



โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อ
ในเพจ เป็น โป๊ท ของบริษัท แก็ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด
Creating content and producing media
on the page "Bain Boat" of Gac Interaction Co., Ltd.

นางสาวอาทิตย์ตา รัตนประทีปทอง
63104110001

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิชาสหกิจศึกษา (413-001)
สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

วันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2567

หนังสือส่งโครงการสหกิจศึกษา

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา สาขาวิชา การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวอาทิตย์ตา รัตนประทีปทอง นิสิตคณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการ
โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏฯ ได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่าง
วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เป็นระยะเวลา 4 เดือน
ณ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ต จำกัด โดยนิตได้ฝึกในตำแหน่ง Digital Marketing
โดยสถานประกอบการได้มอบหมายให้นิตฝึกสหกิจศึกษาในส่วนของ การสร้างสรรค์คอนเทนต์และ
การผลิตสื่อในเพจ เป็น โป้ท ของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ต จำกัด ซึ่งตรงกับหลักสูตรการศึกษา
ของตัวนิตเอง เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ และประสบการณ์การทำงานจริง

บัดนี้ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ได้สิ้นสุดลงแล้ว จึงใคร่ขอส่งไฟล์รายงานการปฏิบัติสหกิจ
ศึกษา จำนวน 1 ไฟล์ เพื่อขอรับการประเมินผลการปฏิบัติงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวอาทิตย์ตา รัตนประทีปทอง)

ชื่อโครงการสหกิจศึกษา	การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เป็น โป้ท ของ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด
ผู้รายงาน	อาทิตย์ตา รัตน์ประทีปทอง
สาขาวิชา	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
คณะ	นิเทศศาสตร์

.....
(ดร.กันทลัส ทองบุญมา)
อาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

.....
(คุณคมสัน สุขอุดม)
พนักงานที่ปรึกษา

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ อนุมัติให้รับโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

.....
(รองศาสตราจารย์อวยพร พาณิช)
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวอาทิตย์ตา รัตน์ประทีปทอง รหัสนิสิต 63104110001 นิสิตสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาระหว่าง วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร นิสิตได้มาฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ในตำแหน่ง Digital Marketing เพื่อประกอบการศึกษาพัฒนาทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การทำงานจริง ซึ่งได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการ ในการทำโครงการเรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เป็น โป้ท ของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด

สำหรับโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือและความร่วมมือสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณคมสัน สุขอุดม พนักงานที่ปรึกษา และจัดหาตำแหน่งงานจากสถานประกอบการ อีกทั้งดูแล ข้าพเจ้าตลอดการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้

2. ดร.กันทลัส ทองบุญมา อาจารย์ที่ปรึกษาวิชาสหกิจศึกษา ที่ให้คำแนะนำ คอยติดตาม ประเมินความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา และคอยตรวจแก้ไขโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ซึ่งให้ความกรุณา แนะนำ ในการจัดทำโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้ ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอ ขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและให้ความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตของการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำโครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

อาทิตย์ตา รัตน์ประทีปทอง

ผู้จัดทำ

13 มีนาคม พ.ศ. 2567

ชื่อโครงการ	การสร้างสรรคคอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เป็น โป้ท ของบริษัท แก๊ก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
ผู้รายงาน	นางสาวอาทิตย์ตา รัตน์ประทีปทอง
รหัสนิสิต	63104110001
คณะ	นิเทศศาสตร์
สาขาวิชา	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.กันทลัส ทองบุญมา
ปีการศึกษา	นิเทศศาสตร์

บทคัดย่อ

โครงการสหกิจศึกษา เรื่อง การสร้างสรรคคอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เป็น โป้ท ของบริษัท แก๊ก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการฝึกสหกิจศึกษา เพื่อ

1. เพื่อให้นักศึกษามีโอกาสได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงก่อนสำเร็จการศึกษา
2. เพื่อเพิ่มประสบการณ์ทางด้านอาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษา
3. เพื่อเปิดโอกาสให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีส่วนร่วมใน การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต
4. เพื่อให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเป็นไปตามความต้องการของสถานประกอบการ
5. เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยผ่านนักศึกษาผู้ไปฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการนั้น ๆ

โดยมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัท แก๊ก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผู้ฝึกปฏิบัติงานได้รับมอบหมายให้ฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่ง Digital Marketing รับผิดชอบงานด้านการทำคอนเทนต์ และผลิตสื่อ เพื่อเผยแพร่ ผ่านช่องทางเพจ ตัวการ์ตูน เป็น โป้ท

ตลอดระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 4 เดือน นอกจากจะได้พัฒนาทักษะทางวิชาชีพแล้วยังได้พัฒนาทักษะการปฏิบัติงานตามสภาพจริง และนำมาปรับปรุงในการทำงานจริง และก้าวสู่อชีพในอนาคต

คำสำคัญ : คอนเทนต์, การประชาสัมพันธ์, เฟซบุ๊ก

สารบัญ

	หน้า
หนังสือส่งโครงการสหกิจศึกษา	ก
หนังสืออนุมัติโครงการ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 สถานที่ตั้งของ บริษัท GAG International Company Limited	1
1.3 วัตถุประสงค์ของการฝึกงานสหกิจศึกษา	2
1.4 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย	3
1.5 ลักษณะงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย	3
1.6 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา	3
1.7 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	3
1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการฝึกปฏิบัติงานสหกิจ ณ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลจำกัด	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา	4
2.2 แนวคิดเรื่องสื่อสังคมออนไลน์	5
2.3 แนวคิดเรื่องเนื้อหา (Content)	9
2.4 การผลิตสื่อภาพนิ่งที่จะเผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก	15
บทที่ 3 ภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงาน	18
3.1 วางแผนการทำคอนเทนต์	18
3.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์	19
3.3 ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์	21
3.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การประสานงาน	24
3.6 งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย	24
บทที่ 4 รายละเอียดของการปฏิบัติงาน	25
4.1 วางแผนการทำคอนเทนต์	25
4.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์	26
4.3 ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์	27
4.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก	29
บทที่ 5 รายละเอียดของการปฏิบัติงาน	30
5.1 วัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน	30
5.2 สรุปรายการจัดทำโครงการ	30
5.3 ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ	31
5.4 ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ	31
5.5 ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ	31
5.6 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจศึกษา	31
5.7 ประสบการณ์ที่ประทับใจ	32
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก ก ใบรับรองการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	35
ภาคผนวก ข ประวัตินิสิตสหกิจศึกษา	54

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตราสัญลักษณ์บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตชั้นแนลจำกัด	1
1.2 ที่ตั้งบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตชั้นแนลจำกัด	2
2.1 Facebook Engagement	9
3.1 การประชุมทีมเพื่อวางแผนการทำคอนเทนต์	19
3.2 ทำคอนเทนต์เกี่ยวกับตรุษจีน	19
3.3 ตัวการ์ตูนตามโครงสร้าง	20
3.4 วางโครงสร้างสี เพื่อเริ่มทำคอนเทนต์	21
3.5 วางตัวการ์ตูนและโลโก้	21
3.6 นำเนื้อหาที่คิดไว้ มาใส่เพิ่มในคอนเทนต์	22
3.7 ตกแต่งคอนเทนต์	22
3.8 เฟซบุ๊กของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตชั้นแนลจำกัด	23
3.9 การโพสต์เพื่อรับสมัครนักศึกษาฝึกงานบนเฟซบุ๊ก	23
3.10 งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย	24

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

งานสหกิจศึกษา คือกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าปฏิบัติงานจริงร่วมกับสถานประกอบการ และฝึกประสบการณ์เพิ่มเติมจากการเรียนรู้ในห้องเรียน และเข้าสู่สังคมการทำงาน ก่อนจะจบการศึกษาและไปใช้ชีวิตจริง

ในการฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ ผู้จัดทำได้เข้าฝึกปฏิบัติที่ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตรายการ เบน+โบ๊ท เป็นที่รู้จักในกลุ่มเด็ก โดยทางบริษัทมีการจัดกิจกรรมสื่อการสอนในโรงเรียนหลายแห่งทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัดมากกว่า 25 ปี ซึ่งบริษัทแก๊ก ได้มีการดำเนินกิจการมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2537 จนถึง ณ ปัจจุบัน โดยทางบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ยังมีกิจกรรมนอกสถานที่ และกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับน้อง ๆ นักเรียนอีก ผู้จัดทำได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจในตำแหน่ง Digital Marketing มีหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายคือ ทำบทสนทนาของตัวการ์ตูน เบน โบ๊ท เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook ทำให้ต้องทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลรายละเอียด ขั้นตอนการทำงานเพื่อให้สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

โครงการสหกิจเรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เบน โบ๊ท ของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดทำจึงได้รวบรวมข้อมูลการทำงาน ในขั้นตอนต่าง ๆ ของการทำงาน เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ที่สนใจได้ทำการศึกษาต่อไป

1.2 สถานที่ตั้งของ บริษัท GAG International Company Limited

GAG International Company Limited

ที่ตั้ง 48 / 2 หมู่ 17 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพฯ 10170

โทร. 02-422-2114 แฟกซ์ 02-885-2038



ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด



ภาพที่ 1.2 ที่ตั้งบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเซ็นเตอร์จำกัด

1.3 วัตถุประสงค์ของการฝึกงานสหกิจศึกษา

1. เพื่อให้นักศึกษามีโอกาสได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงก่อนสำเร็จการศึกษา
2. เพื่อเพิ่มประสบการณ์ทางด้านอาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษา
3. เพื่อเปิดโอกาสให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีส่วนร่วมใน การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต
4. เพื่อให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเป็นไปตามความต้องการของสถานประกอบการ
5. เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยผ่านนักศึกษาผู้ไปฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการนั้น ๆ

1.4 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

ผู้จัดทำได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจในตำแหน่ง Digital Marketing มีหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายคือ ทำบทสนทนาของตัวการ์ตูน เป็น โป๊ท เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook ทำการผลิตสื่อโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ลงสื่อ Facebook

1.5 ลักษณะงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

1. ออกแบบสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ของบริษัท
2. ออกแบบสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Canva

1.6 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา

เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลในการฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้คือ

นายคมสัน สุขอุดม ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการด้าน การตลาด

1.7 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

การฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ เป็นระยะเวลา 4 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2566 - วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการฝึกปฏิบัติงานสหกิจ ณ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตชั้นนำจำกัด

1. ได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง และนำมาพัฒนาตนเอง
2. ได้เพิ่มประสบการณ์ทางด้านอาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษา
3. ได้รับประสบการณ์ในการเข้าสังคม การวางตัวกับคนหมู่มากและเพื่อนร่วมงาน
4. ได้ทักษะในการสร้างสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์
5. รู้จักการวางตัวในสังคมการทำงาน การมีเพื่อนร่วมงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อนำมาพัฒนาทักษะของตัวเองให้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการฝึกงานสหกิจศึกษา การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เป็น โบนัส ของ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลจำกัด ผู้จัดทำได้เข้าปฏิบัติงานในตำแหน่ง Digital Marketing ได้รับ มอบหมายให้ทำหน้าที่ทำบทสนทนาของตัวการ์ตูน เป็น โบนัส เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook โดย ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา
- 2.2 แนวคิดเรื่องสื่อสังคมออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเรื่องเนื้อหา (Content)
- 2.4 การผลิตสื่อภาพนิ่งที่จะเผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาคือสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการ โฆษณาถือเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาดที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้มีความต้องการในการซื้อสินค้าหรือ บริการ (ธวัชรรัตน์ อินทนนชัยม, 2552) สื่อโฆษณาจึงเปรียบเสมือนตัวกลางที่สามารถนำเอาข่าวสาร เกี่ยวกับผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้ตามเป้าหมาย คำว่า สื่อโฆษณานั้นได้มีคำนิยามไว้หลายแบบ (ชัชวาล สมทรัพย์, 2554) ให้ความหมายของสื่อ โฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณาคือ เครื่องมือหรือสิ่งที่จะนำพาเอา ข้อความโฆษณา รวมทั้งภาพไปยังผู้ที่จะเป็นลูกค้าในอนาคต คร. เสรี วงษ์มณฑา (2535) ให้ความหมายของสื่อ โฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณาคือ เป็นพาหนะ ที่นำเอาข่าวสารทางการตลาดเกี่ยวกับสินค้า และการบริการไปยังกลุ่มเป้าหมาย แจ็ก แซด, ซิสเซอร์ และ ลินคอล์น บัมบา (2532) ให้ความหมาย ของสื่อโฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณา เป็นพาหนะและ ผู้ส่งสาร ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสารวิทยุ หรือ โทรทัศน์ ซึ่งจะ ส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับชม ผู้รับฟังและผู้อ่าน

ดังนั้นสื่อโฆษณา จึงเปรียบเสมือนพาหนะที่จะนำข้อความเกี่ยวกับสินค้าและ บริการไปสู่ กลุ่มเป้าหมายจึงนับได้ว่าสื่อโฆษณาคือปัจจัยที่สำคัญของการโฆษณา แต่หากขาดสื่อที่จะนำข้อมูลไป ยังกลุ่มเป้าหมายแล้วนั้น กลุ่มเป้าหมายก็จะได้รับข่าวสารที่ส่งมา

สื่อที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สื่อเหล่านี้ถูกเลือกใช้ เป็นสื่อหลักในการโฆษณา เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนเป็นจำนวนมากได้

สื่ออื่น ๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ มักใช้เพื่อสนับสนุน โดยมุ่งหวังการเตือนความทรงจำของผู้บริโภค สื่อโฆษณาแต่ละประเภทล้วนมีคุณสมบัติ ข้อจำกัดและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป ไม่มีสื่อใดที่มีคุณสมบัติมากพอจะครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการโฆษณาได้ทุกอย่าง

สื่อโฆษณามีอยู่หลายหลายประเภทที่สามารถนำมาใช้ได้ แต่การที่สินค้าและบริการจะเลือกใช้สื่อทุกสื่อเป็นไปได้อย่างยากมาก เนื่องจากงบประมาณที่มีจำกัด ดังนั้นการเลือกใช้สื่อจึงต้องดูความเหมาะสมของสื่อต่าง ๆ อย่างรอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจ สื่อโฆษณาที่นิยมใช้กันมากที่สุดมี 4 ประเภท ดังนี้

1. สื่อโฆษณาประเภทแพร่ภาพและกระจายเสียง
2. สื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์
3. สื่อโฆษณานอกสถานที่
4. สื่อโฆษณาออนไลน์

สื่อแต่ละสื่อล้วนมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นก่อนการวางแผนสื่อโฆษณาจึงจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจถึงความแตกต่างในคุณสมบัติของสื่อโฆษณา ดังต่อไปนี้

1. การเข้าถึงผู้บริโภค
2. การครอบคลุมพื้นที่
3. ความยืดหยุ่น
4. ค่าใช้จ่าย
5. สภาพของสื่อ
6. คุณภาพของงานโฆษณา

ทั้งนี้ ตัวชี้วัดและการประเมินผลของสื่อโฆษณาจะกล่าวถึงความสำคัญของการติดตามและประเมินผลการโฆษณาสินค้าและบริการเพื่อเป็นการตรวจสอบว่าการโฆษณาอย่างต่อเนื่องนั้นได้ผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กรมากน้อยแค่ไหน (วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่นและ ศิริชัย สุวรรณประกา, 2551)

2.2 แนวคิดเรื่องสื่อสังคมออนไลน์

เฟซบุ๊ก (Facebook) ขอบข่ายทางสังคมเพื่อการติดต่อถึงกันในโลกออนไลน์ รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ริเริ่มตั้งขึ้นจาก มาร์ค เอลเลียต ซักเคอร์เบิร์ก ซึ่งขณะนั้นอยู่ระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด คณะวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ กับเพื่อน ๆ ร่วมคณะ กว่า 3 คน ทั้ง เอ็ดวาร์โด ซาเวริน, ดิสติน มอสโควิตซ์, คริส ฮิวส์ ในช่วงแรกตั้งแต่วันที่ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2004 ด้วยการกำหนดการใช้งานในช่วงระยะแรกเฉพาะผู้ก่อตั้งและนักเรียนของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ต่อจากนั้น เริ่มเปิดให้เริ่มใช้งานภายในมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ตามลำดับจนถึงผู้ใช้งานทั่วไปที่ใช้บริการ

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการจำกัดอายุ 13 ปีขึ้นไป จึงทำให้ปัจจุบันหลายคนยอมรับกับสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นกระแสในทุก ๆ ประเทศมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (อรรถชัย วรรณศรี, 2556, หน้า 33)

สภาวะการณ์ของโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากส่งผลทำให้ธุรกิจเกิดการขับเคลื่อน ทั้งทางด้านของข้อมูล เพราะสื่อโซเชียลมีเดียเป็นแอปพลิเคชันหนึ่งที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตของคน ในทุก 1 วันอย่างสิ้นเชิง รวมทั้งรูปแบบของการทำงานด้วยการลดช่วงเวลาของการทำงานลงจากเดิมต้องเสียเวลาเดินทางมาทำงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการใช้

แอปพลิเคชันให้เป็นประโยชน์อย่าง แอปพลิเคชัน Skype, Hangouts, Video Call ในการทำงานแทน ผู้ซื้อสินค้าไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปร้านค้าด้วยตัวเอง เพียงผ่านการใช้บริการ Pantip หรือ Facebook Page จากแบรนด์ รอรับการบริการจากแบรนด์ เช่น การรอรับคำตอบจากสื่อโซเชียลมีเดีย การดูทีวีผ่านหน้าจอมาร์ทโฟน โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางกลับบ้านเพื่อไปดูจอใหญ่ หรือโทรทัศน์แบบเดิม ๆ (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

ดังนั้นการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันจนทำให้พบกับเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันนาน การเรียนที่สามารถส่งไฟล์ต่าง ๆ หากันผ่านทางช่องกล่องข้อความ รวมถึงแชร์ข่าวสารหากันตามแต่เรื่องที่น่าสนใจ จนทำให้ชีวิตของเรานั้นดูใกล้กันมากยิ่งขึ้น

ผู้คนเริ่มปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของการติดต่อสื่อสารจากเดิมที่ใช้เพียงการติดต่อจากโทรศัพท์บ้าน ถัดมาเป็นโทรศัพท์มือถือ จนถึงการส่งข้อความหากัน โดยใช้เวลาอันรวดเร็ว บอกความรู้สึก นึกคิด ไปสู่คนที่เราต้องการจะส่งข้อความนี้ถึง

ข้อเท็จจริงสำหรับการทำงาน และการต่อยอดทางธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

- 1) Brand Communication
- 2) Product Research
- 3) Competitor Analysis
- 4) Crisis management
- 5) Customer support

จากทั้งหมดนี้ การมีข้อมูลพื้นฐานเพื่อเตรียมไว้สำหรับแบรนด์ หรือบริษัทที่ต้องการใช้ Social Media Data เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ สื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าที่ถูกต้อง รวมถึงเรื่อง Feedback ในเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และการบริการ, เรื่องของกลุ่มบุคคลรายใหญ่ที่มีความต้องการรับทราบความเคลื่อนไหว รวมถึงคู่แข่งรายอื่น ทั้งจุดเด่น-จุดด้อย, เรื่องภาพลักษณ์ต่อแบรนด์ เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดูแลแบบ Real-time เพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาที่จะก่อเกิดผลลัพธ์ต่อแบรนด์ ได้อย่างทันทั่วทั้งที่, เรื่องการติดต่อผ่าน Call Center ค่อนข้างน้อย กลุ่มคนส่วนใหญ่เลือกใช้การ

ติดต่อสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียโดยตรง ในการช่วยเหลือ ขอคำปรึกษาต่าง ๆ หรือทางแก้ไขปัญหา เพื่อหาข้อสรุปให้ลูกค้าแต่ละคน (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

Social Trap การออกอุบายให้น่าหลงเชื่อ แบนด์ทุกแบนด์ควรพยายามหาวิธีการหลีกเลี่ยง เพราะการที่ทำให้แบนด์เกิดชื่อเสียง เกิดกำไร แต่ทำให้เกิดความเสียหาย เนื่องมาจากการวางแผนงานที่ผิดพลาด โดย TRAP มีที่มาจาก (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

T มาจาก Too Late = ความล่าช้าต่อการปฏิบัติงานเพื่อการตอบสนองการบริการกับกลุ่มลูกค้าซึ่งสาเหตุมาจากกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันมีความอดทนต่อการรอคอยในสิ่งที่ต้องการ อยู่ในช่วงระยะเวลาที่จำกัด ถ้าแบนด์ไม่พยายามปรับตัวให้เข้าสู่สถานการณ์ปัจจุบันที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้คู่แข่งแซงหน้าไปได้ จนอาจทำให้เสียกลุ่มลูกค้าโดยปริยาย (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

จากข้อมูลข้างต้น จึงกล่าวได้ว่าแอดมินที่ดูแล Facebook Page จะต้องพยายามปรับตัวให้เท่าทัน ทั้งเรื่องของข้อมูลสินค้า อัปเดตเทรนด์ประเภท Gadget ต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนเวลาในชีวิตประจำวัน เช่นพยายามเข้าเช็กออนไลน์ทุก ๆ ชั่วโมง เพื่อความฉับไว ตอบข้อความลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทันใจ เพื่อจะได้นำข้อมูลต่าง ๆ มาตอบลูกค้าได้ชัดเจน ครอบคลุม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และหันกลับมาใช้บริการต่อ จนไม่อยากจะเปลี่ยนมาใช้บริการกับคู่แข่งทางธุรกิจนี้เลย

R มาจาก Result คือ ผลลัพธ์ของการมองแบบผิวเผิน ไม่ลึกซึ่งด้านการตลาดออนไลน์ โดยการมองเฉพาะตัวเลขบางประเภท เช่น Page View, Traffic, Click to Rate, Fan Page, Like แต่ไม่ได้มองสำหรับเครื่องมือวัดผลในแบบต่าง ๆ อย่าง Sentiment (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

จากข้อมูลข้างต้น จึงกล่าวได้ว่าผู้บริหารหรือเจ้าของแบนด์ ผู้ดูแลเพจ/แอดมิน รวมถึงผู้เกี่ยวข้องควรตระหนักถึงเครื่องมือวัดผลแบบต่าง ๆ ที่จะนำมาวิเคราะห์ผลสำเร็จของ Facebook Page ได้อีกทางหนึ่ง

A มาจาก Attitude คือ แนวความคิดที่ปฏิเสธต่อสื่อโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะแบนด์ไม่ทำการปรับตัวให้เท่าทันกระแสนิยม แบนด์คงไม่อาจประสบความสำเร็จ เช่น การให้ความสำคัญกับประเภท Engagement มากกว่าประเภท Fan Page Like แต่ Fan Page Like เป็นค่าวัดที่ปราศจากคุณภาพ บางแบนด์ยังคงยึดหลักการนี้ จึงทำให้สูญเสียเงินโดยเปล่าประโยชน์ (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

จากข้อมูลข้างต้น จึงกล่าวได้ว่าผู้ดูแลเพจ/แอดมินควรติดตามเทรนด์ฮิตของเครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา และนำเทรนด์เหล่านั้นมาปรับปรุงให้เข้ากับเครื่องมือการสื่อสารการตลาด พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบเนื้อหาให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย

P มาจาก Praise คือ การชื่นชมตัวเอง เช่น การเขียนถึงแบนด์ในแบบที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง บิดเบือนบางสิ่งบางอย่างจนทำให้กลายเป็นกับดักในโลกของสื่อโซเชียลมีเดีย นี่คือต้นเหตุของการเกิด Crisis ต่อแบนด์ (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

จากข้อมูลข้างต้น จึงกล่าวได้ว่าเจ้าของแบรนด์ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนในการวางแผนงาน ต้องพยายามกลับมามองตัวเอง ปรับปรุง พัฒนาการทำงานในอีกรูปแบบหนึ่ง เช่น ดูแลผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ทั้งขั้นตอนการผลิต การบรรจุ การออกแบบแพ็คเกจ และรวมถึงการบริการลูกค้าในรูปแบบเดิมแบบออนไลน์ ให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้น ยังสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

ชาวไทยมีบัญชีเฟซบุ๊กกว่า 41,000,000 คน เด็บโตกว่า 17 เพอร์เซ็นต์ คิดเป็น 60 เพอร์เซ็นต์ ของจำนวนประชากรชาวไทยทั่วประเทศ ส่วนใหญ่ผู้ใช้งานชาวไทยมี Facebook Page จำนวนกว่า 700,000 บัญชี จึงแบ่งสัดส่วนของประชากรออกเป็นเพศชาย:เพศหญิง ใช้งานสื่อโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก 21:20 สรุปได้ว่าจำนวนผู้ใช้งานที่เป็นประชากรเพศชายใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กมากกว่าประชากรเพศหญิง แต่จากสถิติการใช้งานเฟซบุ๊ก ประเทศไทยติดอันดับที่ 8 ของโลก และติดอันดับที่ 3 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งถือว่ามียอดเฉลี่ยการใช้งานที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศใกล้เคียง (ไอที24ชั่วโมง, 2559)

2.2.1 เฟซบุ๊ก แฟนเพจ

เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Pages) เปรียบเหมือนภาพลักษณ์ของธุรกิจ นักการตลาดสร้างเฟซบุ๊ก แฟนเพจ สำหรับแบรนด์สินค้าเพื่อสร้างตัวตนให้กับแบรนด์เป็นเหมือนกับคนคนหนึ่งที่มีชีวิตมีตัวตน โดยเฟซบุ๊ก แฟนเพจ มีความสำคัญดังนี้

1. สามารถสื่อสารได้บนหน้าเฟซบุ๊กของกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่สำคัญที่สุดของการที่สร้างเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ก็คือเป็นการสร้างโอกาสในการแทรกซึมอยู่บนหน้าเฟซบุ๊กของกลุ่มเป้าหมายซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่ ที่ผู้บริโภคยินยอมแตกต่างจากเครื่องมือการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ

2. สามารถให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่องและทันเวลา ข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายได้รับจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทันทีทันใด โดยประโยชน์จากจุดนี้ของเฟซบุ๊กช่วยสร้างให้เกิดการพูดคุยระหว่างแบรนด์กับกลุ่มเป้าหมายสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว ข่าวสารต่างๆ จะมีความสดใหม่ทันต่อสถานการณ์มากกว่าสื่อดั้งเดิม

3. ช่วยให้ธุรกิจร่วมพูดคุยสนทนากับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเฟซบุ๊กได้สร้างโอกาสให้กับธุรกิจ ให้มีบทบาทสำคัญในการพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ต่างๆ

เฟซบุ๊ก แฟนเพจเป็นการทำตลาดอย่างหนึ่งบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ถ้าสามารถทำได้ดี ตรงกลุ่มเป้าหมาย แรแบรนด์หรือองค์กรนั้นๆ ก็จะมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ยาก



ภาพที่ 2.1 Facebook Engagement

จากภาพด้านบน แสดงถึงรายงานเกี่ยวกับยอด Engagement บนหน้า Facebook โดยมีรายละเอียดหลัก ๆ ดังนี้

1. Engagement จากโพสต์ต่าง ๆ บนหน้า Facebook Page โดยเฉลี่ยเติบโตขึ้น 3.39 %
2. Engagement จากวิดีโอคอนเทนต์ บนหน้า Facebook Page โดยเฉลี่ยเติบโตขึ้น 6.09 %
3. Engagement จากคอนเทนต์รูปภาพ บนหน้า Facebook Page โดยเฉลี่ยเติบโตขึ้น 4.42 %

การพัฒนาและปรับปรุงระบบของ Facebook อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน แสดงว่าการทำงานของอัลกอริทึมจะเน้นไปที่ Ranking Signal หรือการจัดลำดับโพสต์และคอมเมนต์ที่มีความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ

2.3 แนวคิดเรื่องเนื้อหา (Content)

เนื้อหา (Content) หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่องค์กรหรือหน่วยงานต้องการนำเสนอบนหน้าเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับทราบ รับรู้ ให้ความสนใจ/ติดตาม และเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องกับกิจกรรมขององค์กร โดยแยกลักษณะได้ 10 ประเภท ดังนี้

- 1) Corporate Movement and Information เป็นการสื่อสารความเคลื่อนไหวขององค์กร การสื่อสารเรื่องราวขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น แนวทางการบริหาร วิสัยทัศน์ศักยภาพ ความรู้ความสามารถของผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กร

2) Corporate Positioning การบอกเล่าเรื่องราวขององค์กร การกล่าวถึงปริมาณงานความสำเร็จว่ามีมากน้อยเพียงใด

3) Executive Vision เป็นการแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร การให้ความเห็น วิเคราะห์บทบาทขององค์กรต่อสถานการณ์สภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคม ความคิดเห็นเพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพ ความรู้และความเชี่ยวชาญของผู้บริหารองค์กร

4) Service Value เป็นการแสดงการบริการ การบอกกล่าวหรืออธิบายความโดดเด่นของงานที่ทำ และงานบริการว่ามีอะไรบ้าง ให้แสดงถึงคุณค่า เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านกฎหมาย เป็นต้น

5) Communication for Engagement การสื่อสารข้อมูลเพื่อสร้างความผูกพันและความมั่นใจ การสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว รวมถึงหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส

6) Data Research Service and Consultant การให้ข้อมูลข่าวสาร บทวิเคราะห์และคำปรึกษา การบริการในเชิงวิชาการ เช่น ศูนย์ข้อมูล บทวิเคราะห์ ผลการวิจัย โพลงานสรุปค้นคว้าที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน รายงานการวิจัย รวมถึงการปกป้องคุ้มครองสิทธิของประชาชน ตลอดจนการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

7) Corporate Agenda การแจ้งกำหนดการที่สำคัญขององค์กร การกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น รายงานกิจกรรม การจัดประชุม การแถลงข่าว ทั้งด้านการบริหาร การบริการ และการจัดกิจกรรม

8) Corporate Connection การแสดงความก้าวหน้าทางเครือข่ายองค์กร ความก้าวหน้าการร่วมมือกับพันธมิตรกับองค์กรอื่น ๆ เช่น ข้อตกลงระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงความสำเร็จ ความคล่องตัว สร้างเครือข่ายและแสดงถึงประโยชน์ที่ได้รับ

9) Expert, Award, Ranking การแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความเชี่ยวชาญการสื่อสารเรื่องราวหรือประเด็นความรู้ความสามารถในเชิงกฎหมาย หรือคุณงามความดี เช่น การได้รับรางวัล การยอมรับในมาตรฐานการรองรับจากหน่วยงาน เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

10) Social Content เป็นการสื่อสารประเด็นทางสังคม สร้างการรับรู้และความเข้าใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่องค์กรดำเนินการอยู่ เช่น การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมกิจกรรมขององค์กรเพื่อสังคม โดยมีใช้การโฆษณาประกาศความดี แต่เป็นการสร้างความตื่นตัวไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องให้พัฒนาไปพร้อม ๆ กับองค์กร สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสร้างความชัดเจนในบทบาทและทิศทางขององค์กรต่อสังคม

การตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสร้างเนื้อหาโฆษณาทางการตลาดที่มีความสร้างสรรค์และสามารถแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้าได้เพื่อดึงดูดความสนใจและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า ทำให้กลุ่มลูกค้าเกิดความประทับใจ จำแบรนด์สินค้า และบริการของแบรนด์ได้ รวมถึงยังสร้างโอกาสให้สามารถเปลี่ยนแปลงสถานะของกลุ่มลูกค้าจากผู้บริโภคสื่อโฆษณาเพียงอย่างเดียวมาเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการได้ด้วยเช่นกัน

2.3.1 รูปแบบของการตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing)

รูปแบบของ การตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่นี้นั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่

1) สร้างคุณค่า (Value) ได้ การตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่ดี จะต้องสร้างคุณค่า หรือ ความคิด ความรู้สึกในเชิงบวกให้แก่ผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านรู้สึกคุ้มค่าหรือรู้สึกว่าได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการที่ได้เข้ามาบริโภคเนื้อหาคอนเทนต์ของเรา

2) สื่อสารได้ตรงกลุ่มลูกค้าทางธุรกิจ การทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) ให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่แบรนด์กำหนด จะเป็นการช่วยเพิ่มฐานลูกค้าให้แก่ทางแบรนด์ได้ รวมถึงยังช่วยให้แบรนด์ได้เรียนรู้และทำความเข้าใจถึงความชอบของลูกค้าได้อีกด้วย ว่ากลุ่มลูกค้าที่ทางแบรนด์อยากให้กลายมาเป็นลูกค้าของตัวเองนั้นชอบอะไร หรือไม่ชอบอะไร อยากเป็นการโฆษณาแบบไหน หรืออยากได้อะไรจากแบรนด์

3) เพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ได้ ในยุคที่โซเชียลมีเดีย (social media) มีอิทธิพลคนในสังคมทั้งทางด้านการใช้ชีวิตและด้านความคิดเช่นในปัจจุบันนี้ การทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหา

คอนเทนต์ มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมาก เพราะสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความคิด ความสนใจ และความเชื่อต่างๆ ให้แก่ผู้ที่บริโภคสื่อได้ ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่แบรนด์ที่ทำการตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ ได้ตรงกลุ่มลูกค้าของตนอย่างมหาศาล นักการตลาดและนักธุรกิจที่ทำธุรกิจอยู่ในโลกออนไลน์จึงควรให้ความสำคัญกับการทำมาร์เก็ตติ้งใน รูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์

นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งเนื้อหาหรือ Content ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร ได้แก่

1) คอนเทนต์เพื่อให้ความรู้ (Educate)

คอนเทนต์เพื่อให้ความรู้ คือ คอนเทนต์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ความรู้ เช่น คอนเทนต์ที่ช่วยแก้ปัญหาบางอย่างของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่เป็นเหตุและผล ตอบความต้องการและช่วยแก้ปัญหาได้จริง

2) คอนเทนต์เพื่อความบันเทิง (Entertain)

คอนเทนต์เพื่อความบันเทิง คือ คอนเทนต์ที่สร้างขึ้นเพื่อความบันเทิง ช่วยเรียก ยอดการเข้าถึง การเข้าชมให้กับธุรกิจได้ดี ส่งผลให้เป็นที่รู้จักหรือเกิดการรับรู้ในวงกว้าง (Brand Awareness) ส่วนวิธีการสร้างก็มักจะเน้นสร้างหรือกระตุ้นอารมณ์ของผู้อ่าน

3) คอนเทนต์เพื่อโน้มน้าวใจ (Persuade)

คอนเทนต์เพื่อโน้มน้าวใจ คือ คอนเทนต์ที่ช่วยสร้างโอกาสในการโน้มน้าวใจหรือทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกมั่นใจในสินค้าหรือบริการได้มากยิ่งขึ้น เช่น คอนเทนต์ทำความรู้จักแบรนด์, รีวิวจากลูกค้าตัวจริง, คอนเทนต์รีวิวจาก Influencer เป็นต้น โดยคอนเทนต์ประเภทนี้จะเน้นกระตุ้นทางอารมณ์เพื่อทำให้รู้สึกอยากซื้อเป็นหลัก

4) คอนเทนต์เพื่อทำให้เกิดการซื้อขาย (Convert)

คอนเทนต์เพื่อทำให้เกิดการซื้อขาย คือ คอนเทนต์ที่ส่งเสริมการขาย ทำให้รู้สึกอยากที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งคอนเทนต์ประเภทนี้อาจเป็นคอนเทนต์ที่ผู้คนอาจจะได้เห็นบ่อย

สำหรับเนื้อหาหรือ content ที่เหมาะสมกับเด็กซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของ เพจ เป็น โป๊ท นั้น มักจะเป็นคอนเทนต์เพื่อให้ความรู้ และ คอนเทนต์เพื่อความบันเทิง เป็นหลัก

2.3.2 รูปแบบของเนื้อหาคอนเทนต์ที่ใช้ในการนำเสนอการตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์

หลักการสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ที่ใช้ในการนำเสนอการตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) อย่างมีคุณภาพ มีหลักการทั้งหมด 5 ประการ คือ

1) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องมีความสนุกสนานเพลิดเพลิน แม้ว่าเนื้อหาคอนเทนต์นั้นเป็นเชิงวิชาการ ก็ต้องมีการปรับแต่งให้สนุก ไม่ซ้ำซากน่าเบื่อตามรูปแบบเดิม ๆ อาจจะแทรกเนื้อหาที่มีความตกลงไปในเนื้อหาคอนเทนต์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เสพเนื้อหาคอนเทนต์ หรือเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในการช่วยสื่อสารหรือกระจายเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ เพื่อให้เนื้อหานั้นมีคนเห็นเป็นวงกว้างยิ่งขึ้น ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) นั้น จะต้องเลือกผู้ที่สามารถสื่อสารออกไปให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าของเราได้ รวมถึงต้องมีเนื้อหาการสื่อสารที่ดี และช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วย

2) เนื้อหาคอนเทนต์ จะสามารถสื่อสารได้ตรงประเด็น และเกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้า ที่เราต้องการจะสื่อสาร การทำเนื้อหาคอนเทนต์ที่ตรงกับใจของกลุ่มลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากของดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ไม่ใช่เพียงแค่สร้างเนื้อหาคอนเทนต์ให้มีความตลก สนุกสนาน เพียงอย่างเดียวเพื่อสร้างกระแสเรียกยอดคนดูให้เข้ามาดูเนื้อหาคอนเทนต์เรามากๆ เพราะคนกลุ่มนั้นอาจจะไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้าของแบรนด์

3) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอทั้งในแง่ของเนื้อหาและระยะเวลา หัวใจสำคัญของการทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ คือการโพสต์เนื้อหาคอนเทนต์ลงช่องทางแพลตฟอร์มของแบรนด์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อทำให้กลุ่มลูกค้าเห็นคอนเทนต์ของแบรนด์ให้ได้บ่อยที่สุด และจดจำสินค้าของแบรนด์และตัวแบรนด์ได้ ซึ่งจะเป็นการง่ายต่อการวัดประสิทธิภาพของเนื้อหาคอนเทนต์ของแบรนด์ด้วยว่าเนื้อหารูปแบบใดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ามากที่สุด

4) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องสื่อสารอย่างจริงจังกับลูกค้าแบรนด์ ต้องทำให้ผู้ที่เสพสื่อของแบรนด์รู้สึกว่เนื้อหาคอนเทนต์นั้นๆไม่ได้มีการโฆษณาที่ทำให้รู้สึกเหมือนกำลังโดนหลอกขายสินค้าให้แอบแฝงอยู่ แต่ควรจะสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ที่สามารถสื่อสารกับผู้เสพสื่อรับรู้ได้โดยตรง ชัดเจนว่าแบรนด์กำลังเสนอขายสินค้าหรือบริการใดให้อยู่ การทำเช่นนี้จะทำให้กลุ่มลูกค้าแบรนด์ของแบรนด์รู้สึกดี มีกระแสทางที่ดีให้กับแบรนด์ได้มากกว่า

5) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องมีความน่าสนใจ การสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ให้มีคุณค่ากับกลุ่มลูกค้าของแบรนด์คือหัวใจหลักของการตลาดในเชิงเนื้อหา เนื่องจากก่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ายิ่งขึ้น และสามารถเป็นตัวชี้วัดได้ว่าการทำมาร์เก็ตติ้งโดยใช้เนื้อหาคอนเทนต์ของแบรนด์เรานั้น จุดไหนที่ดี สามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าแบรนด์ได้อย่างตรงจุด หรือจุดไหนที่ไม่ดี ไม่สร้างคุณค่าแก่กลุ่มลูกค้า

2.3.3 ประเภทของคอนเทนต์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่การทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Type of Content)

การทำคอนเทนต์นั้นจะต้องสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้อ่านหรือผู้ชมได้ โดยไม่ยึดเยียดความรู้สึกว่าจะต้องเน้นขายเสมอไป ในบางครั้งการโฆษณาโดยการ Tie-in สินค้าอย่างเนียนๆ หรือที่เรียกกันว่า Advertorial ก็ช่วยสร้างเรื่องราว หรือช่วยแก้ปัญหาที่ลูกค้ามีอยู่ได้เช่นกัน ฉะนั้นจุดหมายปลายทางของการทำเนื้อหาคอนเทนต์อาจจะไม่ใช่การขายสินค้าเพียงเท่านั้น แต่เนื้อหาของคอนเทนต์จะต้องสามารถสร้างคุณค่าและเกิดปฏิสัมพันธ์บางอย่างแก่ผู้ชมหรือผู้อ่านเนื้อหาคอนเทนต์ได้ด้วย ฉะนั้น ประเภทของคอนเทนต์ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพให้แก่การตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ จึงสามารถสรุปได้ว่ามีทั้งหมด 7 ประเภท ดังนี้

1) วิดีโอคอนเทนต์ (Video Content) คอนเทนต์ที่แบรนด์สามารถเล่าสตอรี่ได้หลายแบบ สามารถเห็นการเคลื่อนไหวของภาพ ได้ยินเสียง และเข้าถึงความรู้สึกคนได้หลากหลายและเร็วกว่าคอนเทนต์ที่เป็นรูปภาพเฉยๆ แต่การทำคอนเทนต์วิดีโอต้องมีเทคนิคเพื่อให้น่าสนใจ ได้แก่

- การเลือกประเภทและเนื้อหาของวิดีโอที่ต้องการนำเสนอจะต้องเหมาะสมกับแบรนด์ เช่น Live Video, User-Generated Content(คอนเทนต์ที่สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าผู้ใช้จริง), Video How to เป็นต้น

- ออกแบบวิดีโอคอนเทนต์ที่สามารถรองรับอุปกรณ์ได้ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นมือถือ คอมพิวเตอร์ หรือแท็บเล็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้ทุกกลุ่มลูกค้าแบรนด์สามารถใช้อุปกรณ์เปิดดูวิดีโอได้ทุกรูปแบบ

- ความยาววิดีโอต้องเหมาะสมกับคอนเทนต์และแพลตฟอร์ม

2) คอนเทนต์ส่งเสริมการขาย (Promotional Content) คือ คอนเทนต์ที่ใช้สำหรับการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายใดๆ เช่น คอนเทนต์โปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม หรือ คอนเทนต์ Give Away (Give Away Content) เล่นเกมส์แจกของรางวัล โดยอาจจะมีการประกอบการเล่นเกมส์ เพื่อให้ผู้ชมเข้ามา กดไลค์ กดแชร์ หรือแสดงความคิดเห็นในโพสต์ เพื่อกระตุ้นยอดการมีส่วนร่วม (Engagement)

3) คอนเทนต์อัลบั้ม (Album Content) คือ คอนเทนต์ที่ใช้รูปภาพหลายๆรูปภาพในโพสต์เดียวกันเพื่อให้ข้อมูลบางอย่างที่ไม่สามารถสื่อได้ภายในรูปภาพรูปเดียว เช่น คอนเทนต์ที่เกี่ยวกับการ

ให้ข้อมูลแบรนด์ (Branded Content), คอนเทนต์เล่าเรื่อง (Storytelling Content), คอนเทนต์สรุปเนื้อหา เป็นต้น

4) คอนเทนต์ในกระแส (Real Time Content) คือ การทำคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกระแสในช่วงนั้น ซึ่งผู้ชมจะรู้สึกอินและอยากมีส่วนร่วมได้ง่าย รวมถึงสร้างแบรนด์ให้ดู Active มากขึ้นด้วย ในการทำคอนเทนต์ในกระแสนั้น แบรนด์สามารถใส่ไอเดียและความสนุกสนานลงไปในเรื่อง คอนเทนต์ได้มาก ทำให้คอนเทนต์ดูมีความน่าสนใจ ทั้งนี้สิ่งสำคัญในการทำคอนเทนต์ในกระแสนั้น คือ ความเร็วและจังหวะที่เหมาะสม แบรนด์จะต้องติดตามข่าวสารและมีความรวดเร็วในการทำคอนเทนต์ประเภทนี้ออกมา ก่อนที่กระแสจะหมดความนิยม รวมถึงจะต้องมีความเหมาะสมในจังหวะเวลาด้วย

5) คอนเทนต์ตั้งคำถามให้แสดงความคิดเห็น (Question & Opinion Content) คือ คอนเทนต์คำถามเพื่อชวนผู้อ่านคอมเมนต์ได้โพสต์ โดยคอนเทนต์ประเภทนี้อาจเป็นการออกแบบโดยใช้ตัวอักษรบนรูปภาพ หรือ การใส่คำถามในแคปชั่น เช่น ชอบ A หรือ B, เล่าเรื่องที่ประทับใจใน C เป็นต้น

6) คอนเทนต์ข้อความ (Text Quote Content) คือ คอนเทนต์ที่ใช้ข้อความ (Text) เป็นจุดเด่น โดยอาจจะใช้พื้นหลังประกอบกับข้อความ (Text) เพื่อดึงดูดใจมากขึ้น

7) คอนเทนต์ที่ช่วยแก้ปัญหาหรือให้ประโยชน์ (Solvable & Beneficial Content) คือ คอนเทนต์ที่ช่วยแก้ไขปัญหาหรือให้ข้อมูลบางอย่างที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน เช่น คอนเทนต์ให้ความรู้ทั่วไป (Educational Content) คอนเทนต์ประเภทนี้จะเป็คอนเทนต์ที่มีเนื้อหาที่สามารถให้ข้อมูลความรู้ต่างๆไปแก่ผู้อ่าน ไม่ต้องเกี่ยวข้องกับแบรนด์โดยตรง แต่อาจเป็นคอนเทนต์ที่สามารถให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องไปถึงการเลือกซื้อสินค้าของแบรนด์ได้ เช่น วิธีการเลือกรองเท้าผ้าใบ สำหรับแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับรองเท้าผ้าใบ, วิธีทำให้หน้าชุ่มชื้น สำหรับแบรนด์เครื่องสำอางค์ เป็นต้น

2.3.4 การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าแบรนด์ (Customer Avatar Analysis)

โดยปกติการวางแผนกลยุทธ์การตลาดออนไลน์นั้น จำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า เพื่อวางแผนวิธีการเขียนเนื้อหาคอนเทนต์ ดังนั้นการสร้างคาแรคเตอร์ที่แทนตัวของลูกค้า (Customer Avatar) จะช่วยวิเคราะห์ลูกค้าในอุดมคติของแบรนด์ว่ามีคุณสมบัติแบบไหนและเป็นลูกค้าที่กำลังเผชิญปัญหาแบบใดที่แบรนด์จะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาให้ได้ นักการตลาดจะจำลองตัวตนของลูกค้าของแบรนด์ขึ้นมาด้วยข้อมูลเชิงลึกต่าง ๆ ที่จำเป็น เช่น เพศ อายุ ที่อยู่อาศัย ความสนใจ พฤติกรรม เพื่อนำข้อมูลมาต่อยอดทางการตลาด และทำให้แบรนด์เข้าใจถึงความคิด ความต้องการ คุณสมบัติของกลุ่มลูกค้าแบรนด์ รวมไปถึงการวางแผนธุรกิจที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยขั้นตอนการสร้างคาแรคเตอร์ที่แทนตัวของลูกค้า (Customer Avatar) มีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่

1) ทำการค้นคว้า (Research) การค้นคว้าวิจัยจากข้อมูลของลูกค้าของแบรนด์ (Customer Data) จะช่วยให้แบรนด์สามารถวิเคราะห์หาคุณสมบัติของลูกค้าที่เป็นลักษณะเด่นได้เบื้องต้น เช่น การตอบคำถามว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของแบรนด์เป็นใคร ต้องการอะไร และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอย่างไร ลูกค้าพูดถึงแบรนด์ของเราอย่างไร รวมไปถึงข้อมูลทางประชากรของลูกค้า เช่น ที่อยู่ อาศัย เพศ อายุ ช่องทางหลักในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มลูกค้าแบรนด์ เป็นต้น

เมื่อแบรนด์ได้ข้อมูลคร่าว ๆ จากการค้นคว้าแล้ว แบรนด์จะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในเชิงลึก โดยการวิเคราะห์เพื่อหาลูกค้าในอุดมคติของแบรนด์ รวมไปถึงผู้ที่จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจของแบรนด์ในอนาคต เช่น ดีลเลอร์หรือพาร์ทเนอร์บริษัท ทำให้แบรนด์เข้าใจความต้องการของลูกค้าและความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการจากแบรนด์ในการบริโภคสินค้าหรือบริการของแบรนด์ อีกทั้งยังช่วยให้แบรนด์ต่อยอดในการตั้งคำถามเจาะจงเชิงลึกที่จะช่วยให้แบรนด์สามารถนำไปต่อยอดในการทำธุรกิจได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

- ความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการในการบริโภคสินค้าหรือบริการ
- กระแสนิยมและพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงเวลานั้น ๆ
- คำถามที่ลูกค้ามักถามบ่อย ๆ ปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้ามีการซื้อสินค้าและบริการไปแล้ว
- ช่องทางที่ลูกค้าเข้ามา ส่วนใหญ่เป็นคอนเทนต์ประเภทออร์แกนิก โฆษณา หรือ

Referral

- ระยะเวลาที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจซื้อ
- สินค้าประเภทไหนได้รับความนิยม และสินค้าประเภทไหนที่ไม่สามารถขายได้ตามเป้า

2) สร้างประเภทและการจัดหมวดหมู่ลูกค้า (Avatar Worksheet) เมื่อข้อมูลจากการทำ Research เสร็จเรียบร้อยแล้วคุณสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ ที่คุณมี มาจัดประเภทและแยกหมวดหมู่เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยสามารถแบ่งออกเย็น 5 ประเภทหลักๆ ได้แก่

- ข้อมูลจากภูมิประชากรศาสตร์ (Demography)
- เป้าหมายและคุณค่า (Goals and Values)
- แหล่งข้อมูล (Sources of Information)
- สิ่งที่ทำทนายและปัญหาของลูกค้า (Challenges and Pain Points)

3) นำแบบคาแรคเตอร์ที่แทนตัวของลูกค้า (Customer Avatar) ไปใช้สร้างเนื้อหาคอนเทนต์

2.4 การผลิตสื่อภาพนิ่งที่จะเผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก

การผลิตสื่อภาพนิ่ง เริ่มต้นจากขั้นตอนการออกแบบอินโฟกราฟิก Infographic Design ซึ่งเป็นการนำข้อมูลมานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเองมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอ แล้วนำมาสรุปวิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพที่น่าสนใจ มีความสวยงาม เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน

หลักการออกแบบ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) ด้านข้อมูล ข้อมูลที่จะนำเสนอต้องมีความหมาย มีความน่าสนใจ เป็นเรื่องจริง มีความถูกต้อง
- 2) ด้านการออกแบบ การออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้าง หน้าตาการทำงาน และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และใช้ได้จริง

2.4.1 การผลิตสื่อให้ดึงดูด น่าสนใจ

กระบวนการที่ดีในการออกแบบ มีอยู่ 10 ขั้นตอน ได้แก่

1) การรวบรวมข้อมูล คัดเลือกข้อมูลดิบที่รวบรวมมาแต่ที่ยังไม่เป็นระเบียบ เขียนแหล่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่เป็นต้นฉบับ บันทึกภาพต่าง ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ไม่ควรแยกภาพหรือแผนภาพกับข้อมูลออกจากกัน

2) การอ่านข้อมูลทั้งหมด การอ่านข้อมูลเฉพาะจุดเน้นหรืออ่านอย่างรวดเร็วจะทำให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมของประเด็นสำคัญ ผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกต้องมีทักษะในการจัดการข้อมูลและแน่ใจว่าข้อมูลที่สำคัญไม่ถูกละเลย เพื่อนำมาใช้สนับสนุนเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

3) การค้นหาวิธีการเล่าเรื่อง เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลไม่น่าเบื่อ โดยสร้างความสนใจที่จุดมุ่งหมายเดียว ขยายความข้อมูลที่ซับซ้อน อธิบายกระบวนการ เน้นที่แนวโน้มหรือสนับสนุนข้อโต้แย้ง การหาวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจอาจจะยุ่งยากในระยะแรก ถ้าเราค้นเคยกับข้อมูลที่มีอยู่จะทำให้สามารถเล่าเรื่องราวได้ การใส่ใจกับเนื้อหาที่สำคัญที่จะช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีคุณค่า

4) การระบุปัญหาและความต้องการ หาเอกลักษณ์ ระบุชื่อ ชี้นำ แสดงตัว เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องอาจมีข้อมูลที่ไม่สนับสนุนหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการนำเสนอ ควรมีการอภิปรายหาข้อสรุปที่แท้จริงเพื่อระบุปัญหาและความต้องการ ผู้ชมต้องการข้อมูลที่มีการจัดการและมีการออกแบบที่ดี มิฉะนั้นจะกลายเป็นหลักฐานที่ไม่ถูกต้องข้อมูลต้องถูกต้องและไม่ผิดพลาด ปรับปรุงข้อมูลและเรื่องราวให้มีเอกลักษณ์ตรงกับหัวข้อ ศึกษาบททวนเพื่อหาวิธีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีคุณค่า ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในการออกแบบให้ชนะใจผู้ชม นักออกแบบที่ดีต้องมีมุมมองและเห็นคุณค่าในรายละเอียดของข้อมูลที่ชัดเจน

5) การจัดลำดับโครงสร้างข้อมูล การจัดลำดับชั้นของข้อมูลเป็นที่นิยมในการสรุปข้อมูล เป็นการนำผู้ชมให้มองเห็นภาพรวมตั้งแต่ต้นจนจบเป็นวิธีการจัดการกับข้อมูลในการสร้างสื่อและตรึงผู้ชมตามโครงสร้างลำดับชั้นของข้อมูล การจัดรูปแบบข้อมูลตามลำดับจะส่งเสริมให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลเป็นช่วงระยะเวลาของการเล่าเรื่อง ซึ่งกลายเป็นวิธีการที่แพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิก

6) การออกแบบโครงสร้างข้อมูล เมื่อพิจารณาตรวจสอบคัดเลือกข้อมูลอย่างละเอียดแล้วจัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับชั้น และออกแบบโครงสร้างของข้อมูล ผู้ออกแบบควรทำความเข้าใจกับภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลสำคัญ ที่จัดไว้เป็นลำดับชั้นแล้ว นำไปให้ผู้ชมวิพากษ์วิจารณ์การออกแบบที่ผ่านการโต้เถียงจากบุคคลในหลายมุมมองที่ให้ข้อเสนอแนะแตกต่างกันออกไป

7) การเลือกรูปแบบที่จะนำเสนอ เมื่อสิ้นสุดการกำหนดภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลแล้ว วิธีจัดการทำข้อมูลที่ดีที่สุดคือ การนำเสนอข้อมูลด้วยแผนผัง กราฟต่างๆ เพื่ออธิบาย

กระบวนการทำงาน อาจนำแผนที่มาประกอบในการเล่าเรื่อง หรือบางทีการใช้ตัวเลขนำเสนอข้อมูลง่ายๆ อาจเป็นวิธีที่ดีที่สุด

8) การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ การเลือกใช้ภาพในการทำอินโฟกราฟิกให้ดูดีมีสองแนวคิด คือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำเป็นกราฟหรือแผนผังที่น่าสนใจ ใช้สี การพิมพ์ และการจัดโครงสร้างในการออกแบบงานให้มีศิลปะ และใช้ลายเส้น วาดภาพ หรือคำอุปมาเปรียบเทียบ ไม่แสดงข้อมูลตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน จะเห็นเป็นภาพแสดงแทนข้อมูล คล้ายกับกราฟหรือแผนผังเท่านั้น เราไม่ควรติดยึดกับวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ควรผสมผสานวิธีการใช้กราฟ แผนภาพ และแผนผัง ตกแต่งองค์ประกอบด้วยการวาดลายเส้นหรือนำภาพที่เป็นตัวแทนของข้อมูลมาจัดวางซ้อนกันอาจเสริมด้วยข้อมูล สื่อ ตราสัญลักษณ์ และเนื้อหาในการออกแบบให้ตรงกับหัวข้อ

9) การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ เมื่อออกแบบเสร็จแล้วเริ่มตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียด ผู้ชมจะดูทั้งข้อมูลและภาพที่เล่าเรื่องราว เพื่อให้แน่ใจว่าผลงานที่เสร็จแล้วมีคุณภาพตรงกับหัวข้อและเป้าหมาย ประเมินทั้งการออกแบบและจุดเน้นจนกระทั่งผลงานชัดเจนและเข้าใจง่าย ทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงานและให้ข้อคิดเห็นที่สามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเห็นข้อมูลมาก่อน ประเมินกลับไปกลับมาระหว่างผู้ชมและกลุ่มตัวอย่างจนกระทั่งลงตัวได้ข้อยุติ จึงนำเสนอเผยแพร่สู่สาธารณะ

10) การแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต การเผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ต มีแพร่หลายเป็นที่นิยม เป็นการทดสอบผลงานข้อมูลที่มีลักษณะที่น่าสนใจจะถูกอ่านโดยบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ถูกตรวจสอบและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นผู้ค้นพบวิธีการเล่าเรื่องราว นั้น ถึงแม้ว่าผลงานจะเคยถูกเผยแพร่มาแล้ว การวิพากษ์วิจารณ์จากอินเทอร์เน็ตจะช่วยขยายข้อโต้แย้งและค้นพบวิธีการนำเสนอข้อมูลวิธีใหม่ได้ ข้อคิดเห็นต่างๆ จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข ผลงานที่ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็นรางวัลในการทำงาน การออกแบบที่ถูกกลั่นกรองอย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

บทที่ 3

ภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เป็น โป้ท ของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตชั้นเนลจำกัด ผู้จัดทำได้รับหน้าที่ในการ ทำบทสนทนาของตัวการ์ตูน เป็น โป้ท เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook โดยได้ฝึกปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 นั้น โดยมีรายละเอียดการปฏิบัติงาน ดังนี้

- 3.1 วางแผนการทำคอนเทนต์
- 3.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์
- 3.3 ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์
- 3.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก
- 3.5 การประสานงาน
- 3.5 งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

3.1 วางแผนการทำคอนเทนต์

เป็นการวางแผนเกี่ยวกับเนื้อหาของคอนเทนต์ที่จะทำ ได้แก่ บทสนทนาของตัวการ์ตูนเป็น โป้ทว่าจะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องอะไรต่อผู้อ่าน ใช้บทคำพูดอย่างไรบ้าง

ขั้นตอนดำเนินการ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชุมร่วมกับทีมงาน เพื่อวางแผนการทำคอนเทนต์บทสนทนาของตัวการ์ตูนเป็น โป้ท โดยมีรายละเอียดการประชุม ได้แก่

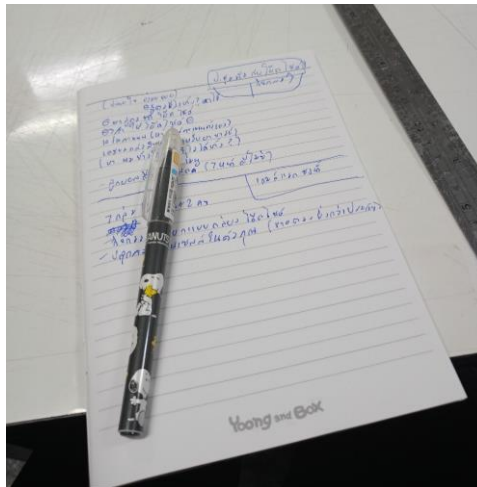
- 1) เพื่อวางแผนเกี่ยวกับคอนเทนต์ บทสนทนาของตัวการ์ตูนเป็น โป้ท ที่ต้องการนำเสนอ
- 2) วางโครงสร้างคอนเทนต์ เนื้อหา บทสนทนาที่จะต้องใช้ว่าจะนำเสนอในหัวข้ออะไร

ควรมีบทสนทนาอย่างไรบ้าง

2. ร่างรายละเอียดของเนื้อหาคอนเทนต์ โดยทำการร่างเบื้องต้นว่าต้องการนำเสนอบทสนทนาว่าอย่างไร และนำไปค้นหาข้อมูลเพื่อทำบทสนทนาที่สมบูรณ์ต่อไป

3. ส่งให้หัวหน้างานตรวจสอบตามเนื้อหาที่จะนำเสนอ ความถูกต้องต่าง ๆ ว่า เนื้อหาของคอนเทนต์ตรงตามที่ต้องการหรือไม่ บทสนทนาเหมาะสมหรือไม่ ต้องปรับเปลี่ยนหรือไม่

4. ปรับแก้ให้เรียบร้อย เป็นการปรับแก้เนื้อหาคอนเทนต์ตามที่มีการตรวจสอบมา เช่น การปรับเนื้อหาหรือบทสนทนาตามที่หัวหน้างานได้แจ้งไว้



ภาพที่ 3.1 การประชุมทีมเพื่อวางแผนการทำคอนเทนต์

3.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์

การสร้างคอนเทนต์ คือ การสร้างเนื้อหาเพื่อเผยแพร่หรือแสดงให้กับกลุ่มเป้าหมาย เป็นการดำเนินการสร้างเนื้อหาตามที่ได้มีการประชุมทีมและวางแผนการทำคอนเทนต์เอาไว้แล้ว ไม่ว่าจะป็นเนื้อหาที่จะนำเสนอ บทสนทนาที่จะต้องใช้ ควรใช้คำว่าอะไร เกี่ยวกับเรื่องอะไร ควรจะมีตัวละครที่ตัวอาจจะทำการค้นข้อมูลสำหรับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ตรวจสอบว่าตอนนั้น มีเรื่องอะไรที่เป็นกระแสกำลังได้รับความสนใจ

1. วางแผนเนื้อหาหรือคอนเทนต์ที่จะนำเสนอ



ภาพที่ 3.2 ทำคอนเทนต์เกี่ยวกับตรุษจีน

2. กำหนดตัวการ์ตูน ตามแผนการที่จะนำเสนอคอนเทนต์ จากนั้นทำการประสานงานกับฝ่ายศิลป์ เพื่อวาดตัวการ์ตูนที่ต้องใช้ในการทำคอนเทนต์



ภาพที่ 3.3 ตัวการ์ตูนตามโครงสร้าง

3. คิดบทสนทนาที่จะใช้ ตามแผนการที่จะนำเสนอคอนเทนต์ คือ เมื่อมีการวางแผนคอนเทนต์แล้วว่าจะนำเสนอเรื่องอะไร ต้องมีการคิดบทสนทนาให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่จะนำเสนอ ตามตัวอย่าง เป็นการคิดบทสนทนา เพื่อเป็นการทำคอนเทนต์ที่เข้ากับเทศกาลตรุษจีน โดยทำการคิดบทสนทนาเกี่ยวกับวันตรุษจีน ประโยชน์คือได้คอนเทนต์เกี่ยวกับเทศกาลตรุษจีน เพื่อนำมาโพสต์สร้างความน่าสนใจให้กับเพจ เป็น โป๊ท โดยทำการคิดบทสนทนาที่จะใช้เป็นลำดับ ดังนี้

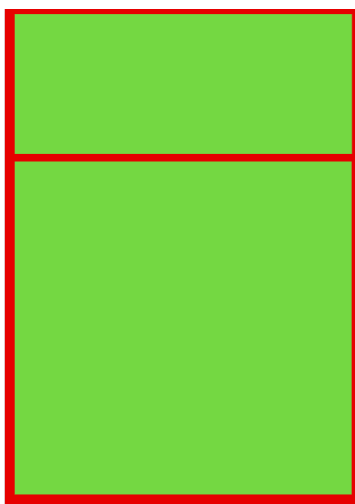
- เป็น 1) ประวัติ วันตรุษจีน
- โป๊ท 2) อ๊ะ! เป็น โป๊ทมีผลไม้มาแบ่งให้กินด้วย
3) ขอบคุณนะโป๊ท ว่าแต่เอามาให้ทำไมเธอ
4) โป๊ทเพิ่งไปช่วยคุณแม่ซื้อของเตรียมไหว้ในวันตรุษจีน โป๊ทเลยอยากเอามาแบ่งเพื่อน ๆ
- เป็น 5) วันตรุษจีนคืออะไรเธอโป๊ท
6) วันตรุษจีนเป็นที่รู้จักในชื่อเทศกาลฤดูใบไม้ผลิ เทศกาลนี้เริ่มต้นในวันที่ 1 เดือน 1 ตามปฏิทินจีน ทำให้วันตรุษจีนหรือเทศกาลปีใหม่อื่นๆไม่ตรงกันในแต่ละปี โดยอยู่ในช่วงปลายเดือนมกราคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี
- 7) การฉลองตรุษจีนมีมานานกว่า 100 ปี ฉลองเป็นเวลานานถึง 15 วัน ผู้คนเริ่มซื้ออาหารและของไหว้ต่าง ๆ เพื่อเตรียมไหว้ในวันตรุษจีน เช่น หมู เห็ด เป็ด ไก่ ขนมชนิดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ซาลาเปา ขนมเซ่ง ขนมเทียน เป็นต้น ยังมีผลไม้อีกด้วยนะ เช่น ส้ม องุ่นแดง แก้วมังกร และมีการทำความสะอาดครั้งใหญ่ก่อนวันตรุษจีนอีกด้วย ที่ขาดไม่ได้เลยก็คือ

การแจกแต๊ะเอียนั่นเอง
เป็น 8) จั๊นเป็นรับกลับบ้านไปช่วยคุณแม่บ้างดีกว่า เผื่อจะได้แต๊ะเอียบ้าง ออิ

3.3 ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์

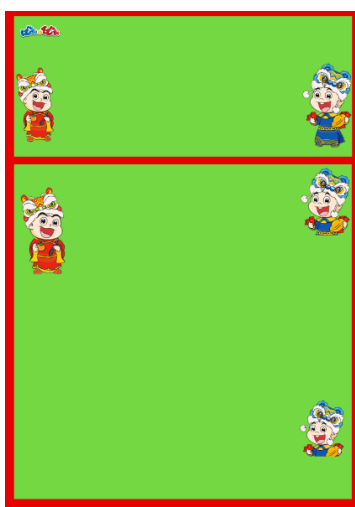
ในขั้นตอนนี้ ผู้จัดทำต้องทำการศึกษาหาเครื่องมือเพื่อจัดทำสื่อ นำมาโพสต์ในเพจ เป็น โป๊ทรวมทั้งคอนเทนต์เรื่องอื่น ตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น การโพสต์หานักศึกษาเพื่อฝึกงาน ในการผลิตสื่อหรือคอนเทนต์นั้น ผู้จัดทำเลือกดำเนินการผ่าน Canva ดังนี้

1. สร้างผลงานผ่าน Canva เลือกกรอบข้อความให้มีความเหมาะสม กับเนื้อหาที่ทำ



ภาพที่ 3.4 วางโครงสร้างสี เพื่อเริ่มทำคอนเทนต์

2. วางตัวการ์ตูนและโลโก้



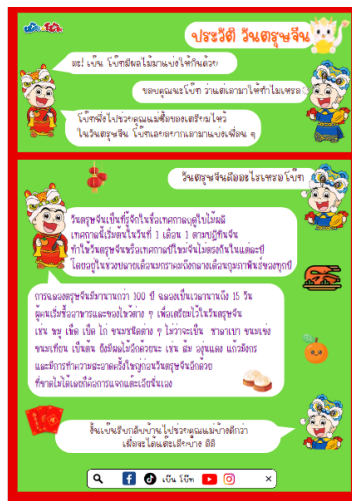
ภาพที่ 3.5 วางตัวการ์ตูนและโลโก้

3. นำเนื้อหาที่คิดไว้ มาใส่เพิ่มในคอนเทนต์



ภาพที่ 3.6 นำเนื้อหาที่คิดไว้ มาใส่เพิ่มในคอนเทนต์

4. เริ่มตกแต่งเพิ่มเติมด้วยไอคอนน่ารัก ๆ และใส่ช่องทางการติดต่อ



ภาพที่ 3.7 ตกแต่งคอนเทนต์

3.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก

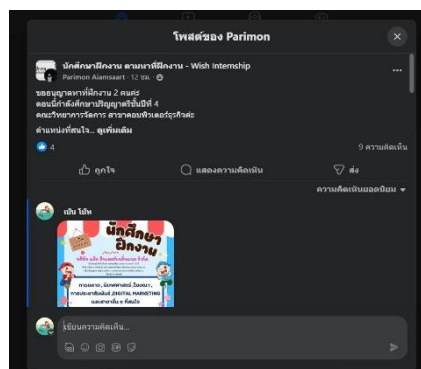
การเผยแพร่สื่อ เป็นการโพสต์ลงเพจ เป็น โป้ท เพื่อเป็นการเผยแพร่ไปยังลูกค้า และ กลุ่มเป้าหมาย ก่อนที่จะมีการเผยแพร่ นั้น มีขั้นตอนการทำงานดังนี้

1. นำผลงานที่ทำในแต่ละวัน ส่งเข้าไลน์กลุ่มเพื่อเช็คคำผิด และตรวจดูความเรียบร้อยของงานนั้น ๆ
2. ปรับหรือแก้ไขในส่วนของคำผิด
3. หลังจากแก้ไขเรียบร้อย นำผลงานโพสลงสื่อ social media ในช่องทางต่างๆ เช่น Facebook TikTok Instagram



ภาพที่ 3.8 เฟซบุ๊กของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลจำกัด

4. ปัจจุบันผู้จัดทำได้รับมอบหมายหน้าที่เพิ่มเติมในการโพสต์เฟซบุ๊กของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลจำกัด เพื่อประกาศรับสมัครนักศึกษาฝึกงาน



ภาพที่ 3.9 การโพสต์เพื่อรับสมัครนักศึกษาฝึกงานบนเฟซบุ๊ก

3.5 การประสานงาน

เป็นขั้นตอนการทำงานที่ต้องขอความร่วมมือจากแผนอื่น เช่น การขอรูปตัวการ์ตูนเป็น โป๊ท หรืออาจจะต้องวาดใหม่ในบางคอนเทนต์ ผู้จัดทำจะต้องประสานงานกับฝ่ายศิลป์ เพื่อแจ้งรายละเอียดว่าต้องการรูปตัวการ์ตูนในรูปแบบใด หรือคอนเทนต์ที่ต้องทำ ต้องมีการออกแบบกราฟิกใหม่ เป็นต้น

3.6 งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

นอกจากการสร้างคอนเทนต์เพื่อโพสต์ในเพจ เป็น โป๊ท แล้ว ในการปฏิบัติสหกิจที่ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเซ็นแนลจำกัด ยังมีงานอื่น ๆ ที่ทางบริษัทฯ ต้องดำเนินการ ต่อเนื่องจากกิจกรรมเกี่ยวกับตัวการ์ตูนเป็น โป๊ท โดยผู้จัดทำได้มีส่วนร่วมตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น การแพ็คของขวัญ ฯลฯ



ภาพที่ 3.10 งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

บทที่ 4

รายละเอียดของการปฏิบัติงาน

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา คือ การเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ในลักษณะพนักงาน ที่จะต้องได้ลงมือปฏิบัติงานจริง ผู้จัดทำกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ ได้มีโอกาสฝึกสหกิจศึกษา และได้รับประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในสถาน ประกอบการจริง เพราะเป็นประสบการณ์ในส่วนที่นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้ได้ในห้องเรียน นักศึกษา จะได้รับการพัฒนาตนเองทางด้านความคิด

โดยผู้จัดทำ ณ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ผู้จัดทำ ได้รับมอบหมายตำแหน่ง digital marketing มีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

- 4.1 วางแผนการทำคอนเทนต์
- 4.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์
- 4.3 ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์
- 4.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก

4.1 วางแผนการทำคอนเทนต์

คอนเทนต์ คือการทำมาร์เก็ตติ้งโดยการทำเนื้อหาคอนเทนต์ที่มีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ อีกทั้งยังสามารถให้ประโยชน์และคุณค่าบางอย่างได้ตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคที่ทางธุรกิจต้องการ โดยสามารถสื่อสารออกไปได้ทั้งในรูปแบบทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการทำ

มาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สามารถเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าจาก ผู้ที่บริโภคเพียงการสื่อสารของแบรนด์ มาเป็นผู้ที่บริโภคสินค้าและบริการของแบรนด์ด้วยประโยชน์ กับผู้บริโภคที่เฉพาะกลุ่ม ซึ่งเมื่อผู้บริโภคกลุ่มนั้นได้บริโภคเนื้อหาของคอนเทนต์แล้ว จะเกิดความชื่น ชม ต้องการบอกเล่าต่อ และสุดท้ายแล้วคอนเทนต์นั้นๆ ก็จะสามารถทำหน้าที่ทางการตลาดในเชิง เนื้อหาได้ตามเป้าหมายที่ทางผู้ผลิตเนื้อหาคอนเทนต์นั้นกำหนดไว้

สำหรับบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัดนั้น ได้มีการวางแผนการสร้างสรรค์

คอนเทนต์ในเพจ เป็น โป๊ท โดยมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์คือ การเน้นพัฒนาในเรื่องของ ความคิด การสร้างสรรค์เนื้อหา และจำนวนของคอนเทนต์ที่ต้องการใช้ในการสื่อสารให้ตรงต่อ วัตถุประสงค์ของบริษัท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการตระหนักรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ทำให้คนรู้จักบริษัท มากกว่าจะเป็นการสร้างยอดขาย และเน้นคุณภาพและกลยุทธ์ คือ การเน้นพัฒนา

ในเรื่องของการออกแบบกลยุทธ์ทางเนื้อหาคอนเทนต์ ให้เป็นเหมือนกับแม่เหล็กในการช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่อยู่บนโลกของออนไลน์

รูปแบบของสื่อที่นำมาใช้สำหรับการทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์เป็นหลักคือรูปภาพ หรือ อินโฟกราฟิก เป็นคอนเทนต์ที่มีรูปแบบเป็นรูปภาพ หรือการนำเสนอเนื้อหาข้อความที่มีรายละเอียดเยอะ ๆ อ่านแล้วเข้าใจ มุ่งเน้นรูปแบบของเนื้อหาคอนเทนต์ที่มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน แม้ว่าเนื้อหาคอนเทนต์นั้นแฝงความเป็นเชิงวิชาการเล็กน้อย ก็ต้องมีการปรับแต่งให้สนุกไม่ซ้ำซากน่าเบื่อ บางครั้งแทรกเนื้อหาที่มีความตลกลงไปในเรื่องเนื้อหาคอนเทนต์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

4.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์

การสร้างคอนเทนต์ขึ้นมานั้น มีจุดประสงค์แตกต่างกันไปตามที่ธุรกิจเป็นผู้กำหนด สำหรับจุดประสงค์ของการสร้างคอนเทนต์ในเพจ เป็น โป้ท ของบริษัท แก๊ก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด นั้น มีจุดประสงค์เพื่อการสร้างการตระหนักรู้ในแบรนด์ (Brand Awareness) โดยคอนเทนต์ที่เป็นการสร้างการตระหนักรู้ในแบรนด์ (Brand Awareness) จะใช้เป็นเนื้อหาที่มุ่งเน้นการเข้ามาช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้อ่าน ผู้ชม มีโอกาสเข้าถึงและรู้จักแบรนด์ผ่านสิ่งที่นำเสนอมากยิ่งขึ้น นั่นก็คือตัวการ์ตูน เป็น โป้ท โดยทางบริษัท แก๊ก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีการวางกลยุทธ์ในช่วงที่ผ่านมาว่าการสร้าง Brand Awareness Content คือสิ่งที่ช่วยมัดใจ และสร้างแรงดึงดูดให้ลูกค้าติดตามได้

ในการศึกษาขั้นตอนการสร้างคอนเทนต์นั้น ผู้จัดทำพบว่ามียละเอียดที่ควรปฏิบัติดังนี้

1. เนื้อหาคอนเทนต์ควรมีความกระชับ เข้าใจง่าย ไม่เวียนวน
2. ควรเป็นเนื้อหาจริงและมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้
3. ชื่อเรื่อง มีความน่าดึงดูดและสร้างสรรค์น่าสนใจ คนเห็นแล้วเข้ามาอ่าน
4. เป็นคอนเทนต์ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น เช่น ไม่พาดพิง หรือเป็นเนื้อหาที่ละเอียดอ่อน

ต่อความรู้สึกมากเกินไป

5. การเริ่มเรื่องของคอนเทนต์ดูน่าสนใจดูน่าติดตามจนจบคอนเทนต์
6. มีความสร้างสรรค์ และไม่ซ้ำใครและสดใหม่
7. คอนเทนต์ต้องเป็นประโยชน์ผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมาย
8. เนื้อหาไม่ยืดเยื้อจนทำให้ผู้อ่านรู้สึกน่าเบื่อ
9. มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของคอนเทนต์ที่ชัดเจน เพื่อคอนเทนต์จะได้ไม่ออกทะเล
10. มีการวางแผนเกี่ยวกับกระบวนการในการเขียน ประเด็นที่เขียน รวมถึงการเผยแพร่

ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ หลังได้จากได้คอนเทนต์แล้ว

11. ภาษาที่ใช้ต้องมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และควรระมัดระวังในเรื่องความถูกต้องทางด้านภาษา

12. ต้องใช้ความระมัดระวังในเรื่องกฎหมายและจริยธรรมในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลบุคคล การละเมิดลิขสิทธิ์ ภาพ เพลง ฟอนท์อักษร ที่นำมาใช้

4.3 ผลิตภัณฑ์หรือคอนเทนต์

ในการผลิตสื่อหรือคอนเทนต์นั้น แม้ว่าจะมีเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงาน อย่างเช่น Canva ซึ่งเป็นโปรแกรมในการทำกราฟิกที่ช่วยให้ทำงานได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงมีขั้นตอนในการเตรียมข้อมูล และโครงสร้างในการทำคอนเทนต์ ได้แก่

1. ข้อความที่จะใช้ ได้แก่ ตัวอักษร คำ ประโยค และรูปแบบการเขียนแบบต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่จะนำเสนอในคอนเทนต์ โดยเป็นส่วนที่แสดงรายละเอียดของเนื้อหาหรือเรื่องราวที่นำเสนอ ในขั้นตอนการร่างข้อความหรือจัดเตรียมข้อความ อาจจะมีการเขียนบนกระดาษหรือการพิมพ์ด้วยโปรแกรมต่างๆ รูปแบบการนำเสนอในในเพจ เป็น โป้ท นั้น จะเป็นรูปแบบของบทสนทนา

การผลิตสื่อหรือคอนเทนต์นั้น อาจมีการจัดทำรูปแบบของข้อความได้หลายรูปแบบ เช่น

1) กำหนดลักษณะของแบบตัวอักษรหรือข้อความ (text) เช่น ตัวธรรมดา ตัวหนา ตัวเอียงหรือการขีดเส้นใต้

2) กำหนดขนาดของตัวอักษร (font size)

3) กำหนดสีตัวอักษร (color)

4) กำหนดการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษร เช่น การจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรซึ่งเป็นการกำหนดวิธีการเรียงของตัวอักษรหรือข้อความในแต่ละย่อหน้า ว่าต้องการขีดซ้าย ขีดขวา อยู่ตรงกึ่งกลางหรือจัดซ้ายขวาเสมอกัน รวมถึงการเว้นระยะห่างของข้อความ

5) การกำหนดเส้นขอบตัวอักษร (borders)

แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ

1) ตัวอักษรที่ใช้จะต้องมีความชัดเจนและอ่านง่าย

2) ข้อความที่ต้องการจะเน้นควรจะมีลักษณะที่แตกต่างจากข้อความธรรมดาเช่นใช้ตัวหนาตัวเอียงหรือขีด

3) จัดช่องว่างระยะห่าง ให้อ่านง่ายและมีความเหมาะสม

4) จัดขนาดของตัวอักษรตามความสำคัญของข้อความ

5) หัวข้อที่ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ควรมีระยะช่องไฟของตัวอักษรที่ให้ความรู้สึกที่ดีไม่ติดหรือห่างกันเกินไป

6) เลือกสีของข้อความให้อ่านง่ายมีความแตกต่างจากสีของพื้นหลังเช่นตัวอักษรสีเข้มควรออยู่บนพื้นสีอ่อนในขณะที่ตัวอักษรสีอ่อนควรออยู่บนพื้นสีเข้ม

7) หากต้องการจัดข้อความให้อยู่กึ่งกลางบรรทัดไม่ควรทำติดกันหลายๆบรรทัดเพราะจะดูไม่สวยงามและยากต่อการอ่าน

8) ตัวอักษรภาษาอังกฤษควรใช้อักษรพิมพ์ใหญ่และพิมพ์เล็กอย่างเหมาะสม โดยทั่วไปถ้ากำหนดขนาดตัวอักษรที่เท่ากันตัวอักษรภาษาอังกฤษจะมีขนาดสูงกว่าภาษาไทย เนื่องจากภาษาไทยจะนับรวมตัวสระที่อยู่ด้านบนและตัวสระที่อยู่ด้านล่างเข้าไปด้วย

9) การเน้นความน่าสนใจของข้อความ อาจใช้การใส่แสงเงาให้กับตัวอักษร

10) ควรสรรหาข้อคิดคำเสนอแนะหรือคำติชมจากหลายๆความคิดมาสรุปเพื่อเลือกใช้ตัวอักษรที่เหมาะสมที่สุดกับข้อความที่ต้องการนำเสนอ

11) การนำตัวอักษรมาใช้ในงานควรตรวจสอบเรื่องลิขสิทธิ์ก่อนว่าสามารถนำมาใช้ได้หรือไม่หากต้องการใช้ตัวอักษรจะมีเว็บไซต์ที่ให้บริการดาวน์โหลดตัวอักษร โดยไม่เสียค่าลิขสิทธิ์

2. การใช้ภาพส่งผลต่อการจดจำและรับรู้ของผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าการใช้ข้อความ การภาพหนึ่งเพื่อนำเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ นอกจากจะต้องพิจารณาถึงสิ่งที่ปรากฏในภาพแล้ว ยังต้องคำนึงถึงการกำหนดลักษณะของภาพว่าจะเป็นภาพขนาดใด ได้แก่ ภาพใกล้ ภาพไกล มุมกล้องเป็นอย่างไร ได้แก่ มุมสูง มุมต่ำ มุมระดับสายตา สิ่งต่างๆ เหล่านี้ถือเป็นศาสตร์และศิลป์ที่สำคัญของการสร้างสรรค์ภาพประกอบคอนเทนต์ทั้งสิ้น ภาพเป็นสื่อที่มีบทบาทและอิทธิพลต่อผู้รับสารเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอสิ่งที่มีความเหมือนจริง และสร้างความน่าเชื่อถือได้สูง แต่ความเหมือนจริงและความน่าเชื่อถือของภาพถ่ายนั้น จำเป็นต้องอาศัยศิลปะในการนำเสนอภาพเพื่อสื่อความหมาย เล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ ถ่ายทอดจินตนาการ ความฝัน และอารมณ์ความรู้สึกไปสู่ผู้รับสารได้อย่างอิสระเสรี ภาพจะสามารถสื่อความหมาย ถ่ายทอดเรื่องราว หรือมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับการสร้างสรรค์และเลือกนำเสนอ เพราะผู้รับสารจะรับรู้หรือเห็นเหตุการณ์เฉพาะที่ปรากฏบนในภาพยนตร์เท่านั้น ด้วยเหตุนี้เองการเลือกภาพเหตุการณ์ที่ดี การกำหนดลักษณะหรือขนาดของภาพที่ดี และการกำหนดมุมกล้องที่ดี สิ่งเหล่านี้ถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้การเล่าเรื่องราวเป็นไปตามที่ผู้สร้างสรรค์ภาพต้องการสื่อความหมาย

การจัดองค์ประกอบภาพเป็นการจัดวางทุกสิ่งที่ปรากฏขึ้นในกรอบภาพให้สื่ออารมณ์และความหมาย ภาษาของภาพใช้ภาพในการสื่อสารอธิบายถึง เหตุการณ์ เนื้อหา อารมณ์ความรู้สึกแก่ผู้ชม สิ่งปรากฏขึ้นในภาพ ดังนั้น ภาพจะต้องผ่านการเลือก คัดสรร สิ่งต่างในการนำมาประกอบกัน

ในภาพ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายและเล่าเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ โดยมี จุดมุ่งหมาย 3 ประการหลัก คือ 1) ความงาม 2) ความหมาย และ 3)อารมณ์ความรู้สึก ที่เกิดขึ้นในภาพ การจัดองค์ประกอบภาพเกิดจากการตีความผ่านเนื้อหา หรือเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมาย ผ่านการจัดวางตำแหน่ง เพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา

เครื่องมือที่ใช้ในการจัดองค์ประกอบภาพ เช่น แสง เงา สี จุดเด่น รูปทรง พื้นที่ว่าง เอกภาพ ระยะเวลาของภาพ เป็นต้น

4.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก

เมื่อทำการสร้างคอนเทนต์และผ่านความเห็นชอบจากหัวหน้างานและทีมเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือดำเนินการเผยแพร่สื่อ หรือโพสต์ลงเพจ เป็น โป้ท เพื่อเป็นการเผยแพร่ไปยังลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย โดยมีข้อควรรู้ในการโพสต์ดังต่อไปนี้

1. นอกจากภาพกราฟิกที่เตรียมไว้ อาจจะมีการโพสต์เพิ่มเติม โดยใช้เป็นเนื้อหาสั้นๆ หยิบเฉพาะสาระสำคัญๆ กระชับ ได้ใจความ เอาส่วนที่น่าสนใจที่สุด ยาวไม่เกิน 2-3 บรรทัด เพื่อให้ Fanpage อ่านแล้วเกิดความรู้สึกว่า เนื้อหานี้ดี น่าอ่านต่อ น่าติดตาม อาจจะทำ Link ของเนื้อหา สาระมาวางไว้ด้วย

2. ใช้จำนวนการ Post ให้เหมาะสมอย่า Post บ่อยจนเกินไป หรือ น้อยจนเกินไป โดยยึดจากตารางการเผยแพร่คอนเทนต์ที่ทางทีมได้มีการประชุมวางแผนเอาไว้แล้ว

3. หมั่นตอบคำถาม Comment / Post สื่อสารกับ Fanpage ด้วย FB Message ตอบทุก Comment แม้ Comment นั้นจะ Inbox มาแล้ว หรือ โทรมาแล้วก็ตาม เพราะลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายจะได้รู้ว่า Page ของทางบริษัท มีการจัดการ และ มีผู้ดูแลอยู่ตลอดเวลา

4. เลือกช่วงเวลาโพสต์ ให้เหมาะสม มีผลกับการเข้าถึงกลุ่มคน หรือ Fanpage โดยทำการตรวจสอบจากสถิติของแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ หรือการแนะนำของ Facebook

5. สามารถตั้งเวลา Post โดยเลือกช่วงเวลาได้เอง ทำให้สามารถสร้างความผูกพันกับ Fanpage โดยแม้ในช่วงวันหยุด

บทที่ 5

สรุปผลการฝึกสหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในครั้งนี้ ผู้จัดทำ ได้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาที่ ณ บริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เป็นระยะเวลา 4 เดือน โดยในการปฏิบัติงานครั้งนี้ ได้ฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่ง Digital Marketing โดยผู้จัดทำได้จัดทำสรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 5.1 วัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน
- 5.2 สรุปการจัดทำโครงการ
- 5.3 ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ
- 5.4 ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ
- 5.5 ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ
- 5.6 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจศึกษา
- 5.7 ประสพการณ์ที่ประทับใจ.

5.1 วัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน

5.1.1 เพื่อให้ศึกษามีโอกาสได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงก่อนสำเร็จการศึกษา

5.1.2 เพื่อเพิ่มประสบการณ์ทางด้านอาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษา

5.1.3 เพื่อเปิดโอกาสให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีส่วนร่วมใน การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต

5.1.4 เพื่อให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเป็นไปตามความต้องการของสถานประกอบการ

5.1.5 เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยผ่านนักศึกษาผู้ไปฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการนั้น ๆ

5.2 สรุปการจัดทำโครงการ

ในการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาเรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เป็น โป๊ท ของบริษัท แก๊ก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานด้านการทำบทสนทนาของตัวการ์ตูน เป็น โป๊ท เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook ซึ่งได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ

ประเภทของคอนเทนต์ที่โพสต์ลงเฟซบุ๊ก เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการโพสต์ วางแผนเนื้อหา โดยทำการประชุมที่วางแผน จัดทำคอนเทนต์ด้วยโปรแกรม Canva และได้รับคำแนะนำในการทำงานจากพนักงานพี่เลี้ยง ที่คอยให้คำแนะนำหากมีข้อสงสัย หรือเกิดความผิดพลาดใด ๆ จนสามารถปฏิบัติงานได้เป็นที่น่าพอใจ และยังได้รับความรู้ในการทำงาน เพื่อนำไปพัฒนาตนเอง และต่อยอดให้สามารถทำงานในสถานประกอบการต่อไปได้

5.3 ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ

5.3.1 เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยผ่านนักศึกษาผู้ฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการนั้น ๆ

5.3.2 พนักงานประจำมีนักศึกษาช่วยงาน และสามารถทำงานที่สำคัญได้มากขึ้น

5.3.3 สถานประกอบการได้นักศึกษาที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ

5.4 ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ

5.4.1 ได้เรียนรู้และพัฒนาตนเอง ที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น รับผิดชอบและมั่นใจในตนเองมากขึ้น

5.4.2 ได้เรียนรู้และมีทักษะต่างๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

5.4.3 ได้รับประสบการณ์วิชาชีพตามสาขาวิชาที่เรียนเพิ่มเติมจากห้องเรียน

5.5 ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ

5.5.1 สถานศึกษาสามารถนำข้อมูลการฝึกปฏิบัติงานสหกิจของนักศึกษา มาพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนได้

5.5.2 เป็นการเพิ่มภาคปฏิบัติให้กับสถานศึกษา ทำให้สถานศึกษามีสามารถนำข้อมูลการฝึกปฏิบัติไปต่อยอดด้านอื่น ๆ ได้

5.5.3 เป็นการเพิ่มภาคปฏิบัติให้กับสถานศึกษา ทำให้สถานศึกษามีสามารถนำข้อมูลการฝึกปฏิบัติไปต่อยอดด้านอื่น ๆ ได้

5.6 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจศึกษา

5.6.1 วิเคราะห์จุดเด่นของผู้ฝึกสหกิจศึกษา

1. มีความตั้งใจในการทำงาน
2. เรียนรู้ได้รวดเร็ว

3. มีความพร้อมในการปรับตัว เพื่องานให้มีประสิทธิภาพตามที่ได้รับมอบหมาย

5.6.2 วิเคราะห์จุดด้อยของผู้ฝึกสหกิจศึกษา

1. ทักษะการสื่อสารยังมีน้อย ทำให้ประสานงานกับทีมอื่นไม่เข้าใจในบางครั้ง
2. ทำงานช้าในบางครั้ง เนื่องจากเป็นการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งแรก
3. ความจำสั้น จำอะไรได้ไม่นานเท่าที่ควร

5.6.3 วิเคราะห์โอกาสของผู้ฝึกสหกิจศึกษา

1. ได้เข้ามาฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท แก็ก อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด ทำให้ได้พัฒนาความรู้ที่มี

2. ได้เรียนรู้การทำคอนเทนต์
3. ได้เรียนรู้การทำกราฟฟิก

5.6.4 วิเคราะห์อุปสรรคของผู้ฝึกสหกิจศึกษา

1. มีการส่งงานแทรกซ้อนในบางครั้ง ทำให้ทำงานไม่ทัน
2. มีการเรียกประชุมบ่อย ส่งผลกระทบกับเวลาทำงาน
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอกับงาน ทำให้ต้องทำงานหลายหน้าที่ในบางครั้ง

5.7 ประสบการณ์ที่ประทับใจ.

การฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ ได้รับความรู้ที่นอกเหนือจากในห้องเรียน มีโอกาสได้พบพี่ ๆ ที่บริษัทที่ช่วยให้สอนงาน ให้คำแนะนำ และแก้ปัญหาในสิ่งที่ไม่เข้าใจ ได้ลองทำอะไรใหม่ ๆ ถือเป็นประสบการณ์ที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. 2565. เอกสารการสอนชุดวิชาฉบับ
เพิ่มเติม

ชุดวิชา 15206 คอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ Creative Content. สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

เอกสารออนไลน์

STEPS Academy. 14 เทคนิคการสร้าง Engagement บน Facebook เพื่อธุรกิจออนไลน์.

เข้าถึงจาก <https://stepstraining.co/strategy/14-techniques-increasing-engagement-on-facebook> (วันที่ทำการสืบค้น 3 มกราคม 2567)

วิธีการโพสต์ Facebook Fanpage. เข้าถึงจาก

<https://www.softbankthai.com/Article/Detail/7980> (วันที่ทำการสืบค้น 5 มกราคม 2567)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ใบรับรองการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์
 สัปดาห์ที่ 1
 สาขาวิชา โฆษณารับ-ทสัมพันธ์
 คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี



ชื่อนิสิต นางสาว อานัตต์ธิดา รัตนประทีปเนย รหัสนิสิต ๒๖1๐411๐๐๑1
 ชื่อองค์กร แอ็ก อเมเจอร์อินชันทนล จิวเวลรี่
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน ก.ม.สันต์ สงัดคุณ โทรศัพท์ ๐๘12546713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง (ในหน่วย, ๐๐๑)	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์				
อังคาร				
พุธ	1 พ.ย. 66	เรียนรู้งานชิ้นนี้ที่หน้า หน้าห้องต้อนรับที่สำนักงานได้รู้จัก	9.00-18.00	อ.ม.สันต์ สงัดคุณ
พฤหัสบดี	2 พ.ย. 66	ทำสื่อโปรไฟล์ทสัมพันธ์ขององค์กรในนาม โรงเรียน (สื่อภาพเคลื่อนไหว)	9.00-18.00	อ.ม.สันต์ สงัดคุณ
ศุกร์	3 พ.ย. 66	ออกแบบสไลด์โปรไฟล์ภาพรวม สื่อนำเสนอ	9.00-18.00	อ.ม.สันต์ สงัดคุณ
เสาร์	4 พ.ย. 66	ทำสื่อประเภทสัมพันธ์ลงแพลตฟอร์ม ของเพจในโซเชียลมีเดีย	9.00-15.00	อ.ม.สันต์ สงัดคุณ
อาทิตย์	5 พ.ย. 66	วันหยุดงาน		อ.ม.สันต์ สงัดคุณ



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 2

สาขาวิชา โยคะบำบัดและสุขภาพ

คณะ นศท มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



ชื่อนิสิต น.ศ. อานันท์ดา รตนประเสริฐกุล รหัสนิสิต 6710411001

ชื่อองค์กร บริษัท อี.ที.เค. เอ็ม. เอ. จำกัด

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน น.ศ. สันติ วัฒนกุล โทรศัพท์ 081.259.6712

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	6/๗/๖๖	วางแผนและทำตารางโซเชียล 9 มก. / ๖.๕๐ ฟันช่องบนล่าง	9.00-12.00	น.ศ. สันติ วัฒนกุล
อังคาร	7/๗/๖๖	ลาป่วย		น.ศ. สันติ วัฒนกุล
พุธ	8/๗/๖๖	ปรับและทำตารางโซเชียล และทำสไลด์เนื้อหา	9.00-12.00	น.ศ. สันติ วัฒนกุล
พฤหัสบดี	9/๗/๖๖	ทำสื่อการสอนในเด็ก ชื่อเรื่องว่า ป๊อปปอป นานาชาติ ตามอสังคต. ๖ หนังสือตัวอักษร อักษรราชต่อหน้าปก เด็กเล็ก	9.00-12.00	น.ศ. สันติ วัฒนกุล
ศุกร์	10/๗/๖๖	สอนทฤษฎี 9 ข้อตัวการ ในหน่วย การประเมิน	9.00-12.00	น.ศ. สันติ วัฒนกุล
เสาร์	11/๗/๖๖	ช่วยจัดการเนื้อหาใบงาน 9 ข้อกับคุณผู้ สอน	9.00-12.00	น.ศ. สันติ วัฒนกุล
อาทิตย์	12/๗/๖๖	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 3

สาขาวิชา โฆษณาประชาสัมพันธ์

คณะ ศิลปศาสตร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ชื่อนิสิต อาทิตยา รัตนประทีปทอง รหัสนิสิต 6210410001

ชื่อองค์กร แก๊ง อนาคต เนชั่นเนล ชีโต้

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นมสัส สุง่อม โทรศัพท์ 0212546713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	12/4/66	ทำภาพตัวการ์ตูน ลิง พวงคอปเปอร์ Social Media	9.00-18.00	นมสัส สุง่อม
อังคาร	14/4/66	สร้งรูปท่อนบท และ ทำภาพตัวการ์ตูน 9 น. ๕๗ ลาร์ แบงก์ และ 9 น. เรียง โรง. ๖.๖๔ 9 น. เด็ด	9.00-18.00	นมสัส สุง่อม
พุธ	15/4/66	อัปเดตตารางโซเชียลในช่องได้ พุดอังกะน-ต้นเดือนอืหวาม โปลัซซัวะ โปลัซัวะ 9 น. เด็ด ล. พอ (ฟ) เย็นไว้	9.00-18.00	นมสัส สุง่อม
พฤหัสบดี	16/4/66	แก้โปโซเชียลเพิ่มเต็มในช่อง ได้พุดอังกะน ถึง สิ้นเดือนพ.ค. ค.ม. 67	9.00-18.00	นมสัส สุง่อม
ศุกร์	17/4/66	ทำสื่อการในกม 9 หน้าข้อ ป่าวโฆษณารวมการทอนารเท	9.00-18.00	นมสัส สุง่อม
เสาร์	18/4/66	ทำหน้าข้อ 9 ในช่อง ค.ค. ๖๖ ของมือ ได้ฝึกใช้ Photoshop เบื้องต้น	9.00-17.00	นมสัส สุง่อม
อาทิตย์	19/4/66	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 4

สาขาวิชา โฆษณาประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจ



ชื่อนิติกร... อาทิตย์... รัตนประไพ... รหัสนิติกร... 6310410001

ชื่อองค์กร... 11.00.0... อเนก... เนชั่นเนล... จำกัด

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา... Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน... กมลสิน... โทรศัพท... 0212546713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	20/๗/๖๖	เก็บข้อมูลวีdeo 9 นาที 1.00.19.19.19.19	๑.31-18.00	๑๗.๖๖ ๕๖๖๖
อังคาร	21/๗/๖๖	การดู เกร็ดความรู้ 9 นาที ประวัติ... และ...ของ... ...	๑.20-18.00	๑๗.๖๖ ๕๖๖๖
พุธ	22/๗/๖๖	ภาพการ์ตูน 9 นาที การ์ตูน... ...	๑.31-18.00	๑๗.๖๖ ๕๖๖๖
พฤหัสบดี	23/๗/๖๖	เก็บข้อมูลวีdeo 9 นาที ประวัติ... ...	๑.40-18.00	๑๗.๖๖ ๕๖๖๖
ศุกร์	24/๗/๖๖	คลังข้อมูลวีdeo 9 นาที ประวัติ... ...	๑.00-18.00	๑๗.๖๖ ๕๖๖๖
เสาร์	25/๗/๖๖	บันทึกของวีdeo 9 นาที ประวัติ... ...	๑.00-15.00	๑๗.๖๖ ๕๖๖๖
อาทิตย์	26/๗/๖๖	วันหยุดงาน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 5

สาขาวิชา โฆษณา ประชาสัมพันธ์

คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



ชื่อนิสิต อาทิตย์ ต. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ รหัสนิสิต 63104110001

ชื่อองค์กร บริษัท อเนกประสงค์

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน ก.ส.น. อังสุมา โทรศัพท 0912546712

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	27.ม.ย.66	ภาพเสียงในวงษ์ เวิร์คค่อน ช่วงเทศกาล	9.00-12.00	อมสิน 2100น
อังคาร	28.ม.ย.66	เครื่องครัว 9 ชิ้น ประจำวัน ทำ	9.00-17.00	อมสิน 2100น
พุธ	29.ม.ย.66	ภาพการ์ตูน 9 ชิ้น ประจำวัน ทำ	9.00-12.00	อมสิน 2100น
พฤหัสบดี	30.ม.ย.66	ภาพการ์ตูน 9 ชิ้น ภาพพวงวัน ปีใหม่ และ เรือ กวอชานร ๑๑๑๑ ในเทศกาลปี ๑๑๑๑	9.00-12.00	อมสิน 2100น
ศุกร์	1.6.66	ชุดการ์ตูนการสื่อสาร 9 ชิ้น ประจำวัน ทำ	9.00-12.00	อมสิน 2100น
เสาร์	2.6.66	บริษัท น.๑๑		
อาทิตย์	3.6.66	บริษัท น.๑๑		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 6

สาขาวิชา โฆษณาประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



ชื่อนิสิต ตาต๋องอ๋า รัตนประทีปทอง รหัสนิสิต 63104110001

ชื่อองค์กร นก.อ.น.เค.อ. นครขอนแก่น อีทีที

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน กนกสันธุ์ รุ่งอรุณ โทรศัพท์ 081 254 6713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	4/6/66	บริษัท นก.อ.		
อังคาร	5/6/66	บริษัท นก.อ.		
พุธ	6/6/66	สืบประวัติบริษัท เอเซีย ฝั่งขงาอีทีที ที่ แล่นทาง และกองขงาอีทีทีประเทศไทย	9.00-17.30	อมวิลา 11202
พฤหัสบดี	7/6/66	ทำสื่อประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ใน หัวข้อ การรอกอช และทำในหัวข้อ หนึ่ง ชื่อว่า 12 รวิชา ดวงส 9 น.ปี 25 67	9.00-17.30	อมวิลา 11202
ศุกร์	9/6/66	แต่งโพสในหน้าคอนทนต์ เป็น ภา่วนโพส สื่อ facebook ขงอ โพง 1 ชั้น โนบัท	9.00-18.00	อมวิลา 11202
เสาร์	9/6/66	พักล้างถังขงาอีทีที		อมวิลา 11202
อาทิตย์	10/6/66	วันหยุดบริษัท		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 7

สาขาวิชา โฆษณาประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี



ชื่อนิติคุณ อภิตร์ดา รัตนประทีปคุณ รหัสนิติคิด 67104110001

ชื่อองค์กร บิ๊กดี อินเทอร์เน็ต ชิงช้า

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน สมสันต์ สุขุม โทรศัพท์ 091 254 6713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	11/6/66	ลงมือทำโปรเจกต์		สมสันต์ สุขุม
อังคาร	12/6/66	ประชุมทีมในหัวข้อ องค์กรร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ในร้านในช่วงเย็น	9.00-18.00	สมสันต์ สุขุม
พุธ	13/6/66	ฝึกออกแบบกราฟิก จำนวน 600 ชิ้น	9.00-18.00	สมสันต์ สุขุม
พฤหัสบดี	14/6/66	ทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ และร่วมประชุมกับพี่ๆ ในสาขา ที่โรงเรียนจตุรพักตรพิมาน	9.00-18.00	สมสันต์ สุขุม
ศุกร์	15/6/66	ประชุมทีมเกี่ยวกับงานกราฟิก และออกแบบเว็บไซต์	9.00-18.00	สมสันต์ สุขุม
เสาร์	16/6/66	ทำคอนเทนต์ลงในโซเชียลมีเดีย	9.00-18.00	สมสันต์ สุขุม
อาทิตย์	17/6/66	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 8

สาขาวิชา โฆษณาสื่อมวลชน

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ชื่อนิสิต อาทิตยา รัตนประทีปทอง รหัสนิสิต 6310411001

ชื่อองค์กร อีทีอี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน ก.ม.ศ.น. อังษณา โทรศัพท์ 0930094683

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	18/6/66	ลาป่วย		๑ วัน 3.00 ชม
อังคาร	19/6/66	ประชุมกับหัวหน้าส่วน OTT'sIDE	9.00-12.00	๑ วัน 3.00 ชม
พุธ	20/6/66	หาข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ รับสมัครตำแหน่งนายช่าง (ช่าง) ในหน่วยงานอื่นตามข้อมูลประชุม ได้เกี่ยวกับ นายช่างเว็บไซต์	9.00-13.00	๑ วัน 3.00 ชม
พฤหัสบดี	21/6/66	เข้าร่วมงานของพี่สาวเพื่อทำ พินิจ จากเวลา 9 ชั่วโมง	9.00-13.00	๑ วัน 3.00 ชม
ศุกร์	22/6/66	แก้ไขเพิ่มเติมในหัวข้อเรื่อง กำหนดของวันปีใหม่	9.00-13.00	๑ วัน 3.00 ชม
เสาร์	27/6/66	แก้ไขเพิ่มเติมในหัวข้อของโพส ฝึกเขียนโพสเพื่อแบ่งปัน ดีต่อใจ และช่วยวางรูปบนยูทูป	9.00-12.00	๑ วัน 3.00 ชม
อาทิตย์	24/6/66	วันหยุด		



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 9

สาขาวิชา วิชาเอก ปรัชญาสังคม

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



ชื่อนิสิต อาทิตย์ รัตนประเสริฐ รหัสนิสิต 63104110001

ชื่อองค์กร ภัค. อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน วรสันต์ สุขประเสริฐ โทรศัพท์ 093.009.4687

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	25/6/66	ทำใบปลิวลงในวงล้อกิจกรรม ของสัปดาห์ใหม่	9.00-12.00	ว.สัน สุขประเสริฐ
อังคาร	26/6/66	นำเลี้ยงหีบไม้		
พุธ	27/6/66	นำปลิวลงในวงล้อ		
พฤหัสบดี	28/6/66	นำปลิวลงในวงล้อ		
ศุกร์	29/6/66	นำปลิวลงในวงล้อ		
เสาร์	30/6/66	นำปลิวลงในวงล้อ		
อาทิตย์	31/6/66	นำปลิวลงในวงล้อ		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์
 สัปดาห์ที่ 10
 สาขาวิชา โฆษณา ปว.ท.สัมพันธ์
 คณะ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี



ชื่อนิสิต ชานัญญา รัตนประทีปทอง รหัสนิต 63104110001
 ชื่อองค์กร ส.ก.ก. อีคอมเมิร์ซ เนชั่นเนล ซีวิลด์
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน อ.ว.สันต์ คุ้มคุณ โทรศัพท์ 081 254 6713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	1/ม.ค.67	หยุดช่วงปีใหม่		
อังคาร	2/ม.ค.67	ประชุมทีมในบริษัทคอนเทนต์ เพื่อจัดทำคอนเทนต์ 9 หัวข้อ ขึ้น และ เปรียบ feedback หัวข้อ	9.00-12.00	อ.ว.สันต์ คุ้มคุณ
พุธ	3/ม.ค.67	แก้ไขเพิ่มเติมใบตารางคอนเทนต์ 9 หัวข้อ เดือน ม.ค. 67 - ก.ย. 67 ค้นหาใบสเปรดชีต, แก้ไขลงใน Google Sheet	9.00-12.00	อ.ว.สันต์ คุ้มคุณ
พฤหัสบดี	4/ม.ค.67	ทบทวนบทเรียนในคลังความรู้ในบริษัท รู้จักหน้าที่ มีทักษะ มีประสบการณ์ 1.5 ~ 0.5 แบบ เติบโต หัวข้อ	9.00-12.00	อ.ว.สันต์ คุ้มคุณ
ศุกร์	5/ม.ค.67	ทบทวนเนื้อหาในบริษัท ภารกิจวันโลก	9.00-12.00	อ.ว.สันต์ คุ้มคุณ
เสาร์	6/ม.ค.67	ปิดร้าน	9.00-12.00	อ.ว.สันต์ คุ้มคุณ
อาทิตย์	7/ม.ค.67	วันหยุดปกติ		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์
 สัปดาห์ที่ 1
 สาขาวิชา โยคะ/พหุสัมพันธ์
 คณะ บ.บ.ค.ว.อ. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี



ชื่อนิสิต อ.ทศิตา วัฒนพงษ์ รหัสนิสิต 67104110001
 ชื่อองค์กร บ.ค.ค. อ.หนองหานชล. จำกัด
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน อ.ม.ค.ค. สังขต.ว. โทรศัพท์ 0812546717

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	8/ม.ค.67	สร้างบทส่งบทในหัวข้อ ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ในช่วงเช้า ฝึกเขียนหัวข้อ และออกแบบ สไลด์ ผลิตสไลด์ทั้งหมดใช้เวลาเป็นสัปดาห์	9.00-12.00	อ.ม.ค.ค. สังขต.ว.
อังคาร	9/ม.ค.67	สร้างบทส่งบทในหัวข้อ จัดสรร ช่วงเย็นสัปดาห์ (ในช่วงกลางวัน) ประชุม เพื่อนร่วมชั้นเรียนถึงกับกลุ่มงาน	9.00-12.00	อ.ม.ค.ค. สังขต.ว.
พุธ	10/ม.ค.67	บทส่งบทในหัวข้อ ฝึกเขียนบท ส่งไปรษณีย์เป็นต้นฉบับส่งถึง ในชั่วโมงว่าง อ.จ.ร.ร.ม.ค.ค. สังขต.ว.	9.00-12.00	อ.ม.ค.ค. สังขต.ว.
พฤหัสบดี	11/ม.ค.67	ส่งบทส่งบทในหัวข้อ ส่งเอกสาร ข้อสอบให้ทางบ.ค.ค. อ.หนองหาน	9.00-12.00	อ.ม.ค.ค. สังขต.ว.
ศุกร์	12/ม.ค.67	ส่งบทส่งบทในหัวข้อ ส่งเอกสาร ในวันว่าง	9.00-12.00	อ.ม.ค.ค. สังขต.ว.
เสาร์	13/ม.ค.67	ออฟฟิศหยุดพักในวันเสาร์	9.00-12.00	อ.ม.ค.ค. สังขต.ว.
อาทิตย์	14/ม.ค.67	วันหยุดพักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์
 สัปดาห์ที่ 12
 สาขาวิชา โฆษณาประชาสัมพันธ์
 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต อาทิตย์ตา รอดป.พ.พ.พ. รหัสนิสิต 61104110001
 ชื่อองค์กร กก.อ.น.ต.ต. ม.ช.น.น.ล. จำกัด
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน อ.ม.สัน อ.ง.อ.ว. โทรศัพท์ 091 254 6717

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	15/ม.ค.67	ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท	9.00-12.00	อ.ม.สัน อ.ง.อ.ว.
อังคาร	16/ม.ค.67	พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพิ่มเติมในเดือน ตุลาคม 2567	9.00-12.00	อ.ม.สัน อ.ง.อ.ว.
พุธ	17/ม.ค.67	สำรวจความคิดเห็นของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์	9.00-12.00	อ.ม.สัน อ.ง.อ.ว.
พฤหัสบดี	18/ม.ค.67	สรุปงาน	9.00-12.00	อ.ม.สัน อ.ง.อ.ว.
ศุกร์	19/ม.ค.67	ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ วันพฤหัสบดี	9.00-12.00	อ.ม.สัน อ.ง.อ.ว.
เสาร์	20/ม.ค.67	ทำใบเสนอราคาปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ ในบริษัท ภัตตาคาร ขว.น.น.ส.อ.พ.อ.ย.อ.	9.00-12.00	อ.ม.สัน อ.ง.อ.ว.
อาทิตย์	21/ม.ค.67			



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 17
 สาขาวิชา วิชาเอกภาษาอังกฤษ
 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี



ชื่อนิสิต อ.หัตถ์ภา รัตนประไพพงษ์ รหัสนิสิต 63104110001

ชื่อองค์กร จ.ค.ค. อเนกอร์.โพธิ์พนม จำกัด

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน อ.ม.ส.น. สุพรรณ โทรศัพท 081 254 6715

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	22/ม.ค.67	ทดลองเนื้อหาในหัวข้อ การออกแบบสื่อ ภาพนิ่งได้สำเร็จ	9.00 - 18.00	อ.ม.ส.น. สุพรรณ
อังคาร	23/ม.ค.67	สร้างคอนเทนต์ผ่านสื่อในหัวข้อ 5. บทเพลง หรือบทกวีของอกุศลวิมล ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ ชวนคุณแม่ที่ เร่ร่อนใจดีใจแม่	9.00 - 18.00	อ.ม.ส.น. สุพรรณ
พุธ	24/ม.ค.67	ช่วยสร้างสื่อเพื่อใช้ในโครงการ วิจัยและวิจัยด้วย Kahoot	9.00 - 18.00	อ.ม.ส.น. สุพรรณ
พฤหัสบดี	25/ม.ค.67	ทดลองเนื้อหาในหัวข้อของ การให้พรีเซน เทชัน (บทกวี) ที่คุณแม่ได้เขียน กับสิ่งธรรมดาในทางผู้เป็นพรีเซน ของบทกวี	9.00 - 18.00	อ.ม.ส.น. สุพรรณ
ศุกร์	26/ม.ค.67	อัปเดตตารางใหม่ ในหัวข้อเรื่อง เขียนพรีเซนในสิ่งธรรมดา	9.00 - 18.00	อ.ม.ส.น. สุพรรณ
เสาร์	27/ม.ค.67	จัดรูปไปนนำทบทวน	9.00 - 18.00	อ.ม.ส.น. สุพรรณ
อาทิตย์	28/ม.ค.67	วันหยุดไม่เข้า		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 4

สาขาวิชา วิชาเอก ป.บ.ท. สังคมศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ชื่อนิสิต... อาทิตย์ ต. รัตนประทีป... รหัสนิสิต... 67104110001
 ชื่อองค์กร... อ.ก.ค. อ.เขต อ.พ. อ.น.อ. อ.จ.อ. อ.จ.อ. อ.จ.อ. อ.จ.อ.
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน อ.ม.ส. ส.วิ. อ.ม.ส. โทรศัพท์ 0812546713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	27/ก.ค./67	ทดลองหาหนทางในหัวข้อ บัญชี ความหมายของ จ.น.ต.ต.ต.ต.	9.00-18.00	อมรินทร์
อังคาร	30/ก.ค./67	ได้รับมอบหมายเพิ่มเติมจากพี่เลี้ยง โดยเป็นแบบลงมือปฏิบัติ เช่น - บันทึกโฆษณาได้ฝึกงานในภาคกลางในวงแคบที่ตรงกับสำนักงาน ตามหัวข้อที่ส่งมา	9.00-18.00	อมรินทร์
พุธ	31/ก.ค./67	ทดลองหาหนทางในหัวข้อ เติบโตของตัวกันหน่อย	9.00-18.00	อมรินทร์
พฤหัสบดี	1/ก.พ./67	ทดลองหาหนทางในหัวข้อ ปรารถนาใจจริง	9.00-18.00	อมรินทร์
ศุกร์	2/ก.พ./67	ทำตัวให้ดูดีในสิ่งที่ทำและสิ่งที่สนใจในสิ่งที่ทำ	9.00-18.00	อมรินทร์
เสาร์	3/ก.พ./67	ทำตัวให้ดูดี	9.00-18.00	อมรินทร์
อาทิตย์	4/ก.พ./67	วันหยุดพักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

ลำดับที่ 15

สาขาวิชา โยธาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต อานัตย์ดา โคนประเสริฐพร รหัสนิสิต 63104110001

ชื่อองค์กร ไร่ไก่ ณ มณฑลพืชมงคล ไร่ไก่

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวสุนทร โทรศัพท 0812546717

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	5 ก.พ. 67	ปรับปรุงแผนการตลาดโซเชียลมีเดียใน 9 หน่วยงาน วิเคราะห์คู่แข่งรายวัน 9 หน่วยงาน โพสต์ประชาสัมพันธ์ 9 หน่วยงาน	9.00-18.00	อานัตย์ดา
อังคาร	6 ก.พ. 67	ปรับปรุงแผน 9 หน่วยงาน วิเคราะห์คู่แข่งรายวัน 9 หน่วยงาน โพสต์ประชาสัมพันธ์ 9 หน่วยงาน	9.00-18.00	อานัตย์ดา
พุธ	7 ก.พ. 67	โพสต์ประชาสัมพันธ์ 9 หน่วยงาน วิเคราะห์คู่แข่งรายวัน 9 หน่วยงาน โพสต์ประชาสัมพันธ์ 9 หน่วยงาน	9.00-18.00	อานัตย์ดา
พฤหัสบดี	8 ก.พ. 67	ติดตามงาน 9 หน่วยงาน วิเคราะห์คู่แข่งรายวัน 9 หน่วยงาน	9.00-18.00	อานัตย์ดา
ศุกร์	9 ก.พ. 67	ติดตามงาน 9 หน่วยงาน	9.00-18.00	อานัตย์ดา
เสาร์	10 ก.พ. 67	โพสต์ประชาสัมพันธ์ 9 หน่วยงาน วิเคราะห์คู่แข่งรายวัน 9 หน่วยงาน โพสต์ประชาสัมพันธ์ 9 หน่วยงาน	9.00-18.00	อานัตย์ดา
อาทิตย์	11 ก.พ. 67	วันหยุดงาน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 16

สาขาวิชา โยคะและสุขภาพ

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ชื่อนิสิต อาทิตย์ดา รัตนประไพกุล รหัสนิสิต 67104110001

ชื่อองค์กร แม็ก อเนเคอ อินชัวร์รันส์

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน อ.ม.ส.น.จ.จ.จ.จ.

โทรศัพท์ 021 254 6712

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	12/ก.พ.67	โพสต์ข่าวเด็กฝึกงาน ตามตาราง ที่ทางบริษัทส่งมาให้	9.00-18.00	อ.ม.ส.น.
อังคาร	13/ก.พ.67	โพสต์ข่าวเด็กฝึกงาน ตามตาราง ที่บริษัทส่งมาให้	9.00-18.00	อ.ม.ส.น.
พุธ	14/ก.พ.67	ทดลองทบทวน 9 ชั่วโมงของ ประวัติ 9 ชั่วโมงใน สื่อ facebook ของทาง บริษัท	9.00-18.00	อ.ม.ส.น.
พฤหัสบดี	15/ก.พ.67	โพสต์ข่าวเด็กฝึกงาน ตาม ตารางที่ทางบริษัทส่งมาให้ + ช่วยพี่เลี้ยง ส่งข้อมูล ส่งมาให้ทาง บริษัท	9.00-18.00	อ.ม.ส.น.
ศุกร์	16/ก.พ.67	ช่วยพี่เลี้ยง ฝึกงาน พี่เลี้ยง พี่เลี้ยง ส่ง มาให้ทาง บริษัท	9.00-18.00	อ.ม.ส.น.
เสาร์	17/ก.พ.67	ลาพัก	9.00-18.00	อ.ม.ส.น.
อาทิตย์	18/ก.พ.67	วันหยุด		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์
 สัปดาห์ที่ 17
 สาขาวิชา วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์
 คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต อนันต์ดา รัตนประไพพงษ์ รหัสนิสิต 67104110001
 ชื่อองค์กร วิทยาลัยเทคโนโลยีและวิชาชีพเฉพาะ
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน ก.ม.สินธุ์ ฤกษ์งาม โทรศัพท์ 091.254.6713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	19/ก.พ. 67	ไปสอนเด็กฝึกงานในโพรงตัว? เช่น ไปสอนเด็กฝึกงาน (internship)	9.00-18.00	ด.ว.ร.น.
อังคาร	20/ก.พ. 67	ช่วงเที่ยงไปประชุมกับพี่สอนเด็กฝึกงาน ไปช่วยกับผลิตภัณฑ์ทั่วโลก ไปสอนเด็กฝึกงานในโพรงตัว? โพรง (สอนเด็กฝึกงาน/สอนเด็กฝึกงาน)	9.00-18.00	ด.ว.ร.น.
พุธ	21/ก.พ. 67	สอนเด็กฝึกงานในโพรงตัว? สอนเด็กฝึกงานในโพรงตัว?	9.00-18.00	ด.ว.ร.น.
พฤหัสบดี	22/ก.พ. 67	ไปสอนเด็กฝึกงานตามโพรงตัว? สอนเด็กฝึกงานในโพรงตัว? 25.66-25.67 BY น.น.น.	9.00-18.00	ด.ว.ร.น.
ศุกร์	27/ก.พ. 67	ไปสอนเด็กฝึกงานตามโพรงตัว? เช่น ไปสอนเด็กฝึกงานตามโพรงตัว? งาน wish Internship.	9.00-18.00	ด.ว.ร.น.
เสาร์	24/ก.พ. 67	วันหยุดพักผ่อน	0	
อาทิตย์	25/ก.พ. 67	วันหยุดพักผ่อน		



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์
 สัปดาห์ที่ 18
 สาขาวิชา โฆษณา ประชาสัมพันธ์
 คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต อนัญญา โคนปทุมทอง รหัสนิสิต 67104110001
 ชื่อองค์กร 1100-041001-เนชั่นเนล ไรด์
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา Digital Marketing
 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน น.ส.น. อัญญา โทรศัพท์ 091 254 6713

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแล การปฏิบัติงาน
จันทร์	26/ก.พ.67	อ่านสื่อโซเชียลของทางบริษัท		
อังคาร	27/ก.พ.67	คอมเมนต์ตามโพสต์ของนักศึกษาคณะ ทว.ที่ปฏิบัติงาน	9.00-18.00	อนัญญา
พุธ	28/ก.พ.67	ปรับและแก้ไขสไลด์งานเรื่อง 5 แดพพล ที่ในตัวขององค์กร + เปลี่ยนหน้า โปรไฟล์บริษัทขององค์กร	9.00-18.00	อนัญญา
พฤหัสบดี/...../.....			
ศุกร์/...../.....			
เสาร์/...../.....			
อาทิตย์/...../.....			

ภาคผนวก ข
ประวัตินิสิตสหกิจศึกษา

ประวัตินิสิตสหกิจศึกษา



- ชื่อ - สกุล : นางสาวอาทิตย์ตา รัตนประทีปทอง
- คณะ / สาขา : คณะนิเทศศาสตร์ สาขาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- มหาวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- ที่อยู่ : 281/59 ซ.ตลาดเก่าสามแยกไฟฉาย ถ.จรัญสนิทวงศ์31 แขวงบางขุนนนท์
เขตบางกอกน้อย กทม 10700
- เบอร์โทรศัพท์ : 093-009-4683
- ประวัติการศึกษา
- ประถมศึกษา : โรงเรียนวัดสุวรรณาราม
- มัธยมศึกษา : โรงเรียนสุวรรณารามวิทยาคม
- มหาวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ สาขาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ จ.นนทบุรี