



CHARRAS BHAWAN
HOTEL AND RESIDENCES

โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมจรัสภาวัน

นายอริญชัย วงศ์น้อย

รหัสนิสิต 62101130010

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา สหกิจศึกษา (132010)

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



CHARRAS BHAWAN
HOTEL AND RESIDENCES

โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมจรัสภาวัน

นายอริญชัย วงศ์น้อย

รหัสนิสิต 62101130010

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา (132010)

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

หนังสือส่งโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง ขอส่งโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา สาขาวิชาการตลาด

ตามที่ ข้าพเจ้านายอริชญัช วงศ์น้อย นิสิตสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 1 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 28 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ในตำแหน่งนักการตลาด ณ โรงแรมจรัสภาวัน และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษา ให้ศึกษาและจัดทำรายงานเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมจรัสภาวัน

บัดนี้ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว จึงใคร่ขอส่งไฟล์รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาจำนวน 1 ไฟล์ โดยแปลงไฟล์เป็นสกุล PDF เพื่อขอรับการประเมินผลการปฏิบัติงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

อริชญัช วงศ์น้อย

.....
(นายอริชญัช วงศ์น้อย)

อนุมัติโครงการ

ชื่อโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	เรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมจรัสภาวัน
ผู้รายงาน	นายอริชญัช วงศ์น้อย
คณะ	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	การตลาด

เสาวณีศรีจันทร์นิล

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวณีศรีจันทร์นิล)

อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

WA INTAWONIW

(คุณอุษา อินวงศ์)

ผู้จัดการ โรงแรมจรัสภาวัน

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ อนุมัติให้รับโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษานี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด

ศิริ ภู่งษ์วัฒนา

(รองศาสตราจารย์ศิริ ภู่งษ์วัฒนา)

คณบดี คณะบริหารธุรกิจ

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgment)

ตามที่ ข้าพเจ้านายอริญชัย วงศ์น้อย ได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ โรงแรมจรัสดาววัน ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ทำให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีคุณค่ามากมาย สำหรับโครงการสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือและความร่วมมือสนับสนุนของหลายฝ่าย ดังนี้

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1. คุณอุษา อินวงศ์ | ผู้จัดการ โรงแรม |
| 2. อาจารย์ปณณพศ ดารารัตน์ | อาจารย์ที่ปรึกษา |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล | อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา |

ทั้งนี้ ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ที่ให้คำแนะนำ ติดตามประเมินความก้าวหน้าของการปฏิบัติงาน และตรวจแก้ไขเล่มโครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ซึ่งให้ความกรุณาแนะนำในการจัดทำโครงการสหกิจศึกษานี้

ข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลให้ความรู้เกี่ยวกับประสบการณ์การปฏิบัติงาน รวมถึงให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำโครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

นายอริญชัย วงศ์น้อย
ผู้จัดทำรายงาน
วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

ชื่อโครงการ	การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมจรัสภาวัน
ชื่อนิติกร	นายอริญชัย วงศ์น้อย
รหัสนิติกร	62101130010
สาขาวิชา	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

(Abstract)

ในปัจจุบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญและสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ สหกิจศึกษาจึงเป็นการศึกษาอีกรูปแบบหนึ่งที่เน้นการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการอย่างเป็นระบบ เป็นการจัดให้สถานศึกษาร่วมกันสถานประกอบการโดยมีความรู้ความเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่เรียนของนิสิต เพื่อส่งเสริมให้นิสิตนำความรู้ที่ได้จากสถานประกอบการนั้นไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานจริง เป็นการเน้นให้ระบบเรียนรู้ในการทำงานจริงเป็นหลัก จึงส่งผลให้นิสิตมีคุณภาพตรงตามที่สถานประกอบการต้องการมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการค้นพบศักยภาพของตนเองทางด้านอาชีพที่ชัดเจนมากขึ้น

ด้วยการเรียนรู้จากในห้องเรียน ทำให้ผู้จัดทำได้นำความรู้มาปรับใช้ในประสบการณ์การทำงานจริง ซึ่งหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการ คือ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และ IMPESSION การเข้าถึง FACEBOOK , INSTAGRAM ของโรงแรม

ผลที่ได้รับจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ โรงแรมจรัสภาวัน ซึ่งปฏิบัติงานในลักษณะการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และเช็คยอด IMPESSION การเข้าถึง FACEBOOK , INSTAGRAM ของโรงแรม ทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการเรียนและการทำงานจริง รวมทั้งการนำความรู้ ความสามารถที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้เข้ากับองค์กรที่ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้นิสิตเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่ง	ก
อนุมัติโครงการ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	1
1.3 ประวัติและรายละเอียดบริษัท	2
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาสโลว์	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม	5
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์	13
บทที่ 3 ภาระหน้าที่และปัญหาในการปฏิบัติงาน	15
3.1 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายระหว่างฝึกปฏิบัติงานสหกิจ	15
3.2 รายละเอียดและขั้นตอนในการปฏิบัติงาน	15
3.3 ปัญหาในการปฏิบัติงานและขั้นตอนในการแก้ไขปัญหา	16
บทที่ 4 รายละเอียดของการปฏิบัติงาน	17
4.1 รายละเอียดสรุปผลของการปฏิบัติงาน	17
4.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย	17

บทที่ 5 สรุปผลการปฏิบัติงาน	19
5.1 สิ่งที่คาดหวัง	19
5.2 ประโยชน์ที่ได้รับต่อตนเองต่อสถานประกอบการและต่อมหาวิทยาลัย	19
5.3 วิเคราะห์ตนเอง (Swot Analysis)	20
5.4 ประสบการณ์ที่ประทับใจ	21
บรรณานุกรม	22
ประวัตินิสิต	
ภาคผนวก ก ใบรายงานฝึกสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์	
ภาคผนวก ข รูปภาพการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ	

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.1 ปัญหาในการปฏิบัติงานและขั้นตอนในการแก้ไขปัญหา

หน้า

16

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ห้องพักภายในโรงแรม	2
ภาพที่ 1.2 สัญลักษณ์ประจำโรงแรม	2
ภาพที่ 2.1 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ของ Maslow	4
ภาพที่ 3.1 การโฆษณาโปรโมชั่นโรงแรมผ่านสื่อออนไลน์	15
ภาพที่ 3. 2 เซ็คคิมเพรสชั่นการเข้าถึง Facebook , Instagram ของโรงแรม	15
ภาพที่ 3. 3 ตรวจเช็คค่าใช้จ่ายในการ Boot Post	16

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

สหกิจศึกษา คือ การศึกษาที่เน้นการปฏิบัติงานในหน่วยงาน ซึ่งเรียกว่า สถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตอย่างเป็นระบบก่อนสำเร็จการศึกษา ณ โรงแรม จรัสภาวัน ในตำแหน่งนักการตลาด ซึ่งเปิดโอกาสให้นิสิตสามารถเรียนรู้และได้รับรู้ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ อันจะเป็นการฝึกการประยุกต์ใช้ความรู้ แนวคิด ทฤษฎี ให้สามารถนำไปใช้ในการทำงานจริง เป็นการเติมเต็มการจัดการสอนในห้องเรียน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างทักษะและประสบการณ์ที่ดีให้แก่บัณฑิตที่จะสำเร็จการศึกษา เพื่อการเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตามที่ตลาดแรงงานต้องการ

กระบวนการสหกิจศึกษา ก่อให้เกิดการประสานงานอย่างใกล้ชิด ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยสถานประกอบการได้จัดหาพี่เลี้ยง หรือผู้นิเทศงานในสถานประกอบการทำหน้าที่กำกับดูแลการทำงานของนิสิต ทั้งนี้ในการปฏิบัติงานของนิสิตสหกิจศึกษา อาจได้รับเงินเดือน ค่าจ้าง สวัสดิการ ค่าตอบแทน หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสมจากสถานประกอบการ และช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาหลักสูตรให้เป็นที่มีความตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ หรือ ได้บัณฑิตที่พึงประสงค์ไปร่วมงานขององค์กรในอนาคต อีกทั้งเป็นการสร้างเสริมจริยธรรมอันดีในวิชาชีพที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในสังคม

1.2 วัตถุประสงค์การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. เพื่อให้บัณฑิตสามารถนำความรู้ ความสามารถ และทฤษฎีที่ได้เรียนมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน
2. เพื่อส่งเสริมให้บัณฑิตได้เกิดการเรียนรู้และเสริมสร้างประสบการณ์ทางวิชาการ และวิชาชีพจากการปฏิบัติงานจริง ณ สถานประกอบการ ทำให้นิสิตสามารถพัฒนาตนเองให้มีความพร้อมในการประกอบวิชาชีพ และก้าวสู่ระบบการทำงาน
3. เพื่อให้บัณฑิตได้รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่นและสามารถปรับตัวเข้ากับบุคลากรภายในองค์กร
4. เพื่อเป็นการฝึกให้นิสิตรู้จักความรับผิดชอบ มีความละเอียดรอบคอบ มีระเบียบวินัย รู้จักการเรียงลำดับความสำคัญของความคิดและการทำงาน ตรงต่อเวลา และมีความอดทน
5. เพื่อให้บัณฑิตได้เรียนรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงาน และรู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
6. เพื่อให้มีการพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาที่ทันสมัยได้มาตรฐาน และตอบสนองต่อความต้องการของสถานประกอบการและตลาดแรงงานต่อไป

1.3 ประวัติและรายละเอียดบริษัท

1.3.1 ประวัติ

โรงแรมจรัสภาวัน ธุรกิจนี้อยู่ในหมวดอุตสาหกรรมโรงแรมและการท่องเที่ยว การพักผ่อนในบ้านพัก



ภาพที่ 1.1 ห้องพักภายในโรงแรม
(ที่มา: CharrasBhawan.com)

1.3.2 ที่ตั้ง

โรงแรมจรัสภาวัน ตั้งอยู่ที่ 12,12/1 ซอยหมู่บ้านเขาเต่า ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รหัสไปรษณีย์ 77110

1.3.3 ประเภทธุรกิจ

บ้านพักและโรงแรม

1.3.4 โทรศัพท์ 099 3541647

1.3.5 เว็บไซต์ www.charrasbhawan.com

1.3.6 สัญลักษณ์



CHARRAS BHAWAN
HOTEL AND RESIDENCES

ภาพที่ 1.2 สัญลักษณ์ประจำโรงแรม

1.3.7 สิ่งอำนวยความสะดวก

- วิลล่ามี 4 หลัง มี 8 ห้อง
- ห้องอาหาร
- มีบริการอาหารเช้า
- ฝ่ายต้อนรับ 24 ชั่วโมง
- เครื่องปรับอากาศ
- ห้องน้ำส่วนตัว
- ที่วีจอบน
- อ่างเก็บน้ำแบบแช่ตัว
- Wi Fi ฟรี
- มีลานจอดรถ

1.3.8 เด็ก

- ไม่มีเตียงนอนสำหรับเด็ก (เตียงสำหรับเด็กอ่อน)

1.3.9 สัตว์เลี้ยง

- ไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้า

1.4 ชื่อ-สกุล และตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา

คุณอุษา อินวงศ์ ตำแหน่ง ผู้จัดการโรงแรม

1.5 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

วันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการได้ฝึกสหกิจศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดไว้เป็นระยะ 4 เดือน ในระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 จนถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ สถานประกอบการ โรงแรมจรัสภาวัน ทำให้ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ ๆ ในการปรับตัวให้เข้ากับสังคมของการทำงาน และจากกรทบทวนวรรณกรรม เรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมจรัสภาวัน ผู้จัดทำจึงได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการประกอบการศึกษาและใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยสามารถนำมาประยุกต์กับการทำงานด้านบริหารจัดการได้ ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์

2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

นักจิตวิทยามนุษย์ระดับโลก ที่ชื่อว่า อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ได้คิดค้นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ขึ้นมา ซึ่งเกี่ยวข้องกับพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์บนความคิดที่ว่า การตอบสนองต่อแรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเบื้องหลังของมนุษย์ โดยบอกถึงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ที่มีแนวโน้มความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นเมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว โดยลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิต ตามหลักของมาสโลว์ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของ Maslow

(ที่มา: <https://www.sixfacetspress.net/content>)

2.1.1 ความต้องการขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)

หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกายซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น

2.1.2 ความต้องการขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security and Safety Needs)

หมายถึง ความต้องการมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยเมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน

2.1.3 ความต้องการขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belonging and Love Needs)

หมายถึง ความต้องการที่จะเป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบุคคลอื่น โดยความต้องการในขั้นนี้จะเป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการทางด้านร่างกายและความต้องการความปลอดภัย ได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความต้องการได้รับการยอมรับ การต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น

2.1.4 ความต้องการขั้นที่ 4 ความต้องการยกย่อง (Esteem Needs)

หมายถึง ความต้องการที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูง เป็นบุคคลที่น่าเคารพยกย่องจากทั้งตนเองและผู้อื่น หรือมีความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือและสถานะจากสังคม เช่น ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นตนมีความสามารถมีคุณค่า มีเกียรติ มีตำแหน่งฐานะ มีความต้องการจะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเอง ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการมีความรู้ ความสามารถ เป็นต้น

2.1.5 ความต้องการขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self - Actualization)

หมายถึง ความต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจตนเองตามสภาพที่แท้จริง เพื่อพัฒนาชีวิตของตนเองให้สมบูรณ์ เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

แนวความคิดของ Maslow ใช้ในการศึกษาเรื่องการตลาด เพื่อช่วยให้เข้าใจถึงแรงจูงใจของลูกค้า ในการเลือกซื้อสินค้า นักการตลาดที่ดีควรจะต้องสามารถวิเคราะห์ความต้องการที่มีของลูกค้าได้ครบถ้วน เพื่อหาวิธีดำเนินการทางการตลาดให้ประสบผลสำเร็จได้ต่อไป ถ้าผู้ผลิตสามารถคิดและออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ลูกค้าก็มักจะเลือกผลิตได้แตกต่างมากกว่าผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันจากคู่แข่ง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

การโฆษณา (Advertising) หมายถึง การเผยแพร่การนำเสนอต่อสาธารณชน โดยไม่ใช่ตัวบุคคล ระบุชื่อองค์กรที่เป็นเจ้าขององค์กรอย่างชัดเจน นำเสนอโดยผ่านสื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และพฤติกรรม การซื้อ

นอกจากนี้การโฆษณายังมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การกระจายได้กว้างขวาง ข่าวสารผ่านการโฆษณาแทรกซึมเข้าสู่คนจำนวนมากสามารถกำหนดความถี่ของข่าวสาร เนื้อหาข่าวสารตามที่เจ้าขององค์กรกำหนด กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสื่อได้อย่างเสรีไม่ถูกบังคับ ไม่สูญเสียความเป็นส่วนตัว สามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับองค์กรอื่น ๆ ได้

2. เน้นจุดเด่นได้ตามที่ต้องการ โฆษณาสามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ด้วยงานความคิดสร้างสรรค์ เน้นความงดงามของภาพ เสียง และงานพิมพ์ เสริมเน้นจุดเด่นขององค์กรได้เป็นอย่างดี

3. ไม่มีความเป็นส่วนตัว ผู้รับมีอิสระในการรับข่าวสาร ไม่รู้สึกรับสื่อที่ตัวเองไม่ต้องการหรือต้องตอบสนอง ซึ่งจะแตกต่างจากวิธีอื่น ๆ เช่น การใช้พนักงานขาย

2.2.1 องค์ประกอบของการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมได้แบ่งงานหรือทำหน้าที่ในความรับผิดชอบ ดังนี้

1. การวางแผน (Planning)
2. การออกแบบโบรชัวร์เพื่อโฆษณา (Design)
3. การโฆษณา (Advertising)
4. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

โดยมีรายละเอียดแต่ละขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผนสื่อโฆษณา ในการวางแผนโฆษณา ต้องเริ่มต้นจากการวางแผนกลยุทธ์ทางโฆษณา (Advertising Strategy) ก็คือ การวิเคราะห์หาจุดเด่นของสินค้า หาสารที่จะสื่อสารกับผู้บริโภค (Key Message) ซึ่งคล้าย ๆ กับคำขวัญก็คือประโยคที่สั้นๆ กระชับ แต่บ่งบอกประโยชน์หรือสัญญาของสินค้าที่จะมอบให้อย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจที่สุด ซึ่งต้องเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วย คือ ต้องทั้ง "ดีหู" และ "ตอบใจ" ซึ่งมีอยู่ 2 แนวทางที่ใช้กันบ่อย ๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า คือ

1.1 เน้นจุดเด่นของสินค้าในประเด็นเดียวที่เด่นที่สุด (Unique Selling Proposition) เหมาะกับสินค้าที่มีจุดเด่นที่ชัดเจน ซึ่งจุดเด่นนี้ต้องเด่นจริง ๆ และคู่แข่งเทียบไม่ได้ ซึ่งจะช่วยสร้างตำแหน่งครองใจ (Product Positioning) และทำให้ผู้บริโภคนึกถึงสินค้าของเรา เมื่อต้องการสินค้าประเภทนั้น ข้อดีก็คือเข้าใจได้ง่าย ชัดเจน ข้อเสียคือหากคู่แข่งทำได้ดีกว่า อาจต้องปรับเปลี่ยนจุดเดิมนั้น

1.2 เน้นภาพลักษณ์สินค้า (Brand Image) เหมาะกับสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างกันมาก หรือสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยอารมณ์มากกว่าเหตุผล ข้อดีคือ ช่วยสร้างบุคลิก (Character) ของสินค้า ซึ่งน่าสนใจและน่าดึงดูดใจโดยเฉพาะกับกลุ่มเด็กและวัยรุ่น ทำให้สินค้าที่ดูเหมือน ๆ กันแตกต่างกันได้ และใช้ได้ในระยะยาว สร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า แต่ข้อเสียคือ ไม่สื่อถึงประโยชน์โดยตรง อาจไม่มีผลกระทบในทันที ต้องอาศัยการโปรโมทต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำ ดังนั้นจึงไม่เหมาะกับสินค้าออกใหม่ แต่เหมาะกับสินค้าที่เป็นที่รู้จักในระดับหนึ่ง

เมื่อได้ข้อความหลัก หรือ คำขวัญ แล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือ การเลือกใช้สื่อ ซึ่งหากมีงบประมาณจำกัด ไม่สามารถใช้สื่อ Above the Line ซึ่งก็คือ สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และอื่น ๆ ผู้ประกอบการก็สามารถใช้สื่อแบบ Below the Line ซึ่งก็คือ สื่อที่ไม่ต้องใช้เงินมาก เน้นการเจาะกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งวิธีนี้มีมากมายหลายแบบ เช่น สื่อนอกสถานที่ ทั้งที่ที่พบเห็นกันบ่อย ๆ เช่น ในร้านค้า และที่ที่ไม่คาดคิดว่าจะได้เจอ เช่น ในห้องน้ำ การใช้เว็บไซต์ การออกบูธตามงานแสดงสินค้า การเป็นสปอนเซอร์งานต่าง ๆ การจัดกิจกรรมแปลก ๆ แล้วเรียกสื่อมาทำข่าว (วิธีนี้กำลังมาแรงในต่างประเทศ) การเลือกใช้สื่อภูมิภาค หรือแม้แต่กลยุทธ์เก่าแต่ยังใช้ได้คืออย่างเช่น การลด แลก แจก แถม รูปแบบเหล่านี้ถือเป็นกลยุทธ์การเลือกใช้สื่อที่จะสามารถช่วยย้ซึ่งงบประมาณที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดในยุค "ข้าวยาก น้ำมันแพง" ที่ยังไม่มีแนวโน้มจะคลี่คลายในเร็ววัน ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวในแง่ของการทำการส่งเสริมการขายด้วย

2. การออกแบบโบรชัวร์เพื่อการโฆษณา ที่มาของความหมายของคำว่า โบรชัวร์ (Brochure) เป็นคำศัพท์จากประเทศฝรั่งเศส ใช้สำหรับเรียกแทนความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่ง แต่โบรชัวร์นั้นจะต่างจากหนังสือ เพราะมีจำนวนหน้าที่เล็กกว่า เนื้อหาที่น้อยกว่า มีหลายประเภท ทั้งประเภทที่มีหลาย ๆ หน้า จนไปถึงโบรชัวร์ที่มีแค่หน้าเดียว ซึ่งความสำคัญของโบรชัวร์นั้นใช้สำหรับการนำเสนอองค์กรหรือธุรกิจ ช่วยสื่อความหมายให้ผู้ที่อ่านนั้นได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ของธุรกิจและองค์กรของที่ต้องการจะสื่อความหมาย ซึ่งจะต้องเป็นข้อความไม่มากเกินไป จำเป็นจะต้องออกแบบมาให้มีความดึงดูดและน่าสนใจต่อผู้ที่เข้ามาอ่าน เพราะฉะนั้นจึงต้องมีหลักการที่ออกแบบมาให้โบรชัวร์ มีความน่าดึงดูด มีขั้นตอนดังนี้

วิธีการออกแบบโบรชัวร์ให้มีความน่าสนใจ

2.1 กำหนดจุดประสงค์ในการออกแบบโบรชัวร์ว่าต้องการที่จะสื่ออะไรออกมาให้ผู้อ่านได้รับรู้ เพราะโบรชัวร์นั้นยังมีความสำคัญอย่างมากกับการทำธุรกิจเพราะเป็นสื่อแบบออฟไลน์ ทำให้ผู้สูงอายุบางท่านที่ไม่ได้ใช้สื่อแบบออนไลน์ก็ยังสามารถเข้าถึงได้

2.2 เลือกใช้แบบตัวอักษร ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับงาน ซึ่งการเลือกใช้แบบตัวอักษร นั้นไม่จำเป็นที่จะต้องใช้แบบตัวอักษรเดียวกันในทุกหัวข้อหรือทุกตัวอักษร เพราะจะทำให้โบรชัวร์ของเราดูน่าเบื่อเกินไป แต่ก็ไม่ควรจะใช้มากเกินไปเพราะจะทำให้ดูเหมือนรกสายตาเกินไป และถ้าเป็นโบรชัวร์ที่แนะนำองค์กรที่มีความเป็นทางการต้องเลือกใช้แบบตัวอักษรที่มีความสุภาพเรียบร้อย และทำให้องค์กรหรือธุรกิจนั้นมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และต้องเลือกการใช้แบบอักษรตัวหน้าหรือบางให้ได้อย่างเหมาะสม

2.3 การเลือกใช้กระดาษให้เหมาะสมกับงาน และที่สำคัญการออกแบบหน้าปกนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการออกแบบโบรชัวร์ เพราะหน้าปกนั้นเป็นสิ่งที่ผู้อ่านนั้นจะ ได้เห็นเป็นอันดับแรก การออกแบบ

นั้นต้องออกแบบมาให้โดดเด่น เพื่อให้ผู้อ่านไม่อาจมองข้ามโบรชัวร์นั้นไปได้ อาจจะใช้เทคนิคเพิ่มเติมในการพิมพ์เช่น การเคลือบเงา เคลือบมัน ปับนูน ปับทอง สปอร์ตยูวี เป็นต้น ก็จะสามารทำให้โบรชัวร์ของเรานั้นมีความโดดเด่นมากขึ้น

2.4 การใช้เนื้อหาหรือความหมายสั้น ๆ โคนๆ ต้องลองคิดคำเพื่อให้มีความโดดเด่น

2.5 โบรชัวร์ที่ดีไม่ควรจะมีแต่ข้อความและเนื้อหาที่มากเกินไปเพราะจะทำให้หน้าเบื่อกด้วยคุณลักษณะส่วนใหญ่ชอบการฟังมากกว่าชอบการอ่าน การเลือกใช้รูปภาพประกอบในโบรชัวร์นั้นจะสามารถช่วยให้ผู้อ่านมีความสบายตาและบันเทิงมากกว่าเดิม

3. การโฆษณา (Advertising) ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือส่วนหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อกลางที่ไม่ใช่ตัวบุคคล เป็นการสื่อสารมวลชนที่เข้าถึงผู้บริโภคด้วยระยะเวลาอันรวดเร็วทำให้บุคคลจำนวนมากได้รับรู้ และเป็นการจูงใจกลุ่มผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการได้ ขณะเดียวกันต้องมีการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมสำหรับสินค้าและในการศึกษาการโฆษณาจะต้องให้ความสนใจปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่

3.1 การจำแนกประเภทของการโฆษณา (Type of Advertising) การแบ่งประเภทของการโฆษณาทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

3.1.1 การโฆษณาที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product Advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งไปสู่ตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง เป็นการให้ข้อมูลหรือข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์และคุณสมบัติพิเศษเพื่อชักจูงใจลูกค้าเกิดความสนใจในตัวสินค้า

3.1.2 การโฆษณาเน้นที่ตัวสถาบัน (Institution Advertising) เป็นการโฆษณาเกี่ยวกับตัวสถาบันหรือองค์การธุรกิจที่ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจต่อประชาชนทั่วไป ลักษณะของการโฆษณาจะเน้นทางด้านการศึกษาขององค์การธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินการของธุรกิจ ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาเป็นการวางแผนการโฆษณาเพื่อจูงใจลูกค้าในระยะยาว

3.1.3 การโฆษณาเน้นที่กลุ่มผู้บริโภค อุตสาหกรรม และคนกลาง (Consumer Industrial and Trade Advertising) เป็นการโฆษณาที่เน้นไปยังกลุ่มผู้บริโภคหรือผู้ซื้อโดยตรง อาจเป็นกลุ่มผู้บริโภคสุดท้ายหรือผู้บริโภคทางอุตสาหกรรมที่ซื้อสินค้านั้นไปใช้ในการผลิต เป็นการโฆษณาที่มุ่งกระตุ้นจูงใจผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีก ให้สนใจที่จะซื้อสินค้าของบริษัทไปเพื่อขายต่อ

3.1.4 การโฆษณาที่มุ่งกระตุ้นความต้องการพื้นฐาน และความต้องการขั้นเลือกเฟ้น (Primary and Selective Demand Advertising) ถ้าเป็นการโฆษณาที่มุ่งกระตุ้นความต้องการพื้นฐานจะเป็นการโฆษณาที่ให้รายละเอียดเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าว่าใช้ประโยชน์อะไร อย่างไรบ้าง แต่ถ้าหากเป็นการโฆษณาที่มุ่งกระตุ้นความต้องการขั้นเลือกเฟ้นจะเป็นการโฆษณาที่เน้นความแตกต่างของตราหือเพื่อให้ลูกค้ายอมรับและเลือกผลิตภัณฑ์ของบริษัทแทนของกลุ่มคู่แข่ง

3.2 สื่อโฆษณา (Advertising Media) เมื่อกำหนดประเภทของสื่อโฆษณาแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งต้องคำนึงว่า ควรเลือกโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาประเภทใดที่ทำให้ข้อมูลต่าง ๆ ส่งถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ต้องการมากที่สุด โดยคำนึงถึงระยะเวลาและต้นทุน ซึ่งสื่อสำหรับโฆษณาหลัก ๆ มีดังต่อไปนี้

3.2.1 โทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ดีที่สุด เพราะจะต้องใช้ทั้งประสาทตาและประสาทหูไปพร้อม ๆ กัน สื่อโฆษณาสามารถเข้าถึงผู้ชมจำนวนมากทั่วประเทศ เกิดการรับรู้ได้ง่ายเพราะมีทั้งเสียงและภาพที่เคลื่อนไหวได้ รวมทั้งลักษณะของการแบ่งเวลาของสถานีโทรทัศน์ก็จัดแบ่งเวลาตามกลุ่มของผู้บริโภค เช่น รายการเด็ก รายการแม่บ้าน รายการพ่อบ้าน และอื่น ๆ ทำให้ผู้ผลิตหรือองค์กรธุรกิจสามารถเลือกช่วงเวลาที่จะส่งเสริมการขายได้อย่างเหมาะสม และมีข้อสำคัญคือ สามารถกระตุ้นความสนใจจากเนื้อหา เรื่องราวของโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอและชักจูงใจให้ซื้อสินค้า ทั้งให้อารมณ์และความรู้สึกรับรู้ต่อชื่อเสียงของสินค้ามากกว่าที่พบได้จากสื่ออื่นและโทรทัศน์ยังเป็นสื่อความบันเทิง ผู้ชมจะสามารถพบเห็น โฆษณาเพื่อการค้าได้ทุกครั้งที่เปิดรับชมรายการที่สนใจ

3.2.2 หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นสื่อโฆษณาที่มีผู้นิยมใช้กันมากเพราะสามารถครอบคลุมพื้นที่ และจำนวนผู้รับได้กว้างขวาง โดยเฉพาะถ้าหนังสือพิมพ์นั้นมีปริมาณการพิมพ์จำหน่ายสูงและถ้าต้องการส่งสื่อข้อความในเขตท้องถิ่นก็อาจเลือกหนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่นเป็นสื่อการสนับสนุนการโฆษณาได้ นอกจากนั้นสื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ยังแบ่งออกเป็นกลุ่มตามระดับอายุ การศึกษา เพศ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคได้ และการตีพิมพ์โฆษณาสินค้า คำขวัญ การพาดหัวที่สะดุดตาน่าสนใจก็จะสามารถชักจูงให้ผู้บริโภคสนใจและอ่านในรายละเอียดของสินค้า

3.2.3 นิตยสาร (Magazine) เป็นสื่อโฆษณาที่มีช่วงชีวิตยาวนานกว่าสื่อหนังสือพิมพ์และเป็นสื่อที่สามารถใช้ภาพเพื่อชักจูงความสนใจจากผู้อ่านได้ และนิตยสารนี้จะเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่ม เช่น นิตยสารรถยนต์ นิตยสารกีฬา นิตยสารผู้หญิง นิตยสารท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้ผลิตสามารถใช้สื่อโฆษณานี้เข้าสู่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้ นอกจากนั้นรูปแบบของนิตยสารมีรูปเล่มและสีสันสวยงาม ผู้อ่านสนใจที่จะเก็บรักษาเอาไว้เมื่อนำมาอ่านใหม่ก็จะเห็นภาพ โฆษณานั้นไปด้วย ในด้านการให้ข้อมูลและจูงใจผู้บริโภคที่กำลังแสวงหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อจะค้นหาหรือค้นคว้าอ่านรายละเอียดจากนิตยสารที่มีเนื้อหาดังกล่าวเพิ่มเติม เช่น ผู้ที่กำลังซื้อรถยนต์จะอ่านข้อมูลที่ตนสนใจจากนิตยสารที่เกี่ยวกับรถยนต์ซึ่งมีหน้าโฆษณารถยนต์ที่ตีพิมพ์อยู่ผู้อ่าน สามารถพบเห็นรายละเอียดได้ และโดยมากแล้วกลุ่มผู้อ่านนิตยสารโฆษณาประเภทนี้จะต้องเลือกทำเลในการติดตั้ง และการใช้ข้อความต้องสั้น กระชับ ชัดเจน และได้ใจความ สีสันจะต้องสะดุดตาสามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลทั่วไปให้เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้

3.2.4 วิทยุ (Radio) เป็นสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมผู้บริโภคในวงกว้าง ต้นทุนของการโฆษณาโดยใช้สื่อประเภทนี้มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยสามารถซื้อวิทยุใช้ได้ ในราคาไม่แพง ทั้งผู้ไม่รู้หนังสือก็สามารถได้รับประโยชน์จากสื่อโฆษณานี้ได้และมีจุดดี คือ สามารถเลือกกลุ่มผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ การโฆษณาสินค้าทางวิทยุสามารถชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เรื่องราวของสินค้า

3.2.5 สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising) เป็นป้ายโฆษณาที่ทำด้วยไม้หรือป้ายโฆษณาที่ใช้ไฟฟ้าการใช้สื่อโฆษณาประเภทนี้ไม่ได้เจาะจงไปกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่มุ่งเพื่อเตือนความทรงจำของผู้บริโภคที่ผ่านสัญจรไปมา ดังนั้นการใช้สื่อโฆษณาประเภทนี้จะต้องเลือกทำเลในการติดตั้งและการใช้ข้อความต้องสั้น กระชับ ชัดเจน และได้ใจความ สีสันจะต้องสะดุดตา สามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลทั่วไปให้เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์

3.2.6 สื่อโฆษณา ณ แหล่งที่ลูกค้าซื้อ (Point of Purchase Advertising) เป็นการนำเอาวัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง ณ จุดขายมาตกแต่งโชว์รวมหน้าร้าน เช่น แผ่นป้ายผ้า โปสเตอร์ ธงราว สติกเกอร์ และอื่น ๆ รวมถึงการจัดตกแต่งภายในร้านเพื่อชักจูงให้ลูกค้าสนใจและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้า ทั้งยังเป็นการแจ้งข่าวสารของผลิตภัณฑ์กระตุ้นการรับรู้และสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค จากสื่อโฆษณาแต่ละประเภทดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการใช้ช่องทางในการนำข่าวสารจากผู้ผลิต หรือผู้ขายไปยังผู้บริโภค สามารถทำได้โดยผ่านสื่อโฆษณาหลาย ๆ รูปแบบในการเลือก สื่อต่างๆ เหล่านั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตนได้ไม่น้อยเพียงใด และคำนึงถึงค่าใช้จ่ายของการใช้สื่อโฆษณาให้มีความเหมาะสม

3.3 วัตถุประสงค์ในการโฆษณา วัตถุประสงค์ในการโฆษณาของแต่ละสินค้าและสถานการณ์ทางการตลาดย่อมแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามจุดประสงค์หลักในการใช้มีดังต่อไปนี้

3.3.1 เพื่อต้องการให้เกิดพฤติกรรมในทันที หน้าที่ของโฆษณาจึงเพื่อก่อให้เกิดความสนใจให้ผู้บริโภคหยุดดูได้หรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในทันที

3.3.2 เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ให้แก่ผู้บริโภคต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้มากขึ้น โดยต้องการกระตุ้นผู้บริโภคค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้มากขึ้น

3.3.3 เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ให้แก่ผู้บริโภค เช่น สินค้าใหม่ที่ไม่เคยมีในตลาดมาก่อนหรือได้เปลี่ยนแปลงมาแล้วหรืออาจไม่ใช่สินค้าใหม่ แต่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ขึ้น เช่น ไปดูสินค้า ตามร้านหรือห้างแสดงสินค้าเพื่อจะได้รู้จักสินค้ามากขึ้น

3.3.4 เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสินค้ายี่ห้ออื่น ๆ ใช้สินค้ายี่ห้ออื่น โดยมิวัตถุประสงค์ย้ำเตือนให้ใช้สินค้ายี่ห้อเดิมหรือใช้สินค้ายี่ห้ออื่น

3.3.5 เพื่อเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับสินค้า เพื่อต้องการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความเชื่อและทัศนคติใหม่ ๆ เกี่ยวกับสินค้าให้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคแต่ละคนมีทัศนคติต่อสินค้าแต่ละยี่ห้อต่างกันออกไป และในการสร้างหรือเปลี่ยนทัศนคติของสินค้าให้กับผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลานานมาก

3.3.6 เพื่อตอกย้ำความเชื่อและภาพพจน์ในสินค้าปัจจุบัน โดยต้องการเน้นถึงทัศนคติ และความเชื่อที่ผู้บริโภคมีอยู่แล้วในสินค้า

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด พบว่า นักการตลาดได้ทำการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและเกิดพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้พัฒนาขึ้น จึงทำให้สื่อถูกส่งถึงกลุ่มเป้าหมายได้

อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับรู้สื่อมากขึ้น ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ดีก็จะส่งผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้า

4. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

ในยุคที่อินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยมและได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งจากการพัฒนาของโลก

- ทั่วโลกเว็บ (World Wide Web) จากยุคแรกหรือเรียกว่า Web 1.0 ซึ่งมีลักษณะเป็น Static Web คือ มีการนำเสนอข้อมูลทางเดียว ต่อมาเข้าสู่เว็บ ยุคที่ 2 หรือ Web 2.0 เป็นยุคที่เน้นให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการใช้งานมากขึ้น เน้นให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ลงบนเว็บไซต์ร่วมกัน และสามารถโต้ตอบกับข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ได้ และผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา (Content) แลกเปลี่ยนและกระจายข้อมูลกันได้ในระดับบุคคลหรือกลุ่ม จนกลายเป็นสังคมในโลกอินเทอร์เน็ต หรือเรียกว่า สังคมออนไลน์ (Online Social Network) นั่นเอง

- สังคมออนไลน์ (Online Social Network) คือ สังคมที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก ร่วมแบ่งปันสิ่งที่สนใจ และสามารถเชื่อมโยงกันได้ในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ในโลกอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยรูปแบบการบริการ เรียกว่า “บริการเครือข่ายสังคม หรือ Social Network Service (SNS)” โดยเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมสำหรับใช้งานในอินเทอร์เน็ตที่ใช้เขียนและอธิบายความสนใจและกิจกรรมที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น รวมทั้งข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่น ๆ รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการ Social Network Service (SNS) มากมาย ซึ่งแต่ละเว็บต่างคิดค้นพัฒนาฟังก์ชันต่าง ๆ มากมาย ซึ่งเราสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจหรือการเรียนการสอนในลักษณะของการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) ร่วมกัน การนำเสนอผลงานหรือแม้แต่กระทั่งการทำงานกลุ่มร่วมกัน โดยกลุ่มหลัก ๆ ของ SNS เพื่อการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้แบ่งออกได้ดังนี้ (ชนภัทร ยีชะเด, 2552: ออนไลน์)

4.2.1 กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ตัวตน” เว็บไซต์เหล่านี้ใช้สำหรับนำเสนอตัวตน และเผยแพร่เรื่องราวของตนเองทางอินเทอร์เน็ตหรือผู้ใช้สามารถเขียนบล็อก สร้างอัลบั้มรูปของตัวเอง สร้างกลุ่มเพื่อนในห้องเรียน และสร้างเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้ขึ้นมาได้ ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้คือ Myspace.com, Hi5.com และ Facebook.com เป็นต้น

4.2.2 กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ผลงาน” สามารถใช้เว็บไซต์เหล่านี้ในการนำเสนอผลงานของตัวเอง ผลงานของกลุ่มได้ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวีดิโอ รูปภาพ หรือเสียงอาจารย์สอนที่ได้จากการบันทึกในชั้นเรียน เป็นต้น ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น YouTube.com, Yahoo VDO, Google VDO, Flickr.com, Multiply.com เป็นต้น

4.2.3 กลุ่มเว็บไซต์ที่มีความสนใจตรงกัน มีลักษณะเป็น Online Bookmarking หรือ Social Bookmarking โดยมีแนวคิดที่ว่า จากที่ทำการ Bookmark เว็บไซต์ที่ชอบ หรือบทความรายงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียน เก็บไว้ในเครื่องของเราเพียงคนเดียว แต่เปลี่ยนเป็น Bookmark เก็บไว้บนเว็บเพื่อเกิดการแบ่งปันคนอื่นด้วย และเราก็จะรู้ด้วยว่าเว็บไซต์ใดที่ได้รับความนิยมมากเป็นที่น่าสนใจ โดยคุณได้จากจำนวนตัวเลขที่เว็บไซต์นั้นถูก Bookmark เอาไว้จากสมาชิกคนอื่น ๆ ตัวอย่างเว็บไซต์นี้ ได้แก่ del.icio.us, Digg, Zickr, duocore.tv เป็นต้น

4.2.4 กลุ่มเว็บไซต์ที่ใช้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มที่เปิดให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มเข้ามานำเสนอข้อมูล ความคิดหรือต่อยอดเรื่องราวต่าง ๆ ได้ ตัวอย่างเว็บไซต์นี้ ได้แก่ Wikipedia ซึ่งเป็นสารานุกรมต่อยอดที่อนุญาตให้ใครก็ได้เข้ามาช่วยกันเขียน และแก้ไขบทความต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดเป็นสารานุกรมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่รวบรวมความรู้ ข่าวสาร และเหตุการณ์ต่าง ๆ ไว้มากมาย

เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมสำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ตการเขียนและอธิบายความสนใจ และกิจการที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจ และกิจกรรมของผู้อื่นมักจะประกอบด้วย การสนทนา ส่งข้อความ ส่งอีเมล บล็อก แบ่งปันรูป วีดิโอ เพลง โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมได้แก่ เฟสบุค (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เฟสบุค (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเปิดใช้งาน วันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 โดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด โดยในช่วงแรกนั้น เฟสบุคเปิดให้ใช้งานเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ซึ่งต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศอเมริกา และวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้ขยายมาสำหรับผู้ทั่วไปทุกคนเหมือนในปัจจุบัน โดยแนวคิดเริ่มแรกในการตั้งชื่อ เฟสบุค (Facebook) นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์ก ที่ชื่อฟิลิปส์ เอ็กเซเตอร์อะคาเดมี่ โดยที่โรงเรียนนี้จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งมีภาพและชื่อของเพื่อนที่เรียนด้วยกันเพื่อไว้สำหรับจดจำชื่อคนอื่น และจะส่งต่อ ๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่น ๆ ได้รู้จักเพื่อน ๆ ในชั้นเรียนเว็บไซต์เฟสบุคก่อตั้งที่เมือง เดมบริดจ์ รัฐแมสซาชูเซตส์ ปัจจุบันมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ แพลโลแอลโท รัฐแคลิฟอร์เนีย มีผู้ลงทะเบียนกว่า 350 ล้านชื่อ และเป็นเว็บไซต์ที่มีการเติบโตอย่างสูงและได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 รองจาก Google

2. อินสตาแกรม (Instagram) แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน หรือโทรศัพท์มือถือรุ่นต่าง ๆ นับเป็นแอปพลิเคชันสำหรับถ่ายภาพหรือนำรูปมาตกแต่งภาพให้สวยงามในรูปแบบที่ผู้ใช้งานต้องการ และ

อัพโหลดรูปภาพเพื่อแชร์ไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook, Twitter, Foursquare, และ Tumblr

ลักษณะทางประชากร หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล และปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงตัวบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ อินสตาแกรมและการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ปริมาณการใช้อินสตาแกรม หมายถึง ความถี่และวัตถุประสงค์ในการใช้อินสตาแกรม โดยการแชร์รูปภาพ การแสดงความชื่นชอบ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และการใส่ #Hashtags ชื่อร้านจากร้านค้าบนอินสตาแกรมของบุคคลผู้มีชื่อเสียงเอง และจากผู้บริโภคที่ได้ซื้อสินค้าจากร้านนั้น ๆ ไป เช่น ผู้ที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าร้านหนึ่งไป และมีการแชร์รูปภาพสินค้าที่ตนเองสวมใส่เสื้อผ้าที่ซื้อ มีการติด #Hashtags ชื่อร้าน เพื่อให้บุคคลอื่นได้รับรู้อีกด้วย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์

การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing หรือ SMM) เป็นการทำการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งทำงานร่วมกับเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายช่องทาง เพื่อให้เกิดการสื่อสารทางการตลาดนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายให้เกิดการเข้าใจและเห็นคุณค่าในแบรนด์สินค้า/บริการ (Kietzmann & Canhoto, 2013) โดยเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการปฏิวัติรูปแบบการดำเนินธุรกิจในการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า (Joo, Kim and Yang, 2011) เป็นการทำการตลาดที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าแทนการมุ่งเน้นการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว (Gordhamer, 2009) โดยเน้นกลยุทธ์การสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Kiralova & Pavlicecka, 2014) เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย และสร้างการปฏิสัมพันธ์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้คนในสังคม (Saravanakumar & SuganthaLakshmi, 2012) เกิดการพูดคุยระหว่างลูกค้า (Customer-to-Customer) ต่อเนื่องกันไป ส่งผลให้ขนาดของตลาดและโอกาสทางการตลาดขยายเพิ่มมากขึ้น (Mangold and Faulds, 2009) ดังนั้นการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์จึงให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ผู้อ่านหรือลูกค้าเกิดความต้องการและมีการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความรู้ ข้อมูล ภาพนิ่ง และ ภาพเคลื่อนไหว ไปสู่เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของตนเอง เพื่อทำให้เกิดการพูดถึงแบบปากต่อปากบนอินเทอร์เน็ต (Electronic word of mouth) (Kietzmann and Canhoto, 2013) โดยองค์กรธุรกิจสามารถ ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตนเองแก่ลูกค้าได้โดยตรงและในเวลาเดียวกันสามารถสื่อสารกับลูกค้าจำนวนมากพร้อมกัน (Saravanakumar & SuganthaLakshmi, 2012) นอกจากนี้การตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นศิลปะการผสมผสานการสื่อสารทางการตลาดเข้าไว้ด้วยกัน (Integrated Marketing Communication) โดยจุดประสงค์สำคัญ คือ เพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Markets) โดยประสมประสานส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด(Promotion Mix) โดยมี

เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการแสดงบทบาทร่วม ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทต่อสาธารณะ การขายโดยบุคคล (Personal Selling) และการจัดทำโปรแกรมการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เพื่อกระตุ้นความต้องการและสร้างแรงจูงใจในการซื้อแก่ลูกค้า (Mangold & Faulds, 2009) โดยส่วนประสมทางการส่งเสริมการตลาดในการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถจำแนกได้เป็น 3 รูปแบบ (Machin, 2016) ดังนี้

1) ช่องทางการสื่อสารที่ทางบริษัทเป็นเจ้าของและสามารถควบคุมข้อมูลเนื้อหาและการใช้งานได้ด้วยตนเอง (Owned Media) ซึ่งในที่นี้ หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ทุกช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ยูทูบ รวมถึงเว็บไซต์ของแบรนด์ สินค้า

2) ช่องทางการสื่อสารที่มีเนื้อหาข้อมูลที่เกิดจากบุคคลภายนอกมีการบอกเล่าประสบการณ์ในการใช้ สินค้า/บริการของบริษัท (Earned Media) และเกิดการแชร์ (Share) กดไลค์ (Like) การส่งต่อข้อมูล จนเป็นที่ พูดถึงอย่างกว้างขวางซึ่งช่วยสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือให้บริษัท

3) ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยต้องชำระเงิน (Paid Media) เช่น การซื้อโฆษณาบน เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ไลน์ (Line) เป็นต้น กลยุทธ์การทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing Strategy) มีส่วนช่วยส่งเสริมและเพิ่มความจงรักภักดีในแบรนด์ สินค้าและบริการก่อให้เกิดความประทับใจและความรู้สึกซาบซึ้งจดจำคุณค่า (Brand Equity) ให้เกิดขึ้นภายในใจของลูกค้า จากการศึกษา พบว่ากลยุทธ์ดังกล่าวช่วยสร้างความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ซึ่งมีได้จบลงเพียงแค่การขายเท่านั้น แต่การสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์นำมาซึ่งความสัมพันธ์อันดีแก่ลูกค้าและเปิดโอกาสในการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า ทำให้ธุรกิจเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้า ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยระบุกลุ่มลูกค้า ดังนั้นการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นกลยุทธ์การตลาดสำหรับคนเฉพาะกลุ่ม เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้บริษัทสามารถระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมการใช้บริการจากการแสดงความคิดเห็น ความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการโดยตรงไปตรงมา และสามารถนำข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาใช้ในการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีความแตกต่าง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าเดิม นอกจากนี้การทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้เกิดบุคคลหรือกลุ่มลูกค้าที่สร้างอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ซื้อด้วยกันเองในการตัดสินใจซื้อ การยอมรับและสนับสนุนในแบรนด์สินค้า กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยขจัดความเห็นในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นในสื่อสาธารณะ เป็นช่องทางสำหรับภาครัฐกิจการให้ความกระจ่างถึงข้อเท็จจริงและตอบคำถามหรือข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการแถลงข่าวหักล้างกับข้อมูลอันเป็นเท็จ การทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นจะต้องพัฒนานวัตกรรมวิธีการโฆษณารูปแบบใหม่ ๆ เชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้าให้ได้มากที่สุด

บทที่ 3

ภาระหน้าที่และปัญหาในการปฏิบัติงาน

3.1 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายระหว่างฝึกปฏิบัติงานสหกิจ

3.1.1 งานหลัก

3.1.1.1 การโพสต์โฆษณาโปรโมชันผ่านสื่อออนไลน์ของโรงแรม

3.1.2 งานรอง

3.1.2.1 เช็คอิมเพรสชันการเข้าถึง Facebook , Instagram ของโรงแรม

3.1.2.2 ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการ Boot Post

3.2 รายละเอียดและขั้นตอนในการปฏิบัติงาน

3.2.1 การโพสต์โฆษณาโปรโมชันผ่านสื่อออนไลน์ของโรงแรม



ภาพที่ 3.1 การโพสต์โฆษณาโปรโมชันผ่านสื่อออนไลน์ของโรงแรม

3.2.3 เช็คอิมเพรสชันการเข้าถึง Facebook , Instagram ของโรงแรม

วันที่	FACEBOOK		INSTAGRAM	
	Impression	Reach	Impression	Reach
11/11/2023	1,234,567	123,456	987,654	87,654
11/12/2023	1,345,678	134,567	876,543	76,543
11/13/2023	1,456,789	145,678	765,432	65,432
11/14/2023	1,567,890	156,789	654,321	54,321
11/15/2023	1,678,901	167,890	543,210	43,210
11/16/2023	1,789,012	178,901	432,109	32,109
11/17/2023	1,890,123	189,012	321,098	21,098
11/18/2023	1,901,234	190,123	210,987	10,987
11/19/2023	2,012,345	201,234	109,876	9,876
11/20/2023	2,123,456	212,345	98,765	8,765
11/21/2023	2,234,567	223,456	87,654	7,654
11/22/2023	2,345,678	234,567	76,543	6,543
11/23/2023	2,456,789	245,678	65,432	5,432
11/24/2023	2,567,890	256,789	54,321	4,321
11/25/2023	2,678,901	267,890	43,210	3,210
11/26/2023	2,789,012	278,901	32,109	2,109
11/27/2023	2,890,123	289,012	21,098	1,098
11/28/2023	2,901,234	290,123	10,987	987
11/29/2023	3,012,345	301,234	9,876	876
11/30/2023	3,123,456	312,345	8,765	765

ภาพที่ 3.2 เช็คอิมเพรสชันการเข้าถึง Facebook , Instagram ของโรงแรม

3.2.4 ตรวจสอบเช็คค่าใช้จ่ายในการ Boot Post

โพสต์ที่โปรโมท	สถานะ	การเข้าถึง	การส่งข้อความเพื่อเริ่มการสนทนา	ค่าใช้จ่าย	ปุ่ม
9 พ.ย. • สร้างโดย Jil... ข้อความ สมัครสมาชิก...	สิ้นสุดแล้ว	6,768	16	฿1,710.00 ใช้ไปจาก ฿1,710.00	ดูผลลัพธ์
4 พ.ย. • สร้างโดย U... ข้อความ สมัครสมาชิก...	สิ้นสุดแล้ว	1,792	4	฿499.98 ใช้ไปจาก ฿500.00	ดูผลลัพธ์
2 พ.ย. • สร้างโดย C... สื่อบน Instagram ที่โปรโมท	สิ้นสุดแล้ว	13,012	758	฿1,559.94 ใช้ไป ฿120.00 ต่อวัน	ดูผลลัพธ์
Awareness Facility Charras Bhawan > 1 โฆษณา > 1 2 มิ.ย. การรับรู้ ID: 238501...	สิ้นสุดแล้ว	1.6 แคน	1.6 แคน	฿2,161.98 จำนวนเงินที่ใช้จ่ายไป	ดูผลลัพธ์
Awareness Charras Bhawan > 1 โฆษณา > 1 2 มิ.ย. การรับรู้ ID: 238501...	สิ้นสุดแล้ว	1.6 แคน	1.6 แคน	฿2,208.56 จำนวนเงินที่ใช้จ่ายไป	ดูผลลัพธ์

ภาพที่ 3.3 ตรวจสอบเช็คค่าใช้จ่ายในการ Boot Post

3.3 ปัญหาการปฏิบัติงานระหว่างฝึกสหกิจ

3.3.1 ปัญหาในการปฏิบัติงานและขั้นตอนในการแก้ไขปัญหา

จากการปฏิบัติงานในโรงแรมได้รับความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประสบการณ์ต่อไปในอนาคต ถือว่าได้มีการประยุกต์ในสิ่งที่เคยเรียนรู้มาจากมหาวิทยาลัยมาปรับใช้ให้เข้ากับการทำงานในองค์กรได้มากพอสมควร ซึ่งในการปฏิบัติงานนั้น จะมีปัญหาเกิดขึ้นเพียงบางประการเท่านั้น ดังตารางที่ 3.1

ลำดับ	ปัญหาในการปฏิบัติงาน	ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหา
1	ขณะทำงานในเรื่องการทำโฆษณา จำเป็นต้องให้ OWNER ตรวจสอบ ซึ่งในบางเวลา OWNER ไม่อยู่ทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงานในส่วนของการโฆษณา	การให้ OWNER มอบอำนาจให้ผู้จัดการโรงแรมในการตรวจสอบการโฆษณา ในบางเวลาที่ OWNER ไม่อยู่

ตารางที่ 3.1 ปัญหาในการปฏิบัติงานและขั้นตอนในการแก้ไขปัญหา

บทที่ 4

รายละเอียดของการปฏิบัติงาน

จากการปฏิบัติงาน ณ โรงแรมจรัสภวัน ในตำแหน่งนักการตลาด ซึ่งการปฏิบัติงานในแต่ละเดือนจะมีความคล้ายคลึงกัน โดยได้รับมอบหมายงานจากพนักงานที่ปรึกษาและได้รับคำแนะนำปรึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถสรุปการปฏิบัติได้ดังนี้

4.1 รายละเอียดสรุปผลของการปฏิบัติงาน

4.1.1 งานหลัก

4.1.1.1 การโพสโฆษณาโปรโมชันผ่านสื่อออนไลน์ของโรงแรม

4.1.1.2 ออกแบบโบรชัวร์การโฆษณา

4.1.2 งานรอง

4.1.2.1 เช็คคอมเพรสชั่นการเข้าถึง Facebook , Instagram ของโรงแรม

4.1.2.2 ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการ Boot Post

4.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย

จากการปฏิบัติงานทำให้พบปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในระหว่างการออกสหกิจศึกษา จึงเกิดความคิดที่จะหาวิธีปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ดังต่อไปนี้

4.2.1 ปัญหาการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้ศึกษาและนำแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารมาปรับใช้ในการสื่อสาร ทำให้สามารถสื่อสารกับบุคลากรในองค์กร ได้ดีขึ้นและติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกองค์กรได้รวดเร็วเนื่องจากเข้าใจภาษาในการสื่อสาร

4.2.2 การวางแผน ไม่มีการวางแผนก่อนที่จะปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน ได้หาแนวทางแก้ปัญหาโดยการศึกษาและนำแนวคิดทฤษฎีการวางแผนมาปรับใช้ และนำเอาประสบการณ์จากการทำงานที่ได้รับมอบหมายมาเป็นบทเรียน จากการนำเอาแนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์จากการทำงานทำให้มีการวางแผนก่อนการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและมีการบริหารจัดการได้รวดเร็ว ทำให้ไม่มีผลกระทบของงานส่วนต่าง ๆ ตามมา

4.2.3 ความรู้รอบตัว เนื่องจากงานที่ได้รับมอบหมายต้องอาศัยทักษะการสื่อสารและความรู้รอบตัวมาใช้กับเนื้องาน จึงได้ทำการศึกษาข้อมูลและติดตามข่าวสาร เช่น นิตยสารความรู้ ความบันเทิง สถานการณ์การเมืองทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น

4.2.4 ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ จากงานที่ได้รับมอบหมายหลักต้องใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงาน เช่น การจัดทำโบรชัวร์ การเชื่อมอินเทอร์เน็ต การเข้าถึง Facebook , Instagram ขาดการชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ ทำให้งานที่ได้รับมอบหมายเกิดความล่าช้า จากปัญหาดังกล่าว ได้แก้ปัญหาโดยการให้เพื่อนร่วมงานช่วยสอน และพยายามฝึกฝนตัวเองให้เกิดความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

บทที่ 5

สรุปผลการปฏิบัติงาน

จากการเข้าปฏิบัติงานโครงการสหกิจศึกษา ณ โรงแรมจรัสภาวัน ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 สิ้นสุดวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566 โดยข้าพเจ้าได้รับมอบหมาย ให้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งนักการตลาดในการทำโฆษณา ทำให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มากมาย เช่น ทักษะการใช้คำพูดในการสื่อสาร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น ตามลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย จากการนำทฤษฎีที่ได้เรียนในมหาวิทยาลัยมาใช้เป็นแนวทางสู่การปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ก่อให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้

- 5.1 สิ่งที่คาดหวัง
- 5.2 ประโยชน์ที่ได้รับต่อตนเอง ต่อสถานประกอบการและต่อมหาวิทยาลัย
- 5.3 วิเคราะห์ตนเอง (Swot Analysis)
- 5.4 ประสบการณ์ที่ประทับใจ

5.1 สิ่งที่คาดหวัง

- 5.1.1 สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จลุล่วงไปตามที่กำหนด
- 5.1.2 สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมและผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5.1.3 ได้รู้ถึงวิธีการทำงานว่ามีกระบวนการอย่างไร
- 5.1.4 ได้ทราบถึงข้อบกพร่องของตนเองและวิธีปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงาน
- 5.1.5 สามารถนำความรู้ไปต่อยอดในการทำงานได้จริง
- 5.1.6 ได้ความรู้เพิ่มเติมจากประสบการณ์ทำงานจริงที่แตกต่างจากบทเรียนในบทเรียน
- 5.1.7 สามารถเป็นคนที่มีความพร้อมในการทำงาน มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบ และรอบคอบในการทำงานมากขึ้น

5.2 ประโยชน์ที่ได้รับ

5.2.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

- 5.2.1.1 ได้ประสบการณ์วิชาชีพเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียน และสามารถนำความรู้จากทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน
- 5.2.1.2 มีโอกาสเรียนรู้ลักษณะงานและเลือกงานในสายวิชาชีพ ได้ถูกต้องตรงกับความต้องการของตนเอง
- 5.2.1.3 เกิดการพัฒนาตนเอง มีความมั่นใจตนเองมากขึ้น และมีความพร้อมในการรับผิดชอบต่อหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมาย

5.2.1.4 ได้เสริมทักษะด้านการนำเสนอ การสื่อสารข้อมูล การมีมนุษยสัมพันธ์ การทำงานร่วมกับผู้อื่น และเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กรของสถานประกอบการ

5.2.1.5 มีโอกาสได้รับการเสนองานก่อนสำเร็จการศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน

5.2.2 ประโยชน์ต่อสถานประกอบการ

5.2.2.1 ลดการจ้างพนักงานประจำ เพราะมีแรงงานนักศึกษาทำงานเสริมตลอดปี ซึ่งเป็นผู้มีความกระตือรือร้นและมีคสามรู้ในระดับหนึ่ง

5.2.2.2 เจ้าหน้าที่หรือพนักงานประจำในสถานประกอบการผู้ใช้บัณฑิตจะมีเวลามากขึ้นที่จะปฏิบัติงานในหน้าที่อื่นที่สำคัญมากกว่า และสามารถถ่ายทอดทักษะ ประสบการณ์ให้นักศึกษาด้วย

5.2.2.3 เป็นอีกวิธีหนึ่งจะช่วยคัดเลือกบัณฑิตเข้าเป็นเจ้าหน้าที่หรือพนักงานประจำในอนาคตโดยไม่จำเป็นต้องมีการทดลองปฏิบัติงานก่อน ส่งผลทำให้สถานประกอบการหรือองค์กรผู้ใช้บัณฑิตมีต้นทุนในการคัดเลือกเจ้าหน้าที่หรือพนักงานประจำที่ลดลง

5.2.3 ประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย

5.2.3.1 เผยแพร่ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่รู้จักแก่สถานประกอบการ

5.2.3.2 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถานประกอบการ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการรับนักศึกษาเข้าโครงการสหกิจศึกษาในสถานประกอบการรุ่นต่อไป

5.2.3.3 ช่วยให้มหาวิทยาลัยนำข้อเสนอแนะไปแก้ไขได้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

5.2.3.4 ทำให้นักศึกษาที่จบออกไปมีศักยภาพในการทำงานจริง

5.2.3.5 ช่วยให้มหาวิทยาลัยได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงานมากขึ้น

5.3 วิเคราะห์ตนเอง (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

1. มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
2. มีน้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน
3. ตรงต่อเวลาในการทำงาน

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ไม่กล้าแสดงออก
2. มีมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานน้อย
3. ขาดความชำนาญในการใช้ภาษาต่างประเทศ

โอกาส (Opportunities)

1. ได้เรียนรู้การทำงานในบริษัทที่เป็นมืออาชีพ ซึ่งมีความแตกต่างจากการเรียนหนังสือ
2. ได้รับประสบการณ์จริงในการทำงาน
3. มีโอกาสได้เข้าทำงานกับสถานประกอบการ

อุปสรรค (Threats)

1. การติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกองค์กรเกิดความล่าช้า
2. การแข่งขันตลาดแรงงานนักศึกษาจบใหม่มีจำนวนมาก

5.4 ประสพการณ์ที่ประทับใจ

ประสพการณ์ที่ประทับใจจากการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ โรงแรมจรัสภาวัน ในด้านความสัมพันธ์ คือ การอยู่กันแบบครอบครัว เวลาพักกลางวันเพื่อนร่วมงาน ก็จะชวนทานข้าวพร้อมหน้าพร้อมตากัน มีกิจกรรมผ่อนคลายอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างการทำกิจกรรมทำให้รู้สึกผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน ได้เห็นมุมมองผ่อนคลายของทุกคน

ประสพการณ์ที่ประทับใจด้านการทำงาน คือ เพื่อนร่วมงานเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในด้านการทำงาน ให้คำปรึกษาและสอนงาน เช่น การใช้อุปกรณ์ในบริษัท การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ (โปรแกรม Excel , Word , Power Point , Canva) จากใช้อุปกรณ์ที่ไม่ค่อยเป็นก็ทำให้เกิดความชำนาญขึ้น เพื่อนร่วมงานจะพยายามให้ได้เจอกับสถานการณ์จริง เพื่อที่จะรับมือกับสถานการณ์นั้น ๆ ได้ ในการมอบหมายงานนอกบริษัทก็จะเป็นการติดต่อประสานงาน การพบปะพูดคุย ตลอดจนการมีมนุษย์สัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่ง จะคอยแนะนำและคอยอยู่ข้าง ๆ เสมอทำให้เราเกิดการเรียนรู้ และพัฒนาตัวเองไปในทางที่ดีขึ้น

บรรณานุกรม

วันชัย สุขสะพาน. (2557). อิทธิพลของกระบวนการสื่อสารในเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์

วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). “แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย.”

วารสาร Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย 10, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 2055-2068.

MarGetter. 2561 ลำดับขั้นความต้องการของคน Maslow's Theory. (ออนไลน์)

<https://www.margetting.com/post/maslow-theory>

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณา (ออนไลน์)

<http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/7411/7>

Expedia Group. 2566 โรงแรม จรัลภาวัน

<https://www.agoda.com/charras-bhawan-hotel-and-residences/hotel/hua-hin-cha-am-th.html?cid=1844104>

Visa Hotel. 2561. โรงแรม จรัลภาวัน (ออนไลน์)

LINE: @charrasbhawan -083 524 5329

Kietzmann, J., & Canhoto, A. (June 2013)

Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word

ประวัตินิสิตสหกิจศึกษา



ชื่อ : นายอริณชัย วงศ์น้อย (Arinchai Wongnoi)
ชื่อเล่น : เรียว
รหัสนิสิต : 62101130010
วันเกิด : วันที่ 11 ตุลาคม 2543 อายุ : 23 ปี
สัญชาติ : ไทย เชื้อชาติ : ไทย
ที่อยู่ปัจจุบัน : 40/3 หมู่ที่ 3 ต.ปากน้ำปราณ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์
โทรศัพท์ : 095 561 1253
E-mail : 62101130010@rpu.ac.th
Facebook : Arinchai Wongnoi
Line : 0955611253
งานอดิเรก : เล่นฟุตบอล ฟังเพลง

ภาคผนวก ก

ใบรายงานฝึกสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 1

สาขาวิชา การตลาด

คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต นาย อธิษฐ์ นวรัตน์ รหัสนิสิต 62101130010

ชื่อองค์กร โรงเรียนจตุรพักตรพิมาน

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาววิจิตร อ่วมอ่วม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์/...../.....
อังคาร	1, 4, 65	ฝึกงานประจำที่โรงเรียน	9 ชม.	นางจิ๋ว
พุธ	2, 4, 65	ฝึกไปโรงเรียน	9 ชม.	นางจิ๋ว
พฤหัสบดี	3, 4, 65	ฝึกไปโรงเรียน	9 ชม.	นางจิ๋ว
ศุกร์	4, 4, 65	ฝึกไปโรงเรียน	9 ชม.	นางจิ๋ว
เสาร์	5, 4, 65	ว่างหยุด	-	-
อาทิตย์	6, 4, 65	ว่างหยุด	-	-



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 2

สาขาวิชา ภา.เทคโนโลยี

คณะ วิทยาลัยราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต นายสุวิทย์ กวดน้อย รหัสนิสิต ๒๑๑๑๑๐๐๑๐

ชื่อองค์กร โรงเรียนราชพฤกษ์

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวป้าใจ อ่วมอ่วม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	7, ๗, ๖๕	ออกแบบโปสเตอร์	๑ ชม	ป้าใจ
อังคาร	8, ๗, ๖๕	ออกแบบโปสเตอร์	๑ ชม	ป้าใจ
พุธ	9, ๗, ๖๕	ออกแบบโปสเตอร์	๑ ชม	ป้าใจ
พฤหัสบดี	10, ๗, ๖๕	โพสต์โฆษณา บน Facebook Instagram	๑ ชม	ป้าใจ
ศุกร์	11, ๗, ๖๕	เช็คอิมเมจบน Facebook Instagram	๑ ชม	ป้าใจ
เสาร์	12, ๗, ๖๕	วันหยุด		
อาทิตย์	13, ๗, ๖๕	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 3

สาขาวิชา การตลาด

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต วรช อภิวัฒน์ นวรัตน์ รหัสนิสิต ๒2101130010

ชื่อองค์กร โรงเรียนโสตถา

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปวีร์ อ่วมอ่วม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	18, 4, 65	เช็คอีเมลบน Facebook Instagram	9 ชม	ปวีร์
อังคาร	19, 4, 65	เช็คอีเมลบน Facebook, Instagram	9 ชม	ปวีร์
พุธ	20, 4, 65	เช็คอีเมลบน Facebook, Instagram	9 ชม	ปวีร์
พฤหัสบดี	21, 4, 65	เช็คอีเมลบน Facebook, Instagram	9 ชม	ปวีร์
ศุกร์	22, 4, 65	เช็คอีเมลบน Facebook, Instagram	9 ชม	ปวีร์
เสาร์	23, 4, 65	กัณฑ์		
อาทิตย์	24, 4, 65	กัณฑ์		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 4

สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ

คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ชื่อนิสิต นาย อธิวัฒน์ กวดน้อย รหัสนิต 62101130010

ชื่อองค์กร โรงเรียนระยองเรซิน

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาว ปาจิณี อ่วมอ้อม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	21 / 4 / 65	ออกแบบใบวิจัย	1 ชม	ปาจิณี
อังคาร	22 / 4 / 65	ออกแบบใบวิจัย	1 ชม	ปาจิณี
พุธ	23 / 4 / 65	ใช้คอมพิวเตอร์ Facebook, Instagram	1 ชม	ปาจิณี
พฤหัสบดี	24 / 4 / 65	ใช้คอมพิวเตอร์ Facebook, Instagram	1 ชม	ปาจิณี
ศุกร์	25 / 4 / 65	ใช้คอมพิวเตอร์ Facebook, Instagram	1 ชม	ปาจิณี
เสาร์	26 / 4 / 65	พักผ่อน		
อาทิตย์	27 / 4 / 65	พักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ ๕

สาขาวิชา การตลาด

คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต นภาพร อินทร์ กว้าง ๒๕๖๕ รหัสนิสิต ๖210113๐๐10

ชื่อองค์กร โรงเรียนราชพฤกษ์

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปาริชาติ อ่วมอึ้ง โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	2๖, ๗, ๖๕	โซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram	๑ ชม	นางสาวปาริชาติ
อังคาร	๒๗, ๗, ๖๕	โซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram	๑ ชม	นางสาวปาริชาติ
พุธ	๒๘, ๗, ๖๕	โซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram	๑ ชม	นางสาวปาริชาติ
พฤหัสบดี	๒๙, ๗, ๖๕	โซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram	๑ ชม	นางสาวปาริชาติ
ศุกร์	๓๐, ๗, ๖๕	โซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram	๑ ชม	นางสาวปาริชาติ
เสาร์	๓๑, ๗, ๖๕	พักผ่อน		
อาทิตย์	๑, ๘, ๖๕	พักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 6

สาขาวิชา การตลาด

คณะ วิทยาลัยราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต นาง อธิษฐาน กวณ้อง รหัสนิต 69101130010

ชื่อองค์กร โรงเรียน ไร่สวน

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปวีณ์ อ่วมอ้อม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	5, 5.11, 65	ฝึกแผนก front office	9 ชม	ปวีณ์
อังคาร	6, 5.11, 65	ฝึกแผนก front office	9 ชม	ปวีณ์
พุธ	7, 5.11, 65	ฝึกแผนก front office	9 ชม	ปวีณ์
พฤหัสบดี	8, 5.11, 65	ฝึกแผนก front office	9 ชม	ปวีณ์
ศุกร์	9, 5.11, 65	ฝึกแผนก front office	9 ชม	ปวีณ์
เสาร์	10, 5.11, 65	พักผ่อน		
อาทิตย์	11, 5.11, 65	พักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 7

สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ

คณะ มิ่งมิตรภักดี มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต นาย อธิวัฒน์ วรรณโณ รหัสนิสิต ๒1011๑๐๐1๐

ชื่อองค์กร บริษัท อีสเทิร์น

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวจริย์ ธรรมโอภาส โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	12, ๕๓, ๖๕	ฝึกแผนก front office	9 ชม	จกัณณ์
อังคาร	13, ๕๓, ๖๕	ฝึกแผนก front office	9 ชม	จกัณณ์
พุธ	14, ๕๓, ๖๕	ฝึกแผนก front office	9 ชม	จกัณณ์
พฤหัสบดี	15, ๕๓, ๖๕	ฝึกแผนก front office	9 ชม	จกัณณ์
ศุกร์	16, ๕๓, ๖๕	ฝึกแผนก front office	9 ชม	จกัณณ์
เสาร์	17, ๕๓, ๖๕	วันหยุด		
อาทิตย์	18, ๕๓, ๖๕	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ ๖

สาขาวิชา การตลาด

คณะ วิชาการบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต นายพรวิทย์ นุ่มน้อย รหัสนิสิต ๖2101130010

ชื่อองค์กร โรงเรียนมงกุฎราชินี

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปาริษา อิ่มอ่อน โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	19, ๕๑, ๖๖	ฝึกแผนก front office	๑ ชม	พาริษา
อังคาร	20, ๕๑, ๖๖	ฝึกแผนก front office	๑ ชม	พาริษา
พุธ	21, ๕๑, ๖๖	ฝึกแผนก front office	๑ ชม	พาริษา
พฤหัสบดี	22, ๕๑, ๖๖	ฝึกแผนก front office	๑ ชม	พาริษา
ศุกร์	23, ๕๑, ๖๖	ฝึกแผนก front office	๑ ชม	พาริษา
เสาร์	24, ๕๑, ๖๖	วันหยุด		
อาทิตย์	25, ๕๑, ๖๖	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ ๑

สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต วัฒนวิมลชน กว.ก.ม.๐๓ รหัสนิสิต ๒๑1011๓0010

ชื่อองค์กร โปรแกรม วิศวกรรม

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปัทมา อ่วมอิม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	26, ๕๓, ๖5	โพสต์โฆษณา ลง face book, Instagram	๑ ชม	ปัทมา
อังคาร	๒๗, ๕๓, ๖5	โพสต์โฆษณา ลง face book, Instagram	๑ ชม	ปัทมา
พุธ	๒๘, ๕๓, ๖5	โพสต์โฆษณา ลง face book, Instagram	๑ ชม	ปัทมา
พฤหัสบดี	๒๙, ๕๓, ๖5	โพสต์โฆษณา ลง face book, Instagram	๑ ชม	ปัทมา
ศุกร์	๓๐, ๕๓, ๖5	โพสต์โฆษณา ลง face book, Instagram	๑ ชม	ปัทมา
เสาร์	31, ๕๓, ๖5	ไม่ทำงาน		
อาทิตย์	1, ๕๓, ๖6	ไม่ทำงาน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์
 สัปดาห์ที่ 10
 สาขาวิชา การตลาด
 คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต.....นางชัชวาลย์ กิ่งน้อย.....รหัสนิสิต ๖๒101๑๐๐1๐
 ชื่อองค์กร.....โรงเรียนศรีสะเกษ.....
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน.....นางสาวปาริฉัตร อ่วมอื้อ.....โทรศัพท์.....

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	๒, ม.ค., ๖๖	ลาไปทำงานส่วนตัว	-	-
อังคาร	๓, ม.ค., ๖๖	ออกแผนโปรเจกต์	๑ ชม	ปาริฉัตร
พุธ	๔, ม.ค., ๖๖	ออกแผนโปรเจกต์	๑ ชม	ปาริฉัตร
พฤหัสบดี	๕, ม.ค., ๖๖	นำเสนอแผน Facebook, Instagram	๑ ชม	ปาริฉัตร
ศุกร์	๖, ม.ค., ๖๖	นำเสนอแผน Facebook, Instagram	๑ ชม	ปาริฉัตร
เสาร์	๗, ม.ค., ๖๖	วันหยุด		
อาทิตย์	๘, ม.ค., ๖๖	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 11

สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ

คณะ วิชาเอกภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทบุรี



ชื่อนิสิต นาง อิงค์ชน กวักป่อง รหัส นิสิต 69101130010

ชื่อองค์กร ไทยแมค ฟู้ดส์ จำกัด

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวกรรณิศา อ่วมอึ้ง โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	9, ๖.๓, ๖๖	เช็คอีเมลบนเว็บไซต์ Facebook, Instagram	๑ ชม	นางกรรณิศา
อังคาร	10, ๖.๓, ๖๖	เช็คอีเมลบนเว็บไซต์ Facebook, Instagram	๑ ชม	นางกรรณิศา
พุธ	11, ๖.๓, ๖๖	เช็คอีเมลบนเว็บไซต์ Facebook, Instagram	๑ ชม	นางกรรณิศา
พฤหัสบดี	12, ๖.๓, ๖๖	เช็คอีเมลบนเว็บไซต์ Facebook, Instagram	๑ ชม	นางกรรณิศา
ศุกร์	13, ๖.๓, ๖๖	เช็คอีเมลบนเว็บไซต์ Facebook, Instagram	๑ ชม	นางกรรณิศา
เสาร์	14, ๖.๓, ๖๖	วันหยุด		
อาทิตย์	15, ๖.๓, ๖๖	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 12

สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต วานิช อธิวัฒน์ นวรัตน์ รหัสนิสิต 69101130010

ชื่อองค์กร วิทยาลัยราชภัฏ

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปาริชาติ อ่วมอึ้ง โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	23, 23, 66	โพสต์อินเนอร์สจ๊วต Facebook, Instagram	9 ชม	นางสาวปาริชาติ
อังคาร	24, 23, 66	โพสต์อินเนอร์สจ๊วต Facebook, Instagram	9 ชม	นางสาวปาริชาติ
พุธ	25, 23, 66	โพสต์อินเนอร์สจ๊วต Facebook, Instagram	9 ชม	นางสาวปาริชาติ
พฤหัสบดี	26, 23, 66	โพสต์อินเนอร์สจ๊วต Facebook, Instagram	9 ชม	นางสาวปาริชาติ
ศุกร์	27, 23, 66	โพสต์อินเนอร์สจ๊วต Facebook, Instagram	9 ชม	นางสาวปาริชาติ
เสาร์	28, 23, 66	พักผ่อน		
อาทิตย์	29, 23, 66	พักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 14

สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ

คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ชื่อนิสิต นภาพ อิ่มชื่น นวรัตน์ รพีสถิต 62101130010

ชื่อองค์กร โรงเรียนศรีสะเกษ

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวพรวิไล อ้วนอ้วน โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	30, ๖.๖, ๖๖	จัดอบรมในชั้น Facebook, Instagram	๑ ชม	ทำครัว
อังคาร	31, ๖.๖, ๖๖	จัดอบรมในชั้น Facebook, Instagram	๑ ชม	ทำครัว
พุธ	1, ๖.๖, ๖๖	จัดอบรมในชั้น Facebook, Instagram	๑ ชม	ทำครัว
พฤหัสบดี	2, ๖.๖, ๖๖	จัดอบรมในชั้น Facebook, Instagram	๑ ชม	ทำครัว
ศุกร์	3, ๖.๖, ๖๖	จัดอบรมในชั้น Facebook, Instagram	๑ ชม	ทำครัว
เสาร์	4, ๖.๖, ๖๖	วันหยุด		
อาทิตย์	5, ๖.๖, ๖๖	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 15

สาขาวิชา การตลาด

คณะ วิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัราชภัฏ



ชื่อนิสิต น.ศ. อโณทัย อวต. 104 รหัสนิสิต 62101130010

ชื่อองค์กร โรงเรียนราชภัฏ

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปาริณี อวต. 02 โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	6/กพ./66	เฝ้ายามบนรถ facebook Instagram	9 ชม	นางสาว
อังคาร	7/กพ./66	เฝ้ายามบนรถ facebook Instagram	9 ชม	นางสาว
พุธ	8/กพ./66	ออกงานโชว์สินค้าในรถ	9 ชม	นางสาว
พฤหัสบดี	9/กพ./66	Boot Post facebook	9 ชม	นางสาว
ศุกร์	10/กพ./66	เฝ้ายามรถ Boot Post	9 ชม	นางสาว
เสาร์	11/กพ./66	พักผ่อน		
อาทิตย์	12/กพ./66	พักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 16

สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ

คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ชื่อนิสิต นน อวิวัฒน์ นน ๒๐๗ รหัสนิสิต ๖๒10113๐๐1๐

ชื่อองค์กร โรงเรียน สอน สอน

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวกรรณิศา อ่วมอ่วม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	13/ก.ย./๖๖	ติดตามงานในบริษัท หน้างาน	๑ ชม	นางกรรณิศา
อังคาร	14/ก.ย./๖๖	ตรวจสอบงานที่ส่งให้ Boot Post	๑ ชม	นางกรรณิศา
พุธ	1๖/ก.ย./๖๖	โพสต์งานบนเฟซบุ๊ก, Instagram	๑ ชม	นางกรรณิศา
พฤหัสบดี	16/ก.ย./๖๖	โพสต์งานบนเฟซบุ๊ก, Instagram	๑ ชม	นางกรรณิศา
ศุกร์	17/ก.ย./๖๖	สอบส่ง Exit-Exam	-	-
เสาร์	18/ก.ย./๖๖	พักผ่อน		
อาทิตย์	1๙/ก.ย./๖๖	พักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ ๒

สาขาวิชา ภา.ท.ม.๑

คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต นาน อธิกัน วรปกรณ์ รหัสนิสิต ๒2101130010

ชื่อองค์กร ไร่เกษม ไร่สารสิน

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

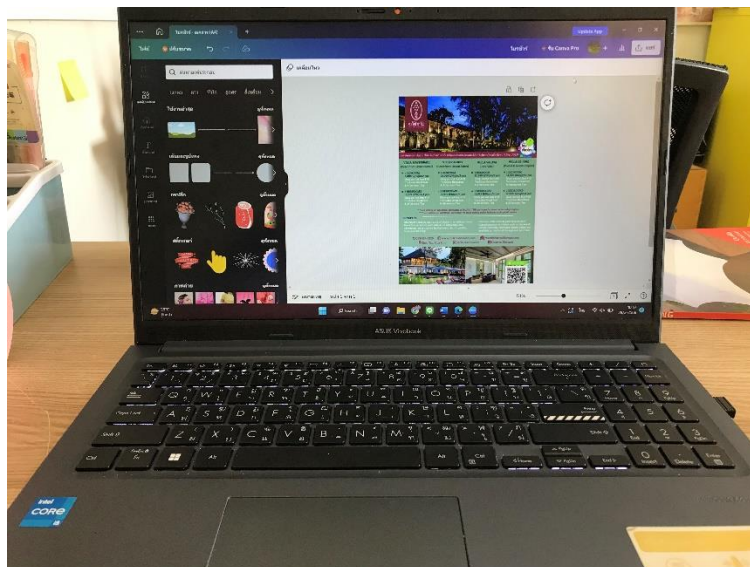
ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวปาริณี อ่วมอ้อม โทรศัพท์

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	20 / ๓๗ / ๖๕	ตรวจสอบค่าใช้จ่าห์ในการ Boot Post		จ.ก.ช.ฉ.
อังคาร	21 / ๓๗ / ๖๕	เว็บไซต์บนระบบสังคม facebook Instagram		จ.ก.ช.ฉ.
พุธ	22 / ๓๗ / ๖๕	กำหนดนโยบายระบบค่าจ้างวันละ 20 วัน		จ.ก.ช.ฉ.
พฤหัสบดี	23 / ๓๗ / ๖๕	เว็บไซต์บนระบบสังคม facebook, Instagram		จ.ก.ช.ฉ.
ศุกร์	24 / ๓๗ / ๖๕	ตรวจสอบค่าใช้จ่าห์ในการ Boot Post ครึ่ง สดทำฟ		จ.ก.ช.ฉ.
เสาร์	25 / ๓๗ / ๖๕	กำหนด		
อาทิตย์	26 / ๓๗ / ๖๖	กำหนด		

ภาคผนวก ข
ภาพขณะปฏิบัติงาน



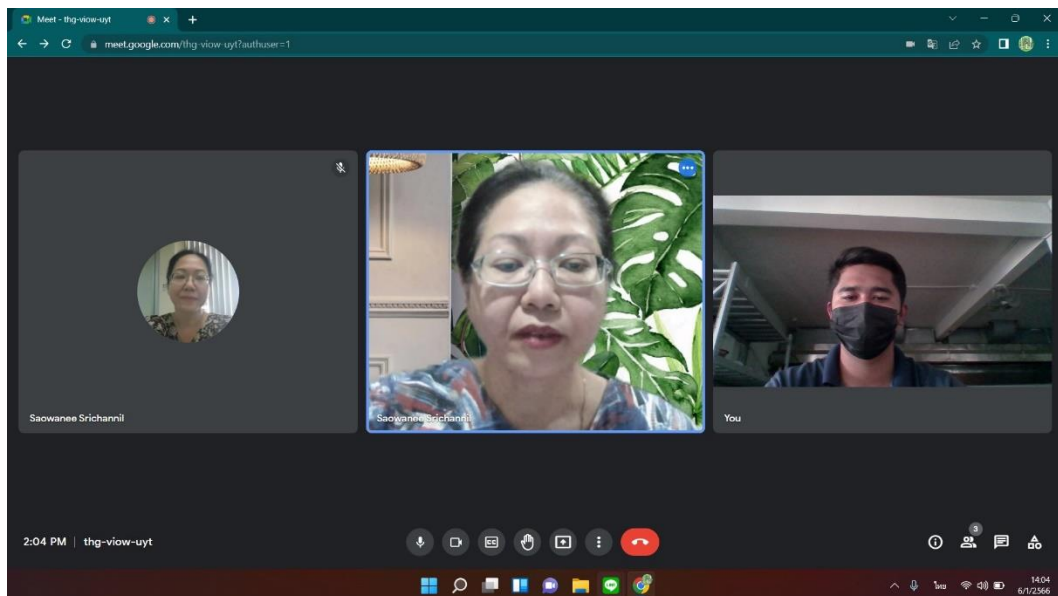
ภาพ ข.1 เซ็คอิมเพรสชั่นและการ Boot Post Facebook , Instagram



ภาพ ข.2 ออกแบบใบรื้อวีรโฆษณาโรงแรม



ภาพ ข.3 โทรติดต่อเช่าป้ายโฆษณา



ภาพ ข.4 อาจารย์มานิเทศสหกิจศึกษา แบบออนไลน์