

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของสำนักงานบัญชี พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด

AI-powered promotional media production to enhance brand awareness for Perada Acc Tax Consulting Co., Ltd.

โดย

นางสาวธัญวรัตน์ กิจบุญศรี 6704300208

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 130-491 สหกิจศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการและประกอบการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568

หัวข้อโครงงาน การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของสำนักงานบัญชี พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวธัญวรัตน์ กิจบุญศรี 6704300208

หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการและประกอบการ)

อาจารย์นิเทศ ผศ.ดร.สมพร ปานยินดี

อนุมัติให้โครงงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการและประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผศ.ดร.สมพร ปานยินดี)

.....ผู้นิเทศ
(นางสาวพรนภา มีสิน)

.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา)

.....รองอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมปะวัฒนะ)

กิตติกรรมประกาศ
(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในตำแหน่ง ผู้ช่วยพนักงานแผนกการตลาด ณ พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด ตั้งแต่วันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2569 ถึง วันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2569 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์ ความรู้ ในการทำงานต่าง ๆ และเข้าใจชีวิตในการทำงานจริงที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและสามารถนำความรู้ ประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก บริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด ที่ให้โอกาสผู้จัดทำเข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ กรุณาเสียสละเวลาอบรม สอนงาน และช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่ายดังนี้

1. นางสาวพรนภา มีสิน พี่เลี้ยงที่ปรึกษา
2. ผศ.ดร.สมพร ปานยินดี อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ บริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด และผู้สนใจปฏิบัติสหกิจศึกษาของบริษัทเพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำความเข้าใจและพัฒนาโครงงานต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้สนใจทั่วไปด้วย หากรายฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขออภัยมา ณ ที่นี้

ธัญวรัตน์ กิจบุญศรี

ผู้จัดทำ

วันที่ 6 กันยายน 2569

ชื่อโครงงาน : การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ ของสำนักงานบัญชีพีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด
หน่วยกิต : 5
ผู้จัดทำ : นางสาวธัญวรัตน์ กิจบุญศรี 6704300208
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.สมพร ปานยินดี
ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี
หลักสูตร : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการและประกอบการ)
คณะ : บริหารธุรกิจ
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2568

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์ของบริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพและวิดีโอโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และ 3) ส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย วางแผนเนื้อหาทางการตลาด และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์

ผลการดำเนินงานพบว่า การใช้ AI ร่วมกับการวางแผนการตลาดช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดระยะเวลาในการผลิตสื่อ ทำให้ข้อมูลด้านบัญชีและภาษีน่าสนใจและเข้าใจง่ายขึ้น รวมถึงช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและสร้างการรับรู้แบรนด์ของบริษัท

คำสำคัญ: การตลาดออนไลน์, ปัญญาประดิษฐ์, การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์, การรับรู้แบรนด์

Project Title : AI-powered promotional media production to enhance brand awareness for Perada Acc Tax Consulting Co., Ltd.

Credits : 5

Advisor : Miss Thanyawarat Kigbunsri 6704300208

Degree : Assistant Professor Dr. Somporn Panyindee

Major : Bachelor of Business Administration (Management and Entrepreneurship)

Faculty : Business Administration

Semeter / Academic year : 3/2025

Abstract

This study aimed 1) to examine the online marketing practices of Perada Acc Tax Consulting Co., Ltd., 2) to develop public relations media in the form of images and videos utilizing Artificial Intelligence (AI) technology, and 3) to enhance brand awareness and increase opportunities for reaching target customers through online channels. The study involved analyzing target customer groups, planning marketing content, and creating public relations media tailored for online communication platforms.

The results showed that the integration of AI with marketing planning improved efficiency and reduced the time needed for media production. This approach made accounting and tax information more engaging and easier to understand. Additionally, it expanded the opportunities to connect with target customers and supported the growth of the company's brand awareness.

Keywords: Online Marketing, Artificial Intelligence, Public Relations Media Production, Brand Awareness

Somporn. Panyindee

Approved by: .....

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ประวัติสถานประกอบการโดยสังเขป	1
1.2 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	3
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงงาน	4
1.4 ขอบเขตโครงงาน	5
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์	7
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 รายละเอียดการปฏิบัติงานตามโครงงาน	8
3.2 รายละเอียดการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย	9
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงงาน	
4.1 ผลการปฏิบัติงานตามโครงงาน	15
4.2 ผลการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย	21

สารบัญ

หน้า

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงงาน 22

5.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงงาน 22

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้อื่น 23

5.4 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 23

5.5 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติสหกิจศึกษา 23

5.6 ข้อเสนอแนะ 24

บรรณานุกรม 25

ภาคผนวก

ก ภาพการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 27

ประวัติผู้จัดทำ 29

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 8

สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่

1.1 พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด 1

1.2 ตราสัญลักษณ์ พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด 2

1.3 แผนที่ พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด 2

3.1 การรับมอบหมายงาน 13

3.2 การดำเนินงาน 13

3.3 การสร้างรูปภาพ 14

3.4 การสร้างเสียงบรรยายประกอบวิดีโอ 14

3.5 การสร้างวิดีโอจากรูปภาพ 15

3.6 การรวมคลิปวิดีโอและเสียงพูดเข้าด้วยกัน 15

3.7 การตกแต่งคลิปวิดีโอเพิ่มเติม 16

3.8 การบันทึกวิดีโอ 16

3.9 การอัปวิดีโอลงสื่อออนไลน์ 17

4.1 รับมอบหมายงานจากพี่เลี้ยง 15

4.2 การคิด Content เพื่อสร้างสื่อการตลาด 16

4.3 การรวบรวมข้อมูลวิดีโอ 16

4.4 ตัวอย่างผลงานจากการสร้างด้วย AI 17

4.5 การทำการตลาดแบบเดิมด้วยรูปภาพ 18

4.6 การเปลี่ยนแปลงของการตลาดแบบวิดีโอ 19

4.7 ผลการตอบรับของวิดีโอการตลาดก่อนปรับเปลี่ยนวิธีการทำสื่อ 20

4.8 ผลการตอบรับของวิดีโอการตลาดหลังปรับเปลี่ยนวิธีการทำสื่อ 20

ก-1 อาจารย์เข้านิเทศ ณ สถานประกอบการครั้งที่ 1 28

ก-2 อาจารย์เข้านิเทศ ณ สถานประกอบการครั้งที่ 2 28

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ประวัติสถานที่ประกอบการโดยสังเขป

ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด

14 1411 หมู่ที่ 13 ซ.หมู่บ้านบัวทองธานี ตำบลบางบัวทอง อำเภอบางบัวทอง

จังหวัด นนทบุรี 11110

โทรศัพท์ 081-904-4858

Website : https://peradagroup.com/



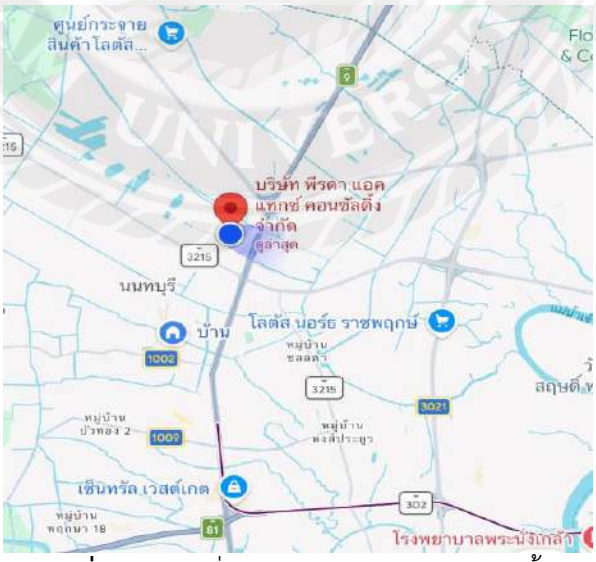
รูปที่ 1.1 พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด

ประวัติความเป็นมาของบริษัท

บริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้บริการด้านบัญชี ภาษีอากร การจดทะเบียนธุรกิจ และการให้คำปรึกษาด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการทุกประเภท โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน บริษัทได้พัฒนาระบบการให้บริการและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ปัจจุบันบริษัทมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจที่ลูกค้าไว้วางใจและเติบโตไปพร้อมกับลูกค้าอย่างยั่งยืน

PERADA
Acc Tax Consulting Co.,Ltd.

รูปที่ 1.2 ตราสัญลักษณ์ พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด



รูปที่ 1.3 แผนที่ พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง

1.2 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลและตัดสินใจเลือกใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มวิดีโอสั้น ส่งผลให้การตลาดในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมไปสู่การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ที่เน้นการสื่อสารอย่างรวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือผ่านเนื้อหาที่มีคุณค่า อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ยังคงใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเดิม เช่น การบอกต่อ การแนะนำจากลูกค้าเดิม หรือการโพสต์ข้อมูลด้านภาษีและบัญชีในลักษณะที่เป็นทางการ ทำให้ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ประกอบการยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดที่มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด เป็นสำนักงานบัญชีที่ให้บริการด้านบัญชี ภาษี การจดทะเบียนธุรกิจ และให้คำปรึกษาด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการโดยมีจุดเด่นด้านการให้บริการที่ใกล้ชิด รวดเร็ว และมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญ อย่างไรก็ตามจากการสังเกตระหว่างการฝึกประสบการณ์วิชาชีพพบว่า แม้บริษัทจะมีคุณภาพการให้บริการที่ดี แต่การสื่อสารด้านการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ยังไม่สามารถสะท้อนภาพลักษณ์ ความเชี่ยวชาญ และจุดเด่นขององค์กรได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้การรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ยังอยู่ในวงจำกัด และยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ได้อย่างเต็มศักยภาพ

ในปัจจุบัน ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์สื่อการตลาด โดยเฉพาะเทคโนโลยี Generative AI ที่สามารถสร้างภาพ วิดีโอ เสียง และเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว ช่วยลดระยะเวลาและต้นทุนในการผลิตสื่อ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพในระดับใกล้เคียงกับองค์กรขนาดใหญ่ นอกจากนี้ AI ยังสามารถช่วยออกแบบแนวคิดการสื่อสารที่มีความน่าสนใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย และตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมทางการตลาดที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

จากแนวโน้มดังกล่าว ผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบวิดีโอสั้น (Short-form Video) เพื่อใช้ในการส่งเสริมการตลาดของบริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด โดยนำเครื่องมือ AI มาช่วยสร้างภาพ วิดีโอ และองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ สื่อสารข้อมูลที่ซับซ้อนด้านบัญชีและภาษีให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าเชื่อถือ และสามารถเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Instagram Reels และ YouTube Shorts ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้งานเป็นประจำ

การดำเนินโครงการครั้งนี้ถือเป็นการนำนวัตกรรมด้านปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้กับงานด้านการตลาด โดยไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดให้มีความทันสมัยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้แบรนด์ความน่าเชื่อถือและความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสามารถนำไปสู่การเพิ่มโอกาสในการสร้างลูกค้าใหม่ และการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

ดังนั้น ผู้จัดทำจึงเห็นว่าการทำโครงงานสหกิจศึกษาเรื่อง “ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของ บริษัทพีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด ” เป็นหัวข้อที่มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล อีกทั้งยังเป็นการสร้างนวัตกรรมด้านการตลาดที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรและเป็นแนวทางให้ธุรกิจบริการด้านบัญชีและการให้คำปรึกษาสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI เพื่อพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงงาน

1.3.1 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับบริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด

1.3.2 เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบคลิปวิดีโอที่มีความน่าสนใจ ทันสมัย และเหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล

1.3.3 เพื่อส่งเสริมการรับรู้แบรนด์และเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผ่านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างด้วยเทคโนโลยี AI

1.4 ขอบเขตโครงาน

1.ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงงานนี้มุ่งศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของบริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด โดยครอบคลุมการวางแผนเนื้อหาการออกแบบสื่อและการผลิตคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การดำเนินโครงงานศึกษาภายในบริษัทพีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด โดยศึกษาการดำเนินงานภายในแผนกการตลาด กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ผู้ประกอบการ SME และบุคคลที่กำลังมองหาบริการด้านบัญชี ภาษี และการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

อยู่ในช่วงระหว่างวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ.2569 จนถึงวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ.2569

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.5.1 ทำให้ฝ่ายการตลาดสามารถนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่ทันสมัย ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเหมาะสมกับสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน

1.5.2 ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดของบริษัท โดยสามารถติดตามและประเมินผลจากตัวชี้วัดต่าง ๆ เช่น จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนการเข้าชม (Views) การมีส่วนร่วม (Engagement) และความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสำนักงาน

1.5.3 ช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) เพิ่มความน่าเชื่อถือของบริษัท และขยายโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตด้วยเทคโนโลยี AI

บทที่ 2
ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงงานสหกิจศึกษา เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของสำนักงานบัญชี พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด ผู้จัดทำได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์

2.1.1 ความหมายของการรับรู้แบรนด์

2.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้แบรนด์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์

2.2.1 ความหมายของปัญญาประดิษฐ์

2.2.2 ประโยชน์ของปัญญาประดิษฐ์

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์

2.1.1 ความหมายของการรับรู้แบรนด์

แพรวพรรณราย พิณเพ็ชร (2565) กล่าวว่า การรับรู้แบรนด์เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากการพบเห็นหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ เช่น ชื่อ ข้อความ สี และสัญลักษณ์ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาเชื่อมโยงและตีความถึงแบรนด์ รวมถึงคุณสมบัติ คุณประโยชน์ และความรู้สึกที่มีต่อแบรนด์ ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและระลึกถึงแบรนด์ได้

Keller (1993) กล่าวว่า การรับรู้แบรนด์คือความสามารถของผู้บริโภคในการจดจำและระบุชื่อหรือตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบริการได้ โดยผู้บริโภคจะเริ่มจากการไม่รู้จักแบรนด์ จนเกิดการรับรู้ผ่านการสื่อสาร และสามารถจดจำชื่อหรือตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ได้ ซึ่งอาจนำไปสู่การนึกถึงแบรนด์นั้นเป็นอันดับแรกในประเภทสินค้านั้น ๆ

2.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้แบรนด์

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา (2563) กล่าวว่า การสร้างการรับรู้แบรนด์ คือ การทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และมีมุมมองที่ดีต่อแบรนด์ผ่านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด จนนำไปสู่การจดจำแบรนด์ การพูดถึง และการบอกต่อ โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคได้รับการตอบสนองความต้องการและมีประสบการณ์ที่ดีต่อแบรนด์

สุวัฒน์ ฉิมะสังคนันท (2560) กล่าวว่า ภาพลักษณ์แบรนด์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการรับรู้และประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ โดยได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารและข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคแต่ละรายอาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ การรับรู้แบรนด์มีระดับตั้งแต่การจดจำแบรนด์ได้ ไปจนถึงการสามารถระลึกถึงแบรนด์นั้นได้เป็นแบรนด์แรกในประเภทสินค้านั้นๆ

2 แนวคิดเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์

2.2.1 ความหมายของปัญญาประดิษฐ์

ยุพดี วังงาม และหลิน หลัว (2568) กล่าวว่า Generative AI เป็นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถสร้างเนื้อหาและสื่อดิจิทัล เช่น ข้อความและภาพ ช่วยเพิ่มความหลากหลายในการสร้างสรรค์และนำเสนอเนื้อหา รวมถึงสามารถประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อจัดการข้อมูล สนับสนุนการตัดสินใจ ลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

Nkechi et al. (2024) กล่าวว่า ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) คือเทคโนโลยีที่จำลองกระบวนการคิดและความสามารถทางสติปัญญาของมนุษย์ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ด้านการศึกษาเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ การจัดการเรียนการสอน และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการศึกษา

2.2.2 ประโยชน์ของปัญญาประดิษฐ์

วรวิทย์ วิไลรัตนกุล (2568) ได้ศึกษาแนวทางการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (เช่น Generative AI และโมเดลภาษา Gemini) ในการสร้างสรรค์สื่อและการเรียนการสอน พบว่า AI มีประโยชน์อย่างมากในการช่วยลดระยะเวลาในการผลิตสื่อ เพิ่มความหลากหลายในการนำเสนอเนื้อหา และช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับแต่งสื่อให้เหมาะกับผู้รับสารแต่ละบุคคล

Kamalov, F., Calonge, D. S., & Gurrib, I. (2023) กล่าวว่า เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มีศักยภาพในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ ลดเวลาและต้นทุนในการดำเนินงาน และส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพได้อย่างทั่วถึง เครดิตฟรี

บทที่ 3
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 รายละเอียดการปฏิบัติตามโครงงาน

3.1.1 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานของนักศึกษาโครงงานสหกิจศึกษาได้ใช้เวลาในการปฏิบัติงาน ตั้งแต่ วันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ.2569 ถึงวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ.2569 เป็นระยะวลา 15 สัปดาห์

3.1.2 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1) วางแผนเลือกหัวข้อโครงงานสหกิจศึกษา โดยพิจรณาจากงานที่ได้รับมอบหมายจากพี่เลี้ยง โดยเลือกหัวข้อ การออกและพัฒนาการตลาดให้เหมาะกับยุคดิจิทัล อย่างมีประสิทธิภาพ

2) รวบรวมข้อมูลการทำงานและปัญหาที่พบในการทำงาน

3) วิเคราะห์และหาวิธีแก้ไขปัญหา โดยทำการปรึกษาและรับคำแนะนำในการเขียนโครงงานจากอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษา

4) ดำเนินการสร้าง Content การตลาดของสำนักงาน

5) สรุปผลโครงงานติดตามผลงานและข้อเสนอแนะขอรูปแบบโครงงาน

3.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินโครงงาน

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม 2569	มิถุนายน 2569	กรกฎาคม 2569	สิงหาคม 2569
1.กำหนดโครงเรื่อง	◄——►			
2.เก็บรวบรวมปัญหา	◄——	——►		
3.ค้นหาวิธีแก้ไขปัญหา		◄——	——►	
4.ดำเนินการแก้ไขปัญหา		◄——	——	——►
5.สรุปผลโครงงาน			◄——	——►

3.2 รายละเอียดการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

3.2.1 บทบาทและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

ตำแหน่ง ผู้ช่วยพนักงานฝ่ายการตลาด

รายละเอียดงาน

1.ศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของบริษัท เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการสื่อสารและกำหนดแนวทางการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2.วางแผนและจัดทำปฏิทินคอนเทนต์ (Content Calendar) สำหรับเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท เช่น Facebook, TikTok และ Instagram

3.ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์(Artificial Intelligence: AI) ในการสร้างภาพ และ วิดีโอ ข้อความ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความทันสมัยของคอนเทนต์

4.ออกแบบและตัดต่อคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์ รวมถึงจัดทำสื่อกราฟิกสำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์บริการของบริษัทผ่านช่องทางออนไลน์

5.เผยแพร่คอนเทนต์ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ และติดตามผลการดำเนินงานจากตัวชี้วัด เช่น จำนวนการเข้าถึง (Reach) จำนวนการเข้าชม (Views) และการมีส่วนร่วม (Engagement)

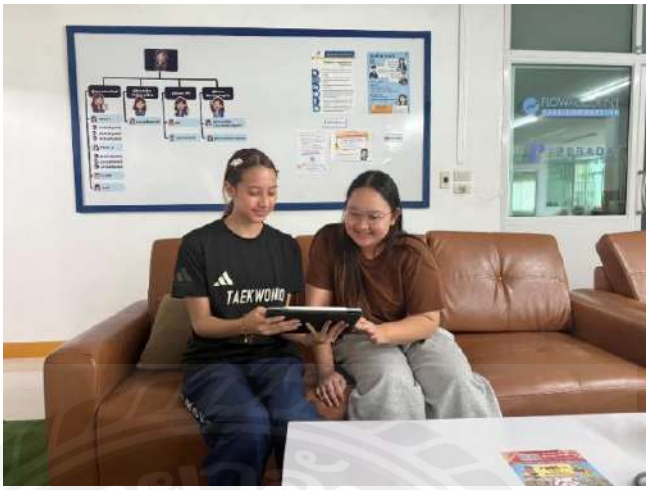
6.วิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการตลาด เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอและพัฒนาคอนเทนต์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7.สนับสนุนงานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากพนักงานพี่เลี้ยง เพื่อให้การดำเนินงานของฝ่ายการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

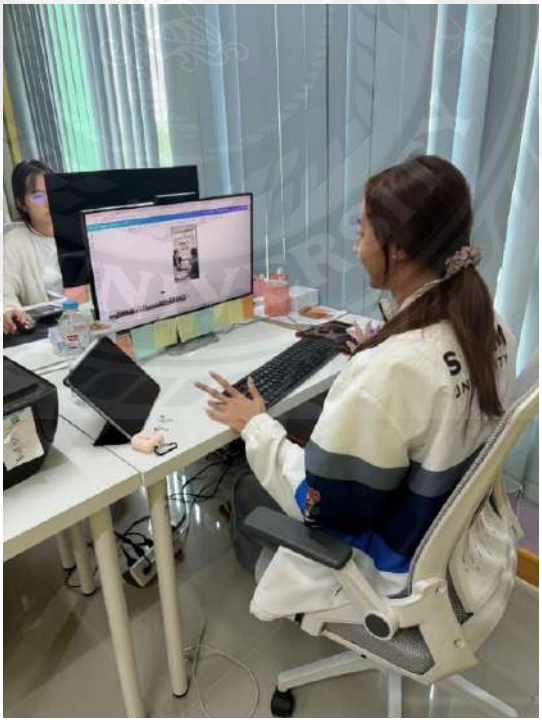
8.ศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มการตลาดดิจิทัล รวมถึงติดตามคอนเทนต์ของคู่แข่ง เพื่อนำมาปรับใช้ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดของบริษัทให้มีความน่าสนใจและแตกต่าง

9.จัดทำข้อความประชาสัมพันธ์ (Caption) และออกแบบแนวคิดของคอนเทนต์ให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของบริษัท รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่

10.จัดเก็บและสรุปผลการดำเนินงานด้านการตลาด เช่น จำนวนคอนเทนต์ที่เผยแพร่ ผลตอบรับจากผู้ติดตาม และข้อมูลเชิงสถิติจากสื่อออนไลน์ เพื่อนำเสนอแก่ กรรมการผู้จัดการ และพนักงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแผนการตลาดในอนาคต



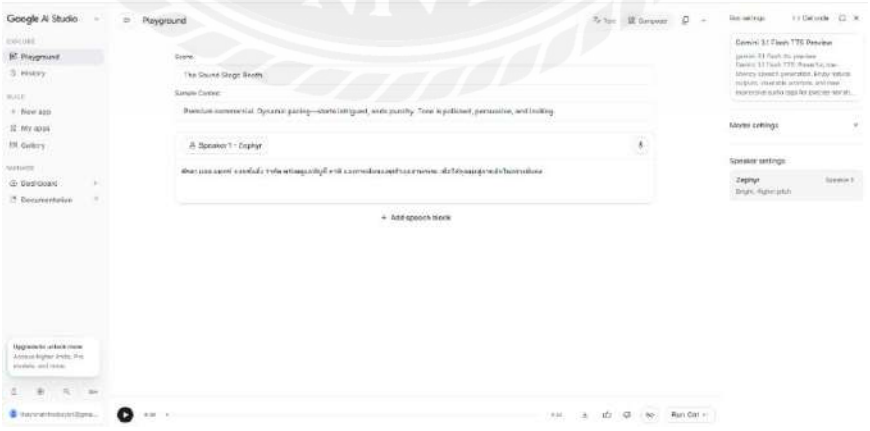
รูปที่ 3.1 การรับมอบหมายงาน



รูปที่ 3.2 การดำเนินงาน



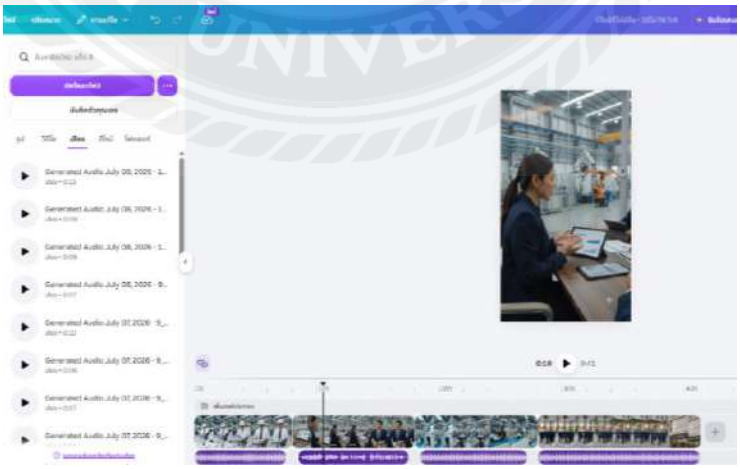
รูปที่ 3.3 การสร้างรูปภาพ



รูปที่ 3.4 การสร้างเสียงบรรยายประกอบวิดีโอ



รูปที่ 3.5 การสร้างวิดีโอจากรูปภาพ



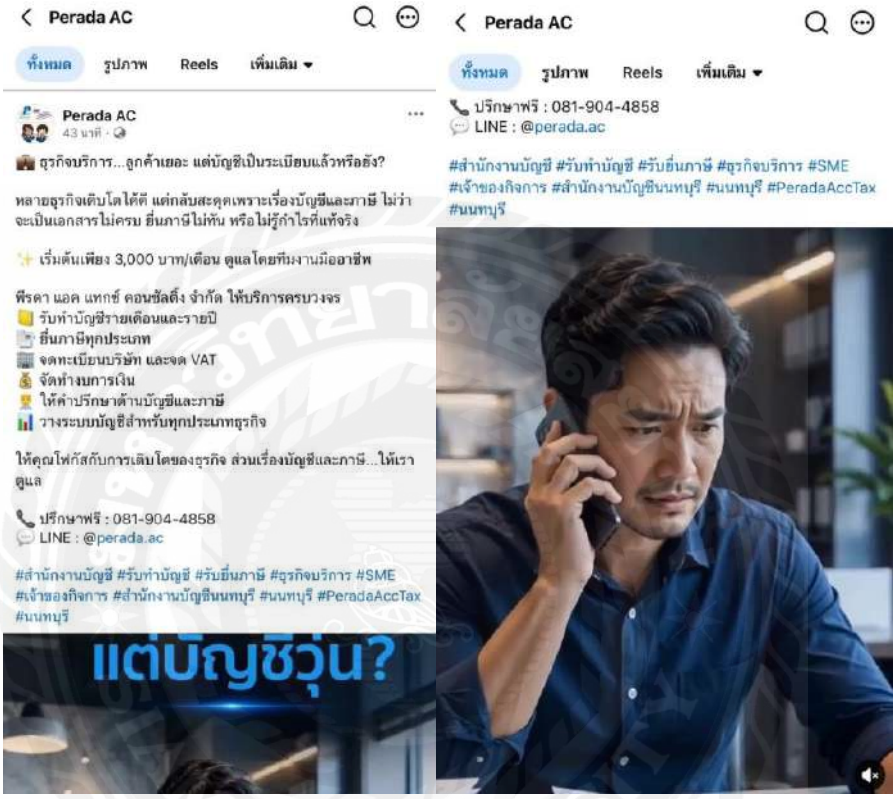
รูปที่ 3.6 การรวมคลิปวิดีโอและเสียงพูดเข้าด้วยกัน



รูปที่ 3.7 การตกแต่งคลิปวิดีโอเพิ่มเติม



รูปที่ 3.8 การบันทึกวิดีโอ



รูปที่ 3.9 การอัปวิดีโอลงสื่อออนไลน์

3.2.2 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา

พนักงาน คุณพรนภา มีสิน

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการตลาด (Marketing) และ Human Resources (HR)

เบอร์โทรศัพท์ 081-904-4858

บทที่ 4
ผลการปฏิบัติงานตามโครงงาน

โครงงานสหกิจศึกษา เรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ ของสำนักงานบัญชี พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด ปัญหาเกิดจากบริษัทฯ ต้องการเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของลูกค้า เพิ่มจำนวนลูกค้า และเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แม่นยำขึ้น ดังนั้นจึงมีแนวคิดในการสร้างการตลาด เพื่อให้ลูกค้ารู้จักแบรนด์มากขึ้น เจาะกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และเหมาะสมกับยุคดิจิทัล โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

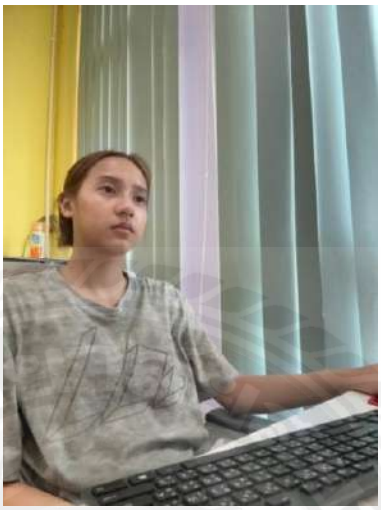
4.1 ผลการปฏิบัติงานตามโครงงาน

4.1.1 สำรวจปัญหาเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์ โดยสอบถามจากพี่เลี้ยง และดูข้อมูลจากระบบหลังบ้านของบริษัทพบปัญหาคือ การทำการตลาดที่น้อย และยังไม่เจาะกลุ่มเป้าหมายส่งผลให้การรับรู้แบรนด์ที่ไม่มากนัก และบริษัทใหม่ ๆ ต้องการหาสำนักงานบัญชีที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีการออกแบบสื่อให้รูปแบบใหม่ โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์



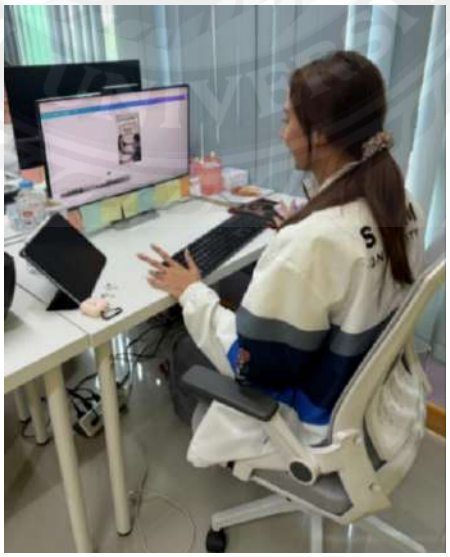
รูปที่ 4.1 รับมอบหมายงานจากพี่เลี้ยง

4.1.2 นำงานที่ได้รับมอบหมายมาคิด content เพื่อสร้างสื่อการตลาดในการเพิ่มการรับรู้แบรนด์บนสื่อโซเชียล



รูปที่ 4.2 การคิด content เพื่อสร้างสื่อการตลาด

4.1.3 สร้างรูป เสียง และวิดีโอ เพื่อมาประกอบเข้าด้วยกัน ให้วิดีโอสมบูรณ์ เพื่ออัปโหลดสื่อลงโซเชียล



รูปที่ 4.3 การรวบรวมข้อมูลวิดีโอ

ตัวอย่างผลงาน



รูปที่ 4.4 ตัวอย่างผลงานจากการสร้างด้วย AI

4.1.4 อัปโหลดสื่อลงโซเชียล

ภายหลังจากการทำการตลาดที่เจาะกลุ่มเป้าหมายและเหมาะกับยุคดิจิทัลมากขึ้น ส่งผลให้สำนักงานบัญชี พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด มีการรับรู้แบรนด์ที่มากขึ้น และมีการมองเห็นจากสื่อออนไลน์ต่างๆมากขึ้น เพื่อเพิ่มลูกค้าให้กับสำนักงานบัญชี

4.1.5 จากการทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล พบว่ามีการรับรู้แบรนด์มากขึ้น บริษัทต่าง ๆ ให้ความสนใจมากขึ้น ทำให้เพิ่มยอดขายให้กับสำนักงานบัญชี พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด



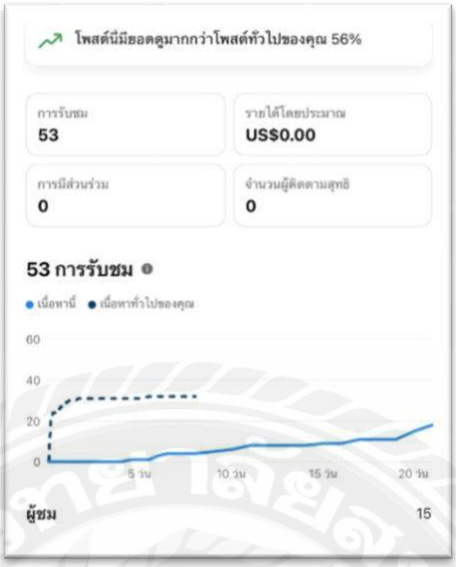
รูปที่ 4.5 การทำการตลาดแบบเดิมแบบรูปภาพ

จากรูปที่ 4.5 พบว่า ในช่วงก่อน พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด มีการเริ่มใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการสร้างสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นแบบรูปภาพ ทำให้มีความน่าสนใจที่น้อย และคนที่เลื่อนผ่านส่วนใหญ่ไม่ชอบอ่านข้อความยาวๆ ทำให้สื่อไม่น่าสนใจ



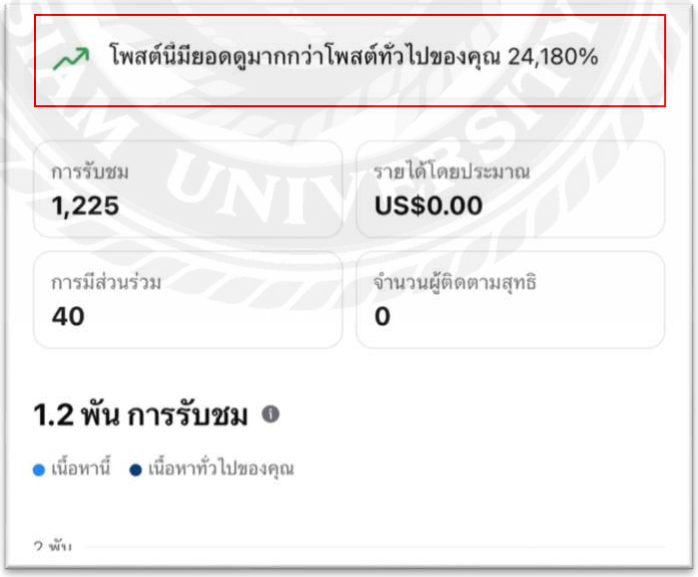
รูปที่ 4.6 การเปลี่ยนแปลงของการตลาดแบบวิดีโอ

จากรูปที่ 4.6 พบว่า หลังจากนั้นได้มีการเปลี่ยนมาทำสื่อเป็นวิดีโอแทน ทำให้ผู้คนมีความสนใจหยุดดูมากขึ้น ทำให้เพจมีการเปิดการมองเห็นมากขึ้น



รูปที่ 4.7 ผลการตอบรับของวิดีโอการตลาด ก่อนปรับเปลี่ยนวิธีการทำสื่อ

จากรูปที่ 4.7 พบว่า ผลการตอบรับของวิดีโอการตลาด ก่อนปรับเปลี่ยนวิธีการทำสื่อมียอดคนดูและการให้ความสนใจที่น้อย



รูปที่ 4.8 ผลการตอบรับของวิดีโอการตลาด หลังปรับเปลี่ยนวิธีการทำสื่อ

จากรูปที่ 4.8 พบว่า ผลการตอบรับของวิดีโอการตลาด หลังปรับเปลี่ยนวิธีการทำสื่อ มียอดคนดูและการให้ความสนใจที่มากขึ้น

4.2 ผลการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

การฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ในแผนกการตลาด โดยเรียนรู้การดำเนินงานตลอดกระบวนการตั้งแต่การวางแผนเนื้อหา การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook สิ่งที่ได้รับหลังจากปฏิบัติสหกิจศึกษา มีดังนี้

1. ได้ฝึกทักษะการใช้โปรแกรมและเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิก การตัดต่อวิดีโอ และการสร้างสื่อดิจิทัล ทำให้สามารถผลิตสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ได้พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ เพื่อให้สื่อมีความน่าสนใจ สื่อสารข้อมูลได้อย่างชัดเจน และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับชม

3. ได้เรียนรู้การวิเคราะห์ผลการเผยแพร่สื่อจากข้อมูลสถิติของแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น จำนวนการเข้าถึง การรับชม และการมีส่วนร่วม เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงคุณภาพของสื่อให้ดียิ่งขึ้น

4. ได้ฝึกการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการประสานงานกับหลายแผนกภายในบริษัท เพื่อรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และปรับปรุงผลงานก่อนเผยแพร่

5. ได้พัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้บังคับบัญชา รวมถึงการบริหารเวลาให้สามารถดำเนินงานได้ตามแผนที่กำหนด

6. ได้เรียนรู้การวางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดแนวคิด การสร้างสื่อ การตรวจสอบคุณภาพ ไปจนถึงการเผยแพร่และติดตามผล

7. ได้เพิ่มพูนความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลและแนวโน้มการใช้ AI ในงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและการประกอบอาชีพในอนาคต

8. ได้รับประสบการณ์การทำงานจริงภายในองค์กร ทำให้เข้าใจขั้นตอนการดำเนินงาน การทำงานเป็นทีม และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9.ได้พัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการสร้างรูปภาพ วิดีโอ เสียงบรรยาย และเขียนคำสั่ง (Prompt) เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 5
สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาโครงงานสหกิจเรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของสำนักงาน พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสื่อการตลาดออนไลน์ในยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์บริการของบริษัท พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด ให้เข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการและผู้ที่สนใจบริการด้านบัญชีและภาษีเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ Brand Awareness ถ่ายทอดข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีผลสรุปโครงงาน ดังนี้

5.1 สรุปผลโครงงาน

ผลการดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.1.1 ผลิตสื่อการตลาดออนไลน์ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) – สามารถนำเครื่องมือ AI มาใช้ในการสร้างภาพ วิดีโอ เสียงบรรยาย และข้อความประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลบริการของบริษัท ทำให้การผลิตสื่อมีความรวดเร็ว ลดระยะเวลาในการดำเนินงาน และได้สื่อที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์

5.1.2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) – สื่อที่จัดทำสามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริการด้านบัญชีและภาษีของบริษัทได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และมีรูปแบบที่ทันสมัย สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้ที่สนใจรู้จักบริษัทมากขึ้น รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือให้กับองค์กร

5.1.3 เพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล – สื่อที่ผลิตสามารถนำไปเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok และ Instagram เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาด และเพิ่มโอกาสในการสร้างความสนใจ รวมถึงการตัดสินใจใช้บริการของบริษัท

5.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาของโครงงาน

5.2.1 ข้อจำกัดของเครื่องมือ AI ในการสร้างวิดีโอ เครื่องมือ AI ที่ใช้ในการสร้างวิดีโอมีข้อจำกัดด้านจำนวนครั้งในการใช้งานต่อวัน ทำให้สามารถสร้างวิดีโอได้ในจำนวนจำกัด ส่งผลให้ระยะเวลาในการผลิตสื่อยาวนานกว่าที่วางแผนไว้

5.2.2 ความคลาดเคลื่อนของผลลัพธ์จากการสร้างสื่อด้วย AI การสร้างภาพและวิดีโอด้วย AI อาจเกิดความผิดพลาดหรือความคลาดเคลื่อนของรายละเอียด ทำให้ต้องมีการตรวจสอบ ปรับแก้ และสร้างสื่อใหม่หลายครั้ง เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพและตรงตามวัตถุประสงค์

5.2.3 ระยะเวลาในการติดตามและประเมินผลการเผยแพร่สื่อ โครงงานมีระยะเวลาการดำเนินงานค่อนข้างจำกัด จึงไม่สามารถติดตามและประเมินผลการเผยแพร่สื่อได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว ส่งผลให้การวัดผลด้านการรับรู้แบรนด์และผลลัพธ์ทางการตลาดยังไม่ครอบคลุมตามเป้าหมายที่กำหนด

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้อื่น

5.3.1 ศึกษาและเลือกใช้เครื่องมือ AI ให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน ควรศึกษาความสามารถ ข้อจำกัด และค่าใช้จ่ายของเครื่องมือ AI แต่ละประเภทก่อนนำมาใช้งาน เพื่อให้สามารถเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5.3.2 ตรวจสอบและปรับปรุงเนื้อหาก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง แม้ AI จะช่วยลดระยะเวลาในการผลิตสื่อ แต่ควรมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อความ ภาพ เสียง และข้อมูลที่นำเสนอ เพื่อให้สื่อมีความน่าเชื่อถือและสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร

5.3.3 ติดตามและประเมินผลการเผยแพร่สื่ออย่างต่อเนื่อง ควรติดตามผลการเผยแพร่ผ่านตัวชี้วัด เช่น จำนวนการเข้าถึง (Reach) การมีส่วนร่วม (Engagement) และผลตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาการผลิตสื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.4 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.4.1 การฝึกงานโครงงาสหกิจศึกษา ช่วยให้นักศึกษาได้รับความรู้ในการทำงานจริง และประสบการณ์ในการทำงาน การเรียนรู้นอกห้องเรียน

5.4.2 นักศึกษาได้ปฏิบัติงานสถานะการณ์จริง เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ในการทำงาน

5.4.3 นักศึกษาได้เรียนรู้วิธีการปฏิงานร่วมกับผู้อื่น หน้าที่ กฎระเบียบ การปฏิบัติตัว และความรับผิดชอบในการหน้าที่ของการทำงาน

5.5 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.5.1 เนื่องจากบริษัทมีที่ปรึกษาที่ไม่ได้ประจำที่บริษัท อาจจะเกิดข้อผิดในการติดต่อสื่อสารในแต่ละแผนกที่ต้องทำงานร่วมกัน

5.5.2 การทำสื่อการตลาดออนไลน์ต้องทำงานร่วมกันแผนกอื่น ทำให้ต้องมีการส่งงานข้ามแผนกอาจจะเกิดข้อผิดพลาดในการโยกย้ายตัวงาน

5.6 ข้อเสนอแนะ

5.6.1 ในการปฏิบัติโครงงานสหกิจหากมีข้อสงสัยหรือเกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน ควรปรึกษาหรือขอคำแนะนำจากพี่เลี้ยงหรือหัวหน้างาน เพื่อให้สามารถแก้ไขงานได้อย่างถูกต้อง และไม่เกิดข้อผิดพลาด

5.6.2 สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการปฏิบัติงาน มีความสำคัญต่อการทำงานและมีประโยชน์อย่างมาก เพราะช่วยให้ปฏิบัติงานในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และออกมาดี

5.6.3 การทำงานที่มีประสิทธิภาพ ควรรู้ข้อผิดพลาดและวิธีแก้ไขปัญหาของงานเพื่อลดความผิดพลาดในการทำงานครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2563). *บันไดสู่การสร้าง Emotional Brand ขั้นสุด*. Popticles. https://www.popticles.com/branding/emotional-brand-ladder/

แพรวพรรณราย พิณเพ็ชร. (2565). *การรับรู้แบรนด์และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ยุพดี วังงาม และ หลิน หลัว. (2568). ผลการใช้ Generative AI เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 19*(2), 85–98. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sskrujournal/article/view/279223

วรวิทย์ วิไลรัตนกุล. (2568). แนวทางการใช้ปัญญาประดิษฐ์ Gemini ในการสร้างสรรค์สื่อการเรียนการสอนในศตวรรษที่21. *วารสารวิรุฬห์ศาสตร์ปริทัศน์, 1*(1), 23–33. https://so13.tci-thaijo.org/index.php/JWR/article/view/2251

สุวัฒน์ ฉิมะสังคนันท. (2560). *การสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่มีต่อส้มโอจังหวัดนครปฐม* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/5244/1/661220033.pdf

Kamalov, F., Calonge, D. S., & Gurrib, I. (2023). New era of artificial intelligence in education: Towards a sustainable multifaceted revolution. *Sustainability, 15*(16). https://updc.up.ac.th/server/api/core/bitstreams/48a0c8cf-51f6-484a-8d93-a28c5aa8da38/content

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing, 57*(1), 1–22. https://opacimages.lib.kmitl.ac.th/medias/b00292376/ธนภรณ์%20นุ้ยมาก.pdf

Nkechi, A. A., Ojo, A. O., & Eneh, O. A. (2024). Impact of artificial intelligence in achieving quality education. In *IntechOpen*. https://doi.org/10.5772/intechopen.100487

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ภาพอาจารย์นิเทศในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



รูปที่ ก-1 อาจารย์เข้านิเทศ ณ สถานประกอบการครั้งที่ 1



รูปที่ ก-2 อาจารย์เข้านิเทศ ณ สถานประกอบการครั้งที่ 2

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ-นามสกุล : นางสาวธัญวรัตน์ กิจบุญศรี

Ms : Thanyawarat Kigbunsri

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา : การจัดการและประกอบการ

ที่อยู่ : 164/500 พิชาดา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110

เบอร์โทรติดต่อ : 0638499928

E-Mail : Thanyawarat.kig@siam.edu



https://drive.google.com/drive/folders/1UyFPxzgtarLD7zqkXWht4waMYRRvhAcL?lfhs=2

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของ สำนักงานบัญชี พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด

AI-powered promotional media production to enhance brand awareness for Perada Acc Tax Consulting Co., Ltd.

โดย

นางสาวธัญวรัตน์ กิจบุญศรี

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 130-491 สหกิจศึกษา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและประกอบการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568

แบบสรุปโครงงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE)

มหาวิทยาลัยสยาม

ข้อมูลนักศึกษา

1. **ชื่อ-สกุล** : นางสาวธัญวรัตน์ กิจบุญศรี
2. **สาขาวิชา/คณะ** : สาขาวิชาการจัดการและประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ
3. **E-mail นักศึกษา** : Thanyawarat.kig@siam.edu
4. **ชื่อโครงงาน/ผลงาน** : การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วย AI
   เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของสำนักงานบัญชี
   พีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด
5. **ชื่อสถานประกอบการ** : บริษัทพีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด
6. **ที่อยู่สถานประกอบการ** : 14 1411 หมู่ที่ 13 ซ. หมู่บ้านบัวทองธานี
   ตำบล บางบัวทอง อำเภอบางบัวทอง นนทบุรี 11110
7. **ระยะเวลาปฏิบัติงาน** : วันที่ 18 พฤษภาคม 2569 ถึง วันที่ 28 สิงหาคม 2569
8. **ผู้นิเทศงานในสถานประกอบการ (พนักงานพี่เลี้ยง)**
   ชื่อ-สกุล นางสาวพรนภา มีสิน
   ตำแหน่ง พนักงาน
   แผนก ฝ่ายบุคคล และการตลาด

ข้อมูลโครงงาน/ผลงาน

1. โครงงาน/ผลงาน/งานประจำ ได้รับการจัดระบบการทำงานที่เหมาะสมจากสถานประกอบการทั้งลักษณะงานและระยะเวลา มีการจัดระบบพี่เลี้ยงสอนงาน

(สรุปข้อมูลที่สนับสนุน สามารถมีรูปภาพประกอบได้)

การสร้างสื่อการตลาดด้วย AI เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ ให้กับบริษัทพีรดา แอค แทกซ์ คอนซัลติ้ง จำกัด มีการยืดหยุ่นเวลาในการทำงานที่เหมาะสม และลักษณะงานที่พอเหมาะไม่มากจนเกินไป มีการสอนการใช้โปรแกรมใหม่ ๆ และระบบต่างๆในการสร้างสื่อนอกเหนือจากห้องเรียน

2. การดำเนินงานมีความถูกต้อง มีระเบียบแบบแผนและทำให้นักศึกษามีโอกาสประยุกต์ใช้วิชาความรู้/ทักษะ ตามที่ได้เรียนมา โดยใช้ความรู้ทักษะในการศึกษากระบวนการ การวิเคราะห์ และการแก้ปัญหาหรือสร้างแนวทางใหม่

(สรุปข้อมูลที่สนับสนุน สามารถมีรูปภาพประกอบได้)

การดำเนินโครงงานมีการวางแผนและดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางแผนเนื้อหาการตลาด การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยี AI และการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยนักศึกษาได้นำความรู้ด้านการตลาด การสื่อสาร การวิเคราะห์ผู้บริโภค และการใช้เทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน รวมถึงวิเคราะห์ปัญหาและปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและการใช้งานจริง

3. เป็นโครงงาน/ผลงานที่นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรมในสถานประกอบการ

<u>หมายเหตุ :</u> - หากเป็นงานประจำต้องสามารถนำไปพัฒนาองค์กร/หน่วยงานได้อย่างชัดเจน อาทิ ลดเวลาในการทำงานประจำ/ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย

- โครงงานมีการสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้กับสถานประกอบการในระหว่างปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน หรือมีการยื่นจดคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาหรือไม่ ถ้ามีโปรดอธิบาย

(สรุปข้อมูลที่สนับสนุน สามารถมีรูปภาพประกอบได้)

โครงงานสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในสถานประกอบการ โดยนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งรูปแบบภาพและวิดีโอ ช่วยลดระยะเวลาและเพิ่มความสะดวกในการจัดทำสื่อ รวมถึงสามารถนำสื่อที่ผลิตขึ้นไปเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัท เพื่อประชาสัมพันธ์บริการและให้ข้อมูลด้านบัญชีและภาษีแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ โครงงานยังช่วยสร้างแนวคิดและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาใหม่ ๆ ให้กับสถานประกอบการ