



โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง

การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อ

ในเพจ บริษัท เกษตรสุเพื่อการเกษตร จำกัด

Content Creation and Media Production for
the Official Page of Kaset Su for Agriculture Co., Ltd.

นางสาวอรณัฐ จินเกษร

64104110001

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิชาสหกิจศึกษา (019002)
สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง

การสร้างสรรคคอนเทนต์และการผลิตสื่อ

ในเพจ บริษัท เกษตรสู้เพื่อการเกษตร จำกัด

Content Creation and Media Production for
the Official Page of Kaset Su for Agriculture Co., Ltd.

นางสาวอรณัฐ จินเกษร

64104110001

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิชาสหกิจศึกษา (019002)
สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

หนังสือส่งโครงการสหกิจศึกษา

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตามที่ข้าพเจ้านางสาวอรุณัฐ จินเกษร นิสิตคณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการ คอนเทนต์และการโฆษณามหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่าง วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัทเกษตรสู่เพื่อการเกษตร จำกัด โดยนิสิตได้ฝึกในตำแหน่ง คอนเทนต์และกราฟฟิก โดยสถานประกอบการได้มอบหมายให้นิสิตฝึกสหกิจศึกษาในส่วนของ การสร้างสรรค์คอนเทนต์และ การผลิตสื่อในเพจ เกษตรสู่ของบริษัท เกษตรสู่เพื่อการเกษตรจำกัด ซึ่งตรงกับหลักสูตรการศึกษา ของตัวนิสิตเอง เพื่อพัฒนาทักษะการเรียนรู้ และประสบการณ์การทำงานจริง บัดนี้ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ได้สิ้นสุดลงแล้ว จึงใคร่ขอส่งไฟล์รายงานการปฏิบัติสหกิจ ศึกษา จำนวน 1 ไฟล์ เพื่อขอรับการประเมินผลการปฏิบัติงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวอรุณัฐ จินเกษร)

ชื่อโครงการสหกิจศึกษา การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เกษตรสู้ของ
บริษัท เกษตรสู้เพื่อการเกษตรจำกัด
ผู้รายงาน อรณัฐ จินเกษร
สาขาวิชา คอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
คณะ นิเทศศาสตร์

.....พิศวิสน์...เจริญถัมภ์.....

(อาจารย์พิศวิสน์ เจริญถัมภ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

.....ชญนิชชา ธนา.....

(นางสาวชญนิชชา ธนาคนันต์)

พนักงานที่ปรึกษา

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ อนุมัติให้รับโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคอนเทนต์และการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

.....

(รองศาสตราจารย์อวยพร พาณิช)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวอรณัฐ จินเกษร รหัสนิสิต 64104110001 นิสิตคอนเทนต์การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ฝึกปฏิบัติสหกิจ ศึกษาระหว่าง วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัท เกษตรสุข เพื่อการเกษตร จำกัด จังหวัดนนทบุรี นิสิตได้มาฝึกปฏิบัติงาน สหกิจศึกษา ในตำแหน่ง คอนเทนต์และตัดต่อกราฟฟิกเพื่อประกอบการศึกษาพัฒนาทักษะการเรียนรู้และ ประสบการณ์การทำงานจริง ซึ่งได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการ ในการทำโครงการเรื่อง การ สร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เกษตรสุขของบริษัท เกษตรสุขเพื่อเกษตร จำกัด

สำหรับโครงการสหกิจศึกษานี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือและความ ร่วมมือสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1.นางสาวชญนิชชา ธนาภคนันต์ พนักงานที่ปรึกษา และจัดหาตำแหน่งงานจากสถานประกอบการ อีกทั้งดูแล ข้าพเจ้าตลอดการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้

2.อาจารย์พิศวิสน์ เจริญถัมภ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิชาสหกิจศึกษา ที่ให้คำแนะนำ คอยติดตาม ประเมินความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา และคอยตรวจแก้ไขโครงการสหกิจศึกษานี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ซึ่งให้ความกรุณา แนะนำในการจัดทำ โครงการสหกิจศึกษานี้ ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอ ขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและ ให้ความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตของการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำโครงการ ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

อรณัฐ จินเกษร

ผู้จัดทำ

13 มีนาคม พ.ศ. 2567

ชื่อโครงการ การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เกษตรสู้ของ บริษัท
เกษตรสู้เพื่อการเกษตร จำกัด

ผู้ผลิต อรณัฐ จินเกษร

รหัสผลิตภัณฑ์ 64104110001

สาขาวิชา คอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พิศวิสน์ เจริญถัมภ์

ปีการศึกษา 2567

บทคัดย่อ

โครงการสหกิจศึกษา เรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เกษตรสู้ของ บริษัท เกษตรสู้
เพื่อการเกษตรจำกัด ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการฝึกสหกิจศึกษา

- 1 เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยผ่านนักศึกษาผู้ไป
ฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการนั้น ๆ
2. พนักงานประจำมีนักศึกษาช่วยงาน และสามารถทำงานที่สำคัญได้มากขึ้น
3. สถานประกอบการได้นักศึกษาที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ โดยผ่าน
นักศึกษาผู้ไปฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการนั้น ๆ โดยมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ.
2567 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัท เกษตรสู้เพื่อการเกษตรจำกัด
จังหวัดกรุงเทพมหานครผู้ฝึกปฏิบัติงานได้รับมอบหมายให้ฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่งคอนเทนต์และ
กราฟฟิกตัดต่อ รับผิดชอบงานด้านการทำคอนเทนต์และผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางเพจเกษตรสู้
ตลอดระยะเวลาการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา 4 เดือนสามารถปฏิบัติงานได้เป็นที่น่าพอใจ และยังได้รับ
ความรู้ในการทำงาน เพื่อนำไปพัฒนาตนเอง และต่อยอดให้สามารถทำงานในสถานประกอบการต่อไปได้
คำสำคัญ : คอนเทนต์, การประชาสัมพันธ์, เพจ

สารบัญ

หน้า	
หนังสือส่งโครงการงานสหกิจศึกษา	ก
หนังสืออนุมัติโครงการ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 สถานที่ตั้งของ บริษัทเกษตรสู่เพื่อการเกษตร	2
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 สถานประกอบการ	3
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา	4
2.2 แนวคิดเรื่องเนื้อหา (Content)	5

2.3 การผลิตสื่อภาพนิ่งที่จะเผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก	11
2.4 หลักการใช้social Media plannerในMeta business Suite	13
2.5 แนวโน้มและพฤติกรรมผู้บริโภคในสื่อออนไลน์	18
บทที่ 3 ภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงาน	21
3.1 วางแผนการทำคอนเทนต์	21
3.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์	22
3.3 ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์	22
3.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก	23
3.5 การประสานงาน	25
3.6 งานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย	25
บทที่ 4 รายละเอียดของการทำงาน	26
4.1 วางแผนการทำคอนเทนต์	26
4.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์	27
4.3 ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์	28
4.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก	30
บทที่ 5 รายละเอียดของการทำงาน	32
5.1 วัตถุประสงค์ของการทำงาน	32
5.2 สรุปการจัดทำโครงการ	32
5.3 ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ	33
5.4 ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ	33

5.5 ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ	33
5.6 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจศึกษา	34
5.7 ประสบการณ์ที่ประทับใจ	34
บรรณานุกรม	35
ภาคผนวก ก ใบรับรองการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	36
ภาคผนวก ข ผลงานเพิ่มเติม	56
ภาคผนวก ค ประวัตินิสิตสหกิจศึกษา	62

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	2
ตราสัญลักษณ์บริษัท เกษตรสู่เพื่อเกษตรจำกัด	
1.2	2
ที่ตั้งบริษัท เกษตรสู่เพื่อเกษตรจำกัด	
2.1	18
การตั้งเวลาโพสต์ Meta	
3.1	22
การประชุมทีมเพื่อวางแผนการทำคอนเทนต์	
3.2	22
ทำโปสเตอร์สินค้ารักษ์ไร่	
3.3	23
เลือกสีและพื้นหลังให้ตรงกับสินค้า	
3.4	23
วางโครงสร้างอื่นๆเตรียมใส่รายละเอียดสินค้า	
3.5	23
วางสินค้าและกรอบโลโก้	
3.6	23
นำเนื้อหารายละเอียดที่คิดไว้ ใส่เพิ่มในโปสเตอร์	
3.7	23
ตกแต่งคอนเทนต์	
3.8	24
แพลนเนอร์เพจเฟซบุ๊กของบริษัท เกษตรสู่ จำกัด	
3.9	25
ตารางงานที่นำไปกำหนดเวลาโพสต์บนเพจเฟซบุ๊ก	
3.10	25
งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย	

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

งานสหกิจศึกษาคือกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าปฏิบัติงานจริงร่วมกับสถาน ประกอบการ และฝึกประสบการณ์เพิ่มเติมจากการเรียนรู้ในห้องเรียน และเข้าสู่สังคมการทำงาน ก่อนจะจบการศึกษาและไปใช้ชีวิตจริง

ในการฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ ผู้จัดทำได้เข้าฝึกปฏิบัติที่ บริษัท เกษตรสุขีเพื่อการเกษตรจำกัด เป็นผู้นำทางด้านการเกษตรโดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพตอบโจทย์ เกษตรกร ทั่วประเทศ และประเทศเพื่อนบ้าน ผลิตภัณฑ์ครอบคลุมผลผลิตทุกประเภท เช่น นาข้าว พืชไร่ พืชสวน ทุเรียน ปาล์ม อ้อย ยางพารา ไม้ดอกไม้ประดับ เป็นต้นและมีกระบวนการผลิตโดยโรงงานที่ผ่านมาตรฐานสากล ISO และHalal สามารถทำการตลาดเฉพาะในต่างประเทศได้ มีเอกสารรับรอง นโยบายของเกษตรสุขีเพื่อเกษตรเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพผลผลิตของเกษตรกรเป็นหลักสำคัญการตลาดระดับเข้าถึงผู้ใช้ ลดความเหลื่อมของราคามีการกำหนดราคาจากผู้จำหน่ายรายย่อยแต่ละท้องที่ โดยใช้ราคากลางทั่วประเทศและเกษตรกรสามารถซื้อสินค้าในราคาบ้านค้าและร้านค้าตัวแทนยังมีกำไรจากราคาโรงงานผู้จัดทำได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจในตำแหน่งคอนเทนต์และกราฟฟิคตัดต่อมีหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายคือ ทำสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook เช่นโปสเตอร์ อินโฟกราฟิก และมีหน้าที่กำหนดลงโพสต์ในเพจเฟซบุ๊กทั้งหมด นอกจากนี้ยังได้ออกแบบโลโก้oemในเครือเกษตรสุขี ทำให้ต้องทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลรายละเอียด ขั้นตอนการทำงานเพื่อให้สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

โครงการสหกิจเรื่องการสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจเกษตรสุขีของบริษัท เกษตรสุขีเพื่อการเกษตรจำกัด ผู้จัดทำจึงได้รวบรวมข้อมูลการทำงาน ในขั้นตอนต่าง ๆ ของการทำงาน เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ที่สนใจได้ทำการศึกษาต่อไป

1.2 สถานที่ตั้งของ บริษัท เกษตรสุขีเพื่อเกษตร

199/11 ม. 1 ตำบลบางรักใหญ่ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110



เกษตรสุขี

ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์บริษัท เกษตรสุขีเพื่อเกษตร จำกัด



ภาพที่ 1.2 ที่ตั้งบริษัท เกษตรสุเพื่อการเกษตรจำกัด

1.3 วัตถุประสงค์

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

1.4 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

ผู้จัดทำได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจในตำแหน่งคอนเทนต์และกราฟฟิกตัดต่อมีหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายคือทำสื่อโฆษณาเพื่อเผยแพร่ลงสื่อFacebookทำการผลิตสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและเผยแพร่ลงสื่อ Facebook

1.5 ลักษณะงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

1. ออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ของบริษัท

2. ออกแบบสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Canva

3. ออกแบบโลโก้ oem ที่บริษัทเกษตรสุรับผลิต

4. กำหนดเวลาลงสื่อลงแพลนเนอร์ในเพจเกษตรสุ

1.6 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา

เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลในการฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้คือนางสาวชญานิชา ธนาภคินันต์ ตำแหน่งพี่เลี้ยง ฝึกงาน

1.7 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

การฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ เป็นระยะเวลา 4 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2567

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568

1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการฝึกปฏิบัติงานสหกิจ ณ บริษัท เกษตรสุเพื่อเกษตรจำกัด

1. ได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง และนำมาพัฒนาตนเอง
2. ได้เพิ่มประสบการณ์ทางด้านอาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษา
3. ได้รับประสบการณ์ในการเข้าสังคม การวางตัวกับคนหมู่มากและเพื่อนร่วมงาน
4. ได้ทักษะในการสร้างสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์
5. รู้จักการวางตัวในสังคมการทำงาน การมีเพื่อน

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการฝึกงานสหกิจศึกษา การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เกษตรสู้ของบริษัทเกษตรสู้ เพื่อเกษตรกรผู้จัดทำได้เข้าปฏิบัติงานในตำแหน่งคอนเทนต์และกราฟฟิกตัดต่อได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ทำสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ของเกษตรสู้ เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา
- 2.2 แนวคิดเรื่องเนื้อหา (Content)
- 2.3 การผลิตสื่อภาพนิ่งที่จะเผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก
- 2.4 หลักการใช้social Media plannerในMeta business Suite
- 2.5 แนวโน้มและพฤติกรรมผู้บริโภคในสื่อออนไลน์

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาคือสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการ โฆษณาถือเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาดที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้มีความต้องการในการซื้อสินค้าหรือ บริการ (ธวัชรรัตน์ อินทนนชัยยม, 2552) สื่อโฆษณาก็เปรียบเสมือนตัวกลางที่สามารถนำเอาข่าวสาร เกี่ยวกับผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้ตามเป้าหมาย คำว่า สื่อโฆษณานั้นได้มีคำนิยามไว้หลายแบบ(ชัชวาล สมทรัพย์, 2554) ให้ความหมายของสื่อ โฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณาคือ เครื่องมือหรือสิ่งที่จะนำพาเอา ข้อความโฆษณา รวมทั้งภาพไปยังผู้ที่จะเป็นลูกค้าในอนาคต คร. เสรี วงษ์มณฑา (2535)ให้ ให้ความหมายของสื่อ โฆษณาไว้ว่า สื่อโฆษณาคือเป็นพาหนะ ที่นำเอาข่าวสารทางการตลาดเกี่ยวกับสินค้า และการบริการไปยังกลุ่มเป้าหมาย แจ็ก แซด, ชิสเซอร์ และ ลินคอล์น บัมบา (2532) ให้ความหมายของสื่อโฆษณาคือว่า สื่อโฆษณา เป็นพาหนะและ ผู้ส่งสาร ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสารวิทยุ หรือ โทรทัศน์ ซึ่งจะ ส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับชม ผู้รับฟังและผู้อ่าน ดังนั้นสื่อโฆษณา จึงเปรียบเสมือนพาหนะที่จะนำข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปสู่ กลุ่มเป้าหมายจึงนับได้ว่าสื่อโฆษณาคือปัจจัยที่สำคัญของการโฆษณา แต่หากขาดสื่อที่จะนำข้อมูลไป ยังกลุ่มเป้าหมายแล้วนั้น กลุ่มเป้าหมายก็จะได้รับข่าวสารที่ส่งมา สื่อที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สื่อเหล่านี้ถูกเลือกใช้ เป็นสื่อหลักในการโฆษณา เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนเป็นจำนวนมากได้ สื่ออื่น ๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ มักใช้ เป็นสื่อสนับสนุน โดยมุ่งหวังการเตือนความทรงจำของผู้บริโภคสื่อโฆษณาแต่ละประเภทล้วนมีคุณสมบัติ ข้อจำกัดและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไปไม่มีสื่อใดที่มีคุณสมบัติมากพอจะครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการโฆษณาได้ทุกอย่างสื่อโฆษณามีอยู่หลายหลายประเภทที่สามารถนำมาใช้ได้แต่การที่สินค้าและบริการจะเลือกใช้สื่อทุกสื่อที่นั้นเป็นไปได้ยากมาก เนื่องจากงบประมาณที่มีจำกัด ดังนั้นการเลือกใช้สื่อจึงต้องดู ความเหมาะสมของสื่อต่าง ๆ อย่างรอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจ สื่อโฆษณาที่นิยมใช้กันมากที่สุดมี 4 ประเภท ดังนี้

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

สื่อแต่ละสื่อล้วนมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่ต่างกันไปดังนั้นก่อนการวางแผนสื่อโฆษณาจึงจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจถึงความแตกต่างในคุณสมบัติของสื่อโฆษณา ดังต่อไปนี้

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

6.คุณภาพของงานโฆษณาทั้งนี้ตัวชี้วัดและการประเมินผลของสื่อโฆษณาจะกล่าวถึงความสำคัญของการติดตามและประเมินผลการโฆษณาสินค้าและบริการเพื่อเป็นการตรวจสอบว่าการโฆษณาอย่างต่อเนื่องนั้นได้ผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กรมากน้อยแค่ไหน (วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่นและ ศิริชัย สุวรรณประกา, 2551)

2.2 แนวคิดเรื่องเนื้อหา (Content)

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

1) Corporate Movement and Information เป็นการสื่อสารความเคลื่อนไหวขององค์กรการสื่อสารเรื่องราวขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น แนวทางการบริหาร วิสัยทัศน์ศักยภาพ ความรู้ ความสามารถของผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กร

2)Corporate Positioning การบอกเล่าเรื่องราวขององค์กร การกล่าวถึงปริมาณงาน ความสำเร็จว่ามีมากน้อยเพียงใด

3) Executive Vision เป็นการแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร การให้ความเห็น วิเคราะห์

บทบาทขององค์กรต่อสถานการณ์สภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น บทความบทสัมภาษณ์ ความคิดเห็น เพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพ ความรู้และความเชี่ยวชาญของผู้บริหารองค์กร

4) Service Value เป็นการแสดงการบริการ การบอกกล่าวหรืออธิบายความโดดเด่นของ งานที่ทำ และงานบริการว่ามีอะไรบ้าง ให้แสดงถึงคุณค่า เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านกฎหมาย เป็นต้น

5) Communication for Engagement การสื่อสารข้อมูลเพื่อสร้างความผูกพันและความ มั่นใจ การสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว รวมถึงหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส

6) Data Research Service and Consultant การให้ข้อมูลข่าวสาร บทวิเคราะห์และ คำปรึกษา การบริการในเชิงวิชาการ เช่น ศูนย์ข้อมูล บทวิเคราะห์ ผลการวิจัย โพลงานสรุปค้นคว้าที่ เป็นประโยชน์ต่อประชาชน รายงานการวิจัย รวมถึงการปกป้องคุ้มครองสิทธิของประชาชน ตลอดจน การให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

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

8) Corporate Connection การแสดงความก้าวหน้าทางเครือข่ายองค์กร ความก้าวหน้า การร่วมมือกับพันธมิตรกับองค์กรอื่น ๆ เช่น ข้อตกลงระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อ แสดงถึงความสำเร็จ ความคล่องตัว สร้างเครือข่ายและแสดงถึงประโยชน์ที่ได้รับ

9) Expert, Award, Ranking การแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความเชี่ยวชาญการสื่อสาร เรื่องราวหรือ ประเด็นความรู้ความสามารถในเชิงกฎหมาย หรือคุณงามความดี เช่น การได้รับรางวัล การยอมรับในมาตรฐานการรองรับจากหน่วยงาน เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

10) Social Content เป็นการสื่อสารประเด็นทางสังคม สร้างการรับรู้และความเข้าใจให้กับ ผู้ที่เกี่ยวข้องใน สิ่งที่องค์กรดำเนินการอยู่ เช่น การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมกิจกรรมขององค์กร เพื่อสังคม โดยมีใช้การโฆษณา ประกาศความดี แต่เป็นการสร้างความตื่นตัวไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องให้ พัฒนาไปพร้อม ๆ กับองค์กร สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในการสร้างความชัดเจนในบทบาทและ ทิศทางขององค์กรต่อสังคม

การตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ เน้นการสร้าง เนื้อหาโฆษณาทางการตลาดที่มีความสร้างสรรค์และสามารถแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้าได้เพื่อดึงดูด ความสนใจและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าทำให้กลุ่มลูกค้าเกิดความประทับใจ จำแบรนด์สินค้า และ บริการของแบรนด์ได้ รวมถึงยังสร้างโอกาสให้สามารถเปลี่ยนแปลงสถานะของกลุ่มลูกค้าจากผู้บริโภคสื่อโฆษณา เพียงอย่างเดียวมาเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการได้ด้วยเช่นกัน

2.2.1 รูปแบบของการตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) รูปแบบของ การตลาดใน รูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่นี้นั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่

1) สร้างคุณค่า (Value) ได้ การตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่ดี จะต้องสร้าง คุณค่า หรือ ความคิด ความรู้สึกในเชิงบวกให้แก่ผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านรู้สึกคุณค่าหรือรู้สึกว่าได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ จากการที่ได้เข้ามาบริโภคเนื้อหาคอนเทนต์ของเรา

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

3) เพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ได้ ในยุคที่โซเชียลมีเดีย (social media) มีอิทธิพลคนในสังคมทั้งทางด้านการใช้ชีวิตและด้านความคิดเช่นในปัจจุบันนี้ การทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหา คอนเทนต์ มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมาก เพราะสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความคิด ความสนใจ และความเชื่อต่างๆ ให้แก่ผู้ที่บริโภคสื่อได้ ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่แบรนด์ที่ทำการตลาดในรูปแบบเนื้อหา

คอนเทนต์ 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 ยอดการ เข้าถึง การเข้าชมให้กับธุรกิจได้ดี ส่งผลให้เป็นที่รู้จักหรือเกิดการรับรู้ในวงกว้าง (Brand Awareness) ส่วนวิธีการสร้างก็มักจะเน้นสร้างหรือกระตุ้นอารมณ์ของผู้อ่าน

3) คอนเทนต์เพื่อโน้มน้าวใจ (Persuade) คอนเทนต์เพื่อโน้มน้าวใจ คือ คอนเทนต์ที่ช่วยสร้างโอกาสในการโน้มน้าวใจหรือทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกมั่นใจในสินค้าหรือบริการได้มากยิ่งขึ้น เช่น คอนเทนต์ทำความเข้าใจกับแบรนด์, รีวิวจากลูกค้าตัวจริง, คอนเทนต์รีวิวจาก Influencer เป็นต้น โดยคอนเทนต์ประเภทนี้จะเน้นกระตุ้นทางอารมณ์เพื่อทำให้รู้สึกอยากซื้อเป็นหลัก

4) คอนเทนต์เพื่อทำให้เกิดการซื้อขาย (Convert) คอนเทนต์เพื่อทำให้เกิดการซื้อขาย คือ คอนเทนต์ที่ส่งเสริมการขาย ทำให้รู้สึกอยากที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งคอนเทนต์ประเภทนี้อาจเป็นคอนเทนต์ที่ผู้คนอาจจะได้เห็นบ่อยสำหรับเนื้อหาหรือ content ที่เหมาะสมกับกลุ่มวัยทำงานจนถึงสูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของ เพจ เกษตรผู้ นั้น มักจะเป็นคอนเทนต์เพื่อให้ความรู้และขายสินค้า รวมถึงคอนเทนต์เพื่อความบันเทิง เป็นหลัก

2.2.2 รูปแบบของเนื้อหาคอนเทนต์ที่ใช้ในการนำเสนอการตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ หลักการสร้างเนื้อหา คอนเทนต์ที่ใช้ในการนำเสนอการตลาดในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์

(Content Marketing) อย่างมีคุณภาพ มีหลักการทั้งหมด 5 ประการ คือ

1) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องมีความสนุกสนานเพลิดเพลิน แม้ว่าเนื้อหาคอนเทนต์นั้นเป็นเชิง

วิชาการ ก็ต้องมีการปรับแต่งให้สนุก ไม่ซ้ำซากน่าเบื่อตามรูปแบบเดิม ๆ อาจจะแทรกเนื้อหาที่มีความ ตลกลงไป ในเนื้อหาคอนเทนต์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เสพเนื้อหาคอนเทนต์ หรือเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในการช่วยสื่อสารหรือกระจายเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ เพื่อให้เนื้อหานั้นมีคนเห็นเป็นวงกว้างยิ่งขึ้น ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) นั้น จะต้องเลือกผู้ที่สามารถสื่อสารออกไปให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าของเราได้ รวมถึงต้องมีเนื้อหาการสื่อสารที่ดี และช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วย

2) เนื้อหาคอนเทนต์ จะสามารถสื่อสารได้ตรงประเด็น และเกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้า ที่เรา ต้องการจะสื่อสาร การทำเนื้อหาคอนเทนต์ที่ตรงกับใจของกลุ่มลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากของดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ไม่ใช่เพียงแค่สร้างเนื้อหาคอนเทนต์ให้มีความตลก สนุกสนาน เพียงอย่างเดียวเพื่อสร้างกระแสเรียกยอดคนดูให้เข้ามาดูเนื้อหาคอนเทนต์เรามากๆ เพราะคนกลุ่มนั้นอาจจะไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้าของแบรนด์

3) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องมีการอัพเดทอย่างสม่ำเสมอทั้งในแง่ของเนื้อหาและระยะเวลา

หัวใจสำคัญของการทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ คือการโพสต์เนื้อหาคอนเทนต์ลงช่องทางแพลตฟอร์มของแบรนด์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเห็นคอนเทนต์ของแบรนด์ให้ได้บ่อยที่สุด และจดจำสินค้าของแบรนด์และตัวแบรนด์ได้ ซึ่งจะเป็นการง่ายต่อการวัดประสิทธิผลของเนื้อหาคอนเทนต์ของแบรนด์ด้วยว่าเนื้อหา รูปแบบใดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ามากที่สุด

4) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องสื่อสารอย่างจริงใจกับลูกค้าแบรนด์ ต้องทำให้ผู้ที่เสพสื่อของแบรนด์รู้สึก ว่าเนื้อหาคอนเทนต์นั้นๆไม่ได้มีการโฆษณาที่ทำให้รู้สึกเหมือนกำลังโดนหลอกขายสินค้าให้แอบแฝงอยู่ แต่ควรจะสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ที่สามารถสื่อสารกับผู้เสพสื่อรับรู้ได้โดยตรง ชัดเจนว่าแบรนด์กำลังเสนอขายสินค้าหรือบริการใดให้อยู่ การทำเช่นนี้จะทำให้กลุ่มลูกค้าแบรนด์ของแบรนด์รู้สึกดี มีกระแสทางที่ดีให้กับแบรนด์ได้มากกว่า

5) เนื้อหาคอนเทนต์ จะต้องมีความคุณค่า การสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ให้มีความค่ากับกลุ่มลูกค้าของแบรนด์คือหัวใจหลักของการตลาดในเชิงเนื้อหา เนื่องจากก่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ายิ่งขึ้น และสามารถเป็นตัวชี้วัดได้ว่าการทำมาร์เก็ตติ้งโดยใช้เนื้อหาคอนเทนต์ของแบรนด์เรานั้น จุดไหนที่ดีที่สุดสามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าแบรนด์ได้อย่างตรงจุด หรือจุดไหนที่ไม่ดี ไม่สร้างคุณค่าแก่กลุ่มลูกค้า

2.2.3 ประเภทของคอนเทนต์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่การทำมาร์เก็ตติ้งในรูปแบบ เนื้อหาคอนเทนต์ (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 และเข้าถึงความรู้สึกคนได้หลากหลายและเร็วกว่า

คอนเทนต์ที่เป็นรูปภาพเฉยๆ แต่การทำคอนเทนต์วิดีโอต้องมีเทคนิคเพื่อให้น่าสนใจ ได้แก่ - การเลือกประเภทและเนื้อหาของวิดีโอที่ต้องการนำเสนอจะต้องเหมาะสมกับแบรนด์ เช่น Live Video, User-Generated Content(คอนเทนต์ที่สัมผัสภาษากลุ่มลูกค้าผู้ใช้จริง), Video How to เป็นต้น - ออกแบบวิดีโอคอนเทนต์ที่สามารถรองรับอุปกรณ์ได้ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นมือถือ คอมพิวเตอร์ หรือแท็บเล็ต เพื่ออำนวยความสะดวกให้ทุกกลุ่มลูกค้าแบรนด์สามารถใช้อุปกรณ์เปิดดูวิดีโอได้ทุกรูปแบบ - ความยาววิดีโอต้องเหมาะสมกับคอนเทนต์และแพลตฟอร์ม

2) คอนเทนต์ส่งเสริมการขาย (Promotional Content) คือ คอนเทนต์ที่ใช้สำหรับการทำ กิจกรรมส่งเสริมการขายใดๆ 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 คอนเทนต์ที่ใช้รูปภาพหลายๆรูปภาพในโพสต์

เดียวกันเพื่อให้ข้อมูลบางอย่างที่ไม่สามารถสื่อได้ภายในรูปภาพรูปเดียว เช่นคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับการให้ข้อมูลแบรนด์ (Branded Content), คอนเทนต์เล่าเรื่อง (Storytelling Content), คอนเทนต์สรุปเนื้อหา เป็นต้น

4) คอนเทนต์ในกระแส (Real Time Content) คือ การทำคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกระแสในช่วงนั้น ซึ่งผู้ชมจะรู้สึกอินและอยากมีส่วนร่วมได้ง่าย รวมถึงสร้างแบรนด์ให้ดู Active มากขึ้นด้วย ในการทำคอนเทนต์ในกระแสนั้น แบรนด์สามารถใส่ไอเดียและความสนุกสนานลงไปในเรื่องคอนเทนต์ได้มาก ทำให้คอนเทนต์ดูมีความน่าสนใจ ทั้งนี้สิ่งสำคัญในการทำคอนเทนต์ในกระแสนั้นคือความเร็วและจังหวะที่เหมาะสม แบรนด์จะต้องติดตามข่าวสารและมีความรวดเร็วในการทำคอนเทนต์ประเภทนี้ออกมา ก่อนที่กระแสจะหมดความนิยม รวมถึงจะต้องมีความเหมาะสมในจังหวะเวลาด้วย

5) คอนเทนต์ตั้งคำถามให้แสดงความคิดเห็น (Question & Opinion Content) คือ คอนเทนต์คำถามเพื่อชวนผู้อ่านคอมเมนต์ใต้โพสต์ 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) คอนเทนต์ประเภทนี้จะเป็นคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาที่สามารถให้ข้อมูลความรู้ต่างๆไปแก่ผู้อ่าน ไม่ต้องเกี่ยวข้องกับแบรนด์โดยตรง แต่อาจเป็นคอนเทนต์ที่สามารถให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องไปถึงการเลือกใช้สินค้าของแบรนด์

ได้ เช่น วิธีการเลือกรองเท้าผ้าใบ สำหรับแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับรองเท้าผ้าใบ, วิธีทำให้น้ำชุ่มชื้น สำหรับแบรนด์เครื่องสำอาง เป็นต้น

2.2.4 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 และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อ สินค้าอย่างไร ลูกค้าพูดถึงแบรนด์ของเราอย่างไร รวมไปถึงข้อมูลทางประชากรของลูกค้า เช่น ที่อยู่อาศัย เพศ อายุ ช่องทางหลักในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มลูกค้าแบรนด์ เป็นต้น เมื่อแบรนด์ได้ข้อมูลคร่าว ๆ จากการค้นคว้าแล้ว แบรนด์จะสามารถนำข้อมูลที่ได้มา วิเคราะห์ในเชิงลึก โดยการวิเคราะห์เพื่อหาลูกค้าในอุดมคติของแบรนด์ รวมไปถึงผู้ที่จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจของแบรนด์ในอนาคต เช่น ดีลเลอร์หรือพาร์ทเนอร์บริษัท ทำให้แบรนด์เข้าใจความต้องการของลูกค้าและความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการจากแบรนด์ในการบริโภคสินค้าหรือบริการ ของแบรนด์ อีกทั้งยังช่วยให้แบรนด์ต่อยอดในการตั้งคำถามเจาะจงเชิงลึกที่จะช่วยให้แบรนด์สามารถ นำไปต่อยอดในการทำธุรกิจได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

- ความคาดหวังของลูกค้าต้องการในการบริโภคสินค้าหรือบริการ
- กระแสนิยมและพฤติกรรมในการบริโภคที่เปลี่ยนไปในช่วงเวลานั้น ๆ
- คำถามที่ลูกค้ามักถามบ่อย ๆ ปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้ามีการซื้อสินค้าและบริการไปแล้ว
- ช่องทางที่ลูกค้าเข้ามา ส่วนใหญ่เป็นคอนเทนต์ประเภทออร์แกนิก โฆษณา หรือ Referral
- ระยะเวลาที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจซื้อ
- สินค้าประเภทไหนได้รับความนิยม และสินค้าประเภทไหนที่ไม่สามารถขายได้ตามเป้า

2) สร้างประเภทและการจัดหมวดหมู่ลูกค้า (Avatar Worksheet) เมื่อข้อมูลจากการทำ Research เสร็จเรียบร้อยแล้วคุณสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ ที่คุณมี มาจัดประเภทและแยกหมวดหมู่ เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทหลักๆ ได้แก่

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

3) นำแบบคาแรคเตอร์ที่แทนตัวของลูกค้า (Customer Avatar) ไปใช้สร้างเนื้อหาคอนเทนต์

2.3 การผลิตสื่อภาพนิ่งที่จะเผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก

การผลิตสื่อภาพนิ่ง เริ่มต้นจากขั้นตอนการออกแบบอินโฟกราฟิก Infographic Design ซึ่งเป็นการนำข้อมูลมา นำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเองมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอ แล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพที่น่าสนใจ มีความสวยงาม เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน

หลักการออกแบบ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

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

2.3.1 การผลิตสื่อให้ดึงดูด น่าสนใจ

กระบวนการที่ดีในการออกแบบ มีอยู่ 10 ขั้นตอน ได้แก่

1) การรวบรวมข้อมูล คัดเลือกข้อมูลดิบที่รวบรวมมาแต่ที่ยังไม่เป็นระเบียบ เขียนแหล่ง อ้างอิงที่มาของข้อมูลที่เป็นต้นฉบับ บันทึกภาพต่าง ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ไม่ควรแยกภาพหรือแผนภาพกับข้อมูลออกจากกัน

2) การอ่านข้อมูลทั้งหมด การอ่านข้อมูลเฉพาะจุดเน้นหรืออ่านอย่างรวดเร็วจะทำให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมของประเด็นสำคัญ ผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกต้องมีทักษะในการจัดการข้อมูลและแน่ใจว่าข้อมูลที่สำคัญไม่ถูกละเลย เพื่อนำมาใช้สนับสนุนเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

3) การค้นหาวิธีการเล่าเรื่อง เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลไม่น่าเบื่อ โดยสร้างความสนใจที่จุดมุ่งหมายเดียว ขยายความข้อมูลที่ซับซ้อน อธิบายกระบวนการ เน้นที่แนวโน้มหรือสนับสนุนข้อโต้แย้ง การหาวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจอาจจะยุ่งยากในระยะแรก ถ้าเราค้นเคยกับข้อมูลที่มีอยู่จะทำให้สามารถเล่าเรื่องราวได้ การใส่ใจกับเนื้อหาที่สำคัญที่จะช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีคุณค่า

4) การระบุปัญหาและความต้องการ หาเอกลักษณ์ ระบุชื่อ ชี้อายุ แสดงตัว เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องอาจมีข้อมูลที่ไม่สนับสนุนหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการนำเสนอ ควรมีการอภิปรายหาข้อสรุปที่แท้จริงเพื่อระบุปัญหาและความต้องการ ผู้ชมต้องการข้อมูลที่มีการจัดการและมีการออกแบบที่ดี มิฉะนั้นจะกลายเป็นหลักฐานที่ไม่ถูกต้องข้อมูลต้องถูกต้องและไม่ผิดพลาด ปรับปรุงข้อมูลและเรื่องราวให้มีเอกลักษณ์ตรงกับหัวข้อ ศึกษาทบทวนเพื่อหาวิธีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีคุณค่า ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในการออกแบบให้ชนะใจผู้ชม นักออกแบบที่ดีต้องมีมุมมองและเห็นคุณค่าในรายละเอียดของข้อมูลที่ชัดเจน

5) การจัดลำดับโครงสร้างข้อมูล การจัดลำดับชั้นของข้อมูลเป็นที่นิยมในการสรุปข้อมูล เป็นการนำผู้ชมให้มองเห็นภาพรวมทั้งตั้งแต่ต้นจนจบเป็นวิธีการจัดการกับข้อมูลในการสร้างสื่อและตรึงผู้ชมตามโครงสร้างลำดับชั้นของข้อมูล การจัดรูปแบบข้อมูลตามลำดับจะส่งเสริมให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลเป็นช่วงระยะเวลาของการเล่าเรื่อง ซึ่งกลายเป็นวิธีการที่แพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิก

6) การออกแบบโครงสร้างข้อมูล เมื่อพิจารณาตรวจสอบคัดเลือกข้อมูลอย่างละเอียดแล้วจัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับชั้น และออกแบบโครงสร้างของข้อมูล ผู้ออกแบบควรทำความเข้าใจกับภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลสำคัญ ที่จัดไว้เป็นลำดับชั้นแล้วนำไปให้ผู้ชมวิพากษ์วิจารณ์

การออกแบบที่ผ่านการโต้เถียงจากบุคคลในหลายมุมมองที่ให้ข้อเสนอแนะแตกต่างกันออกไป

7) การเลือกรูปแบบที่จะนำเสนอ เมื่อสิ้นสุดการกำหนดภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลแล้ว วิธีจัดกระทำข้อมูลที่ดีที่สุดคือ การนำเสนอข้อมูลด้วยแผนผัง กราฟต่างๆ เพื่ออธิบายกระบวนการทำงาน อาจนำแผนที่มาประกอบในการเล่าเรื่อง หรือบางทีการใช้ตัวเลขนำเสนอข้อมูล ง่ายๆ อาจเป็นวิธีที่ดีที่สุด

8) การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ การเลือกใช้ภาพในการทำอินโฟกราฟิกให้ดูดีมีสอง แนวคิด คือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำเป็นกราฟหรือแผนผังที่น่าสนใจ ใช้สี การพิมพ์ และการจัด โครงสร้างในการออกแบบงานให้มีศิลปะ และใช้ลายเส้น วาดภาพ หรือคำอุปมาเปรียบเทียบ ไม่แสดง ข้อมูลตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน จะเห็นเป็นภาพแสดงแทนข้อมูล คล้ายกับกราฟหรือแผนผังเท่านั้น เราไม่ควรติดยึดกับวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ควรผสมผสานวิธีการใช้กราฟ แผนภาพ และแผนผัง ตกแต่ง องค์ประกอบด้วยการวาดลายเส้นหรือรูปภาพที่เป็นตัวแทนของข้อมูลมาจัดวางซ้อนกันอาจเสริมด้วย ข้อมูล สื่อ ตราสัญลักษณ์ และเนื้อหาในการออกแบบให้ตรงกับหัวข้อ

9) การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ เมื่อออกแบบเสร็จแล้วเริ่มตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียด ผู้ชมจะดูทั้งข้อมูลและภาพที่เล่าเรื่องราว เพื่อให้แน่ใจว่าผลงานที่เสร็จแล้วมีคุณภาพตรงกับ หัวข้อและเป้าหมาย ประเมินทั้งการออกแบบและจุดเน้นจนกระทั่งผลงานชัดเจนและเข้าใจง่าย ทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงานและให้ข้อคิดเห็นว่าสามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคย เห็นข้อมูลมาก่อน ประเมินกลับไปกลับมาระหว่างผู้ชมและกลุ่มตัวอย่างจนกระทั่งลงตัวได้ข้อยุติ จึง นำเสนอเผยแพร่สู่สาธารณะ

10) การแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต การเผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ต มีแพร่หลายเป็นที่ นิยม เป็นการทดสอบผลงานข้อมูลที่มีลักษณะที่น่าสนใจจะถูกอ่านโดยบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ถูก ตรวจสอบและพิจารณาจาก

ผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นผู้ค้นพบวิธีการเล่าเรื่องราว นั้น ถึงแม้ว่าผลงานจะเคยถูกเผยแพร่มาแล้ว การวิพากษ์วิจารณ์จากอินเทอร์เน็ตจะช่วยขยายข้อโต้แย้งและค้นพบวิธีการนำเสนอข้อมูลวิธีใหม่ได้ ข้อคิดเห็นต่างๆ จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข ผลงานที่ ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็นรางวัลในการทำงาน การออกแบบที่ถูกกลั่นกรอง อย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

2.4 หลักการใช้social Media plannerในMeta business Suite

Meta Business Suite คือ เครื่องมือที่จะช่วยให้คุณจัดการโฆษณาและกิจกรรมทางการตลาดบน Facebook, Instagram และ Messenger ได้อย่างครบวงจรในที่เดียว เรียกว่าเป็นศูนย์บัญชาการสำหรับนักการตลาดออนไลน์เลยทีเดียว ทำให้คุณสามารถเชื่อมต่อลูกค้าจากทุกแพลตฟอร์มมาไว้ในที่เดียวและบริหารจัดการได้ง่ายดายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดเวลาการแสดงผลโฆษณา การดูข้อมูลเชิงลึก และการติดตามผลโฆษณาใช้งานได้ทั้งเวอร์ชันเดสก์ท็อปบนคอมพิวเตอร์และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

2.4.1 ประโยชน์ของการใช้ Meta Business Suite

สำหรับประโยชน์ของการใช้ Meta Business Suite มีอยู่หลายประการ ซึ่งเหตุผลหลักที่ทำให้นักการตลาดออนไลน์ยุคใหม่นิยมใช้ Meta Business Suite ก็คือข้อดีเหล่านี้ประหยัดเวลาการทำงาน เพราะสามารถจัดการทุกอย่างเกี่ยวกับการยิงแอดบน 3 แพลตฟอร์มได้จากที่เดียว ทั้งการตั้งเวลาโพสต์ การตอบข้อความ และการวิเคราะห์ผลโฆษณาช่วยให้คุณติดตามผลการทำงานของโฆษณาได้อย่างละเอียด และเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สร้างปฏิสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายและใกล้ชิดลูกค้าได้มากขึ้นกว่าเดิม ผ่านการตอบข้อความ รวมถึงการติดตามบทสนทนาเกี่ยวกับแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์บนโซเชียลมีเดีย

โดยรวมแล้ว Meta Business Suite คือเครื่องมือที่มีประโยชน์มากสำหรับธุรกิจที่ต้องการประหยัดเวลาเพิ่มประสิทธิภาพ และเชื่อมต่อกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ถ้าหากอยากรู้ว่าลูกค้ากำลังพูดถึงแบรนด์คุณอย่างไร สามารถติดตามและอัปเดตเทรนด์ออนไลน์แบบเรียลไทม์กับ Mandala AI ได้เลย

ใช้ Mandala AI ตัวช่วยทำการตลาดบน Facebook วิธียิงแอด Facebook ให้ได้ผลสำหรับมือใหม่

การใช้ Meta Business Suite ให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยเทคนิคเหล่านี้

1. ติดตั้งระบบแชทบอตใน Inbox Messageอย่าให้ผู้ติดตามของคุณรอนาน ติดตั้งระบบแชทบอต ช่วยตอบข้อความและไขข้อสงสัยได้ทันที เลือกคำถามที่คาดว่าจะพบบ่อย เช่น ราคา โปรโมชั่น จุดเด่นสินค้า และที่ตั้งของร้าน เพื่อให้ผู้ใช้งานทำความรู้จักกับแบรนด์ของคุณได้ง่ายขึ้น
2. เล่นกับการทำ AB Testing เพื่อหาสิ่งที่ดีที่สุด AB Testing คือเครื่องมือมากประโยชน์ในการทำการตลาดเปรียบเทียบโฆษณา 2 ชิ้นที่แตกต่างกัน โดยอาจเป็นการใช้โฆษณาตัวเดียวกันแต่เปลี่ยน Target Audience หรือใช้ Target Audience เดิม แต่นำเสนอโฆษณาคนละแบบ เพื่อหาโฆษณาที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

3. โฟสต์ให้บ่อยและสม่ำเสมอเทคนิคถัดมาคือ การโพสต์คอนเทนต์ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมาย โดยอาจเป็นคอนเทนต์ที่มีประโยชน์ สลับกับคอนเทนต์ที่อยู่ในกระแส เพื่อให้แบรนด์ของคุณอยู่ในสายตาของผู้ติดตามอยู่เสมอ
4. มีส่วนร่วมกับผู้ติดตามของคุณลำดับถัดไป เป็นการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตาม ทำคอนเทนต์ที่สร้างการมีส่วนร่วม กดไลค์และตอบคอมเมนต์ รวมทั้งตอบข้อความ สร้างความประทับใจให้พวกเขา มีโอกาสเปลี่ยนจากผู้ติดตามมาเป็นลูกค้าได้ในอนาคต
5. สรรหาแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในการทำโฆษณาอยู่เสมอการทำโฆษณาคืองานที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ อย่าหยุดนิ่งอยู่กับที่ แต่ควรรหาแรงบันดาลใจใหม่ ๆ และหมั่นทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของคุณอยู่เสมอ เพื่อผลิตชิ้นงานให้ทันโลกและตรงใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
6. ทุกอย่างวัดผลได้ อย่าปล่อยให้ Metrics ไหลคลาดสายตาสุดท้าย อย่าลืมนัดผลโฆษณาทุกชิ้นของคุณอยู่เสมอ เพราะ Meta Business Suite สามารถติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้อย่างละเอียด ช่วยให้เราสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาด รูปแบบคอนเทนต์และการยิงโฆษณาให้ตรงจุดยิ่งขึ้น(Mandala Team,2024)

2.4.2 วิธีสร้างและกำหนดเวลาสตอรี

- 1.ใน Meta Business Suite ให้ไปที่ "โพสต์และสตอรี" หรือ "แพลนเนอร์"
 - 2.คลิก "สร้างสตอรี"
 - 3.เลือกที่ที่คุณต้องการสร้างหรือกำหนดเวลาลงสตอรีสำหรับฟีด Facebook, ฟีด Instagram หรือทั้งคู่
 - 4.คลิก "เพิ่มสื่อ" และเพิ่มรูปภาพหรือวิดีโอลงในสตอรีของคุณ
 - 5.ปรับแต่งสตอรีของคุณโดยการครอบตัดสื่อ หรือเพิ่มข้อความหรือสติ๊กเกอร์
 - 6.ดูตัวอย่างลักษณะของสตอรีบน Facebook และ Instagram ที่ด้านขวา
 - 7.คลิก "แชร์สตอรี" เพื่อเผยแพร่ทันที หรือคลิกลูกศรเพื่อเลือก "กำหนดเวลาสตอรี" เพื่อเผยแพร่ในภายหลัง นอกจากนี้ คุณสามารถคลิก "เวลาที่เหมาะสมที่สุด" เพื่อรับคำแนะนำเกี่ยวกับเวลาในการเผยแพร่โพสต์ซึ่งจะระบุเวลาที่ผู้ติดตามของคุณใช้งานมากที่สุดในช่วง 7 วันที่ผ่านมา
- คุณสามารถดูสตอรีของคุณในวันที่กำหนดให้เผยแพร่หรือเผยแพร่แล้วได้โดยไปที่ "เนื้อหา" หรือ "แพลนเนอร์" เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีกำหนดเวลาเผยแพร่ใหม่ให้กับสตอรีใน Meta Business Suite บนเดสก์ท็อป
- ไปที่ Business Suite บนเดสก์ท็อปเพื่อเริ่มต้น

- 1.ไปที่ "เนื้อหา" หรือ "แพลนเนอร์"
- 2.คลิก "สร้างโพสต์"

- คุณสามารถคลิก "สร้างโพสต์" จากแท็บ "หน้าหลัก" ได้เช่นกัน

3. เลือกตำแหน่งที่คุณต้องการกำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์ ซึ่งได้แก่ โพสต์ Facebook, โพสต์ Instagram หรือทั้งสองตำแหน่ง

- ในกรณีที่กำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์เป็นครั้งแรก คุณอาจต้องเชื่อมต่อบัญชี Instagram ของคุณอีกครั้งหนึ่ง เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีเชื่อมต่อบัญชี Instagram ของคุณใน Meta Business Suite บนเดสก์ท็อป

4. กรอกรายละเอียดทั้งหมดของโพสต์ ได้แก่ ข้อความ สื่อ หรืออะลูมิเนียมและตำแหน่งเพิ่มเติม เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีใช้งานเทมเพลตของ Vimeo เพื่อสร้างโพสต์

หมายเหตุ: คุณไม่สามารถเพิ่มรูปภาพและตัวอย่างลิงก์สำหรับโพสต์ Facebook พร้อมกันได้ ทั้งนี้ ลิงก์สำหรับโพสต์บน Instagram จะไม่โหลดภาพตัวอย่าง

5. สำหรับโพสต์ที่เผยแพร่บน Facebook เท่านั้น ให้คุณเพิ่มความรู้สึก/กิจกรรม ตำแหน่ง ปุ่มส่งข้อความ หรือลิงก์ไปยังโพสต์ของคุณตามที่ต้องการ นอกจากนี้ คุณยังสามารถเลือกโปรโมทโพสต์หรือดำเนินการทดสอบ A/B ได้ด้วยเช่นกัน

6. ดูตัวอย่างโพสต์ของคุณทางด้านขวา หากต้องการดูตัวอย่างอื่น ให้คลิกดริอปดาวน์ที่ด้านบนของหน้าต่างหรือบนลูกศรที่ด้านขวาบน โดยคุณสามารถดูได้ว่าโพสต์มีลักษณะเป็นอย่างไรบน Facebook เมื่อเทียบกับ Instagram หรือบนเดสก์ท็อปเมื่อเทียบกับบนมือถือ

7. คลิก "เผยแพร่"

8. (ไม่บังคับ) หากต้องการเผยแพร่โพสต์ในภายหลัง ให้คลิก "กำหนดเวลา"

- เพิ่มวันที่และเวลาที่กำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์ หรือคลิก "เวลาที่เหมาะสมที่สุด" เพื่อรับคำแนะนำเกี่ยวกับเวลาในการเผยแพร่โพสต์ ซึ่งจะระบุเวลาที่ผู้ติดตามของคุณใช้งานมากที่สุดในช่วง 7 วันที่ผ่านมา

- คลิก "กำหนดเวลา" ที่ปุ่มด้านขวาล่างเมื่อคุณพร้อมที่จะกำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์

แก้ไขปัญหาเกี่ยวกับโพสต์

คุณอาจพบข้อผิดพลาดขณะสร้างหรือกำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์ได้ โดยสาเหตุที่เป็นไปได้บางประการและขั้นตอนการแก้ไขปัญหาด้วยตนเองมีดังนี้

- หากโพสต์ของคุณเกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์ม Instagram ให้คุณเข้าสู่ระบบบัญชีในแอป Instagram แล้วตรวจสอบว่าได้รับข้อความป๊อปอัพใดๆ หรือไม่

- หากคุณได้รับข้อความป๊อปอัพ ให้ทำตามขั้นตอนดังกล่าวในข้อความป๊อปอัพเพื่อแก้ไขปัญหา

- เมื่อดำเนินการเรียบร้อยแล้ว ให้กลับไป Meta Business Suite แล้วลองเผยแพร่หรือกำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์ของคุณอีกครั้ง
- ตรวจสอบให้แน่ใจว่าคุณมีสิทธิ์การอนุญาตเพื่อเผยแพร่โพสต์ที่บทความ "ขอรับสิทธิ์การอนุญาตเพื่อโพสต์หรือโต้ตอบในฐานะเพจ"
- หากปัญหาของคุณเกี่ยวข้องกับการกำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์ ให้คุณตรวจสอบยืนยันธุรกิจของตนเองตามขั้นตอนต่อไปนี้เป็นบทความ "ตรวจสอบยืนยันธุรกิจของคุณในการตั้งค่าธุรกิจ"

Meta Business Suite บนมือถือ

วิธีสร้างและกำหนดเวลาสตอรี่

1.แตะ “โพสต์”

2.(เพิ่มเติม) ยืนยันตำแหน่งการจัดวางที่คุณต้องการโพสต์โดยแตะบนเมนูหรือปาดาว์น คุณสามารถเลือกเพจ Facebook ของคุณ บัญชี Instagram หรือทั้งคู่

3.สร้างโพสต์แล้วแตะ "ถัดไป"

- คุณสามารถโพสต์ข้อความ สื่อ (เช่น รูปภาพหรือวิดีโอ) ลิงก์ และอื่นๆ ได้
- เลือกว่าคุณต้องการเผยแพร่ไปยัง Facebook, Instagram หรือทั้งคู่ โปรดทราบว่าโพสต์ไปยัง Instagram จำเป็นต้องมีสื่อด้วย

- หากคุณโพสต์ไปยัง Instagram ระบบจะไม่รองรับความรู้สึก กิจกรรม และสีพื้นหลัง

4.(เพิ่มเติม) หากต้องการโปรโมทโพสต์ของคุณหลังจากเผยแพร่แล้ว ให้แตะปุ่มเปิดปิดที่ด้านข้าง "โปรโมทโพสต์" นอกจากนี้ คุณยังสามารถโปรโมทโพสต์บน Facebook ในขณะที่คุณกำลังสร้างโพสต์โดยแตะที่ "โปรโมท" ได้เช่นกัน

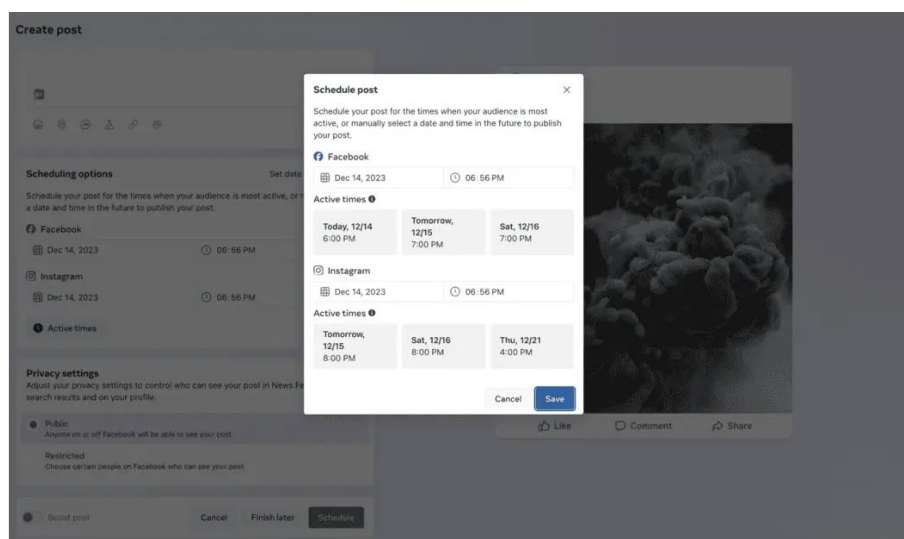
5.ตรวจสอบโพสต์ของคุณ แล้วเลือกตัวเลือกต่อไปนี้

- หากต้องการกำหนดเวลาให้โพสต์ของคุณเผยแพร่ในภายหลัง ให้แตะ "กำหนดเวลาเป็นภายหลัง" และเลือกเวลาและวันที่ที่คุณต้องการเผยแพร่โพสต์
- แตะ "กำหนดเวลา" เพื่อดำเนินการให้เสร็จสิ้น
- หากต้องการสร้างโพสต์ให้เสร็จสิ้นในภายหลัง ให้แตะ "บันทึกเป็นฉบับร่าง"
- แตะ "บันทึกฉบับร่าง" เพื่อดำเนินการให้เสร็จสิ้น

คุณสามารถดูโพสต์ของคุณในวันที่ถูกกำหนดไว้ให้เผยแพร่หรือเผยแพร่แล้วได้โดยไปที่ "โพสต์และสตอรี่" จากนั้นแตะที่ "ปฏิทิน" เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีกำหนดเวลาใหม่ให้กับโพสต์ใน Meta Business Suite บนมือถือสร้างหรือกำหนดเวลาลงสตอรี่

แตะที่เครื่องมือการสร้างโพสต์เพื่อสร้างสตอรี่ใหม่

- 1.เพิ่มสื่อ (เช่น รูปภาพและวิดีโอ) โดยคุณสามารถเลือกหลายรูปภาพพร้อมกันได้
- 2.(เพิ่มเติม) เพิ่มข้อความ, สติกเกอร์, GIF และอื่นๆ คุณสามารถเปลี่ยนตำแหน่งและปรับขนาดได้บนหน้าจอของคุณ
- 3.แตะ "แชร์ไปยัง"
- 4.เลือกตำแหน่งการจัดวางของสตอรี่ของคุณ โดยคุณสามารถเลือกเพจ Facebook, บัญชี Instagram หรือทั้งคู่ได้
- 5.เลือกตัวเลือกต่อไปนี้
 - หากต้องการเผยแพร่สตอรี่ของคุณทันที ให้แตะ "แชร์"
 - หากต้องการกำหนดเวลาให้สตอรี่ของคุณเผยแพร่ในภายหลัง ให้แตะ "กำหนดเวลาเป็นภายหลัง"
 - เลือกวันและเวลา
 - แตะ “เรียบร้อย”
 - แตะ "กำหนดเวลา" เพื่อดำเนินการให้เสร็จสิ้น(cs elearning,2024)



ภาพที่ 2.1 การตั้งเวลาโพสต์ Meta

2.5 แนวโน้มและพฤติกรรมผู้บริโภคในสื่อออนไลน์

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เปิดเผยว่า สนค. ได้สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ไตรมาส 4/2566 พบว่า พฤติกรรมการซื้อออนไลน์ทั้งความถี่และยอดมูลค่ามีความสัมพันธ์กับอายุ กลุ่มวัยรุ่นซื้อบ่อยแต่เน้นไม่แพงมาก โดยนิยมซื้อผ่านโซเชียลคอมเมอร์ซที่สร้างความบันเทิงและเพิ่มความสุขให้ตนเอง (Shoppertainment) ตรงกันข้ามกับผู้บริโภคที่มีอายุสูงที่ซื้ออาจจะไม่บ่อย แต่เน้นคุณค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการที่จับต้องได้ ส่งผลให้อีคอมเมิร์ซดั้งเดิม Shopee และ Lazada ยังคงได้รับความนิยมสูง สำหรับการค้าออนไลน์ มีแนวโน้มการแข่งขันกันสูง ทำให้แพลตฟอร์มต่างๆ เร่งพัฒนาเครื่องมือและฟีเจอร์ใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคซึ่งมีความภักดีต่อแพลตฟอร์มไม่เท่ากัน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีการซื้อสินค้าออนไลน์จากหลายแพลตฟอร์ม และพร้อมที่จะเลือกใช้แพลตฟอร์มที่ให้ข้อเสนอที่ดีกว่าได้ตลอดเวลา ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรเตรียมตัวตั้งรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อเข้าใจกลุ่มลูกค้าและตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างตรงจุด

ข้อมูลจาก e-Conomy SEA 2023 ฉบับล่าสุด รายงานว่า เศรษฐกิจดิจิทัลประเทศไทย จะมีมูลค่าประมาณ 3.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2566 สูงเป็นอันดับ 2 ในภูมิภาคอาเซียน รองจากอินโดนีเซีย โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการค้าออนไลน์ และคาดว่าปี 2568 จะมีมูลค่าถึง 5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจและติดตามภาวะการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสนอนโยบายสนับสนุนการค้าได้อย่างตรงจุด สนค. จึงได้ทำการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการใช้แพลตฟอร์มของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม 4,699 คน ครอบคลุมทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต)

พฤติกรรมการซื้อออนไลน์ทั้งความถี่และยอดมูลค่าซื้อมีความสัมพันธ์กับอายุ โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มซื้อสินค้าออนไลน์บ่อยครั้งสวนทางกับยอดมูลค่าซื้อ (ซื้อบ่อยแต่เน้นไม่แพงมาก) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งเป็นวัย Gen Z มีสัดส่วนผู้ที่ซื้อออนไลน์บ่อยขึ้นในไตรมาส 4/2566 เทียบกับไตรมาส 3/2566 สูงถึงร้อยละ 32 แต่ส่วนใหญ่ซื้อเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58 โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้สามารถใช้เทคโนโลยีในการค้นหาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง (Personalization) ได้เป็นอย่างดี แต่อาจมีข้อจำกัดด้านรายได้ จึงทำให้มูลค่าซื้อโดยรวมยังน้อยกว่ากลุ่มอื่น ขณะที่ผู้บริโภคที่มีอายุสูงมีแนวโน้มซื้อสินค้าออนไลน์ด้วยความถี่ลดลง แม้ว่าอาจจะมียอดการใช้จ่ายที่สูงกว่า (ซื้อไม่บ่อยแต่เน้นคุณภาพ) เช่น กลุ่มผู้บริโภคอายุ 50 – 59 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัย Gen X มีสัดส่วนผู้ที่ซื้อสินค้าถี่ลดลง ในไตรมาส 4/2566 สูงถึงร้อยละ 40 แต่ก็มีสัดส่วนผู้ที่มียอดซื้อต่อเดือน 3,001 – 5,000 บาท สูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ (อยู่ที่ร้อยละ 16) สะท้อนศักยภาพในการซื้อสอดคล้องกับรายได้ที่อยู่ในระดับสูง แต่ก็มีกรอบขอบในการใช้เงินซึ่งไม่มองแค่หาความคุ้มค่าของสินค้า แต่ยังให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและการบริการของร้านค้าในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามแพลตฟอร์มซื้อสินค้าออนไลน์อาจยังไม่ตอบโจทย์ผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไปบางกลุ่ม หรือวัย Baby Boomer ที่มีแนวโน้มซื้อถี่ลดลง และมียอดการซื้อเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46 เป็นรองเพียงกลุ่ม Gen Z อาจเนื่องมาจากมีอุปสรรคในการปรับตัวกับการซื้อสินค้าออนไลน์หรือมีอุปกรณ์ไม่พร้อม

รวมถึงมีความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจต้องการเพียงสินค้าพื้นฐานที่ตอบสนองความต้องการที่จำเพาะเจาะจง เช่น สินค้าใช้ในครัวเรือนหรือสินค้าสุขภาพ เป็นต้น

สำหรับแพลตฟอร์มยอดนิยมที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์โดยพิจารณาทั้งจากความสะดวกในการใช้งานและยอดมูลค่าซื้อส่วนมาก เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 20 – 29 ปี TikTok ก้าวขึ้นมาเป็นช่องทางนิยมอันดับ 2 เป็นรองเพียง Shopee ซึ่งให้เห็นถึงกระแสความนิยมของโซเชียลคอมเมิร์ซในกลุ่มวัยรุ่น ที่เน้นการสร้างความสุขและความบันเทิงให้กับนักช้อป หรือที่เรียกว่า “Shoppertainment” ผ่านการรับชมการไลฟ์สตรีมและวิดีโอสั้นเกี่ยวกับบอกเล่าประสบการณ์การใช้สินค้า และข้อมูลสินค้าอื่น ๆ ที่สร้างสรรค์จากผู้ใช้งานและอินฟลูเอนเซอร์ ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคช่วงวัยอื่น อีคอมเมิร์ซดั้งเดิม Shopee และ Lazada ยังคงได้รับความนิยมมากกว่า TikTok เนื่องจากจุดแข็งในเรื่องระบบที่มีมาตรฐาน โดยเฉพาะการจัดการร้านค้าและสินค้า ระบบการชำระเงิน รวมถึงกลไกการคืนสินค้า ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มความไว้วางใจระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ทั้งนี้ ผู้บริโภคอายุ 50 – 59 ปี และกลุ่ม Baby Boomer ยังคงนิยมซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook เป็นอันดับ 3 รองจาก Shopee และ Lazada เนื่องจากมีความเคยชินในการใช้งาน ทำให้การถาม/ตอบข้อมูลสินค้าผ่านช่องทางและไลฟ์สตรีมเป็นไปได้โดยสะดวก ประกอบกับผู้ขายมักเสนอส่วนลดราคาที่น่าดึงดูดใจ อย่างไรก็ตาม ปัญหาความเชื่อถือและมาตรฐานของร้านค้าอาจทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หันไปเลือกใช้แพลตฟอร์มอื่น ๆ

ผู้อำนวยการ สนค. กล่าวเพิ่มเติมว่า แพลตฟอร์มต่างๆ กำลังผลักดันจุดแข็งของตนเอง และเร่งพัฒนาเครื่องมือและแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนการทำตลาดในยุคปัจจุบัน และยกระดับวิธีการขายให้มีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้น จะเห็นภาพของการผสมผสานระหว่างระบบการค้าออนไลน์แบบดั้งเดิมกับแบบโซเชียลคอมเมิร์ซ (Hybrid) มีมากขึ้น เช่น Shopee และ Lazada เปิดให้บริการเครื่องมือไลฟ์สตรีมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการเชื่อมต่อกับลูกค้า สำหรับ TikTok เพิ่ม TikTok Shop เพื่อให้ผู้ใช้สามารถซื้อสินค้าได้โดยตรงผ่านแอปพลิเคชัน ขณะที่ลูกค้าเองก็นิยมใช้หลายแพลตฟอร์มร่วมกัน เพื่อซื้อสินค้าและการบริการจากแพลตฟอร์มที่ให้ข้อเสนอที่ดีกว่า

เมื่อวิเคราะห์ความภักดีของผู้บริโภคต่อแพลตฟอร์มต่าง ๆ (Customer Loyalty) โดยพิจารณาจากสัดส่วนของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์บ่อยสุดบนแพลตฟอร์มเพียงไม่กี่ช่องทาง (ไม่เกิน 2 แพลตฟอร์ม) พบว่าผู้บริโภคอายุมากขึ้นมีความหลากหลายในการใช้แพลตฟอร์มต่ำ หรือมีความภักดีต่อแพลตฟอร์มสูง โดยผู้บริโภคอายุ 50 – 59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีการใช้ไม่เกิน 2 แพลตฟอร์ม คิดเป็นร้อยละ 69 และ 66 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ขณะที่ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการใช้ไม่เกิน 2 แพลตฟอร์ม ร้อยละ 47 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ประกอบการออนไลน์ จึงควรพัฒนาและปรับธุรกิจให้เข้ากับเทรนด์ตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วผ่านกลยุทธ์ต่อไปนี้ 1) นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและแตกต่าง ให้ตอบโจทย์ความต้องการและพฤติกรรมการใช้จ่ายของแต่ละกลุ่มลูกค้า บนแพลตฟอร์มที่เป็นช่องทางหลัก รวมถึงพิจารณาแพลตฟอร์มอื่น ๆ ประกอบด้วยหากลูกค้ามีพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านหลายแอปพลิเคชัน 2) ติดตามเทรนด์ธุรกิจและการทำตลาดใหม่ๆ เป็นประจำ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่า ดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ เช่น การทำตลาด Affiliate Commerce ที่อาศัย

ตัวแทนในการช่วยขายและโปรโมตสินค้าหรือบริการ เป็นต้น 3) ใช้ระบบจัดการหลังบ้านอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การทำ Customer Data Platform เป็นซอฟต์แวร์ที่ติดตามและรวบรวมข้อมูลลูกค้าจากแพลตฟอร์มต่างๆ มาไว้ที่เดียวกัน รวมถึงการใช้โปรแกรมสำหรับจัดการยอดคำสั่งซื้อจากหลายแพลตฟอร์ม สินค้าคงคลัง และการเงิน เป็นต้น 4) ประยุกต์ใช้ Generative AI ซึ่งสามารถเป็นตัวช่วยได้ตั้งแต่กระบวนการสร้างเนื้อหาได้ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพ และวิดีโอ หรือการทำกลยุทธ์ธุรกิจ ตลอดจนการทำเซทบอทเพื่อตอบคำถามลูกค้าได้อย่างทันท่วงที และ 5) ติดตามกฎหมาย/ระเบียบสำหรับทำการค้าออนไลน์ เช่น การจดทะเบียนร้านค้า และการจ่ายภาษี เป็นต้น ที่เปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับภาวะการค้าในปัจจุบัน เพื่อให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างไม่สะดุดและยั่งยืน นอกจากนี้ ผู้บริการแพลตฟอร์มควรให้ความสำคัญกับการควบคุมและดูแลร้านค้าให้นำเสนอข้อมูลสินค้าตามความเป็นจริงและเสนอสินค้าให้ถูกต้องตรงตามที่โฆษณาไว้

บทที่ 3

ภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงาน

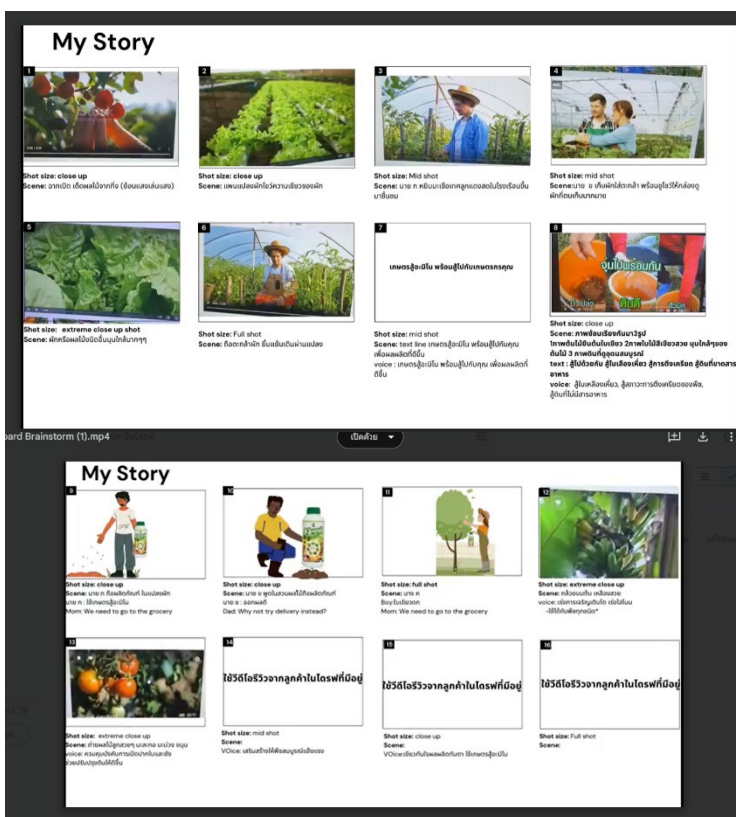
ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์และการผลิตสื่อในเพจ เกษตรสู้ของบริษัท เกษตรสู้เพื่อเกษตร จำกัด ผู้จัดทำได้รับหน้าที่ในการ ทำอินโฟกราฟิก โปสเตอร์โฆษณาสินค้า เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook และงานที่ได้รับมอบหมายอื่นๆ โดยได้ฝึกปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 นั้น โดยมีรายละเอียดการปฏิบัติงาน ดังนี้

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

3.1 วางแผนการทำคอนเทนต์

เป็นการวางแผนเกี่ยวกับเนื้อหาของคอนเทนต์ที่จะทำ ได้แก่ โฆษณาปุ๋ยน้ำเกษตรสู้อะมิโนว่าจะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องอะไรต่อผู้ชม ใช้บทคำพูดอย่างไรบ้าง ขั้นตอนดำเนินการ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชุมร่วมกับทีมงาน เพื่อวางแผนการทำคอนเทนต์ได้แก่ โฆษณาปุ๋ยน้ำเกษตรสู้อะมิโนโดยมีรายละเอียดการประชุม ได้แก่
 - 1) เพื่อวางแผนเกี่ยวกับคอนเทนต์ โฆษณาปุ๋ยน้ำเกษตรสู้อะมิโน ที่ต้องการนำเสนอ
 - 2) วางโครงสร้างคอนเทนต์ เนื้อหา บทสนทนา นักแสดงที่จะต้องใช้ในคลิปว่าจะนำเสนอในหัวข้ออะไร ควร มีบทสนทนาอย่างไรบ้าง
2. ร่างรายละเอียดของเนื้อหาคอนเทนต์ โดยทำการร่างเบื้องต้นว่าต้องการนำเสนอคลิปอย่างไร และนำไปค้นหาข้อมูลเพื่อทำบทสนทนาและคำโฆษณาที่สมบูรณ์ต่อไป
3. ส่งให้หัวหน้างานตรวจสอบตามเนื้อหาที่จะนำเสนอ ความถูกต้องต่าง ๆ ว่า เนื้อหาของคอนเทนต์คลิปวิดีโอตรงตามที่ต้องการหรือไม่ บทสนทนา คำบรรยายสินค้าเหมาะสมหรือไม่ต้องปรับเปลี่ยนหรือไม่
4. ปรับแก้ให้เรียบร้อย เป็นการปรับแก้เนื้อหาในคลิปตามที่มีการตรวจสอบมา เช่น การ ปรับเนื้อหาหรือบทสนทนาของนักแสดงตามที่หัวหน้างานได้แจ้งไว้



ภาพที่ 3.1 การประชุมทีมเพื่อวางแผนการทำคอนเทนต์

3.2ผลิตสื่อหรือคอนเทนต์

ในขั้นตอนนี้ ผู้จัดทำต้องทำการศึกษาหาเครื่องมือเพื่อจัดทำสื่อ นำมาโพสต์ในเพจ เกษตรสู้รรวมทั้งคอนเทนต์เรื่องอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น โปสเตอร์สินค้าและอินโฟกราฟฟิกในการผลิตสื่อหรือคอนเทนต์นั้น ผู้จัดทำเลือกดำเนินการผ่าน Canva ดังนี้

1. สร้างผลงานผ่าน Canva เลือกภาพพื้นหลังให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ทำ



2. วางรูปสินค้า



3. นำเนื้อหาที่คิดไว้ มาใส่เพิ่มในคอนเทนต์



4. เริ่มตกแต่งเพิ่มการใช้เอฟเฟคแสงและอื่นๆเพื่อดึงดูดสินค้าให้เด่นชัด สวยงามมากขึ้น และใส่ช่องทางการติดต่อ



3.3 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊ก

3.4.1 การเผยแพร่สื่อ เป็นการโพสต์ลงเพจ เกษตรสู้เพื่อเป็นการเผยแพร่ไปยังลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย ก่อนที่จะมีการเผยแพร่ นั้น มีขั้นตอนการทำงานดังนี้

1. นำผลงานที่ทำในแต่ละวัน ส่งเข้าโดรฟ และตรวจดูความเรียบร้อยของ งานนั้น ๆ
2. ปรับหรือแก้ไขในส่วนของคำผิด
3. หลังจากแก้ไขเรียบร้อย นำผลงานกำหนดโพสลงสื่อ social media ในช่องทางต่างๆ เช่น

Facebook Instagram

3.4.2 การบริการจัดการเพจเฟซบุ๊ก

Meta Business Suite คือ เครื่องมือสำหรับจัดการบัญชี Facebook และ Instagram ในนามธุรกิจครบวงจร อำนวยความสะดวกในการตั้งโพสต์ล่วงหน้า การวางแผน Content Plan การยิงโฆษณา การตอบ Inbox ไปจนถึงเรื่องการจัดการรายได้ของเพจ อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้ Meta จะมีเครื่องมืออีกตัวที่มีหน้าที่คล้ายกับ Meta Business Suite แต่ภายหลังยกเลิกไป นั่นคือ Creator Studio

จากคอนเทนต์โฆษณา โดยผู้จัดทำได้มีส่วนร่วมตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น คุณการพากษ์โฆษณาสินค้าภาษาพม่า ทำสต็อกเกอร์แปะถุงปุ๋ย ฯลฯ



ภาพที่ 3.10 งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

บทที่ 4

รายละเอียดของการปฏิบัติงาน

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา คือ การเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ในลักษณะพนักงาน ที่จะต้องได้ลงมือปฏิบัติงานจริง ผู้จัดทำกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ได้มีโอกาสฝึกสหกิจศึกษา และได้รับประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง เพราะเป็นประสบการณ์ในส่วนที่นักศึกษาไม่สามารถเรียนรู้ได้ในห้องเรียน นักศึกษาจะได้รับการพัฒนาตนเองทางด้านความคิด

โดยผู้จัดทำ ณ บริษัท เกษตรสู้อ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ผู้จัดทำได้รับมอบหมายตำแหน่ง คอนเทนต์และกราฟฟิก มีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

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

4.1 วางแผนการทำคอนเทนต์

คอนเทนต์ คือการทำการ์เกิดตั้งโดยการทำเนื้อหาคอนเทนต์ที่มีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ อีกทั้งยังสามารถให้ประโยชน์และคุณค่าบางอย่างได้ตามความต้องการและความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคที่ทางธุรกิจต้องการ โดยสามารถสื่อสารออกไปได้ทั้งในรูปแบบทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการทำการ์เกิดตั้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สามารถเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าจากผู้บริโภคเพียงการสื่อสารของแบรนด์ มาเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการของแบรนด์ด้วยประโยชน์กับผู้บริโภคที่เฉพาะกลุ่ม ซึ่งเมื่อผู้บริโภคกลุ่มนั้นได้บริโภคเนื้อหาของคอนเทนต์แล้ว จะเกิดความชื่นชม ต้องการบอกเล่าต่อ และสุดท้ายแล้วคอนเทนต์นั้นๆ ก็จะสามารถทำหน้าที่ทางการตลาดในเชิงเนื้อหาได้ตามเป้าหมายที่ทางผู้ผลิตเนื้อหาคอนเทนต์นั้นกำหนดไว้ สำหรับบริษัท เกษตรสู้อเพื่อเกษตร จำกัดนั้น ได้มีการวางแผนการสร้างสรรค

คอนเทนต์ในเพจ เกษตรสู้อโดยมุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์คือ การเน้นพัฒนาในเรื่องของความคิด การสร้างสรรค์เนื้อหา และจำนวนของคอนเทนต์ที่ต้องการใช้ในการสื่อสารให้ตรงต่อวัตถุประสงค์ของบริษัท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการตระหนักรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ทำให้คนรู้จักบริษัท มากกว่าจะเป็นการสร้างยอดขาย และเน้นคุณภาพและกลยุทธ์ คือ การเน้นพัฒนาในเรื่องของการออกแบบกลยุทธ์ทางเนื้อหาคอนเทนต์ ให้เป็นเหมือนกับแม่เหล็กในการช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่อยู่บนโลกของออนไลน์ รูปแบบของสื่อที่นำมาใช้สำหรับการทำการ์เกิดตั้งในรูปแบบเนื้อหาคอนเทนต์เป็นหลักคือ รูปภาพ หรือ อินโฟกราฟิก เป็นคอนเทนต์ที่มีรูปแบบเป็นรูปภาพ หรือการนำเนื้อหาข้อความที่มีรายละเอียดเยอะ ๆ อ่านแล้วเข้าใจ มุ่งเน้นรูปแบบของเนื้อหา

คอนเทนต์ที่มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน แม้ว่าเนื้อหาคอนเทนต์นั้นแฝงความเป็นเชิงวิชาการเล็กน้อย ก็ต้องมีการปรับแต่งให้สนุก ไม่ซ้ำซากน่าเบื่อ บางครั้งแทรกเนื้อหาที่มีความตลกลงไปในเรื่องคอนเทนต์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

4.2 สร้างสรรค์คอนเทนต์

การสร้างคอนเทนต์ขึ้นมานั้น มีจุดประสงค์แตกต่างกันไปตามที่ธุรกิจเป็นผู้กำหนด สำหรับจุดประสงค์ของการสร้างคอนเทนต์ในเพจ เกษตรสู่ของบริษัท เกษตรสู่เพื่อเกษตรจำกัดนั้น มีจุดประสงค์เพื่อการสร้างการตระหนักรู้ในแบรนด์ (Brand Awareness) โดยคอนเทนต์ที่เป็นการสร้าง การตระหนักรู้ในแบรนด์ (Brand Awareness) จะใช้เป็นเนื้อหาที่มุ่งเน้นการเข้ามาช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ ให้กลุ่มเป้าหมาย ผู้อ่าน ผู้ชม มีโอกาสเข้าถึงและรู้จักแบรนด์ผ่านสิ่งที่น่าสนใจมาก ยิ่งขึ้น นั่นก็คือโปสเตอร์สินค้าและคอนเทนต์ต่างๆ โดยทางบริษัท เกษตรสู่เพื่อเกษตรจำกัด มีการวางกลยุทธ์ในช่วงที่ผ่านมาว่าการสร้าง Brand Awareness Content คือสิ่งที่ช่วยมัดใจ และสร้างแรงดึงดูดให้ลูกค้าติดตามได้

ในการศึกษาขั้นตอนการสร้างคอนเทนต์นั้น ผู้จัดทำพบว่ามียุทธศาสตร์ที่ควรปฏิบัติดังนี้

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

ต่อความรู้สึกมากเกินไป

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

ในแพลตฟอร์มต่างๆหลังได้จากได้คอนเทนต์แล้ว

11. ภาษาที่ใช้ต้องมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และควรระมัดระวังในเรื่องความถูกต้องทางด้านภาษา

12. ต้องใช้ความระมัดระวังในเรื่องกฎหมายและจริยธรรมในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลบุคคล การละเมิดลิขสิทธิ์ ภาพ เพลง ฟอนท์อักษร ที่นำมาใช้

4.3 ผลิตภัณฑ์หรือคอนเทนต์

ในการผลิตสื่อหรือคอนเทนต์นั้น แม้ว่าจะมีเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงาน อย่างเช่น Canva ซึ่งเป็นโปรแกรมในการทำกราฟิกที่ช่วยให้ทำงานได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงต้องมีขั้นตอน

ในการเตรียมข้อมูลและโครงสร้างในการทำคอนเทนต์ ได้แก่

1. ข้อความที่จะใช้ ได้แก่ ตัวอักษร คำ ประโยค และรูปแบบการเขียนแบบต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่จะนำเสนอในคอนเทนต์ โดยเป็นส่วนที่แสดงรายละเอียดของเนื้อหาหรือเรื่องราวที่นำเสนอ ในขั้นตอนการร่างข้อความหรือจัดเตรียมข้อความ อาจจะมีการเขียนบนกระดาษ หรือการพิมพ์ด้วยโปรแกรมต่างๆ รูปแบบการนำเสนอในเพจ เกษตรสู่ นั้น จะเป็นรูปแบบโปสเตอร์และอินโฟกราฟิก การผลิตสื่อหรือคอนเทนต์นั้น อาจมีการจัดทำรูปแบบของข้อความได้หลายรูปแบบ เช่น

- 1) กำหนดลักษณะของแบบตัวอักษรหรือข้อความ (text) เช่นตัวธรรมดา ตัวหนาตัวเอียงหรือการขีดเส้นใต้
- 2) กำหนดขนาดของตัวอักษร (font size)
- 3) กำหนดสีตัวอักษร (color)
- 4) กำหนดการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษร เช่น การจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรซึ่งเป็น

การกำหนดวิธีการเรียงของตัวอักษรหรือข้อความในแต่ละย่อหน้า ว่าต้องการขีดซ้าย ขีดขวา อยู่ตรง

กึ่งกลางหรือจัดซ้ายขวาเสมอกัน รวมถึงการเว้นระยะห่างของข้อความ

5) การกำหนดเส้นขอบตัวอักษร (borders) แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ

- 1) ตัวอักษรที่ใช้จะต้องมีความชัดเจนและอ่านง่าย
- 2) ข้อความที่ต้องการจะเน้นควรจะมีลักษณะที่แตกต่างจากข้อความธรรมดาเช่นใช้ตัวหนาตัวเอียงหรือขีด
- 3) จัดช่องว่างระยะห่าง ให้อ่านง่ายและมีความเหมาะสม
- 4) จัดขนาดของตัวอักษรตามความสำคัญของข้อความ
- 5) หัวข้อที่ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ควรมีระยะช่องไฟของตัวอักษรที่ให้ความรู้สึกที่ดีไม่ติดหรือห่างกันเกินไป
- 6) เลือกสีของข้อความให้อ่านง่ายมีความแตกต่างจากสีของพื้นหลังเช่นตัวอักษรสีเข้มควรอยู่บนพื้นสีอ่อน ในขณะที่ตัวอักษรสีอ่อนควรอยู่บนพื้นสีเข้ม

7) หากต้องการจัดข้อความให้อยู่กึ่งกลางบรรทัดไม่ควรทำติดกันหลายๆบรรทัดเพราะจะดู ไม่สวยงามและยากต่อการอ่าน

8) ตัวอักษรภาษาอังกฤษควรใช้อักษรพิมพ์ใหญ่และพิมพ์เล็กอย่างเหมาะสม โดยทั่วไปถ้า กำหนดขนาดตัวอักษรที่เท่ากันตัวอักษรภาษาอังกฤษจะมีขนาดสูงกว่าภาษาไทย เนื่องจากภาษาไทยจะนับรวมตัวสระที่อยู่ด้านบนและตัวสระที่อยู่ด้านล่างเข้าไปด้วย

9) การเน้นความน่าสนใจของข้อความ อาจใช้การใส่แสงเงาให้กับตัวอักษร

10) ควรสรรหาข้อคิดคำเสนอแนะหรือคำติชมจากหลายๆความคิดมาสรุปเพื่อเลือกใช้ตัวอักษรที่เหมาะสมที่สุดกับข้อความที่ต้องการนำเสนอ

11) การนำตัวอักษรมาใช้ในงานควรตรวจสอบเรื่องลิขสิทธิ์ก่อนว่าสามารถนำมาใช้ได้ หรือไม่หากต้องการใช้ตัวอักษรจะมีเว็บไซต์ที่ให้บริการดาวน์โหลดตัวอักษร 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 ย่อมขึ้นอยู่กับ การสร้างสรรค์และเลือกนำเสนอ เพราะผู้รับสารจะรับรู้หรือเห็นเหตุการณ์เฉพาะที่ปรากฏบนในภาพยนตร์เท่านั้น ด้วยเหตุนี้เองการเลือกภาพเหตุการณ์ที่ดี การกำหนดลักษณะหรือขนาดของภาพที่ดี และการกำหนดมุมกล้องที่ดีสิ่งเหล่านี้ถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้การเล่าเรื่องราวเป็นไปตามที่ผู้สร้างสรรค์ภาพต้องการสื่อความหมาย

การจัดองค์ประกอบภาพเป็นการจัดวางทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏขึ้นในกรอบภาพให้สื่ออารมณ์และความหมาย ภาษาของภาพใช้ภาพในการสื่อสารอธิบายถึง เหตุการณ์ เนื้อหา อารมณ์ความรู้สึกแก่ผู้ชม สิ่งปรากฏขึ้นในภาพ ดังนั้น ภาพจะต้องผ่านการเลือก คัดสรร สิ่งต่างในการนำมาประกอบกันในภาพ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายและเล่าเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมาย 3 ประการหลัก คือ 1) ความงาม 2) ความหมาย และ 3) อารมณ์ความรู้สึก ที่เกิดขึ้นใน ภาพ การจัดองค์ประกอบภาพเกิดจากการตีความผ่านเนื้อหา หรือเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมาย ผ่านการจัดวางตำแหน่ง เพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา เครื่องมือที่ใช้ในการจัดองค์ประกอบภาพ เช่น แสง เงา สี จุดเด่น รูปทรง พื้นที่ว่าง เอกภาพ ระยะเวลาของภาพ เป็นต้น

4.4 เผยแพร่ลงเฟซบุ๊กและการบริการจัดการเพจเฟซบุ๊ก

เมื่อทำการสร้างคอนเทนต์และผ่านความเห็นชอบจากหัวหน้างานและทีมเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือดำเนินการเผยแพร่สื่อ หรือโพสต์ลงเพจ เกษตรสุขเพื่อเป็นการเผยแพร่ไปยังลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย โดยมีข้อควรรู้ในการโพสต์ดังต่อไปนี้

1. นอกจากภาพกราฟิกที่เตรียมไว้ อาจจะมีการโพสต์เพิ่มเติม โดยใช้เป็นเนื้อหาสั้นๆ หยิบเฉพาะสาระสำคัญๆ กระชับ ได้ใจความ เอาส่วนที่น่าสนใจที่สุด ยาวไม่เกิน 2-3 บรรทัด เพื่อให้ Fanpage อ่านแล้วเกิดความรูสึกว่า เนื้อหานี้ดี น่าอ่านต่อ น่าติดตาม อาจจะนำ Link ของเนื้อหาสาระมาวางไว้ด้วย

2. ใช้จำนวนการ Post ให้เหมาะสมอย่า Post บ่อยจนเกินไป หรือ น้อยจนเกินไป โดยยึด

จากตารางการเผยแพร่คอนเทนต์ที่ทางทีมได้มีการประชุมวางแผนเอาไว้แล้ว

3. หมั่นตอบคำถาม Comment / Post สื่อสารกับ Fanpage ด้วย FB Message ตอบทุก

Comment แม้ Comment นั้นจะ Inbox มาแล้ว หรือ โทรมาแล้วก็ตาม เพราะลูกค้าหรือ

กลุ่มเป้าหมายจะได้รู้ว่า Page ของทางบริษัท มีการจัดการ และมีผู้ดูแลอยู่ตลอดเวลา

4. เลือกช่วงเวลาที่จะโพสต์ ให้เหมาะสม มีผลกับการเข้าถึงกลุ่มคน หรือ Fanpage โดยทำการ ตรวจสอบจากสถิติของแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ หรือการแนะนำของ Facebook

5. สามารถตั้งเวลา Post โดยเลือกช่วงเวลาได้เอง ทำให้สามารถสร้างความผูกพันกับ Fanpage โดยแม้ในช่วงวันหยุด

4.4.1 Meta Business Suite คืออะไร

Meta Business Suite คือ เครื่องมือสำหรับจัดการบัญชี Facebook และ Instagram ในนามธุรกิจครบวงจร อำนวยความสะดวกในการตั้งโพสต์ล่วงหน้า การวางแผน Content Plan การยิงโฆษณา การตอบ Inbox ไปจนถึงเรื่องการจัดการรายได้ของเพจ อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้ Meta จะมีเครื่องมืออีกตัวที่มีหน้าที่คล้ายกับ Meta Business Suite แต่ภายหลังยกเลิกไป นั่นคือ Creator Studio

1. วิธีตั้งเวลาโพสต์ Meta ล่วงหน้า (Overview) Login เข้าใช้งาน Meta Business Suite แล้วคลิก Create Post

2. คลิก Add Photo เพื่อใส่รูปภาพ, Add Video เพื่อเพิ่มวิดีโอ หรือ Use Template เพื่อเลือกใช้งานเทมเพลตโพสต์จาก Vimeo เมื่อเลือก Material แล้ว ระบบจะมีภาพพรีวิวก่อนโพสต์จริงให้ดูด้านขวามือ (โชว์ให้ดูทั้งเวอร์ชัน Desktop และ Mobile)

3. อย่าลืมกำหนดให้แนชต์ว่า จะโพสต์บน Facebook, Instagram หรือทั้ง 2 แพลตฟอร์ม โดยคลิกที่กรอบ Post To ด้านบนสุด ทั้งนี้ หากเลือกโพสต์บน Instagram ภาพทุกภาพจะต้องมีสัดส่วนเท่ากัน (แนะนำให้ Crop ในอัตราส่วน 4:5 หรือ 1.95:1)
 4. ถัดมา จะเป็นกรอบสำหรับใส่แคปชัน ซึ่งคุณสามารถคลิกที่แท็บ Customize post for Facebook and Instagram เพื่อปรับแต่งแคปชัน ของทั้ง 2 แพลตฟอร์มให้มีรายละเอียดแตกต่างกันได้ นอกจากนี้ ยังสามารถแนบลิงก์ แท็กชื่อแบรนด์ โลเคชั่น และใส่อีโมจิได้ตามใจ
 5. สำหรับการตั้งเวลาโพสต์ Meta ให้เลื่อนลงไปทีกรอบ Scheduling Option เลื่อนเปิดแท็บ Set Date and Time จากนั้นกรอกเวลาโพสต์ที่คุณต้องการ แนะนำให้คลิกที่ Active Times เพราะแพลตฟอร์มจะแนะนำช่วงเวลาโพสต์ที่เหมาะสมเอาไว้ให้
 6. เมื่อใส่ข้อมูลทุกอย่างครบแล้ว ให้ตั้งค่า Privacy Setting แล้วกด Schedule
- เพียงคลิก Create Post ตามขั้นตอนปกติ ข้ามการ Add Photo หรือ Add Video ไป พิมพ์แคปชัน แล้วคลิกที่ไอคอน Aa เพื่อเลือกพื้นหลังได้เลย

วิธีการตั้งเวลาโพสต์ Meta ในปี 2023 – 2024 ค่อนข้างแตกต่างกับปีก่อนหน้าพอสมควร สามารถทำงานได้เสถียรมากขึ้น นอกจากนี้ การยกเลิก Creator Studio ก็ถือเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง เพราะช่วยลดความสับสน และทำให้ Meta Business Suite สามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการฝึกสหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในครั้งนี้ ผู้จัดทำ ได้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาที่ ณ เกษตรสุขเพื่อเกษตรจำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน โดยในการปฏิบัติงานครั้งนี้ ได้ฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่ง คอนเทนตและกราฟฟิกโดยผู้จัดทำได้จัดการสรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา 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 ประสบการณ์ที่ประทับใจ.

5.1 วัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน

- 5.1.1 เพื่อให้ศึกษามีโอกาสได้เรียนรู้การปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริงก่อนสำเร็จการศึกษา
- 5.1.2 เพื่อเพิ่มประสบการณ์ทางด้านอาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษา
- 5.1.3 เพื่อเปิดโอกาสให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีส่วนร่วมใน การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต
- 5.1.4 เพื่อให้เกิดการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเป็นไป ตามความต้องการของสถานประกอบการ
- 5.1.5 เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยผ่านนักศึกษาผู้ไปฝึกปฏิบัติงาน ณ สถานประกอบการนั้น ๆ

5.2 สรุปการจัดทำโครงการ

ในการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาเรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนตและการผลิตสื่อในเพจเกษตรสุขของบริษัท เกษตรสุขเพื่อเกษตรจำกัด ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานด้านการทำโปสเตอร์สินค้าและอินโฟกราฟฟิก

เกี่ยวกับเกษตร เพื่อเผยแพร่ลงสื่อ Facebook ซึ่งได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของคอนเทนต์ที่โพสต์ลงเฟซบุ๊ก เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการโพสต์ วางแผนเนื้อหา โดยทำการประชุมที่วางแผน จัดทำคอนเทนต์ด้วยโปรแกรม Canva และได้รับคำแนะนำในการทำงานจากพนักงานพี่เลี้ยง ที่คอยให้คำแนะนำหากมีข้อสงสัย หรือเกิดความผิดพลาดใด ๆ จนสามารถปฏิบัติงานได้เป็นที่น่าพอใจ และยังได้รับความรู้ในการทำงาน เพื่อนำไปพัฒนาตนเอง และต่อยอดให้สามารถทำงานในสถานประกอบการต่อไปได้

5.3 ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ

- 5.3.1 เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสถานประกอบการ โดยผ่านนักศึกษาผู้ไปฝึกปฏิบัติงาน 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 สถานศึกษาสามารถนำความข้อมูลการฝึกปฏิบัติงานสหกิจของนักศึกษ มาพัฒนา หลักสูตรการเรียนการสอนได้
- 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 เกษตรสุขเพื่อเกษตรจำกัด ทำให้ได้ พัฒนาความรู้ที่มี
2. ได้เรียนรู้การทำคอนเทนต์
3. ได้เรียนรู้การทำกราฟฟิก

5.6.4 วิเคราะห์อุปสรรคของผู้ฝึกสหกิจศึกษา

1. มีการสั่งงานแทรกซ้อนในบางครั้ง ทำให้ทำงานไม่ทัน
2. มีการเรียกประชุมบ่อย ส่งผลกระทบต่อเวลาทำงาน
3. จำนวนเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอกับงาน ทำให้ต้องทำงานหลายหน้าที่ในบางครั้ง

5.7 ประสบการณ์ที่ประทับใจ

การฝึกปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ ได้ได้รับความรู้ที่นอกเหนือจากในห้องเรียน 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)

สร้างและกำหนดเวลาเผยแพร่โพสต์และสตอรี่ใน Meta Business Suite

<https://thedigitaltips.com/blog/facebook/how-to-schedule-post-on-meta-update-2024/>
(วันที่ทำการสืบค้น 1 กุมภาพันธ์ 2568)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ใบรับรองการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

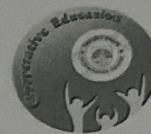


ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 2

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ และการโฆษณา

คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต อรุณจุ จินเกษร รหัสนิต

ชื่อองค์กร เกษตรวิสัยเพื่อเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรวิสัย

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาว จันทิมา ธนาภักดิ์ โทรศัพท์ 066 113 9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	4 / 11 / 67	ได้รับมอบหมายงานเพิ่มเติมในส่วนของการ การตลาด สไลด์การตลาด การออกแบบสื่อ	8	นางจิราพร
อังคาร	5 / 11 / 67	ได้เข้าไปดูแผนสื่อโฆษณาในเพจเฟสบุ๊กเกษตรวิสัย และ วางแผนเนื้อหาที่จะลงต่อจากแผนเดิม	8	นางจิราพร
พุธ	6 / 11 / 67	เริ่มลงสื่อเพิ่ม ตามแผนเดิม (กำหนดขยายไว้) ในส่วนของโพสท์บนเฟสบุ๊ก เข้า 1 โพสท์ ภาย 1 โพสท์ โดยสื่อที่ลงนำมาจากอินโฟกราฟิกเดิมที่มีอยู่ใน ใบเสนอ	8	นางจิราพร
พฤหัสบดี	7 / 11 / 67	ลงสื่อต่อตามแผนเดิม จากวันที่ 6 ลงถึง วันที่ 14 พย 67	8	นางจิราพร
ศุกร์	8 / 11 / 67	ทำโปสเตอร์ใบปลิวของเกษตรวิสัย ด้านแนะนำ ด้านสื่อ ภายสื่อคัก อีเมลล์ติดต่อ + 0 ชม โอน ตรา ของเกษตรวิสัย (ลูกค้เกษตรวิสัย)	8	นางจิราพร
เสาร์ / /
อาทิตย์ / /



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 4

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ และกราฟิก

คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต 0564๓ จินกษร รหัสนิสิต 64104110001

ชื่อองค์กร เกษตรสุขเมืองเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรสุข

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาว ชัยฉวีภา วัฒนาคุณเดชา โทรศัพท์ 0๖ ๓3 ๙1๓7

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	18 / 11 / 67	ประชุมงานวางแผนงานใหม่ต่อจากแผนเดิมเก่า เนื่องจากมีเด็กฝึกงานมาเพิ่ม จึงมีการปรับพื้นที่ใหม่ ที่มตัดต่อจากปีก ๑๐๑ เกษตรสุข โดย พี่ฝึกแปง นวนันท์	8	hand
อังคาร	19 / 11 / 67	เริ่มแบ่งหน้าที่กัน ตามที่ได้รับมอบหมาย โดย ดิฉันก็ ทำตำแหน่ง คอมพิวเตอร์ และคอยประสาน โอนงานไปเกษตรสุขบ้าง	8	hand
พุธ	20 / 11 / 67	วางแผนคิด คอมพิวเตอร์ เริ่มจากวันที่ 1 ถึงเวลาจบ เปิดตัวอย่างใกล้ต่อ และข้อมูล นวัตกรรมกับ เมืองใหม่	8	hand
พฤหัสบดี	21 / 11 / 67	คิดคอมพิวเตอร์ แผนงานใหม่ของเดือน ธันวาคม มุดคุย แนวทางการทำงานกับเมืองใหม่	8	hand
ศุกร์	22 / 11 / 67	สอนงาน เมืองใหม่เพิ่มเติม การส่งงานในไอเมล การดูแผนงานที่จะทำอะไรบ้าง ในแต่ละเดือน วันละกี่ไมล์ ทำเรื่องอะไร	8	hand
เสาร์ / /
อาทิตย์ / /



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 5

สาขาวิชา คณะเทคโนโลยีและสารสนเทศ

คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต อรุณัฐ ลีนเกษร รหัสนิสิต

ชื่อองค์กร เกษตรวิสัยเมืองเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรวิสัย

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาว อรุณัฐชา วัฒนาวัฒนรัตน์ โทรศัพท์ 066 439137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	25 / 11 / 67	งานแสดงผลงานใหม่ต่อจากอาทิตย์ที่แล้ว วันเสาร์ ถึง วันที่ 30 ธันวาคม	8	<i>อรุณัฐ</i>
อังคาร	26 / 11 / 67	ทำโปสเตอร์ วันพ่อ ลงเพจเกษตรวิสัย ตามที่ตั้งในแผนที่ไอ เมืองศรีขุขันธ์ เริ่มงาน	8	<i>อรุณัฐ</i>
พุธ	27 / 11 / 67	ทำโปสเตอร์ วันพ่อ ลงเพจเกษตรวิสัย เมืองศรีขุขันธ์ เริ่มงาน	8	<i>อรุณัฐ</i>
พฤหัสบดี	28 / 11 / 67	ทำโปสเตอร์ วันพ่อ ลงเพจเกษตรวิสัย เมืองศรีขุขันธ์ เริ่มงาน	8	<i>อรุณัฐ</i>
ศุกร์	29 / 11 / 67	ทำโปสเตอร์ N max pro เมืองศรีขุขันธ์ เริ่มงาน	8	<i>อรุณัฐ</i>
เสาร์ / /			
อาทิตย์ / /			



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 6

สาขาวิชา วิศวกรรมและคอมพิวเตอร์

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต อดิษฐ์ จินเกษร รหัสนิสิต 64104110001

ชื่อองค์กร เกษตรสุข เมืองเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรสุข

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาว จัสมิญญา ภูธภาคพันธ์ โทรศัพท์ 066 413 9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	2 / 12 / 67	งานโรงงานรับส่งสินค้า คัดลอก คู่มืออาคาร เมื่อ 11 ส่งผลิตสินค้า เกษตรสุข ที่เมืองสีปอ ที่ 1 ใต้ 00กษณข๓	6	
อังคาร	3 / 12 / 67	ผลิตสินค้า ส่งมาจากที่คิดไว้ สีปอ ที่ ๒ ๐๐กษณข๓ ๐๐กษณข๓ เกษตรสุข วังผลิต	8	
พุธ	4 / 12 / 67	- คิดแบบชิ้นโมเดลที่วางทวนไว้ (โมเดล 0๐กษณข๓) - ๐๐กษณข๓ ๐๐กษณข๓ เกษตรสุข วังผลิต	8	
พฤหัสบดี	5 / 12 / 67	๐๐กษณข๓ โมเดล เครื่องหมาย ตราสินค้า ของ OEM ที่ เกษตรสุข วังผลิต	8	
ศุกร์	6 / 12 / 67	๐๐กษณข๓ โมเดล เครื่องหมาย ตราสินค้า ของ OEM ที่ เกษตรสุข วังผลิต	8	
เสาร์ / /			
อาทิตย์ / /			



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 7

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์และการโฆษณา

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจรัญ



ชื่อนิสิต อดิษฐ์ จันทะธร รหัสนิสิต 6410410001

ชื่อองค์กร เกษตรสุข เมืองเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรสุข

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน อดิษฐ์ จันทะธร โทรศัพท 066 113 9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	10 / 12 / 67	- คิดสื่อและคอนเทนต์ส่งต่อในแอมลนเจดร์บ้าน ของแม่จ ต่อจากสัปดาห์ที่แล้ว - ทำสไลด์บอร์ด Ads รัตี้โอเกษตรสุข ๐๖มิเ	8	อดิษฐ์
อังคาร	11 / 12 / 67	- ทำโปสเตอร์สินค้ารักช่นกลึงดีเยี่ยม - ทำสื่อวีดิโอ รวมสินค้าเกษตรสุข หรือของแม่จ	8	อดิษฐ์
พุธ	12 / 12 / 67	- ออกแบบโลโก้ OEM - เข้าปฏิบัติงานใน แอมลนเจดร์ในไฮดรอสองนาจ๊องในคัม เพื่อตามงานและ เข้างานลงแม่จ	8	อดิษฐ์
พฤหัสบดี	13 / 12 / 67	ทำคอนเทนต์สัปดาห์ส่งถ่ายใต้ทงนไว ทำในรูป แบบบ โปสเตอร์ 4 ภาพ ลงในแอมลนเจดร์	8	อดิษฐ์
ศุกร์	14 / 12 / 67	ทำสไลด์บอร์ดละครคุณธรรม แทรกการขาย ปุ๋ยเกษตรสุข	8	อดิษฐ์
เสาร์ / /
อาทิตย์ / /



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 8

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์และการโฆษณา

คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจรัญ



ชื่อนิสิต อรุณโรจน์ สว่างวงศ์ รหัสนิสิต 64104110001

ชื่อองค์กร เกษตรสุขุม เมื่อ เกษตรสุขุม

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาว ชัยภูมิ ชัยชา ศึกษาศาสตร์ โทรศัพท 066 113 9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	16 / 12 / 67	ศึกษา นำสื่อออนไลน์ของตัว Ads เกษตรสุขุมออนไลน์ มาปรับ และคุยเรื่องสื่อออนไลน์ เกษตรสุขุมออนไลน์	8	นางสาว ชัยภูมิ
อังคาร	17 / 12 / 67	ศึกษา นำสื่อออนไลน์ของตัว Ads วิทยาลัย เกษตรสุขุมออนไลน์ - ออกแบบโลโก้ OEM	8	นางสาว ชัยภูมิ
พุธ	18 / 12 / 67	ศึกษา นำสื่อออนไลน์ของตัว Ads เกษตรสุขุมออนไลน์ แก้ไข เพิ่มเติม จากที่ผิดไป ตามคอมเมนต์ในทีได้ประชมมา	8	นางสาว ชัยภูมิ
พฤหัสบดี	19 / 12 / 67	- ออกแบบ โลโก้ OEM เพิ่ม - แก้ไข ขาด Key message ในสื่อออนไลน์ เกษตรสุขุมออนไลน์	8	นางสาว ชัยภูมิ
ศุกร์	20 / 12 / 67	- นำสื่อออนไลน์ที่ถ่ายทำ Ads เกษตรสุขุมออนไลน์ - ประชุมงาน นำสื่อออนไลน์ของตัว Ads รายละเอียดเพิ่มเติม	8	นางสาว ชัยภูมิ
เสาร์ / /	8
อาทิตย์ / /



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

 สัปดาห์ที่ 10

 สาขาวิชา กองช่างยนต์และซ่อมยนต์

 คณะ วิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

 ชื่อนิสิต อรุณชัย ชื่นเกษม รหัสนิสิต 64104110001

 ชื่อองค์กร เกษตรวิสัย เพื่อเกษตร

 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรวิสัย

 ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางอรวรรณ นิ่มคำ ศึกษานิเทศก์ โทรศัพท์ 0661139137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	<u>6</u> / <u>10</u> / <u>68</u>	<u>ตรวจสอบ A/S เกษตรวิสัย</u> <u>แก้ไขสีทาผนัง</u>	<u>8</u>	<u>hnt</u>
อังคาร	<u>7</u> / <u>10</u> / <u>68</u>	<u>ลงผลงานนอร์งานในโครงการ</u> <u>ซ่อม</u>	<u>8</u>	<u>hnt</u>
พุธ	<u>8</u> / <u>10</u> / <u>68</u>	<u>- ลงผลงานนอร์งานในโครงการ</u> <u>- ซักโกลบอลสีน้ําก</u>	<u>8</u>	<u>hnt</u>
พฤหัสบดี	<u>9</u> / <u>10</u> / <u>68</u>	<u>- ออกแบบ โลโก้ OEM</u> <u>- สักกระดาษสีที่ก่อ</u>	<u>8</u>	<u>hnt</u>
ศุกร์	<u>10</u> / <u>10</u> / <u>68</u>	<u>- ลงผลงานนอร์งานในโครงการ</u> <u>ในงาน (ล้างอาคาร สีทาผนัง)</u>	<u>8</u>	<u>hnt</u>
เสาร์/...../.....
อาทิตย์/...../.....



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 12

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ และ โฆษณา

คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต อดิษฐ์ ชื่นเกษร รหัสนิสิต 64104110001

ชื่อองค์กร เกษตรดี เติบโตเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางรุ่ง ชื่นชื่นฟ้า งามลภณินต์ โทรศัพท์ 066 113 9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	13 / 1 / 68	ศึกษารีวิว Ads เกษตรดี ๐๕มิถุนายน เพื่อไว้ นำมาใช้เองในโฆษณา - นำข่าวดีเพื่อใส่ใน Ads เกษตรดี	8	รุ่ง
อังคาร	14 / 1 / 68	ศึกษารีวิว และ วางแผนการ จัดการเรื่อง สื่อภาพที่นำไปถ่ายใน Ads	8	รุ่ง
พุธ	15 / 1 / 68	วางแผนงานออกรางวัลในโครงการเกษตรดี ลงในเน็ต (ภายนอกเขต/ติดต่อฟาร์ม)	8	รุ่ง
พฤหัสบดี	16 / 1 / 68	ออกถ่ายทำ Ads เกษตรดี ๐๕มิถุนายน 2 ลานที่	8	รุ่ง
ศุกร์	17 / 1 / 68	ถ่ายคลิปลง Tiktok เกษตรดี ๑๗มิถุนายน โดยใช้ เกษตรดี ๐๕มิถุนายน เป็นลิ้นคัมในคลิป และเผยแพร่ Tiktok เกษตรดี	8	รุ่ง
เสาร์ / /
อาทิตย์ / /



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 13

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์และกราฟิก

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต อรุณวิไล สีนกษร รหัสนิต 64104110001

ชื่อองค์กร เกษตราลัยเมืองเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรศาสตร์

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวจันทิมา วิชาคุณวัฒน์ โทรศัพท์ 066 113 9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	20 / 1 / 68	- ฝึกศิลป์ที่ถ่ายไฮ้จ๊องของดงมา คัด หุ่นโมเดลที่ไฮ้ ไฮ้ และ ช่วยควบคุม ตำแหน่งฮัดต้อคศิลป์ ดูภาพรวมของงาน	8	ท.น.น.น.
อังคาร	21 / 1 / 68	- ออกแบบและออกแบบในโปรแกรม (ศึกษานองเวลา (คือแคปชั่น) - ฝึกอินโฟกราฟิกด้วยโปรแกรมกราฟิก	8	ท.น.น.น.
พุธ	22 / 1 / 68	ออกแบบเว็บไซต์ OEM - ฝึกอินโฟกราฟิกด้วยโปรแกรมกราฟิก 4 สีขาว ประชุมแบบกับทีมเพื่อให้ออกมาดีมีดั่ง	8	ท.น.น.น.
พฤหัสบดี	23 / 1 / 68	- ฝึกอินโฟกราฟิกด้วยโปรแกรมกราฟิก - ออกแบบเว็บไซต์ OEM	8	ท.น.น.น.
ศุกร์	24 / 1 / 68	ทำอินโฟกราฟิกด้วยโปรแกรมกราฟิก Q and A ด้านกราฟิก ออกแบบกราฟิกด้วยโปรแกรม	8	ท.น.น.น.
เสาร์ / /
อาทิตย์ / /



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ ... 14 ...

สาขาวิชา ... คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะ ... วิทยาศาสตร์ ... มหาวิทยาลัยราชภัฏ



ชื่อนิสิต ... อรุณ จันทวงษ์ ... รหัสนิต ... 64104110001

ชื่อองค์กร ... เกษตรวิสาหกิจ ...

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ... เกษตรวิสาหกิจ ...

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน ... นางสาว ชัยมิษา ... โทรศัพท์ ... 0661139137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	27 / 1 / 68	ออกหมายไปส่งของ ... 8-3-5 ... ชั่วโมง	8	hand
อังคาร	28 / 1 / 68	- ออกหมายไปส่ง ... - คิดค่าน้ำหนัก ...	8	hand
พุธ	29 / 1 / 68	- คิดค่าน้ำหนัก ... - ...	8	hand
พฤหัสบดี	30 / 1 / 68	ออกหมาย jersey ...	8	hand
ศุกร์	31 / 1 / 68	คิดค่าน้ำหนัก	8	hand
เสาร์	... / ... / ...			
อาทิตย์	... / ... / ...			



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 15

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์และการโฆษณา

คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต อรรถวิทย์ ลั่นเกษร รหัสนิสิต 64104110001

ชื่อองค์กร เกษตรศาสตร์เมืองเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา เกษตรศาสตร์

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน นางสาวจิตติมา งามรณงค์ โทรศัพท์ 0 66 113 9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	3 / 02 / 68	ฝึกสอน 0 คลิป Ads เกษตรศาสตร์ 0 ชั่วโมง ออกแบบโลโก้ OEM	8	ท.วิทย์
อังคาร	4 / 02 / 68	ฝึกได้รับมอบหมายให้จัดทำของผลิตภัณฑ์โอชิตาส์ของ ติดแผ่นสับเสียง ประกอบโฆษณาและอุปกรณ์อัด และลงเวปไซต์ใช้งาน	8	ท.วิทย์
พุธ	5 / 02 / 68	ศึกษาไฟล์สไลด์รวม 4 สัปดาห์ใหม่ สินค้าใหม่ เกษตรศาสตร์	8	ท.วิทย์
พฤหัสบดี	6 / 02 / 68	- ฝึกสอน 3 ชั่วโมง 8-3-5 ชั่วโมง - ฝึกทำ OEM	8	ท.วิทย์
ศุกร์	7 / 02 / 68	ฝึกผลิตสินค้าเก่าออกเสียง 000 และเพิ่ม การลงเสียง จากภาพมา ฝึกผลิตเกษตรศาสตร์ 0 ชั่วโมง	8	ท.วิทย์
เสาร์ / /
อาทิตย์ / /



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 16

สาขาวิชา คอนเทนเนอร์และการโยกย้าย

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต..... อดิษฐ์ สีเมเกษร รหัสนิสิต.....

ชื่อองค์กร..... เกษตร อัส เมื่อกษชาส
 หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา..... เกษตร อัส

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน..... นายสาธิต วัฒนศิริ โทรศัพท์ 066.113.9137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	10/02/68	ได้รับมอบหมายให้ สหกิจกร ติดตั้ง 409 ต. Kasetso Myanmar เพื่อลงคลิปขายของจากมาผ่านเว็บดูค่างมา	8	hml
อังคาร	11/02/68	- ฝึกถ่ายวีดีโอสินค้าของ 409 Kasetso.sale (เกษตร อัส เมื่อกษชาส) - วิดีโอ OEM	8	hml
พุธ	12/02/68	- ติดตั้งคลิปเกษตร อัส เมื่อกษชาส - ลงคลิปเกษตร อัส เมื่อกษชาส ลง tiktok ยสัค	8	hml
พฤหัสบดี	13/02/68	ศึกษา ติดตั้งคลิป สำหรับหน้าของ เพื่อลง Tiktok เกษตร อัส เมื่อกษชาส เพื่อจะสั่งซื้อ ก๊าซสินค้าใน tiktok seller	8	hml
ศุกร์	14/02/68	- ลงคลิปสำหรับหน้าของที่ส่งไป และ สั่งซื้อ ก๊าซสินค้าใน 409 สหกิจกร - อัปเดตเสียงจากมา คลิปเกษตร อัส เมื่อกษชาส	8	hml
เสาร์/...../.....	8	hml
อาทิตย์/...../.....



ใบรายงานการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 17

สาขาวิชา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์



ชื่อนิสิต..... อธิษฐ์ สัจจนทร รหัสนิสิต.....

ชื่อองค์กร..... เกษตรสุขใจเกษตร

หน่วยงานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา..... เกษตรสุขใจ

ผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน..... นายดำรงค์ นิลคำ โทรศัพท์ 0661139137

วัน	วันที่/เดือน/ปี	รายงานการปฏิบัติงาน	จำนวนชั่วโมง	ผู้ดูแลการปฏิบัติงาน
จันทร์	17/02/68	- บันทึกวีดีโอใน tiktok สินค้า Detox pro - อัปเดตเสียงบรรยาย คลิปสารภาพหน้ากล้อง	8	hnt
อังคาร	18/02/68	- ลงงานเฟสบุ๊คในเคสศึกษา กิจการออนไลน์ ใน Meta bussiness - ออกแบบโลโก้ OEM	8	hnt
พุธ	19/02/68	- อัปเดตกราฟิกสารภาพหน้ากล้องใน tiktok seller - ทำใบเสนอราคาสินค้าสารภาพหน้ากล้อง	8	hnt
พฤหัสบดี	20/02/68	- ลงคลิปสารภาพหน้ากล้องใน tiktok ไทย - อัปเดตเสียงบรรยาย คลิปสารภาพหน้ากล้อง	8	hnt
ศุกร์	21/02/68	- อัปเดตกราฟิกคลิปสารภาพหน้ากล้อง - ออกแบบโลโก้ OEM - อัปเดตเสียงบรรยายสารภาพหน้ากล้อง	8	hnt
เสาร์/...../.....	8	hnt
อาทิตย์/...../.....

ภาคผนวก ข
ผลงานเพิ่มเติม

ปุ๋ยอินทรีย์ รักษาปฐพี

- ✓ เพิ่มธาตุอาหารและอุ้มน้ำดี
- ✓ เพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน
- ✓ เหมาะกับพืชทุกชนิด

ปุ๋ยอินทรีย์ รักษาปฐพี เกษตรสุ

ตราเกษตรสุ
น้ำหนักสุทธิ ๕๐ กิโลกรัม
ปริมาณธาตุอาหารหลัก 20%

ส่วนผสม: ปุ๋ยคอก, ปุ๋ยหมัก, ปุ๋ยชีวภาพ, ปุ๋ยเคมี, ปุ๋ยอินทรีย์

ธาตุอาหาร	ชนิด	ปริมาณ (%)
ไนโตรเจน	รวม	1.5
	ละลายน้ำ	0.5
ฟอสฟอรัส	รวม	0.5
	ละลายน้ำ	0.2
โพแทสเซียม	รวม	1.5
	ละลายน้ำ	0.5
แคลเซียม	รวม	0.5
	ละลายน้ำ	0.2
แมกนีเซียม	รวม	0.5
	ละลายน้ำ	0.2
สังกะสี	รวม	0.05
	ละลายน้ำ	0.02
สังกะสี	รวม	0.05
	ละลายน้ำ	0.02
สังกะสี	รวม	0.05
	ละลายน้ำ	0.02
สังกะสี	รวม	0.05
	ละลายน้ำ	0.02

โทร: 080-592-9882 | <https://kasetgroup.com> | @kasetu

เกษตรสุ อะมิโน

ใช้ได้กับพืชทุกชนิด

โตไว

สร้างเนื้อเยื่อ

ใบดก

เกษตรสุ อะมิโน

AMINO PROTEIN

เพิ่มธาตุอาหารและอุ้มน้ำดี

โทร: 080-592-9882 | <https://kasetgroup.com> | @kasetu

เกษตรสุ

สูตรทาหน้ายาง

- ✔ กรีดง่าย
- ✔ ฉ่ำน้ำ พุ่มพุน้ำยาง
- ✔ เพิ่มปริมาณน้ำยาง

เกษตรสุ
080-592-9882
https.kasetsugroup.com
@kasetu

ยางพาราหน้าไปทำอะไรได้บ้าง

ยางพารา หรือ ยางธรรมชาติ (Hevea brasiliensis) เป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ มีถิ่นกำเนิดแถบทวีปอเมริกาใต้ บริเวณลุ่มแม่น้ำอะเมซอน ประเทศบราซิล ยางพารา จัดเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญของประเทศไทย

ตัวอย่างการนำยางพาราแปรรูป

รู้หรือไม่ ?
DID YOU KNOW ?

ทำไม "ยางพารา" ถึงเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทย?
ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูก "ยางพารา" มีขนาดครอบคลุมพื้นที่กว่า 24.76 ล้านไร่ และไทยยังมีแรงงานเกษตรกรในภาคการผลิตยางพารามากถึง 1.83 ล้านราย พื้นที่ที่มีการปลูกยางพาราที่สำคัญของไทย เช่น ภาคใต้ ภาคตะวันออกและบางส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยเหมาะแก่การปลูกยางพารา

ตลาดส่งออกสำคัญ 3 อันดับแรกของยางพาราไทยในเดือน ม.ค.-ก.พ. 65 ได้แก่ จีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น

เกษตรสุ
080-592-9882
https.kasetsugroup.com
@kasetu



8-3-5 รักไร่
ปุ๋ยอินทรีย์เคมี

กาชาดรสู้

- ✓ ช่วยให้พืชแข็งแรง
- ✓ ผลผลิตมีคุณภาพ
- ✓ เพิ่มคุณภาพของดิน

ช่วยบำรุงให้ลำต้นมีความแข็งแรง และอุดมสมบูรณ์

f เฟซบุ๊ก อินทสุ t 080-592-9882 g https.kasetsugroup.com l ไลน์ @kasetsu



8-3-5 รักไร่
ปุ๋ยอินทรีย์เคมี

กาชาดรสู้

NEW

พืชแข็งแรง บำรุงลำต้น

ผลผลิตมีคุณภาพ

เพิ่มคุณภาพสารอาหารให้ดิน และพืชทุกชนิด

f เฟซบุ๊ก อินทสุ t 080-592-9882 g https.kasetsugroup.com l ไลน์ @kasetsu

ภาคผนวก ค
ประวัตินิสิตสหกิจศึกษา

ประวัติบัณฑิตสหกิจศึกษา



ชื่อ - สกุล : นางสาวอรณัฐ จินเกษร

คณะ / สาขา : คณะนิเทศศาสตร์ สาขาโฆษณาและคอนเทนต์

มหาวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ที่อยู่ : 25/323 หมู่8 ซ.พิบูลสงคราม22 ถ.พิบูลสงคราม22 ต.บางเขน อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี11000

เบอร์โทรศัพท์ : 064-945-3212

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา : โรงเรียนอนุบาลนนทบุรี

มัธยมศึกษา : GED (General Educational Development) วุฒิเทียบเท่า ม.6

มหาวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ สาขาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ จ.นนทบุรี