื่องแบรนด์ให้น่าสนใจ มีแนวทางดังนี้...

- นำเสนอเรื่องราว (Story) เน้นความสมจริง ดูน่าเชื่อถือ ไม่ต้องตีความมาก เล่าความเปลี่ยนแปลงเป็นฉากๆ ถ้านำเสนอดีจะอ่านเพลิน แต่เล่าแบบน้ำท่วมทุ่งผักบุ้งโหรงเหรง คนคงอยากยี้หนีไปเลย
- นำเสนอคำจำกัดความ (Definition) เน้นประโยชน์ตรงๆ กระชับ ชัดเจน แต่อาจกลายเป็นว่า content ไม่แตกต่าง คนจำไม่ได้ หรือเข้าใจยาก
- นำเสนอแบบเล่าเรื่อง (Narrative) ผสมกันระหว่างแนว Story แต่ไม่เหมือน Definition จุดเด่นคือเรียบเรียงให้น่าสนใจได้ ไม่สั้นไม่ยาวเกินไป อ่านเพลินและเข้าใจง่าย
- อุปมาอุปมัย (Analogy) เปรียบเทียบกับบางสิ่ง ให้เข้าใจง่ายขึ้น มีความโดดเด่นเชิงครีเอทีฟ แต่ถ้าคิดตัวเปรียบเทียบไม่ดี อาจทำให้ผู้อ่านไม่เห็นด้วย หรือตีความผิดไป

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานที่ของที่ประกอบการ

บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ชั้น 21 ยูนิต D เลขที่ 1168/59

ถนนพระรามที่ 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120



ภาพที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) ของ บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

ภาพที่ 3.2 ตำแหน่งที่ตั้ง บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด ให้บริการด้าน Digital Transformation แบบครบวงจรครอบคลุมทั้งระบบ CRM, ERP, e-Commerce, Workflow และกลยุทธ์การสร้าง S-Curve ใหม่ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลนอกจากนี้ยังมีบริการด้านITและสารสนเทศครบวงจรโดยอาศัยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่ยาวนาน ส่งผลให้ A I System มีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร



ภาพที่ 3.3 ตำแหน่งพนักงาน บริษัท เอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

หน้าที่ Digital Marketing ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย ผลิตคอนเทนต์ที่น่าสนใจและมีคุณภาพในรูปแบบต่างๆ เช่น บทความ, รูปภาพ, วิดีโอ, Infographics ดูแลและอัปเดตคอนเทนต์บนเว็บไซต์ บล็อก และโซเชียลมีเดีย

3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา นายไกรเลิศ โออิฐ

ตำแหน่ง Senior Solution Development

3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

เริ่มปฏิบัติงาน วันที่ 19 พฤษภาคม - 29 สิงหาคม 2568

โดยปฏิบัติงาน 5 วัน/สัปดาห์ (จันทร์ - ศุกร์) เวลา 9:00 - 18:00 น.



3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

สัปดาห์	รายละเอียด
1	วันที่19 – 23 พฤษภาคม ได้มีการพูดคุยกับพี่เลี้ยงเกี่ยวกับงานที่จะต้องทำ และbriefงานแรก คืองาน E-Book ชื่อว่าสุดยอดกลยุทธ์ CRM สำหรับธุรกิจ B2B โดยฐานลูกค้าอายุประมาณ 40-50 ปี สไตล์ขาว-ดำ เพื่อความเป็นทางการ
2	วันที่26 – 30 พฤษภาคม ได้ทำงาน E-Book ขึ้นที่ 2 ชื่อว่าทะยานสู่พหุพหุในธุรกิจอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยฐานลูกค้าอายุประมาณ 40-50 ปี สไตล์ขาว-ดำ เพื่อความเป็นทางการ
3	วันที่2-6 มิถุนายน ทำBlog Design Website 2อัน ของบริษัท และทำปกหน้าเว็บไซต์ เรื่องE-Book ทะยานสู่พหุพหุในธุรกิจอุปกรณ์ก่อสร้าง และอีก 1 เรื่อง คือ Kaspersky
4	วันที่9-13 มิถุนายน ทำBlog Design Website 2อัน ของบริษัท เรื่องCRM System คืออะไรกันแน่? เข้าใจง่ายๆ ใน 1 นาที และอีก 1 เรื่อง คือ MOAI-CRM System: สรุปความแตกต่างของ MOAI-CRM System สำหรับธุรกิจยุคใหม่ที่ต้องการเติบโต
5	วันที่16-20 มิถุนายน ได้ตัดต่อวิดีโอผ่านCapcut ชื่อว่า เจาะลึก! วิธีเปรียบเทียบ CRM System ฉบับละเอียด เลือกตัวไหนให้ตอบโจทย์ธุรกิจของคุณที่สุด โดยตัวFootage และเสียง ใช้วิธีGen ด้วย AI โดยตัวFootageจะใช้ตัว Veo 3 ของ Googleในการ Gen โดยการใส่Prompt เข้าไป และตัวเสียงใช้Botnoiz ในการGen เสียง และมีการทำปกคลิป
6	วันที่23-27 มิถุนายน ได้ทำBlog Design Website ของบริษัท เรื่องเจาะลึก! วิธีเปรียบเทียบ CRM System ฉบับละเอียด เลือกตัวไหนให้ตอบโจทย์ธุรกิจของคุณที่สุด โดยนำคลิปวิดีโอที่ตัดต่อ มาใส่ด้วย

	เพื่อประกอบ และทำGraphic2รูป ขนาด1080x1080 ในหัวข้อโปรโมทE-Bookธุรกิจก่อสร้าง และโปรโมท CRM ของบริษัท
7	วันที่30 มิถุนายน-4 กรกฎาคม ทำGraphic2รูป ขนาด1080x1080 ในหัวข้อโปรโมท E-Bookธุรกิจก่อสร้าง และโปรโมท CRM ของบริษัท
8	วันที่7-11 กรกฎาคม ทำGraphic2รูป ขนาด1920x1080 ในหัวข้อโปรโมท E-Bookธุรกิจก่อสร้าง และโปรโมท CRM ของบริษัท
9	วันที่14-18 กรกฎาคม ทำ InfoGraphic2รูป ขนาด21x29.7 ในหัวข้อโปรโมท E-Bookธุรกิจก่อสร้าง
10	วันที่22-25 กรกฎาคม ทำ InfoGraphic2รูป ขนาด21x29.7 ในหัวข้อโปรโมท E-Bookธุรกิจก่อสร้าง
11	วันที่28 กรกฎาคม-1 สิงหาคม ทำFlow ของ KOI Thé เกี่ยวกับลำดับขั้นตอนในการเข้าใช้ตัวแอป และสมัครสมาชิก ทั้งหมด 8 Flow
12	วันที่4-8 สิงหาคม ได้ตัดต่อวิดีโอผ่านCapcut คลิปที่ 1 เกี่ยวกับ MOAI-CRM System คลิปที่ 2 เกี่ยวกับ เอ ไอ ซิสเต็ม โดยตัวFootage และเสียง ใช้วิธีGen ด้วย AI โดยตัวFootageจะใช้ตัว Veo 3 ของ Google ในการ Gen โดยการใส่ Prompt เข้าไป และตัวเสียงใช้ Google AI Studio ในการ Gen เสียง
13	วันที่11-15 สิงหาคม ได้ตัดต่อวิดีโอผ่านCapcut คลิปเกี่ยวกับ 3 เหตุผลที่ธุรกิจ ต้องใช้ CRM ทันที เพื่อให้พร้อมกับการแข่งขัน

	โดยตัวFootage และเสียง ใช้วิธีGen ด้วย AI โดยตัวFootageจะใช้ตัว Veo 3 ของ Google ในการ Gen โดยการใส่ Prompt เข้าไป และตัวเสียงใช้ Google AI Studio ในการ Gen เสียง
14	วันที่18-22 สิงหาคม ได้ตัดต่อวิดีโอผ่านCapcut คลิปเกี่ยวกับ คุณเป็นเจ้าของธุรกิจที่กำลังจมอยู่กับข้อมูลที่กระจัดกระจายและขั้นตอนการทำงานที่แสนจะยุ่งยากใช่ไหม? โดยตัวFootage และเสียง ใช้วิธีGen ด้วย AI โดยตัวFootageจะใช้ตัว Veo 3 ของ Google ในการ Gen โดยการใส่ Prompt เข้าไป และตัวเสียงใช้ Google AI Studio ในการ Gen เสียง

ตารางที่ 3.1 ตารางการปฏิบัติงานสหกิจ



3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้



ภาพที่ 3.4 acer nitro AN515-57-7083



ภาพที่ 3.5 โปรแกรมที่ใช้ในการผลิต

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอ ไอ ในหน้าที่ Digital Marketing ของบริษัทเอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด
มีผลการปฏิบัติงานและกระบวนการดังนี้

4.1 ศึกษาหน้าที่และกระบวนการทำคลิปวิดีโอด้วย เอ ไอ

หน้าที่โดยสังเขป : เป็นผู้ดูแลกระบวนการผลิต ตั้งแต่วิเคราะห์สารถีรับมา (Pre-Production) จัดทำสื่อ (Production) ไปจนถึงการจบชิ้นงานสำเร็จสมบูรณ์พร้อมเผยแพร่ (Post-Production) โดยต้อง
ตัดสินใจและวางแผนการทำงานและแก้ไขเฉพาะหน้าได้ดี

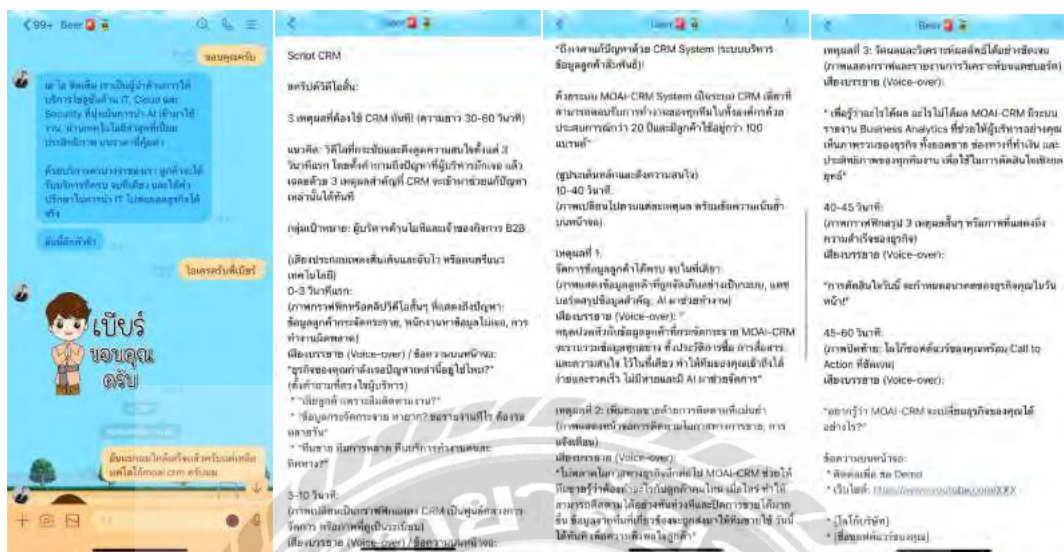
4.2 หน้าที่ได้รับมอบหมาย

ดูแลงานผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอ ไอ ของบริษัทเอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด

กระบวนการผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอ ไอ มีกระบวนการดังนี้

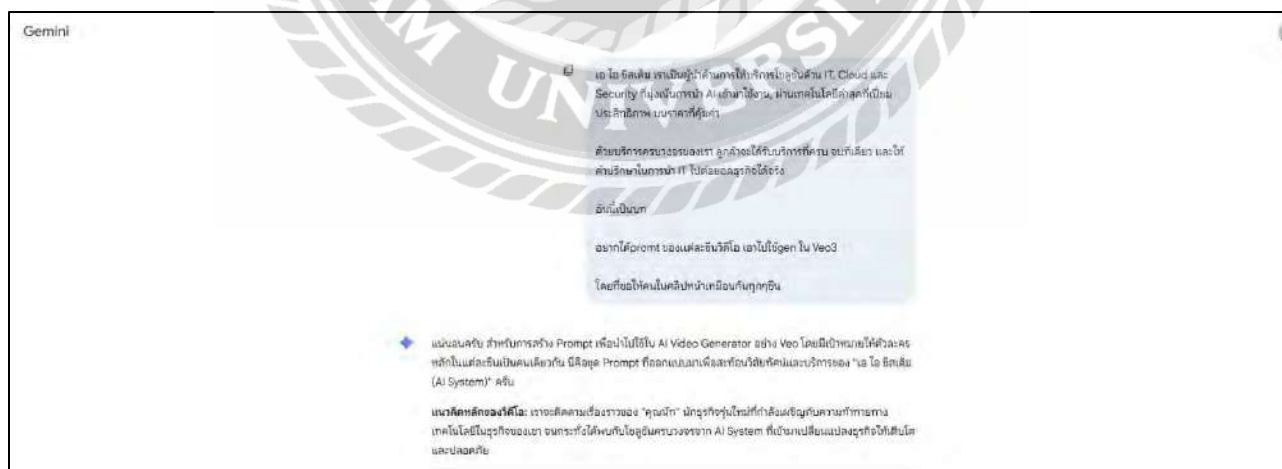
ขั้นตอน Pre-Production มีดังต่อไปนี้

- 1) การรับงานจาก CEO. โดยจะส่งมาให้เป็น Script เกี่ยวกับบทพูด หรือสิ่งที่อยากให้มีในตัวคลิปวิดีโอ เช่นต้องการให้ใส่โลโก้ของบริษัท และContractของบริษัทไว้ท้ายคลิป



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่าง Script

2) การทำความเข้าใจ และวิเคราะห์ Script ที่ได้มาว่าจะสร้าง Prompt ในแต่ละฉากยังไง โดยจะถามจาก Gemini ก่อนและ Prompt ที่ต้องการจะเป็นภาษาอังกฤษเพราะจะได้ออกมาตรงกับที่ต้องการมากที่สุดและตัว Prompt จะต้องมีความละเอียดมากที่สุดเพราะเวลา Generative วิดีโอ ออกมาจะได้ตรงกับที่ต้องการ เช่น อยากได้หน้าผู้หญิงให้เหมือนกันหมด โดยจะใส่ Prompt เข้าไปเพิ่ม เช่น Anna a 35-year-old Asian female





ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างการสร้าง Prompt

ขั้นตอน Production มีดังต่อไปนี้

3) การ Generative ผ่านตัว Veo 3 โดยเราจะใส่ Prompt ที่ได้มาลงไป ใช้เวลาประมาณ 2-3 นาที



ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างการ Generative ผ่าน Veo 3

3.1 โดยในตอนแรกผู้จัดทำ ยังไม่ชำนาญมากนักเลยยังใช้ Prompt ที่เป็นภาษาไทยอยู่ และในคลิปแรกๆ หน้าของตัวละครยังไม่เหมือนกันเพราะแค่เหมือนใส่บทให้เอ ไอ Generative



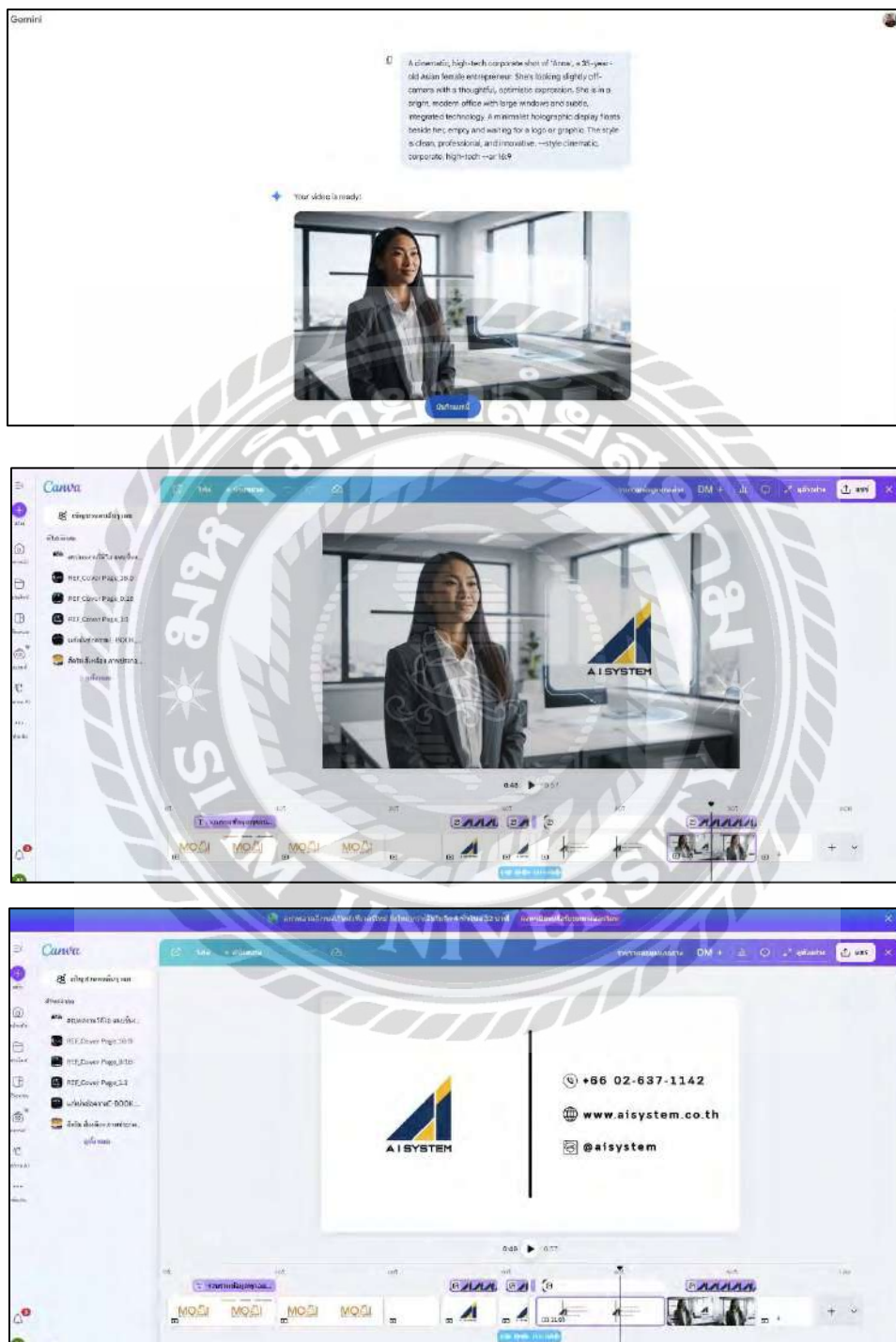
ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างการ Generative ผ่าน Veo 3 โดยใช้ภาษาไทย

3.2 มีอยู่ 1 คลิป CEO อยากให้เปิดด้วยตัว Logo ของบริษัท และปิดด้วย Logo ของบริษัทพร้อม
ช่องทางการติดต่อ ซึ่งในช่วงแรกลองทำดูเหมือนตัว เอ ไอ ยังประมวลผลตัวอักษรใน Logo บริษัทไม่ได้



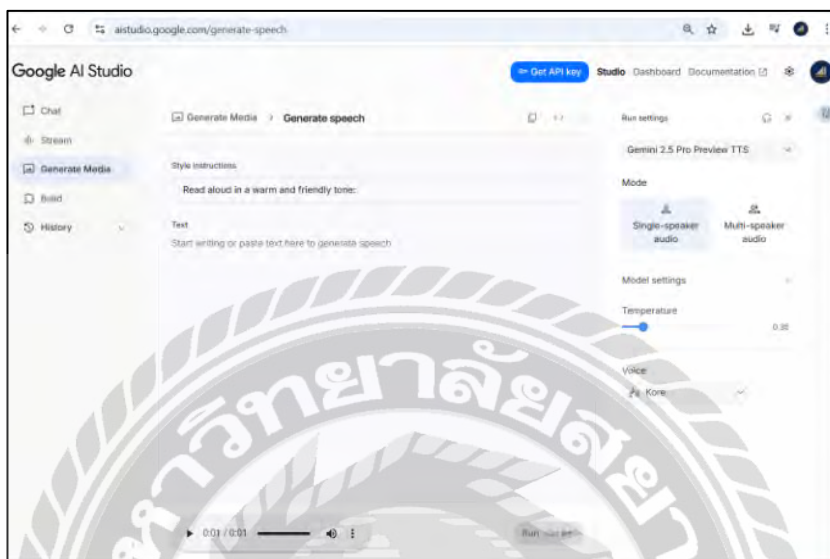
ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างการ Generative วิดีโอ Logo เปิดของบริษัท

3.3 ทหาริใหม่โดยการเขียน Prompt ให้มีแค่กรอบของ Logo แล้วจึงนำรูปโลโก้มาใส่และ Animate ในแอป Canva และทำวิดีโอปิดโดยใส่ Logo ของทางบริษัท และช่องทางติดต่อ



4.6 ตัวอย่างการสร้างคลิปวิดีโอขึ้นเปิด และขึ้นปิด

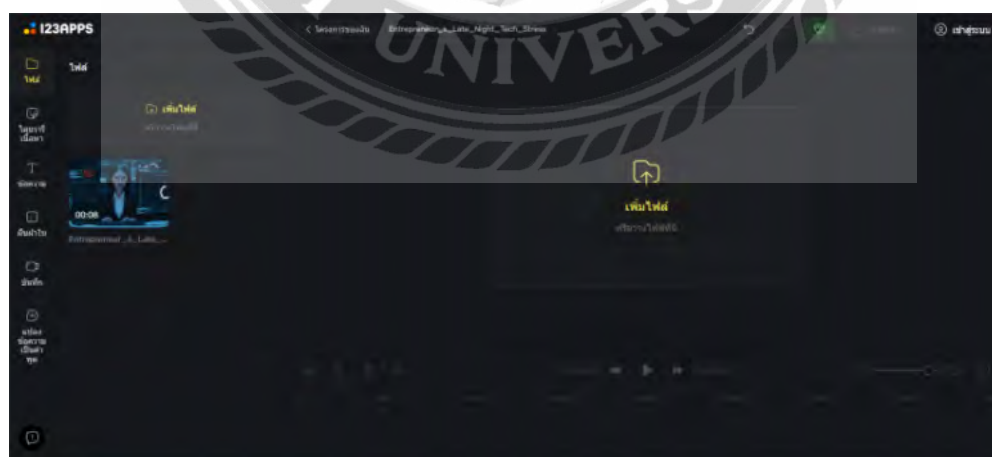
4) การ Generative เสียง จะใช้Google AI Studio โดยจะนำตัวบทพูดมาใส่ และสามารถเลือกว่าจะเอาเสียงผู้หญิงหรือผู้ชาย ค่าTemperatureเท่าไร แต่ห้ามใส่ตัวบทมากเกินไปเพราะจะเกิดการรวนได้ ควรใส่แค่แต่ละซีนที่ทำจะใช้เสียง Kore เป็นเสียงผู้หญิง และค่าTemperatureของเสียงจะอยู่ที่ 0.35



ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างการ Generative เสียง

ขั้นตอน Post-Production มีดังต่อไปนี้

5) การลบไล่น้ำตัววิดีโอ เพราะถึงแม้จะซื้อตัว Veo3 มาแล้วก็ยังมีย่าน้ำให้รู้ว่าตัววิดีโอถูกสร้างมาจาก AI. โดยจะใช้123APPS ในการลบไล่น้ำ



ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างการลบไล่น้ำตัววิดีโอ

6) การตัดต่อโดยการนำทุกสิ่งที่ทำมา มารวมกันและตัดในโปรแกรม Cap cut ของทางบริษัท



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างการตัดต่อในโปรแกรม Cap cut

4.3 สรุปผลการดำเนินงานหน้าที่ Digital Marketing

เมื่อได้รับมอบหมายงาน ผู้จัดทำจะต้องใช้องค์ความรู้ในการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ และยอมรับฟังคำแนะนำ จากหัวหน้างาน ทำความเข้าใจใต้ตรงอย่างถี่ถ้วน เช็ผลงานทุกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจ

จากที่ผู้จัดทำได้ปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัทในบทบาทผลิตคลิปวิดีโอ จึงได้ทราบกระบวนการทำงานร่วมกับ AI รวมถึงทฤษฎีแนวคิดที่ใช้ในการผลิตสื่อออนไลน์ แม้กระทั่งวิสัยทัศน์ในการทำงานร่วมกับผู้อื่นที่ดี จากการได้ไปปฏิบัติสหกิจศึกษารั้งนี้ได้ช่วยในเรื่องของการฝึกตนเองให้มีความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน และมีการใช้ชีวิตที่เป็นระเบียบ มีแบบแผนในการทำงานที่ละเอียด รอบคอบมากยิ่งขึ้น จากการปฏิบัติสหกิจมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อทราบถึงกระบวนการปฏิบัติงานในหน้าที่ผลิตงาน Clip VDO จาก AI ที่มีการทำงานที่ต้องใช้ความละเอียด รอบคอบ และความชำนาญในการทำงานที่สอดคล้องกับคนในองค์กรในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การวางแผนและการเตรียมข้อมูลสำหรับการผลิต การรับบริพวิดีโอจากต้นสังกัดหรือลูกค้า และทำความเข้าใจโจทย์เพื่อกำหนด Prompt (คำสั่ง/ข้อความ) ที่สมบูรณ์ ครบถ้วน และละเอียดที่สุด เพื่อใช้ในการสร้างวิดีโอผ่านเครื่องมือ AI รายละเอียด Prompt: เลือกและระบุรายละเอียดของวิดีโอที่ต้องการให้ AI สร้าง เช่น สไตล์ภาพ (Realism, Cartoon, Sci-fi), โทนสี (Warm, Cool, Pastel), อัตราส่วนภาพ (9:16, 16:9), และรายละเอียดของ ตัวละคร หรือ ฉากหลัง ที่จะปรากฏในวิดีโอ (เช่น คนนำเสนอเสมือนจริง, ฉากธรรมชาติ, อาคาร)
2. การออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานด้วย AI ออกแบบการสร้างวิดีโอโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับเครื่องมือ AI โดยเริ่มจากการศึกษา Prompts หรือเทคนิค จากแหล่งข้อมูลที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ การต่อยอด: ศึกษาและทดลองใช้มุมมองใหม่ ๆ ในการปรับแต่ง Prompt เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอใหม่ ๆ ที่มีความแปลกใหม่ ล้ำสมัย และดึงดูดความสนใจผู้ชมยิ่งขึ้น

3. การวางแผนและจัดการคอนเทนต์ การวางแผนเนื้อหาวิดีโอประจำเดือน เพื่อจัดการ คอนเทนต์วิดีโอ ที่หลากหลายและสอดคล้องกัน หรือมีธีมที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละสัปดาห์ (เช่น วางแผนสร้างวิดีโอรีวิวลสินค้า 3 คลิป, วิดีโอสอนการใช้งาน 1 คลิป ต่อสัปดาห์)
4. การตรวจสอบและประสานงานก่อนเผยแพร่ ต้องตรวจสอบรายละเอียดของวิดีโอที่สร้างด้วย AI อีกครั้ง เช่น ความถูกต้องของข้อมูล, ความเนียนของภาพและเสียง (เช่น การซิงค์ปากกับเสียงพากย์ของ AI Avatar), และส่งผลงานให้กับ องค์กร/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์โดยรวม การประสานงาน: เช่น ประสานงานกับฝ่ายการตลาดเรื่อง แคมเปญโปรโมชั่น เดือนนี้มีอะไรบ้าง โดยต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าวิดีโอที่สร้างขึ้นถูกต้องตามนโยบายและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของ องค์กร
5. การวัดผลและการตอบรับ วัดผลหรือรับการตอบรับ (Feedback) จากผู้ชมหลังจากเผยแพร่คลิปวิดีโอ แล้ว แหล่งข้อมูล: สามารถรับรู้ได้จากการ กดถูกใจ (Like), การแชร์ (Share), และ คอมเมนต์/ข้อเสนอแนะ จากลูกค้าบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ การนำไปใช้: สามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ ความสนใจ และ ความต้องการ ของลูกค้าได้ว่าสนใจวิดีโอประเภทไหน (เช่น วิดีโอแนวตลก, แนวให้ความรู้) อยากให้ปรับปรุง คุณภาพ ของวิดีโอที่สร้างด้วย AI ตรงส่วนไหน หรืออยากให้ช่อง/ร้านจัด กิจกรรม ในรูปแบบใดอีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะ

การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ได้รับความรู้และมุมมองใหม่ๆ ในการใช้ชีวิต ดังนั้น การจัดสรรเวลาการทำงานเป็นสิ่งควรทำอันดับต้นๆ เพราะการพักผ่อนให้เพียงพอและเต็มที่ ก็เป็นส่วนหนึ่งของงาน เพราะจะทำให้สมองเกิดการประมวลผลที่รวดเร็วขึ้น สามารถคิด วิเคราะห์ และแก้ไขเฉพาะหน้าได้ดี

ในทางกลับกัน หากเราพักผ่อนไม่เพียงพอ เราอาจจะทำงานผิดพลาด และส่งผลกระทบต่อองค์กรให้เกิดความเสียหายได้ เพราะตัวสื่อ ที่ถูกสื่อสารให้ไม่ครบถ้วนอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนและเข้าใจผิดได้ ดังนั้นเวลาเป็นสิ่งสำคัญที่เราไม่ควรมองข้ามและให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เพื่อผลงานที่ดี และมีคุณภาพ

บรรณานุกรม

Mr.Piyadanai Wikein (2555) แนวคิดในการตัดต่อวิดีโอ

<https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4>

กิติกร อนุเชียร. (2561). เทคนิคการสื่อสาร เล่าเรื่องแบรนด์ที่น่าสนใจผ่าน Storytelling

<https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/storytelling/>







บทนำ

สวัสดีครับ,
ท่านเจ้าของธุรกิจอุปกรณ์ก่อสร้าง

Facebook ฉบับดิจิทัลฉบับนี้ ถือเป็น E-book ที่ได้รับการคัดเลือกจากมูลนิธิเพื่อ
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ จากเครือข่ายมูลนิธิเพื่อสังคมไทย โดย
มูลนิธิเพื่อสังคมไทย

เราได้สรุปเป็นถ้อยแถลงที่เรียกว่า Reference ไว้ที่ส่วนท้ายของฉบับนี้ไว้ให้ดู หากแม้ว่าการ
การอ้างอิงถูกมองว่า เป็นกิจกรรมที่ Digital Transformation จะช่วย โคลงเป็นงานที่
ที่คนอีกหลายคน การสืบมาแต่เดิมก็ยาก รวมไปถึงการวิจัยด้วยก็ยากพอๆกับ
เขียนตามใจผู้ทำงานนี้ไว้ที่ส่วนท้ายของฉบับนี้ E-Book นี้ด้วย

TABLE OF CONTENTS

- ประเมินความเสี่ยงในเชิงกลยุทธ์
- จัดทำแผนการดำเนินงานตามกลยุทธ์
- พัฒนาแผนการดำเนินงานเชิงปฏิบัติการ
- ติดตามผล ประเมินผล และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ประเมินและเสริมสร้างรากฐานธุรกิจ

* ข้อมูลนี้เป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น การตัดสินใจลงทุนควรพิจารณาจากข้อมูลและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญก่อนเสมอ

1. วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของธุรกิจ

- **Microsoft Dynamics CRM**: Integrates with Outlook and Exchange to track sales leads and opportunities.
- **Microsoft Dynamics ERP**: Integrates with CRM to manage financials, inventory, and supply chain.
- **Microsoft Dynamics Marketing**: Focuses on digital marketing, email campaigns, and social media integration.

2. បង្កើនប្រសិទ្ធភាពការងារ។

- | การเงิน | ด้านอื่นๆ |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • การเพิ่ม/ลดหนี้สิน การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดต้นทุน การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ | <ul style="list-style-type: none"> • การเพิ่ม/ลดหนี้สิน การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดต้นทุน การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ • การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ การเพิ่ม/ลดกำไรสุทธิ |

3. ឯកសារយោង

- ### คำถามตาม
- จงอธิบายถึงกระบวนการของ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของโมเลกุลในปฏิกิริยาเคมี
 - จงอธิบายถึงผลกระทบของอุณหภูมิและแรงดันที่มีต่ออัตราการเกิดปฏิกิริยาเคมี
 - จงอธิบายถึงผลกระทบของตัวเร่งปฏิกิริยาที่มีต่ออัตราการเกิดปฏิกิริยาเคมี
 - จงอธิบายถึงผลกระทบของตัวทำละลายที่มีต่ออัตราการเกิดปฏิกิริยาเคมี

สร้างความแตกต่าง
และขยายฐานลูกค้า

เมื่อรวมฐานข้อมูลเชิงพรรณนาแล้ว ซึ่งครอบคลุมไปถึง การสร้าง
ความเข้าใจวิธีคิดในการแก้ปัญหาเฉพาะ วิชาความรู้เฉพาะ

1. วิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง

- การติดต่อ: มีหลายวิธีในการหาแหล่งข้อมูลทางธุรกิจ คือการติดต่อผู้ปกครองที่เป็นศิษย์เก่า
- การติดต่อผู้ให้บริการ: มีข้อมูลจาก CRM (Customer Relationship Management) ที่เก็บข้อมูลทางธุรกิจกับความสัมพันธ์กับลูกค้าและแหล่งข้อมูลจากในองค์กร
- การติดต่อสื่อมวลชน: มีเครือข่ายบรรณาธิการสื่อมวลชนในแหล่งข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเทคโนโลยี

2. สร้างความแตกต่างและนำเสนอคุณค่า

- [illegible]

3. ขยายช่องทางการขาย

- **เครื่องมือสำหรับใช้บนเว็บ:** อุปกรณ์สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้เพื่อใช้งานบนเว็บ
- **E-commerce:** การค้าขายบนคอมพิวเตอร์ E-commerce มีลักษณะเฉพาะ คือใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการขาย
- **B2B** (business to business): การขายระหว่างสองบริษัท B2B คือเป็นการขายระหว่างบริษัทและธุรกิจขนาดใหญ่

พัฒนาระบบการจัดการ เพื่อรองรับ
การเติบโต

ការបោះឆ្នោតជ្រើសរើសសមាជិកក្រុមប្រឹក្សាភិបាលក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបោះឆ្នោតប្រភេទប្រតិបត្តិការប្រកួតប្រជែងគ្នា។

1. สอดทนในโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT

- **Internet of Things (IoT):** เชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถสื่อสารกันได้
- **Big Data:** การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีประสิทธิภาพ
- **Cloud Computing:** บริการคอมพิวเตอร์ที่เข้าถึงได้จากทุกที่

2. พัฒนาโครงสร้างองค์กร

- การควบคุมและป้องกัน วัสดุอันตรายต้องมีการ
จัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่การนำเข้า การขนถ่าย
และการกำจัดอย่างปลอดภัย
- การจัดการกับวัสดุอันตราย จะต้องมีการ
ควบคุมและจัดการอย่างเหมาะสมและปลอดภัย
ตลอดทั้งกระบวนการ
- การจัดการกับวัสดุอันตราย จะต้องมีการ
จัดการอย่างเหมาะสมและปลอดภัยตลอดทั้ง
กระบวนการ
- การจัดการกับวัสดุอันตราย จะต้องมีการ
จัดการอย่างเหมาะสมและปลอดภัยตลอดทั้ง
กระบวนการ

- ### 3. สร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน
- การวางกลยุทธ์ทางการเงิน คือการประมาณการทางการเงินเกี่ยวกับอนาคตของกิจการในระยะยาว
 - ประโยชน์ที่ได้รับจากการวางแผนทางการเงินของกิจการจะช่วยให้กิจการสามารถหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทางการเงินได้เป็นอย่างดี

ติดตามผล ปรับกลยุทธ์
และเติบโตอย่างยั่งยืน

การสนับสนุนจาก: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) และมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

1. ติดตามตัวชี้วัดหลัก (KPIs)

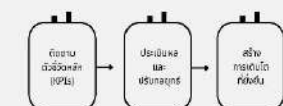
- It can be used to create a new document or to open an existing one.
- It can be used to create a new document or to open an existing one.
- It can be used to create a new document or to open an existing one.

2. ประเมินผลและปรัญญา

- วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- การสรุปเนื้อหาข้อสอบและข้อควรระวังในการใช้ข้อสอบ
- การดำเนินการวิจัย (การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอผล)

3. สร้างการเติบโตที่ยั่งยืน

- <http://www.biorxiv.org/content/10.1101/000000v1>
- <http://www.biorxiv.org/content/10.1101/000000v1>



“
การขยายธุรกิจจากผลิตภัณฑ์เส้น
สู่ผลิตภัณฑ์
เป็นเป้าหมายที่ท้าทาย
แต่สามารถบรรลุได้
ด้วยการวางแผนที่รอบคอบ
การดำเนินการที่เป็นขั้นตอน
หรือการใช้ประโยชน์จากข้อมูล
และเทคโนโลยี”

E-book ฉบับนี้ได้สรุปขั้นตอนสำคัญ
และแนวทางการใช้เครื่องมือดิจิทัล
เพื่อช่วยให้ท่านบรรลุเป้าหมายในการ
เติบโตอย่างยั่งยืน

ขอให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ
และผ่านทุกช่วงเวลาของธุรกิจไปได้ด้วย
ยอดเยี่ยมครับ





ทำไม CRM ถึงสำคัญอย่างยิ่ง สำหรับธุรกิจ B2B ในยุคนี้?



เปิดประเด็นด้วย Pain Point:

- ความท้าทายของ B2B (เช่น ปัญหาการขาดการเชื่อมโยงข้อมูล, ปัญหาการขาดข้อมูลลูกค้า)

พลังของ CRM ในด้าน B2B:

- สามารถเชื่อมโยงข้อมูล B2B (เช่น ข้อมูลลูกค้า, ข้อมูลการขาย, ข้อมูลการตลาด) เข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ, เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน, เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

B2B vs. B2C: ความแตกต่าง ที่ต้องใส่ใจเมื่อใช้ CRM:

- ในด้านความสัมพันธ์ของธุรกิจ B2B, ผู้ซื้อและผู้ขายมีความสัมพันธ์กันที่ใกล้ชิดและยาวนาน

Case Study เล็ก ๆ:

- บริษัท CRM B2B (เช่น บริษัท CRM B2B)

PAGE 1

5 กลยุทธ์ CRM ที่ธุรกิจ B2B ต้องรู้และนำไปใช้ทันที

กลยุทธ์ที่ 1: สร้างความเข้าใจ 360 องศาในทุกความสัมพันธ์:

- การสร้างความเข้าใจในทุกความสัมพันธ์ (เช่น การสร้างความเข้าใจในความต้องการ, การสร้างความเข้าใจในพฤติกรรม, การสร้างความเข้าใจในความต้องการ)

กลยุทธ์ที่ 2: ออกแบบ Sales Pipeline ที่แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพ:

- การออกแบบ Sales Pipeline ที่แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพ (เช่น การออกแบบ Sales Pipeline ที่แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพ, การออกแบบ Sales Pipeline ที่แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพ)

กลยุทธ์ที่ 3: เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทีมขายและการตลาด:

- เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทีมขายและการตลาด (เช่น เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทีมขายและการตลาด, เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทีมขายและการตลาด)

กลยุทธ์ที่ 4: สร้างประสบการณ์ลูกค้าที่เป็นเลิศและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว:

- สร้างประสบการณ์ลูกค้าที่เป็นเลิศและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว (เช่น สร้างประสบการณ์ลูกค้าที่เป็นเลิศและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว, สร้างประสบการณ์ลูกค้าที่เป็นเลิศและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว)

กลยุทธ์ที่ 5: วิเคราะห์ข้อมูล CRM เพื่อตัดสินใจทางธุรกิจที่ชาญฉลาด:

- วิเคราะห์ข้อมูล CRM เพื่อตัดสินใจทางธุรกิจที่ชาญฉลาด (เช่น วิเคราะห์ข้อมูล CRM เพื่อตัดสินใจทางธุรกิจที่ชาญฉลาด, วิเคราะห์ข้อมูล CRM เพื่อตัดสินใจทางธุรกิจที่ชาญฉลาด)

PAGE 2

How B2B companies benefit from CRM software?

เลือกและใช้งานระบบ CRM ให้ตอบ โจทย์ธุรกิจ B2B ของคุณ

1. ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือก ระบบ CRM:
 - ความสอดคล้อง, ความยืดหยุ่น, การเชื่อมต่อข้อมูล, การทำงานร่วมกัน, การบูรณาการกับระบบอื่น ๆ
2. แนวโน้มของ CRM ที่สำคัญ สำหรับ B2B:
 - Lead Management, Account Management, Contract Management, Opportunity Management, Sales Automation, Reporting & Analytics
3. ขั้นตอนการนำระบบ CRM มาใช้ งานให้ประสบความสำเร็จ:
 - การวางแผน, การเลือก, การฝึกอบรม, การติดตามผล, การปรับปรุง
4. เครื่องมือ CRM ยอดเยี่ยม สำหรับธุรกิจ B2B (พร้อมข้อดี และข้อเสียโดยสังเขป):
 - (เช่น CRM ที่มีความยืดหยุ่น, Salesforce HubSpot, Zoho CRM)

PAGE 3

เคล็ดลับสู่ความสำเร็จในการ ใช้ CRM สำหรับธุรกิจ B2B

- ☒ การเลือก CRM ที่เหมาะสมกับธุรกิจ B2B (เช่น การเลือก CRM ที่เหมาะสมกับธุรกิจ B2B)
- ☒ การฝึกอบรมและสนับสนุนทีมงานในการใช้ CRM (เช่น การฝึกอบรมและสนับสนุนทีมงานในการใช้ CRM)
- ☒ การบูรณาการ CRM กับระบบอื่น ๆ (เช่น การบูรณาการ CRM กับระบบอื่น ๆ)
- ☒ การติดตามผลและปรับปรุง CRM (เช่น การติดตามผลและปรับปรุง CRM)

ก้าวสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนด้วย CRM

- ☒ ความสอดคล้องของ CRM (เช่น ความสอดคล้องของ CRM)
- ☒ การฝึกอบรมและสนับสนุนทีมงานในการใช้ CRM (เช่น การฝึกอบรมและสนับสนุนทีมงานในการใช้ CRM)
- ☒ การบูรณาการ CRM กับระบบอื่น ๆ (เช่น การบูรณาการ CRM กับระบบอื่น ๆ)
- ☒ การติดตามผลและปรับปรุง CRM (เช่น การติดตามผลและปรับปรุง CRM)

PAGE 4

สไตล์การเขียน:

- การใช้ภาษาที่ชัดเจน, กระชับ, และเข้าใจง่าย
- การใช้ภาษาที่เป็นทางการ, แต่ไม่เคร่งครัดเกินไป
- การใช้ภาษาที่กระชับ, ไม่เยิ่นเย้อ
- การใช้ภาษาที่กระชับ, ไม่เยิ่นเย้อ
- การใช้ภาษาที่กระชับ, ไม่เยิ่นเย้อ



ทำไม e-book นี้ ถึงน่าแชร์:

- เป็น e-book ที่น่าสนใจ, มีประโยชน์, และน่าอ่าน
- เป็น e-book ที่น่าสนใจ, มีประโยชน์, และน่าอ่าน
- เป็น e-book ที่น่าสนใจ, มีประโยชน์, และน่าอ่าน
- เป็น e-book ที่น่าสนใจ, มีประโยชน์, และน่าอ่าน

ขั้นตอนถัดไป:

1. การวางแผนและเตรียมความพร้อม
2. การเลือก CRM ที่เหมาะสมกับธุรกิจ B2B
3. การฝึกอบรมและสนับสนุนทีมงานในการใช้ CRM
4. การบูรณาการ CRM กับระบบอื่น ๆ
5. การติดตามผลและปรับปรุง CRM

PAGE 5

ผมเชื่อว่า e-book ที่มีเนื้อหาครบถ้วนและน่าสนใจจะเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับเจ้าของธุรกิจ B2B และมีโอกาสสูงที่จะถูกแชร์ต่อครับ หากคุณต้องการให้ผมช่วยส่งรายละเอียดในส่วนใดส่วนหนึ่งเพิ่มเติม บอกได้เลยครับ ยินดีเสมอครับ!



PAGE 6





Kaspersky recognized as a Leader in Frost Radar for Cyber Threat Intelligence

Kaspersky ได้รับการยกย่องเป็น 'ผู้นำ' ในรายงาน Frost Radar™ ด้าน Cyber Threat Intelligence ปี 2024

Kaspersky ได้รับการคัดเลือกให้เป็น 'ผู้นำ' (Leader) ในรายงาน Frost Radar™ ด้านข้อมูลภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat Intelligence - CTI) ประจำปี 2024 โดยได้รับการยอมรับในด้านนวัตกรรมในหลายด้าน รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลภัยคุกคามทางไซเบอร์กับข้อมูลข่าวกรอง การตรวจจับภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

Kaspersky ได้รับการคัดเลือกให้เป็น 'ผู้นำ' (Leader) ในรายงาน Frost Radar™ ด้านข้อมูลภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat Intelligence - CTI) ประจำปี 2024 โดยได้รับการยอมรับในด้านนวัตกรรมในหลายด้าน รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลภัยคุกคามทางไซเบอร์กับข้อมูลข่าวกรอง การตรวจจับภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

Frost Radar™ คืออะไร และมีเกณฑ์วัดผลอย่างไร?

รายงาน Frost Radar ของ Frost & Sullivan ได้รวมบริษัทชั้นนำในด้านความเป็นผู้นำและนวัตกรรมในหลายด้าน โดย Provider ที่ได้รับเลือกจะถูกจัดอันดับใน Frost Radar ตามเกณฑ์ 10 ข้อใน 2 มิติหลัก ได้แก่ การเติบโต (Growth) และนวัตกรรม (Innovation) โดยดัชนีการเติบโต (Growth Index) จะประเมินถึงความสำเร็จของธุรกิจและความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัท ในขณะที่ดัชนีการเติบโต (Innovation Index) จะประเมินถึงความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการเติบโตของธุรกิจในด้านอื่น ๆ

Kaspersky โซลูชันการเติบโตระดับสองหลัก 3 ข้อนในตลาด Cyber Threat Intelligence

Frost & Sullivan ชี้ให้เห็นว่า Kaspersky เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำในบริการ Cyber Threat Intelligence และแพลตฟอร์ม Threat Intelligence Platform (TIP) พร้อมความสามารถในการนำข้อมูลภัยคุกคามทางไซเบอร์มาเชื่อมโยงกับข้อมูลข่าวกรอง การตรวจจับภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

Kaspersky โซลูชันการเติบโตระดับสองหลัก 3 ข้อนในตลาด Cyber Threat Intelligence ได้แก่ Kaspersky Threat Intelligence Platform (TIP), Kaspersky Threat Intelligence Platform (TIP) และ Kaspersky Threat Intelligence Platform (TIP)

Frost & Sullivan ชี้ Kaspersky มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ความปลอดภัยที่ครอบคลุมและขับเคลื่อนด้วย TI

รายงานชี้ให้เห็นถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ความปลอดภัยที่ครอบคลุมของ Kaspersky ซึ่งมีโซลูชันที่หลากหลาย รวมถึง SIEM (Security Information and Event Management), XDR (Extended Detection and Response), MDR (Managed Detection and Response) และ NDR (Network Detection and Response) ซึ่งทั้งหมดนี้ได้รับการสนับสนุนจากบริการ Threat Intelligence (TI) ของบริษัท โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ TI ประกอบด้วยโซลูชันที่ทำงานร่วมกับ 10 โมดูล ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ภัยคุกคาม (Threat feeds) และการตรวจจับภัยคุกคาม (Incidents) ไปจนถึงการแจ้งเตือนภัยคุกคาม (Alerts) และการแจ้งเตือนภัยคุกคาม (Alerts)

เจาะเหตุผลที่ Kaspersky เป็นผู้นำบน "ดัชนีนวัตกรรม" ของ Frost Radar™

Kaspersky โดดเด่นใน Frost Radar™ ด้วยผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในด้านนวัตกรรม เนื่องจากบริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

วิสัยทัศน์เบื้องหลังความเป็นผู้นำด้าน Cyber Threat Intelligence

นาถเกอ กิลิต (Gleb Gitsal) รองประธานฝ่ายผลิตภัณฑ์ของ Kaspersky กล่าวว่า "Kaspersky เป็น Threat Intelligence ที่วางรากฐานของธุรกิจบนพื้นฐานของนวัตกรรม โดยที่ข้อมูลภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat Intelligence) เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจของเรา และเราให้ความสำคัญกับนวัตกรรมในการตรวจจับภัยคุกคามทางไซเบอร์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

เกี่ยวกับ Kaspersky:

Kaspersky เป็นบริษัทด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างโลกที่ปลอดภัยยิ่งขึ้นในปี 1997 ด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัยและนวัตกรรมที่ล้ำหน้าจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เกิดขึ้นใหม่และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ความเชี่ยวชาญด้านข้อมูลภัยคุกคามทางไซเบอร์ของ Kaspersky ได้ถูกเปลี่ยนเป็นนวัตกรรม โซลูชันและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อปกป้องธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ รัฐบาล และธุรกิจในทุกภาคส่วนของโลก

Source:

<https://www.kaspersky.com/about/press-releases/kaspersky-recognized-as-a-leader-in-frost-radar-for-cyber-threat-intelligence>



ทะยานสู่พันล้าน ในธุรกิจอุปกรณ์ก่อสร้าง



ติดตาม
ตัวชี้วัดหลัก
(KPIs)



ประเมินผล
และ
ปรับกลยุทธ์



สร้าง
การเติบโต
ที่ยั่งยืน



ABOUT US

E-book ฉบับนี้เขียนขึ้นมาเพื่อเป็น Guidebook สำหรับทีมที่ต้องการขยายธุรกิจ โดยเฉพาะด้านที่เป็นอุปกรณ์ก่อสร้าง จากยอดขายหลักร้อยล้านบาท ไปสู่ระดับพันล้านบาทอย่างมั่นคง

สแกนแนวโน้มย้อนหลัง 3-5 ปี

ดูบย้อนหลังเพื่อหา

สัญญาณเตือน หรือ โอกาสที่ซ่อนอยู่

การเติบโตที่แข็งแกร่งและสม่ำเสมอ (Consistent Growth)

- สิ่งที่เราเห็น: รายได้ (Revenue) และ กำไรสุทธิ (Net Profit) เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในทิศทางเดียวกันตลอด 3-5 ปี
- โอกาสโต: แสดงว่าบริษัทมีสินค้าหรือบริการที่เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างแท้จริง และมีความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเติบโตแบบนี้น่าจะบ่งบอกถึงความแข็งแกร่งของแบรนด์และตำแหน่งทางการตลาด
- ต้องดูอะไร: อัตราการเติบโตของรายได้และกำไรในแต่ละปี



*การวิเคราะห์แนวโน้มย้อนหลังไม่มีเป็นการดูตัวเลข แต่คือการอ่านเรื่องราว ของบริษัทผ่านงบการเงิน เพื่อได้เข้าใจถึงประเด็นปัจจุบัน และคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

สินทรัพย์ vs หนี้สิน

"ธุรกิจคุณมีทรัพย์สินมากกว่าหนี้สินหรือไม่?"



โดยสรุป การมีสินทรัพย์มากกว่าหนี้สิน คือรากฐานสำคัญที่บ่งบอกว่าธุรกิจของคุณไม่ได้ "สร้าง" ขึ้นมาจากหนี้สินของคนอื่น แต่มีความมั่นคงเป็นของตัวเองจริง ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน

“กำไร”
ไม่ได้แปลว่า
“เงินสด”
ในมือเสมอไป



จบกำไรขาดทุนบอกว่าคุณกำไรได้กำไรไหม แต่
กระแสเงินสดบอกว่าคุณมีเงินหมุนเวียนจริงแค่ไหน



กำไร vs. เงินสด
ตัวเลขสองบรรทัดที่ดูง่าย
อ่านได้ทันที



ทำไมบริษัทกำไร
แต่เงินสดกลับไม่มี?



จบกำไรขาดทุน
งบกระแสเงินสด
หรือจะมองที่ข้อใดดี?



"Cash is King"
ทำไมเงินสดจึงคือหัวใจ
ของการอยู่รอด

E-Book

ทะยานสู่พื่นล้าน
ในธุรกิจอุปกรณ์ก่อสร้าง

Digital
Insights-
Strategist

This E-Book
is for you!

Join Us!

CALL US FOR MORE
02-637-1142

VISIT OUR WEB
aisystem.co.th



ทะยานสู่พื่นล้าน
ในธุรกิจอุปกรณ์ก่อสร้าง

"คู่มือฉบับเพื่อนทำงาน"

About Us

E-book ฉบับนี้เขียนขึ้นมาเพื่อเป็น Guidebook สำหรับท่านที่ต้องการขยายธุรกิจ โดยเฉพาะด้านที่เป็นอุปกรณ์ก่อสร้าง จากยอดขายหลักร้อยล้านบาท ไปสู่ระดับพื่นล้านบาท อย่างมั่นคง

Contact Us
+66-02-637-1142

www.aisystem.co.th



CRM

หัวใจสำคัญของ
ธุรกิจอุปกรณ์ก่อสร้างยุคใหม่



+66 02-637-1142 | www.aisystem.co.th

CRM สำหรับทีมขาย

อุปกรณ์ก่อสร้าง

จัดการลูกค้าอย่างมืออาชีพ

ใช้ระบบ CRM ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และเชื่อมต่อกับ ERP เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของข้อมูลในมิติของลูกค้า



ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ : นายณัฐพงษ์ อัครวิชัยโรจน์
 รหัสนักศึกษา : 6504600094
 เบอร์ติดต่อ : 0970519126
 E-mail : nut13058@gmail.com
 ประวัติการศึกษา : สำเร็จการศึกษามัธยมปลายโรงเรียนโพธิสารพิทยากร
 ปัจจุบัน : กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม คณะนิเทศศาสตร์

เอกวิชาดิจิทัล

ความสนใจทางด้านวิชาการ

การเป็นตัดต่อ

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา

ตำแหน่ง ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง

สถานประกอบการ บริษัทเอ ไอ ชิสเต็ม จำกัด



<https://drive.google.com/drive/folders/1RaYsh4h5qlqsjMYSg6Eh9UM-ph1BLRNQ?usp=sharing>

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
การผลิตคลิปวิดีโอด้วย เอไอ ของบริษัทเอ ไอ ซิสเต็ม จำกัด
AI Video Clip Production by AI System Co., Ltd.

โดย

นายณัฐพงษ์ อัครวิชัยโรจน์ 6504600094

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 146-467 สหกิจศึกษา

ภาควิชาภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2567