



การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด

Content creation, advertising media and public relations

NJ Services 2020 Co., Ltd

นางสาว เมทินี ชันดี

รหัสนิติ 64104110016

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิชาสหกิจศึกษา (019-002)

สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

หนังสือส่งโครงการ

วันที่ 7 มีนาคม 2568

เรื่อง ขอส่งโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษาสาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ตามที่ข้าพเจ้า นางสาวเมทินี ชันดี รหัสนิสิต 64104110016 สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ระหว่าง วันศุกร์ ที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึง วันศุกร์ ที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัท เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด นิสิตได้มาฝึกสหกิจศึกษาในตำแหน่ง การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด โดยได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการให้ทำคอนเทนต์ผลิตสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ของตัวสินค้าในสถานปฏิบัติงาน เพื่อประกอบการศึกษา และพัฒนาทักษะการเรียนรู้ และประสบการณ์การทำงานจริง

บัดนี้ การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว จึงใคร่ขอส่งไฟล์รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา จำนวน 1 ไฟล์ โดยแปลงไฟล์เป็นสกุล PDF เพื่อขอรับการประเมินผลการปฏิบัติงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ
(นางสาวเมทินี ชันดี)

ชื่อโครงการสหกิจศึกษา	การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด Content creation, advertising media and public relations NJ Services 2020 Co., Ltd
ผู้รายงาน	นางสาวเมทินี ชันดี
สาขาวิชา	คอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
คณะ	นิเทศศาสตร์

นันทิการ์ จิตรงาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทิการ์ จิตรงาม)
อาจารย์ที่ปรึกษาการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

คุณจุฑามาศ

(คุณจุฑามาศ ช่วยเจริญ)
พนักงานที่ปรึกษา

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์อนุมัติให้รับโครงการสหกิจศึกษานี้ไว้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

รองศาสตราจารย์อวยพร พานิช

(รองศาสตราจารย์อวยพร พานิช)
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgment)

นางสาวเมทินี ชันตี 64104110016 นิสิตสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏฯ ได้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาระหว่าง วันศุกร์ ที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2567 ถึง วันศุกร์ ที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ.2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัท เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด จังหวัดนนทบุรี นิสิตได้มาฝึกสหกิจศึกษาในตำแหน่ง การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อประกอบการศึกษา พัฒนาทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การทำงานจริง และได้รับมอบหมายจากสถานประกอบการให้ผลิตสื่อ , ตัดคลิปและเขียนเนื้อหาลงโซเชียล เพื่อทำการโฆษณาให้กับสินค้าของบริษัทเอ็นเจเซอร์วิส 2020 ทำให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีคุณค่า สำหรับโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือและความร่วมมือสนับสนุนของ นางสาวจุฑามาศ ช่วยเจริญ ตำแหน่ง แอดมินและการตลาดออนไลน์ ที่ช่วยตรวจดู เช็คข้อมูล และให้คำแนะนำ ขอขอบคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นันธิการ์ จิตรัมย์ วิชาสหกิจศึกษา ที่ให้คำแนะนำจัดหาตำแหน่งงานจากสถานประกอบการ คอยติดตามประเมินความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานและคอยตรวจแก้ไขเล่มโครงการสหกิจศึกษาจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่น ที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ซึ่งให้ความกรุณาแนะนำในการจัดทำโครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้ ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

นางสาวเมทินี ชันตี
ผู้จัดทำ

ชื่อโครงการ การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด
Content creation, advertising media and public relations NJ Services 2020 Co.,

ชื่อนิสิต เมทินี ชันดี

รหัสนิสิต 64104110016

สาขาวิชา การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันธิการ์ จิตรีงาม

ปีการศึกษา 2567

บทคัดย่อ (Abstract)

โครงการสหกิจศึกษา เรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ด้านสินค้า ณ บริษัท เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการฝึกสหกิจศึกษา เพื่อให้ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้นำความรู้ที่ได้รับจากสถานศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติมาใช้ในการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาตามหลักสูตรของสถาบันการศึกษาเพื่อเพิ่มประสบการณ์การทำงานได้พัฒนาความสามารถของตัวเองพัฒนาความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การประกอบอาชีพหลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของผู้ฝึกสหกิจศึกษาให้มีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน ก่อนที่จะเข้าสู่ชีวิตการทำงานจริง โดยผ่านการทำงานและได้ลงมือปฏิบัติจริง ระหว่าง วันศุกร์ ที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2567 ถึง วันศุกร์ ที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ณ บริษัท NJ Services 2020 Co., จังหวัดนนทบุรี

ผู้ฝึกปฏิบัติงานได้รับมอบหมายและได้รับความไว้วางใจให้ทำงานหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์แต่เป็นขั้นตอนและกระบวนการในการสื่อสารขององค์กรคือการดูแลลูกค้าในการดำเนินการของสถานประกอบการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและให้งานเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดโดยอยู่ภายใต้การดูแล และคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษา เพื่อให้ผลผลิตของงานดำเนินไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งยังเป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้ฝึกสหกิจศึกษาในการเตรียมความพร้อมก่อนสำเร็จการศึกษา

สารบัญ

	หน้า
หนังสือส่งโครงการ	ก
ชื่อโครงการสหกิจศึกษา	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญ(ต่อ)	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.ความเป็นมาและความสำคัญ	1
2.ประวัติของบริษัท NJ Services 2020 Co.Ltd	1
3.สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ	2
4.วัตถุประสงค์การฝึกสหกิจศึกษา	3
5.เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลนิสิตในการฝึกสหกิจศึกษา	3
6.ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	3
7.ตำแหน่งลักษณะงานที่นิสิตได้รับมอบหมาย	3
8.ลักษณะงานที่นิสิตได้ปฏิบัติอื่น ๆ	4
9.ผลที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
1.แนวคิดเกี่ยวกับคอนเทนต์ (Content)	5
2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising)	7
3.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	9
4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)	11
บทที่ 3 ภาระหน้าที่และปัญหาในการฝึกปฏิบัติงาน	
1.ผลิตสื่อแบบวิดีโอ	13
2.การสร้างสรรคเนื้อหาลงเพจ (Content)	14
3.ติดต่อประสานงานและงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายรอง	15
บทที่ 4 รายละเอียดของการปฏิบัติงาน	
1.ผลิตสื่อแบบวิดีโอ	16
2.การสร้างสรรคเนื้อหาลงเพจ	17
3.งานมอบหมายรอง	17

สารบัญ

	หน้า(ต่อ)
บทที่ 5 สรุปผลการฝึกสหกิจศึกษา	
1.สรุปการจัดทำโครงการ	19
2.ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ	19
3.ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ	20
4.ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ	20
5.วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจศึกษา	20
6.ประสบการณ์ที่ประทับใจหรือประสบการณ์พิเศษ	21
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	
ภาคผนวก ข	

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท เอ็นเจเซอร์วิส จำกัด	1
ภาพที่ 1.2 ภาพสถานที่ตั้งประกอบการ เอ็นเจ เซอร์วิส 2020	2
ภาพที่ 1.3 ภาพสถานประกอบการ เอ็นเจ เซอร์วิส 2020	2
ภาพที่ 1.4 เพจ Facebook ของบริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020	3
ภาพที่ 1.5 ช่อง TikTok ของบริษัทบริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 จำกัด	4
ภาพที่ 3.1 - 3.2 ภาพการผลิตสื่อวิดีโอโดยใช้ Application Cap Cut	14
ภาพที่ 3.3 วิดีโอและเขียนเนื้อหา	14
ภาพที่ 3.4 ภาพการเขียนเนื้อหาลงเพจ	15
ภาพที่ 3.5 ภาพการเขียนเนื้อหาลงเพจ	15
ภาพที่ 4.1 ภาพการนำพารถลูกค้าที่ใช้บริการ	18
ภาพที่ 4.2 ภาพการบริการของพนักงาน	18
ภาพที่ 4.3 ภาพอะไหล่รถยนต์	18

บทที่ 1 บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

ในการฝึกสหกิจศึกษาในครั้งนี้ นิสิตสาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์มหาลัยราชพฤกษ์ ได้รับความอนุเคราะห์จาก เอ็นเจ เซอร์วิส จำกัด จังหวัดนนทบุรี ให้นิสิตได้มาฝึกสหกิจศึกษาในตำแหน่ง Content Creator การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของบริษัทเพื่อประกอบการศึกษา และพัฒนาทักษะการเรียนรู้ และ ประสบการณ์การทำงานจริง

ประกอบด้วยนิสิตมีความรู้ความสามารถด้านการผลิตคอนเทนต์ และ การโฆษณา จากการเรียนใน คณะนิเทศศาสตร์ และมีความสนใจเกี่ยวกับงานด้าน ออกแบบ เขียนสตอรี่บอร์ด ทำสื่อโฆษณาตัดต่อคลิป จึงอยากปฏิบัติงานศึกษางานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถรวมทั้งยังได้รับคำแนะนำจากพนักงานภายในองค์กร เพื่อนำไปต่อยอดในการฝึกปฏิบัติงานรูปแบบสหกิจศึกษา และ นำไปปฏิบัติงานจริงในอนาคตต่อไป

ในส่วนของการเผยแพร่สื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์จะเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์บนเพจ Facebook official , Line official , เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร และกระตุ้นการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท เอ็นเจเซอร์วิส จำกัด

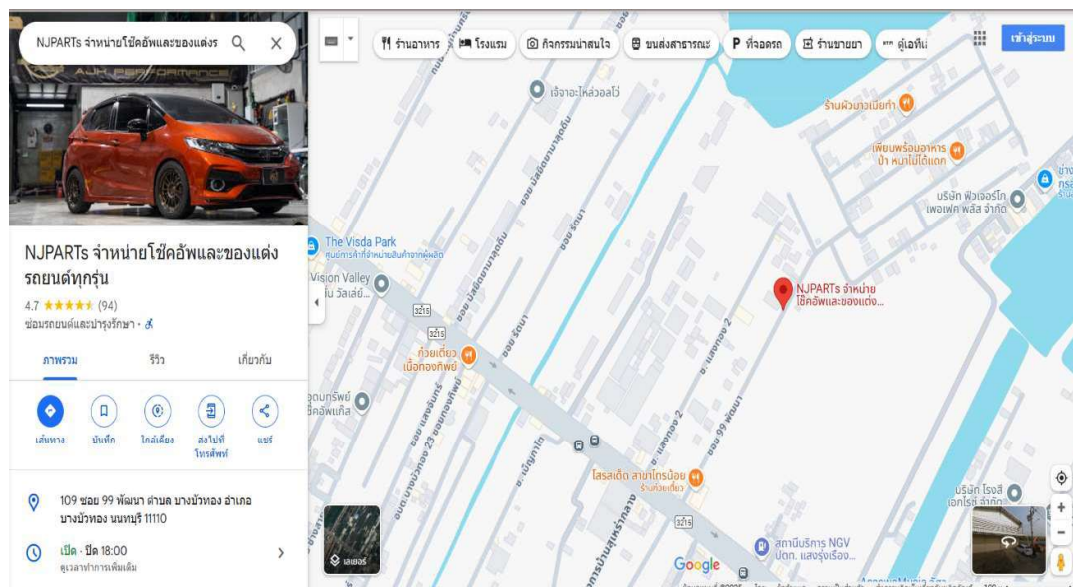
2. ประวัติของ NJ Services 2020 Co., Ltd

บริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 จำกัด ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2020 จำหน่ายของแต่งรถยนต์Honda และ รถไฟฟ้า byd บริการเซอร์วิสครบวงจร ใช้อุปกรณ์ ล้อยาง และอื่นๆมากมาย ยานยนต์ด้วยทีมงานมืออาชีพมาตรฐาน มีห้องพักนั่งรอแอร์เย็น ๆ พร้อมTV Netflix ที่ลูกค้าไว้ใจเลือกซื้อของของบริษัทนี้เพราะว่าสินค้าของเราดีและบริการแบบมืออาชีพ

ทางบริษัทมีทีมวิศวกรที่เชี่ยวชาญด้านเครื่องมือช่างยนต์ทุกชนิดรวมถึงทีมงานฝ่ายขายคอยดูแลและให้คำปรึกษาการซื้อสินค้าในทุกขั้นตอนเพื่อให้ลูกค้าได้สินค้าที่ตรงกับลักษณะการประกอบการไม่ว่าจะเป็นศูนย์บริการขนาดใหญ่ให้บริการ

ซ่อมบำรุงยานยนต์แบบครบวงจรศูนย์ซ่อมสีและตัวถังรถยนต์ทุกประเภท ศูนย์ซ่อมระบบเครื่องยนต์ ระบบเกียร์ระบบไฟฟ้าและศูนย์บริการยานยนต์ประเภทอื่น

3. สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ



ภาพที่ 1.2 ภาพสถานที่ตั้งประกอบกร เอ็นเจ เซอร์วิส 2020



ภาพที่ 1.3 ภาพสถานประกอบการ เอ็นเจ เซอร์วิส 2020

4. วัตถุประสงค์การฝึกสหกิจศึกษา

- 1) เพื่อฝึกสหกิจศึกษาตามหลักสูตรของสถาบันการศึกษา
- 2) เพื่อนำความรู้ที่ได้รับจากสถานศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติมาใช้ในการปฏิบัติงาน
- 3) เพื่อเพิ่มประสบการณ์การทำงานภายในองค์กร พัฒนาความสามารถ ความรับผิดชอบ ต่องาน ที่ได้รับมอบหมาย
- 4) เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การประกอบอาชีพหลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- 5) เพื่อฝึกฝนและเรียนรู้หลักการทำสื่อคอนเทนต์และการโฆษณา

5. เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลนิสิตในการฝึกสหกิจศึกษา

เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลนิสิตในการฝึกสหกิจศึกษา คือ คุณจุฑามาศ ช่วยเจริญ ตำแหน่ง แอดมิน

6. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

วันพุธที่ 1 พฤศจิกายน 2567 ถึง วันศุกร์ ที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน

7. ตำแหน่งลักษณะงานที่นิสิตได้รับมอบหมาย

นิสิตได้เข้าร่วมการปฏิบัติงาน ณ บริษัท บริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 จำกัด สถานที่ให้บริการเกี่ยวกับจำหน่ายของแต่งรถยนต์ Honda และ รถไฟฟ้า byd บริการเซอร์วิสครบวงจร ใช้ออฟ ล้อยาง และอื่น ๆ ตำแหน่งงานและหน้าที่ ที่นิสิตได้มาฝึกคือ Content creator การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ,สร้างบรอดแคส ,ผลิตสื่อรูปภาพ ,ถ่ายภาพ และตัดคลิปวิดีโอเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้น โดยการวางแผนว่าจะทำสื่อหรือสร้างคอนเทนต์แบบไหนที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคจะให้ความสนใจสินค้าและมีส่วนร่วมกับสถานประกอบการในส่วนของการเผยแพร่คอนเทนต์สื่อโฆษณา จะเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางช่องทางสื่อออนไลน์ได้แก่

(1) บนเพจ Facebook Official ของบริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 ที่มีชื่อว่า NJ PARTs โช๊คอัพ ช่วงล่าง ล้อยาง ของแต่งและการเซอร์วิส ครบวงจร

โดยการลงคอนเทนต์ด้านการขาย และประชาสัมพันธ์ นำมาเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างการรับรู้สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร กระตุ้นการขายและเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด



ภาพที่ 1.4 เพจ Facebook ของบริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020

(2) บนแอปพลิเคชัน TikTok โดยการลงสื่อวิดีโอ โดยชื่อว่า @njservice2020 เนื่องจากแอปพลิเคชัน TikTok กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ จึงใช้แอปพลิเคชัน TikTok นี้ในการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เพื่อที่จะได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายช่องทาง



ภาพที่ 1.5 ช่อง TikTok ของบริษัทบริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 จำกัด

8. ลักษณะงานที่นิสิตได้ปฏิบัติอื่นๆ

- 1) ต้อนรับลูกค้าดูแลลูกค้าพร้อมกับพาลูกค้าดูสินค้าของสถานประกอบการ
- 2) ถ่ายเอกสารทำเอกสารข้อมูลต่างๆของสถานประกอบการ

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ได้ความรู้ที่ได้ในการฝึกสหกิจศึกษา จากสถานประกอบการมาใช้ในการปฏิบัติงานจริง
- 2) ได้ประสบการณ์ความรู้ความสามารถจากการทำงานภายในองค์กร
- 3) ได้รับทักษะในการจัดทำสื่อคอนเทนต์และการโฆษณา รวมถึงการสร้างบรอดแคสต์สื่อโฆษณาไปให้ลูกค้า
- 4) ได้เตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่การทำงานจริงหลังจากฝึกประสบการณ์วิชาชีพ
- 5) ได้เพิ่มประสบการณ์การทำงานช่วยกันเป็นทีม พัฒนาความสามารถ และ พัฒนาความรับผิดชอบตัวเองและมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการฝึกสหกิจศึกษาที่บริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 จังหวัดนนทบุรี ผู้ฝึกสหกิจศึกษาได้เข้าร่วมสหกิจศึกษาในตำแหน่ง การสร้างคอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ โดยได้รับมอบหมายในการฝึกสหกิจศึกษาเสมือนเป็นพนักงานของบริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 และได้นำความรู้ประสบการณ์ที่ได้รับมาสรุปเรียบเรียงเป็นโครงการ เรื่อง การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 โดยผู้ฝึกสหกิจศึกษาได้มีการนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการนำมาใช้เพื่อการฝึกสหกิจศึกษามีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับคอนเทนต์ (Content Marketing)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์(Public Relations)
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์(Online marketing)

1.แนวคิดเกี่ยวกับคอนเทนต์ (Content)

คอนเทนต์ (Content) คือ ข้อมูลเนื้อหาที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ ธุรกิจ รายละเอียดสินค้า บริการ ประสบการณ์ หรือการอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านตัวอักษร รูปภาพ อินโฟกราฟิก เสียง หรือวิดีโอ ปัจจุบันถือเป็นสิ่งที่สำคัญในการทำตลาดการขายออนไลน์ อย่างมาก เนื่องจากคนส่วนใหญ่อยู่ในโลกออนไลน์และเสพคอนเทนต์ในนั้นเป็นจำนวนมาก

Content Marketing

รู้จักกลุ่มเป้าหมายคอนเทนต์ขายของที่ดี คือ คอนเทนต์ที่พูดคุยกับคนอ่านได้โดยตรง ด้วยเหตุนี้การตลาดจำเป็นต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมาย และศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มคู่แข่ง เพื่อทำความเข้าใจว่า สินค้าของคุณต้องการสื่อสารกับใคร เพราะยังรู้จักกลุ่มเป้าหมายมากเท่าไร ก็ยิ่งสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่ตรงใจทยได้มากขึ้นเท่านั้น

- สร้างเอกลักษณ์ของการเล่าเรื่องเทคนิคการเล่าเรื่อง ถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างคอนเทนต์ เนื่องจากสินค้าแต่ละชนิดย่อมมีคู่แข่งในตลาดมากมาย ดังนั้น หากคุณมีสไตล์การผลิตคอนเทนต์ที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์ ย่อมช่วยให้คอนเทนต์ที่สร้างออกมาได้รับความสนใจจากผู้บริโภคอยู่เสมอ

- ทำคอนเทนต์แบบ How To หรือ Tipsคอนเทนต์แนว How To ถือเป็นหนึ่งในประเภทของคอนเทนต์ ที่ช่วยสรุปความรู้เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ ให้เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย โดยแนะนำให้ทำคอนเทนต์ในรูปแบบ Infographic เพราะเป็นคอนเทนต์ที่น่าหยุดอ่าน และเข้าใจง่าย ทั้งยังเป็นการเพิ่ม Engagement เช่น การกดไลค์ กดแชร์ให้กับคอนเทนต์นั้น ๆ ได้อีกด้วย นอกจากนี้ คอนเทนต์ที่ให้ประโยชน์ต่อผู้อ่านยังช่วยเพิ่มความเป็นมืออาชีพ และความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจสินค้า เหมาะกับมือใหม่หัดสร้างคอนเทนต์อย่างยิ่ง

- ทำคอนเทนต์ประเภท Poll หรือเปิดโหวต การเขียนคอนเทนต์ด้วยการเปิดโหวต หรือทำโพล (Poll) ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการมีส่วนร่วมระหว่างธุรกิจของคุณ และผู้ติดตามได้ดี ทั้งยังช่วยให้ผู้ติดตามรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์ จนกลายเป็นลูกค้าประจำในที่สุด

Tips: การผลิตคอนเทนต์ลักษณะนี้ ควรใช้ถ้อยคำ (Wording) ที่ชัดเจน ตรงประเด็น เข้าใจง่าย และควรอิงจากสิ่งที่ลูกค้าอยากรู้ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ติดตามอยากมีส่วนร่วม โดยคุณสามารถเก็บข้อมูล คอมเมนต์ต่าง ๆ ไปพัฒนาธุรกิจได้

- สร้างคอนเทนต์จาก Feedback ของลูกค้าการคิดคอนเทนต์ใหม่ ๆ จาก Feedback ของลูกค้า ถือเป็นวิธีการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้ารายใหม่ โดยการนำคอนเทนต์ที่เป็นข้อความรีวิวกจากลูกค้า มาเรียบเรียงเป็นอัลบั้มภาพ เพื่อให้ลูกค้ารายใหม่รู้สึกมั่นใจในตัวสินค้า และแบรนด์มากขึ้น

- หาไอเดียทำคอนเทนต์จากการสำรวจแบรนด์คู่แข่งการหาไอเดียจากการสำรวจแบรนด์คู่แข่ง ว่าคู่แข่งทำคอนเทนต์แบบไหนที่ได้รับความนิยมจากลูกค้า จากนั้นนำคอนเทนต์มาพัฒนา รวมถึงสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่ดี และน่าสนใจมากกว่า เพื่อดึงความสนใจจากผู้บริโภค

- สร้างคอนเทนต์ในมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย การให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นอีกวิธีสร้างคอนเทนต์ขายของ ที่ช่วยให้การคิดคอนเทนต์น่าสนใจมากขึ้น ทั้งยังเป็นการให้ความสนใจต่อผู้ติดตาม ว่าต้องการดูคอนเทนต์แบบไหน หรืออยากู้อะไรเกี่ยวกับสินค้า เพื่อโน้มน้าวการตัดสินใจซื้อสินค้าของคุณ

- ทำ Real-time Content เพราะกระแสต่าง ๆ มักเปลี่ยนไปเสมอ ดังนั้น การทำ Real-time Content หรือคอนเทนต์อิงกระแส ด้วยการเชื่อมโยงแบรนด์ของคุณ ให้เข้ากับไวรัลในขณะนั้น จึงช่วยให้คุณทำอะไรใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเข้าถึงง่าย เพราะรู้จักกระแสเหล่านั้นอยู่แล้ว ซึ่งอาจเข้าถึงได้ง่ายกว่าคอนเทนต์ขายของเสียด้วยซ้ำ

3 AI เครื่องมือช่วยคิดคอนเทนต์

สำหรับสายงาน Content Creator แน่แน่นอนว่ากว่าจะได้ 1 คอนเทนต์นั้น ต้องผ่านขั้นตอนและกระบวนการคิดต่าง ๆ เพื่อให้ได้คอนเทนต์ที่เป็นประโยชน์ และมีเนื้อหาตอบโจทย์ผู้ใช้งาน และกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด แต่จะดีกว่าไหม ? หากมีเทคโนโลยี AI ช่วยคิดคอนเทนต์ เพื่อเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้มากขึ้นโดยบทความนี้ Common Ground จะมาแนะนำ AI เครื่องมือช่วยคิดคอนเทนต์ สำหรับเหล่าคอนเทนต์ครีเอเตอร์ มี 3 เครื่องมือ ดังนี้

1. ChatGPT

AI ช่วยคิดคอนเทนต์ เป็นโมเดลภาษาที่พัฒนาโดย OpenAI ที่ใช้เทคโนโลยีการเรียนรู้ของ Machine Learning เพื่อสร้างข้อความ และตอบคำถามตามข้อมูลที่ได้รับอย่างเป็นธรรมชาติ รวมถึงสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจุดเด่นของ ChatGPT คือ ความสามารถในการตอบแชท ทั้งยังสามารถเข้าใจถึงความซับซ้อนของภาษา รวมไปถึงบริบทในการสนทนาได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญ ChatGPT ยังช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการเขียนคอนเทนต์ให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

2. Google Gemini

Google Gemini คือ AI ที่ถูกพัฒนาโดย Google ด้วยระบบ Large Language Model (LLM) ถูกฝึกฝนให้มีความรู้จากการจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ทำให้มีความสามารถในการสื่อสาร และสร้างข้อความได้เหมือนการตอบของมนุษย์ ซึ่งปัจจุบันรองรับได้ถึง 180 ภาษาทั่วโลก

โดยจุดเด่นของ Google Gemini คือ ช่วยสรุปข้อมูลได้ทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ทั้งยังเป็นเครื่องมือคิดคอนเทนต์ เพื่อให้คุณได้นำไปต่อยอดคอนเทนต์ได้มากขึ้น ซึ่งช่วยประหยัดเวลาในการทำงานได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้งานควรตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล และเนื้อหาอีกครั้งจึงจะดีที่สุด

3. Prompt Lab AI

เว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยคิดคอนเทนต์ หรือคิดแคปชั่นในการขายของ โดยช่วยเสนอไอเดียในการทำคอนเทนต์ การเขียนสคริปต์ หรือช่วยเขียนบทความต่างๆ ให้ผลงานของคุณมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

สุดท้ายนี้ กลยุทธ์การคิดคอนเทนต์ด้านการตลาดที่มีคุณภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์กับผู้ติดตามจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมายให้คอยติดตามคุณอยู่เสมอ สำหรับเจ้าของธุรกิจที่ต้องการสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพเพื่อปั้นแบรนด์ปั้นยอดขายให้ประสบความสำเร็จได้ สามารถใช้บริการจาก Common Ground เอเจนซีรับทำ Content Marketing ที่สร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเพราะเรคือผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์คอนเทนต์ และการตลาดออนไลน์ทุกแพลตฟอร์มที่สำคัญ ควรผลิตคอนเทนต์ด้วยความใส่ใจ และนำเสนอแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านอยู่เสมอ จะช่วยเปลี่ยนสถานะจากผู้ติดตาม กลายเป็นลูกค้าได้แน่นอน

อย่างไรก็ตาม ไม่ควรลอกเลียนแบบคู่แข่ง หรือคิดคอนเทนต์ขายของที่ใกล้เคียงกันจนเกินไป เพราะอาจส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความเป็นมืออาชีพกับธุรกิจของคุณอย่างแน่นอน ยิ่งสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์เท่าไร ก็ยิ่งเพิ่มยอด Engagement มากขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ อย่าลืมพาดหัวคอนเทนต์ให้น่าดึงดูดใจ เพราะการสร้างสรรค้ำที่อยู่บนภาพ คำอธิบายวิดีโอ Thumbnail จะดึงดูดผู้คนให้คลิกเข้ามาชมเนื้อหาของคุณได้

การสร้างคอนเทนต์ก็เหมือนกับเราหาโอกาสในการสื่อสารกับผู้อ่าน หรือผู้บริโภคที่นำไปสู่เป้าหมายที่เราต้องการ เช่น รู้จักสินค้าเรามากขึ้น รู้จักองค์กร หรือนำไปสู่การซื้อสินค้าและบริการ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารคอนเทนต์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ตัวอย่างเช่น เราจะทำ Facebook เราก็คงมีเนื้อหาที่ต้องการจะโพสต์ขึ้นไป เพื่อให้คนเห็น ทักและติดตาม หรือจะทำ Google ก็ต้องมีคอนเทนต์ให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภครู้จักเรามากขึ้น

Content มีหลายประเภท ทั้งรูปภาพ วิดีโอ เสียง และการเขียนตัวอักษร ซึ่งคอนเทนต์แต่ละประเภทจะมีหน้าที่ที่แตกต่างกัน มีดังนี้

ประเภทของคอนเทนต์

1. สร้างพอดแคสต์ (Podcast) : การสร้างพอดแคสต์ ด้วยกระแสนิยมและการเปลี่ยนแปลงในนิสัยของคนเมืองยุคสมัยนี้ทำให้ Podcast กลายเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่คนเริ่มหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้น เพราะนอกจากจะตอบโจทย์ลูกค้าได้แบบง่าย ๆ ด้วยการฟังผ่านทางวิทยุ เพียงแต่พอดแคสต์นั้นฟังที่ไหนเมื่อไหร่ก็ได้ ผู้รับฟังสามารถรับฟังรายการพอดแคสต์ตามความชอบของตัวเองได้เลย

2. **สื่อรูปภาพหรือวิดีโอ (Visual Content)** : สื่อรูปภาพเป็นรูปแบบที่น่าสนใจมากที่สุดเพียงอย่างเดียว เพราะเป็นการขายข้อความผ่านภาพ Infographic ไม่ต้องใส่ข้อมูลให้เยอะเยอะ หรือเว้นวรรค แค่อธิบายสั้น ๆ และใช้รูปในการอธิบายเป็นส่วนใหญ่ แล้วเน้นให้สามารถมีการแชร์ออกไปเรื่อย ๆ ในโซเชียลมีเดีย เป็นการสร้าง Brand Awareness หรือถ้าเป็นในรูปแบบวิดีโอที่นิยมคือการสร้าง YouTube Channel

3. **คอนเทนต์ให้ความรู้ (Educate)** : เป็นคอนเทนต์มีไว้ให้ความรู้ บอกเล่าสาระความรู้ให้กับผู้อ่าน โดยเป้าหมาย คือการสร้างการรับรู้และสร้างความน่าเชื่อถือ

4. **คอนเทนต์ขายของ (Sales & Marketing)** : เป้าหมายหลักคือทำให้เกิดการซื้อขาย สร้างรายได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เป็นที่ต้องการมากในองค์กร ธุรกิจต่าง ๆ

5. **คอนเทนต์ให้ความบันเทิง (Entertainment)** : สร้างขึ้นมาเพื่อให้เกิดการติดตาม ผูกพันหรือบอกต่อ ทำให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภคจะอยู่กับเรานานขึ้น

6. **คอนเทนต์ประเภทโน้มน้าวใจ (Convince)** : เพื่อทำให้การโน้มน้าว คล้อยตาม ช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้น

7. **คอนเทนต์ประเภทสร้างแรงบันดาลใจ (Inspire)** : โดยจะเชื่อมโยงถึงความเชื่อ ประทับใจ ชื่นชม มองเห็นโอกาส นิยมใช้ในการสร้างแบรนด์ สร้างภาพลักษณ์องค์กรในทิศทางที่ดี ให้ความน่าเชื่อถือ

สรุป Content Marketing นับเป็นหนึ่งในทางเลือกของการทำการตลาดแบบใหม่ ๆ ที่ช่วยแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจนั้นเติบโตไปได้ โดยจำเป็นต้องวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมและสร้างสรรค์ และควรเลือกใช้คอนเทนต์แต่ละประเภทให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผลลัพธ์เป็นไปตามที่ตั้งใจไว้นั้นเอง ที่มา : <https://shorturl.asia/7HPeV> (เข้าถึงเมื่อ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2567)

กลยุทธ์การเขียนคอนเทนต์

1) **Think about Them** คิดถึงคนดูและ ผู้อ่านให้มากๆ ก่อนที่เราจะเขียนคอนเทนต์ เราต้องนึกถึงผู้อ่านเสมอเราต้องนึกถึงผู้อ่านจะได้อะไรและเรื่องราวนี้ต้องเกี่ยวข้องกับผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมายของเรา ต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเราว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไรบ้าง และตีโจทย์ให้แตก ให้ผู้อ่านรู้สึกว่าเป็นเพื่อนและอย่าทำคอนเทนต์ขายหลายปัญหา ควรมี Key Message เดียว และมีเนื้อหาที่กระชับให้ได้ใจความ ไม่เว้นวรรค ทำให้กลุ่มเป้าหมายดูและนึกถึงเราเป็นอันดับแรก

2) **Think about You** นอกจากจะต้องคิดถึงผู้อ่านแล้ว เราก็สามารถทำคอนเทนต์ที่คิดถึงตัวเราเองได้เช่นกัน โดยเริ่มจากเราต้องหาคาแร็กเตอร์ของตัวเองให้เจอ เรามีข้อดีอะไรบ้าง มีบริการอะไรเด่น ๆ ต่างจากคนอื่น ให้นำเสนอออกไป อาจจะทำเป็นคอนเทนต์สร้างเรื่องราว เรื่องเล่าที่น่าสนใจ บอกกล่าวความเป็นเรา

3) **Useful information** คอนเทนต์ที่จะชนะใจผู้อ่าน ในระยะยาวนั้นต้องมีประโยชน์ เป็นข้อมูลที่นำเชื่อถือ มีความรู้ คนอ่าน อ่านแล้วสามารถเรียนรู้ได้ เป็น How to ที่สามารถนำไปต่อยอดหรือสร้างแรงบันดาลใจได้จริง

4) **Must be Trustable** ทำคอนเทนต์ที่น่าเชื่อถือ ไม่ fake อันนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญมาก ความน่าเชื่อถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ผู้เขียนจึงต้องใส่ใจมาก ๆ เช่น หากทำคอนเทนต์เกี่ยวกับการเงิน การออม การลงทุน แต่ใส่ตัวเลขผิด สะกดคำผิดเยอะ ๆ ก็อาจสร้างความไม่น่าเชื่อถือ หรือแชร์เคล็ดลับต่าง ๆ ที่บอกต่อ ๆ กันมา แต่เมื่อทำแล้วกลับเป็นอันตรายกับผู้อ่าน

5) **Human touch & Emotional** ทำคอนเทนต์ให้มีอารมณ์ร่วม หรือผู้อ่านมีส่วนร่วมด้วย เช่น คอนเทนต์ที่ทำให้เขาอ่านแล้วมีความสุข เช่น การช่วยเหลือสุนัข แมว เราต้องแต่ให้ถึงอารมณ์ผู้อ่านเช่น ความรัก ความโกรธ ความกลัว

6) **Up to date and Intrend** ทำคอนเทนต์ที่ อยู่ในกระแส ซึ่งในแต่ละแบรนด์สามารถใส่ไอเดีย สร้างสรรค์ให้สัมพันธ์กับแบรนด์ธุรกิจตัวเองได้ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ อยู่ในสายตาผู้อ่าน ช่วยให้เป็นที่พูดถึงในโลกออนไลน์ได้ การทำคอนเทนต์ลักษณะนี้คือ ต้องเร็ว เหมาะสม (อย่าเลือกประเด็นที่แฉลบ เพศ ศาสนา เชื้อชาติ ฐานะทางสังคม)

7) **Right Contents Time** ต้อง อัปเดตบ่อยๆ ต้องรู้ว่าคนอ่านนิยมเสพสื่อหรือใช้โซเชียลมีเดียตอนไหน เช่น คนส่วนใหญ่เล่น Facebook มากที่สุดตอน 1-3 ทุ่ม / ช่วง 8 โมงเช้า ช่วงเวลานั้นเราอาจจะปล่อยคอนเทนต์ก็ได้การทำคอนเทนต์ลักษณะนี้คือ ต้องเร็ว เหมาะสม

8) **Motivation Marketing** การทำคอนเทนต์ที่ดี คือ ต้องจูงใจผู้ที่เราต้องการสื่อสารออกมาได้ ซึ่งจะช่วยให้เราสามารถทำคอนเทนต์ได้ตรงใจผู้อ่านมากที่สุด เนื่องจากเรารู้ว่าจุดไหนเราควรโน้มน้าว หรือ การใช้คอนเทนต์ในการจูงใจให้เขาทำอะไรบางอย่าง

สรุปการทำคอนเทนต์

การทำ CONTENT ที่ดีคือ คอนเทนต์ที่สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด ตอบโจทย์ผู้อ่านได้อย่างตรงใจ ถูกที่ถูกเวลา ทั้งหมดทั้งมวลดูจะเป็นเรื่องง่าย ก็ไม่ง่ายเสียทีเดียว เพราะกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มก็อาจจะมี CONTENT ที่โดนใจไม่เหมือนกัน เพราะฉะนั้นให้เริ่มต้นจากลงมือทำ ลองผิดลองถูก อาศัยการฝึกฝนในระดับหนึ่ง ถ้าตั้งใจทำคอนเทนต์ที่ดีมีคุณค่า ผู้อ่านก็จะเห็นเอง

(<https://kingcopywriting.com/what-is-content/>)

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising)

โฆษณา หมายถึง การเผยแพร่หนังสือออกไปยังสาธารณชน การป่าวร้อง การป่าวประกาศ เช่น การโฆษณาสินค้า งานุกรมสแตนดาร์ด ได้ให้ความหมายของการโฆษณาไว้ว่า “การโฆษณา คือระบบหรือวิธีการในการดึงดูดความสนใจจากประชาชนด้วยการให้เข้ามามีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือดึงดูดให้สนใจที่จะซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ” (ธีรพล ภูริต, 2538)

มอริช ไอ. แอนเดิลส์ (Maurice I. Madess) ศาสตราจารย์ภาควิชาการตลาดแห่งมหาวิทยาลัยโบ ลิงกรีน ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้ความหมายไว้ว่าการโฆษณา หมายถึง รูปแบบการส่งเสริมที่ผ่านสื่อ โฆษณาที่มีใช้ตัวบุคคล (non personal promotion) และต้องชำระเงินค่าโฆษณา

โดยอุปถัมภ์ (sponsor) ซึ่งการโฆษณาที่มีความหมายที่แตกต่างกันไปจากการส่งเสริมในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การขายโดยพนักงานขาย (personal selling) และการส่งเสริมการจำหน่าย (sales promotion) เป็นต้น (ธีรพล ภูริต, 2538)

Russel และ Lane (1993, อ้างถึงใน นวฤทธิ อัครกรกิจ) นิยามไว้ว่าการ โฆษณาเปิด เครื่องมือ สื่อสารในกระบวนการตลาด เป็นวิธีการส่งข้อความจากผู้อุปถัมภ์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการไปยังกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวัง

1) ลักษณะของการโฆษณา (Characteristics of Advertising)

1.1) มีการจ่ายเงินโดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Paid by and Advertiser/ a Client) คือ ผู้ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เช่น Sony จ่ายให้กับบริษัทโฆษณา เช่น TBWA

1.2) เป็นการเข้าถึงมวลชน (Mass Media) คือ เข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากซึ่งอาจเป็นหรือไม่เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุ ป้ายโฆษณา บิลบอร์ด

1.3) มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อต้องการชักจูงกลุ่มเป้าหมาย (Aimed to Persuade) ลึก ๆ แล้ว การ โฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตัดสินใจซื้อเช่น การโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ที่มีการจำกัดระยะเวลาการส่งขึ้นส่วนชิงโชค

1.4) เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์องค์กร (Conveys the Message About A company's Products and Image) โฆษณาเป็นเครื่องมือหนึ่งซึ่งช่วยให้ประชาชนทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายทราบข้อมูลสินค้าใหม่ๆ ย้ำเตือนความจำและทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้

2) บทบาทของการโฆษณา (Advertising Roles) การโฆษณานั้นมีบทบาทสำคัญในการเป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อขายสินค้าให้กับเจ้าของสินค้า ซึ่งการโฆษณาแต่ละครั้งนั้นการโฆษณานั้นมีบทบาทในกาสื่อสารหนึ่งหรือมากกว่า ดังนี้ (นวฤทธิ อัครกรกิจ, 2551)

2.1) การสร้างการตระหนักรู้ (Creating Awareness) ในการโฆษณาแต่ละครั้ง เป้าหมายไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมของเจ้าของสินค้านั้น

2.2) การให้ข้อมูล (Providing Information) โดยปกติแล้วเจ้าของสินค้าจะอาศัยการโฆษณาเป็น ช่องทางหนึ่งในการให้ข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นคุณสมบัติของสินค้า ราคา สินค้า สถานที่จัดจำหน่าย การลดแลกแจกแถม ข้อมูลบริษัท ฯลฯ ที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบการ ตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย

2.3) การสร้างภาพลักษณ์ (Image Building) การโฆษณาสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์หนึ่ง ๆ ได้เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายจะเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เห็นในการโฆษณาเข้ากับแบรนด์โดยไม่รู้ตัว

2.4) การย้ำเตือน (Reminding) บทบาทสำคัญอีกประการหนึ่งของการโฆษณาคือการย้ำเตือน โดยทั่วไปเป็นการย้ำเตือนแบรนด์เพื่อไม่ให้กลุ่มเป้าหมายลืมแบรนด์ดังกล่าว เมื่อถึงเวลาที่ต้องตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าประเภทนั้น ๆ

2.5) การโน้มน้าวจิตใจ (To Persuade) โฆษณามีหน้าที่โน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อว่าสินค้า นั้น ๆ มีประสิทธิภาพดีและส่วนใหญ่พยายามโน้มน้าวให้เชื่อว่าดีกว่าสินค้าแบรนด์คู่แข่ง บทบาทหน้าที่เจ้าของสินค้าและนักโฆษณาคาดหวังที่สุด คือ ความสามารถของโฆษณาที่สามารถโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายเลือกซื้อสินค้า

3) หน้าที่ของการโฆษณา การโฆษณาทำหน้าที่ต่าง ๆ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539)

3.1) หน้าที่ทางการตลาด (Marketing function) คือ ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ราคาการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาดทั้งสี่ เครื่องมือนี้ใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอันจะนำไปสู่การสร้างยอดขายและกำไรในที่สุด

3.2) หน้าที่การติดต่อสื่อสาร (Communication function) การโฆษณาถือเป็นการติดต่อข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ หรือเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย

3.3) หน้าที่ให้ความรู้ (Education function) การโฆษณาถือเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์และทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ทำให้คุณภาพชีวิตของมนุษย์ดีขึ้น

3.4) หน้าที่ด้านเศรษฐกิจ (Economy function) จากการที่บุคคลรู้จักผลิตภัณฑ์เนื่องมาจากการโฆษณา ซึ่งทำให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์นั้น จึงเท่ากับว่าการโฆษณาเป็นตัวสร้างยอดขายและ กำไรทำให้ธุรกิจดำเนินไปด้วยดีทำให้เกิดการขยายตัวด้านการลงทุน เป็นผลทำให้เกิดการสร้างอันเป็นผลทำให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้น

3.5) หน้าที่ด้านสังคม (Social function) การโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยปรับปรุงมาตรฐาน การดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศใดประเทศหนึ่งและทั่วโลกการเผยแพร่ข่าวสารการโฆษณาจะมีผลกระทบต่อพัฒนาทางด้านสังคมและวัฒนธรรม การโฆษณาไม่ใช่แต่มุ่งที่การขายสินค้าเท่านั้น มีการ โฆษณาจำนวนมากที่เป็นการโฆษณาที่ต้องคำนึงถึงภาวะความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคม และมวล มนุษยชาติ

การติดตามการเคลื่อนไหว (Tracking) ผู้โฆษณาสามารถติดตามการตอบรับการโฆษณาได้ว่ามีการตอบรับเป็นจำนวนเท่าใด โดยสามารถดูได้จากจำนวนครั้งที่ป้ายโฆษณาถูกคลิก นั่นคือดูจากจำนวน Click through และสามารถดูจากจำนวนครั้งที่แบนเนอร์โฆษณาถูกแสดง คือ ค่า Impression ซึ่งในกรณีหลังนี้ทำได้ค่อนข้างยาก หากเป็นโฆษณาผ่าน Billboard สิ่งพิมพ์หรือ สื่อทางโทรทัศน์ ความยืดหยุ่นและการนำเสนอข้อมูล (Deliverability and Flexibility) การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ยังสามารถปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือยกเลิกได้ตลอดเวลา ผู้โฆษณา (Advertiser) สามารถ ติดตามผลการโฆษณาได้ตลอดเวลาทุกวัน ถ้าเป็นในสัปดาห์แรกการตอบรับโฆษณามีน้อย ก็อาจ เปลี่ยนเป็นโฆษณาในสัปดาห์ที่สองก็ได้ซึ่งสิ่งนี้เป็นข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัด เมื่อเทียบกับโฆษณาทาง สิ่งพิมพ์ที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงโฆษณาจนกว่าจะมีการตีพิมพ์ครั้งใหม่ออกมา หรือในกรณีของโทรทัศน์ที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาค่อนข้างสูงก็จะทำให้ไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงโฆษณาได้บ่อย

สรุปเกี่ยวกับการโฆษณา

การโฆษณา คือ การทำการตลาดอย่างหนึ่งซึ่งช่วยเพิ่มทั้งยอดขาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ ดังนั้นการโฆษณาไม่ว่าจะรูปแบบใด เจ้าของธุรกิจและผู้ผลิตจัดทำ จำเป็นต้องใส่ใจรายละเอียด คิดวางแผนอย่างสร้างสรรค์ด้วยถ้อยคำที่มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้อย่างตรงประเด็น และอยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดที่มีในแต่ละช่องทางสื่อ สามารถสร้างอารมณ์และเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

(<https://shorturl.asia/F0rfk> วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2567)

3. แนวคิดและทฤษฎีกับการประชาสัมพันธ์

(Public Relations) การประชาสัมพันธ์มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” และขยายความของคำว่า ประชาสัมพันธ์ให้เห็นเป็นรูปธรรม ยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงหมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะมีอิทธิพล เหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ ประชาชนเหล่านี้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและบริการ หรือสินค้าของหน่วยงาน และเพื่อที่จะ ได้รับการสนับสนุน ความร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2551)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือศรัทธาในบุคคลและสถาบันการประชาสัมพันธ์การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับสาธารณชนเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ ชี้แจงทำความเข้าใจให้ถูกต้องเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทัศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) สร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี สร้างเสริมและรักษา (To Build and Sustain) ความสัมพันธ์ที่ดี นำไปสู่การสนับสนุน และความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพต้องมีการ วางแผน กำหนดวัตถุประสงค์และดำเนินการจริงตามแผนงานที่ได้วางไว้ได้อย่างเหมาะสม อาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น การประชาสัมพันธ์โรงเรียน การประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เป็นต้น

ซึ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกระบวนการ 4 ประการ คือ

- 1) การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact-finding)
- 2) การวางแผน (Planning)
- 3) การสื่อสาร (Communication)
- 4) การติดตามประเมินผล (Evaluation)

นอกจากนี้พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (2546, น. 496) ยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่า “ประชาสัมพันธ์” ว่าหมายถึงการติดต่อสื่อสารเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน คัทลิปเซนเตอร์และบรูม (Cutlip, Center, & Broom, อ้างในพรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานระดับบริหารที่ทำหน้าที่ในการประเมินทัศนคติของ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงนโยบายและท่าทีของบุคคลหรือองค์กร ตลอดจนการดำเนินการวางแผนและลงมือปฏิบัติตามแผนนั้น ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้าง ความเข้าใจอันดี และการยอมรับของกลุ่ม ประชาชน

มาร์สตัน (Marston, 1984 อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2551) นักวิชาการชาวอเมริกันกล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจโดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ”

ไซมอน (Simon, 1984) ศาสตราจารย์วิชาการประชาสัมพันธ์แห่งมหาวิทยาลัยซีราคิวส์ สหรัฐอเมริกา ให้ความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์คือการส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียวราบรื่น และความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบัน และบุคคลอื่น ๆ รวมทั้งประชาชนกลุ่มพิเศษ

(Special Publics) หรือชุมชนกลุ่มใหญ่โดยการสื่อความหมายผ่านสิ่งที่สามารถตีความได้และมีการพัฒนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างฉับไฉนที่ไมตรีรวมทั้งการประเมินปฏิกริยาทำที่ของประชาชน

เบอร์เนส (Bemay, 1952 อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ, 2551) ได้แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ คือ

- 1) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
- 2) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วยและเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานขอสถาบัน

3) ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และ วิธีการดำเนินงานขอสถาบันการประชาสัมพันธ์เป็นคำที่นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชานี้ซึ่งมีนักวิชาการ (theorists) และนักปฏิบัติกร (Practitioners) ได้ให้คำนิยามหรือคำจำกัดความไว้มากมายพอสมควร มีทั้งนิยามที่เน้นไปทางด้านทฤษฎีหรือหลักการและนิยามที่เน้นหนักไปทางด้านกรกระทำหรือปฏิบัติการจนบางครั้งทำให้ผู้ศึกษามีความรู้สึกหลากหลายกับคำว่า ประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นนิยามที่ไม่รู้จบ (Interminable definitions) หรือเป็นนิยามที่ไม่มีที่สิ้นสุด (endless) หรือ หมายความว่า การประชาสัมพันธ์มีนิยามหรือ คำจำกัดความที่ค่อนข้างกว้างขวางมาก และ ครอบคลุมไปถึงหลายสิ่งหลายอย่าง รวมทั้งมีมากมายหลายนิยามด้วยกัน นักวิชาการและ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ได้ให้คำอธิบายคำว่า ประชาสัมพันธ์ไว้อย่างกว้างขวางหลายทัศนะหลายแง่มุม เช่น

- 1) Relations is a board term which cover an enormous range of activities...
- 2) Public Relations is an umbrella term...
- 3) Public Relations is mushrooming...
- 4) Public Relations is a broader term than...
- 5) Public Relations is complex...

จะเห็นได้ว่าข้อความที่ยกมาให้ดูเป็นตัวอย่างเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ชี้ให้เห็นถึงความกว้างขวางแลไพศาลของขอบเขตที่การประชาสัมพันธ์แผ่คลุมไปถึงจนบางครั้งทำให้ดูคล้ายประหนึ่งว่าการประชาสัมพันธ์มีความหมายแตกต่างกันตามแต่ละบุคคลจะนึกคิดไป (Public Relations means different things to different people) อย่างไรก็ตาม นิยามหรือคำจำกัดความทางด้านวิชาการของการประชาสัมพันธ์ก็มีทั้งประเภทละเอียดและสั้นๆ ซึ่งนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ได้ให้นิยามไว้มากมายด้วยวัตถุประสงค์และความมุ่งหมายเดียวกันนั่นคือเพื่อให้ผู้ศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจใน “การประชาสัมพันธ์” ที่ถูกต้องสมบูรณ์ชัดเจน

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเตอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย , สะดวก , และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคล

องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินการ ประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

การตลาดออนไลน์มีความสำคัญอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการตลาดที่ทำผ่านข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ หรือวิดีโอ ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน นอกจากจะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางแล้ว ยังเป็นการประหยัดต้นทุนอีกด้วย โดยประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ มีดังต่อไปนี้

1. เข้าถึงลูกค้าจำนวนมากในโลกออนไลน์เป็นโลกแห่งการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ดังนั้น การทำการตลาดออนไลน์จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะกลุ่มที่ต้องการ หรือเป็นลูกค้าในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการกระจายสินค้าให้ตรงจุด หรือตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธุรกิจ และช่วยให้สินค้าเป็นที่จดจำได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้วยังสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ในการสร้างทีมขาย หรือระบบตัวแทนจำหน่าย เพื่อกระจายสินค้าให้ผู้คนรู้จักแบรนด์มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

3. ใช้ต้นทุนต่ำ การตลาดออนไลน์นอกจากจะทำให้ผู้คนรู้จักสินค้า หรือซื้อบริการได้เพิ่มมากขึ้นแล้ว เรียกได้ว่าเป็นช่องทางที่ใช้ต้นทุนต่ำมากๆ อีกด้วย ในทางตรงกันข้ามก็สามารถสร้างกำไรได้อย่างมหาศาลเลยทีเดียว และเป็นผลดีหลายๆ สำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีเงินทุนสูงมากนัก

4. ทำการตลาดได้ 24 ชั่วโมง อีกหนึ่งข้อดีของการทำการตลาดออนไลน์ก็คือ สามารถทำการตลาดได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด เพราะบนโลกออนไลน์ไม่มีการหลับใหล ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา ช่วยอำนวยความสะดวกให้การซื้อขายสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง

5. วัดผลได้โดยง่าย การวัดผลการตลาดออนไลน์สามารถวัดผลได้โดยง่ายด้วยเครื่องมือที่ถูกคิดค้นหรือพัฒนาขึ้นมารองรับบริการด้านนี้โดยเฉพาะ ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาบน Google Ads ที่มีระบบ Analytics สามารถโชว์ผลลัพธ์จากการทำโฆษณาทุกรูปแบบบน Google Ads ทำให้ไม่ต้องเสียเวลานานั่งวิเคราะห์ หรือพล็อตกราฟเองให้ยุ่งยาก เป็นต้น

6. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี การตลาดออนไลน์เป็นการทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ไม่ว่าจะเป็นบริการให้คำปรึกษาหลังการขาย หรือบริการสอบถามปัญหาการใช้งานในรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยี AI ที่เข้ามามีบทบาทความเพิ่มมากขึ้น โดยระบบ Chatbot ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับลูกค้า หรือสามารถรับมือกับลูกค้าจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม นักการตลาดค้นพบว่าผู้บริโภคไม่ชอบการโฆษณาในรูปแบบที่ตรงไปตรงมา มากจนเกินไปเพราะอาจจะทำให้ดูน่าเบื่อ ดังนั้น จึงนิยมการโฆษณาแอบแฝงเสียมากกว่า อีกประการหนึ่งคือ นักการตลาดปัจจุบันยังค้นพบอีกว่า การโฆษณาในรูปแบบของข้อความหรือตัวหนังสือ นั้นมักจะได้รับความนิยมไม่มากนัก ในขณะที่การสื่อสารหรือการโฆษณาผ่านรูปภาพจะได้รับความนิยมมากกว่า อย่างไรก็ตามการโฆษณาที่ได้รับความนิยมบนโลกออนไลน์มากที่สุดในตอนนี้ก็คือ การนำเสนอในรูปแบบของวิดีโอ อย่างเช่น พวก Viral Clip ต่างๆ ที่ถูกแชร์จนดังภายในชั่วข้ามคืนในปัจจุบันคงหนีไม่พ้น Social Listening Tools เครื่องมือที่ใช้สำหรับการทำการตลาดออนไลน์ที่น่าสนใจ เนื่องจากการสื่อสารทุกวันนี้มักเกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเน้นสื่อสาร ทำคอนเทนต์ และทำการตลาดอยู่บนโลกโซเชียลมีเดียเป็นหลัก โดยรูปแบบการสื่อสาร

ทั้งหมดเป็นการสื่อสารที่มีความรวดเร็วสูง และมีข้อมูลเป็นจำนวนมาก หากผู้ประกอบการต้องคอยนั่งอ่านข้อความหรือสำรวจค้นหาข้อความเองจากสื่อโซเชียลมีเดียทุกแพลตฟอร์มก็คงเสียเวลาไม่น้อยเลยทีเดียวดังนั้นเครื่องมือ Social listening tools จึงเป็นเครื่องมือที่ตอบโจทย์และสำคัญเป็นอย่างมากในการทำการตลาดออนไลน์อย่างมากในปัจจุบัน

กิจกรรมต่างๆ(ทิวศักดิ์ กาญจนสุวรรณ , 2552) ที่เกี่ยวข้องกับการขบวนการซื้อสินค้า การขายสินค้า การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ หรือสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต (วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม, 2560) และเริ่มเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยตั้งแต่ปี2540 เป็นต้นมา (บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ์ 561) การปฏิวัติเทคโนโลยีต่างๆ ให้อยู่ในรูปของดิจิทัลทำให้ทุกวันนี้โลกเราสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เราสามารถสั่งซื้อสินค้าต่างๆทั่วทุกมุมโลกได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น อีกทั้งหน้าที่ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต ทุกวันนี้จะเป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสารเป็นแหล่งของความบันเทิงเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารเป็นช่องทางในการทำธุรกรรมรวมทั้งเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย กล่าวคือ คนทั่วไปสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่สำหรับจับจ่ายซื้อของ หรือข้อปึงสามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ (สุวิมล แม้นจริง,2546)

ปัจจุบันการตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นกับธุรกิจเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค การเลือกใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญเพื่อที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

1) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (Email) เป็นระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับรับและส่งจดหมาย ทางออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ แฟ้มข้อความ โดยผ่านระบบไปยังเครือข่ายคอมพิวเตอร์อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก สะดวกปลอดภัย สามารถส่งและรับได้ตลอดเวลา และสามารถส่งจดหมายให้บุคคลที่ต้องพร้อมกันได้ โดยไม่จำกัดจำนวนผู้รับทำให้ประหยัดแรงงาน ทรัพยากร และเงินทุน (อิทธิวัฒน์ รัตนพองปุ,2555)

2) เว็บไซต์เป็นส่วนที่สำคัญที่บริษัทต้องจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค ดังนั้น การทำการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเสียก่อน(บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ์ 2561) การขายสินค้าในระบบ E-Commerce จะใช้เว็บไซต์เป็นหน้าร้านในการติดต่อระหว่างผู้ซื้อ และ ผู้ขาย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบหน้าเว็บให้มีความประทับใจ น่าสนใจและสะดวกตาผู้เข้าชมเว็บไซต์ซึ่ง ทิวศักดิ์ กาญจนสุวรรณ (2552) ได้กล่าวถึง เทคนิคในการออกแบบเว็บไซต์ที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ ได้แก่ รูปลักษณ์ เนื้อหาชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสารการปรับแต่ง การติดต่อสื่อสาร การเชื่อมต่อเว็บไซต์ และการทำธุรกรรม

3) การตลาดเชิงเนื้อหา เป็นการตลาดในรูปแบบที่นำเสนอเนื้อหาที่ตรงจุดสร้างเนื้อหาหรือข่าวสารให้โดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มคุณค่าความน่าสนใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อการเลือกซื้อสินค้า / บริการ และเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า และ/หรือ อยากใช้บริการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่ตรงประเด็น ดึงดูดความสนใจ เกิดการบอกต่อในโลกออนไลน์และสามารถสร้างความต้องการทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ จดหมาย

หรือ E-newsletter , VDO , Blog Post , Image / Info graphic ผู้บริโภคชอบการทำการตลาดเชิงเนื้อหา เพราะมีประโยชน์มากกว่า ผู้บริโภคอยากซื้อสินค้าจากองค์กรที่สร้างการตลาดเชิงเนื้อหา

4) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นตัวช่วยในการโปรโมทเว็บไซต์ของกิจการ และช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของกิจการขยับไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็ว ทันใจและช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่คนได้อย่างง่ายดาย (วารินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม ,2560)

5) การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เว็บไซต์ของเราปรากฏเป็นอันดับต้นๆ เมื่อคนใช้ keyword ต่าง ๆ ค้นหาใน search engine ถ้าเว็บไซต์ของเราอยู่ในอันดับมากเท่าไรคนก็จะเข้าถึงธุรกิจของเราได้ง่ายขึ้นเท่านั้น เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก (ณัฐวศา สุทธิธาดา,2559) ซึ่งคำสำคัญ (Keyword) คือ กุญแจสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ ได้จากการค้นหาข้อมูลในประเทศไทยนิยมค้นหาข้อมูลผ่านทางGoogleเป็นหลัก (ค้นหา 30/01/68 http://www.baabstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-7_1565850078.pdf)

บทที่ 3

ภาระหน้าที่และปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน

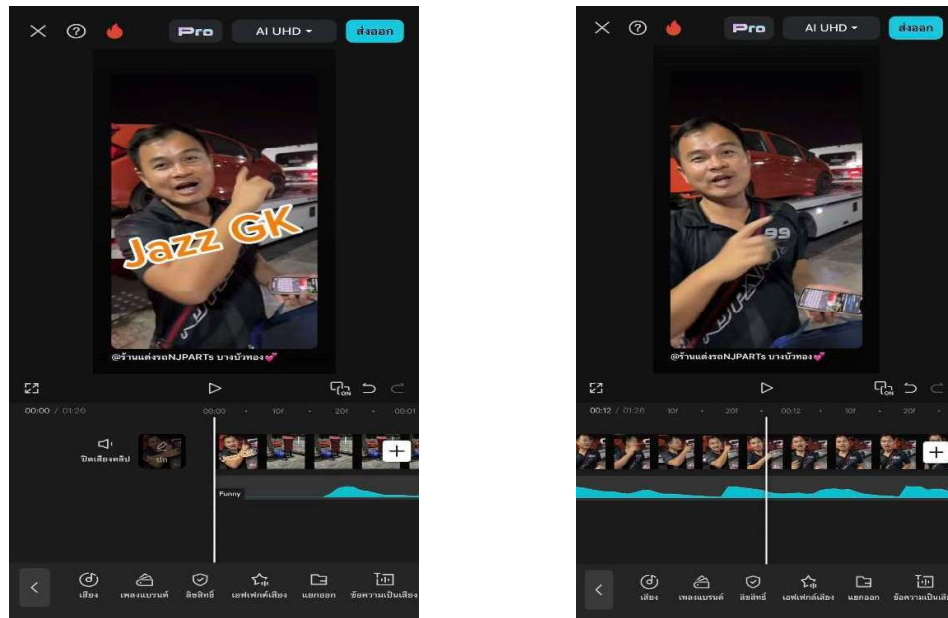
จากการปฏิบัติสหกิจศึกษา การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของบริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 จำกัด ตำแหน่งงานที่นิสิตได้ฝึก คือ ตำแหน่ง Content Creator โดยทำหน้าที่ผลิตคอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นการส่งเสริมการขายเกี่ยวกับสินค้า การให้บริการการขายกับลูกค้า บริษัท เอ็นเจ เซอร์วิส 2020 จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2567 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568 ผู้ฝึกสหกิจศึกษาได้รับมอบหมายงานตามภาระหน้าที่ต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตสื่อแบบวิดีโอ
2. การสร้างสรรค์เนื้อหาลงเพจ (Contents)
3. ติดต่อประสานงานและงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

1. ผลิตสื่อแบบวิดีโอ

1. การผลิตสื่อแบบวิดีโอ โดยผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับมอบหมายจากพี่เลี้ยง และพี่ในทีม ให้ถ่ายคลิปวิดีโอจากนั้นนำมาทำเป็นสื่อวิดีโอให้เสร็จสมบูรณ์ เพื่อนำไปลงในเพจและลงตามสื่อออนไลน์ เพื่อกระตุ้นการส่งเสริมการขาย โดยผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้ผลิตสื่อโดยใช้ Application Cap Cut ในการตัดต่อคลิปผลิตสื่อคอนเทนต์เพื่อนำไปลงโฆษณาในเพจและตามโซเชียลต่าง ๆ Cap Cut ชื่อเก่าคือ Vimaker เป็นโปรแกรมตัดต่อวิดีโอบน Smart Phone สามารถเพิ่มคลิป ตัดคลิป เพิ่มเพลงในการทำวิดีโอต่างๆ ขึ้นอยู่กับการแก้ไขใหม่ไลน์ เพิ่มส่วนประกอบต่างๆ ในแต่ละเลเยอร์เพื่อดึงส่วนที่ดีที่สุดของผลงาน เลือกส่วนใดก็ได้ของครีมาตัดต่อตามต้องการ Cap Cut มีไลบรารีเพลงและเสียงที่ใหญ่ ที่สามารถเพิ่มเข้าไปในวิดีโอเช่นเดียวกับสตูดิโอและตัวอักษรเพื่อเพิ่มลูกเล่น มีฟิวเจอร์ทั้งหมด ที่จำเป็นสำหรับการตัดต่อวิดีโอโดยไม่ต้องใช้ซอฟต์แวร์ที่ซับซ้อน ทำให้การสร้างสื่อสวยงาม น่าดูและสนุกด้วยฟิลเตอร์เมื่อตัดต่อเรียบร้อยแล้ว กดปุ่มส่งออกเพื่อแชร์วิดีโอของบนโซเชียลมีเดีย เช่น เพจ Facebook หรือ TikTok เป็นต้น

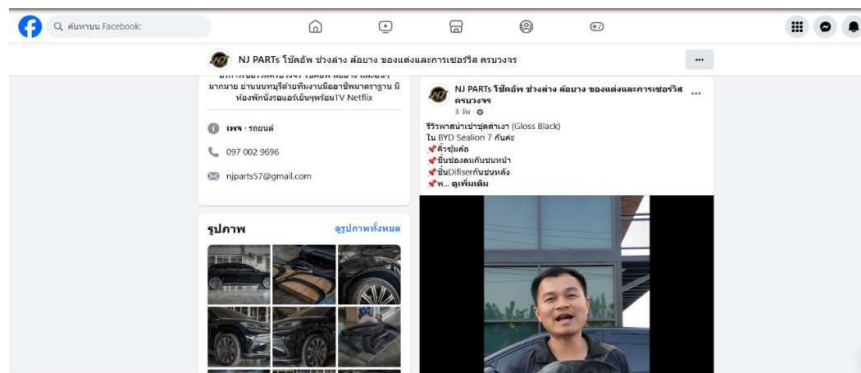
2. โดยผู้ฝึกสหกิจใช้ Application Cap Cut ในการผลิตสื่อโฆษณาให้เห็นรายละเอียดของตัวสินค้า เป็นการสื่อสารจุดใจผ่านสื่อวิดีโอ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ และสร้างความยอมรับระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค ตลอดจนมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญ คือช่วยกระตุ้นการขาย จุดใจหรือนำมโนว่าใจให้กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายให้มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการนั้นๆ ผ่านเนื้อหาและความคิดสร้างสรรค์ในการสื่อสารผ่านสื่อวิดีโอ และเผยแพร่ผ่าน Page Facebook: NJ PARTs โซเชียล ช่วงล่าง ล้อยาง ของแต่งและการเซอร์วิส ครบวงจร และ บนแอปพลิเคชัน TikTok โดยชื่อว่า @njservice2020



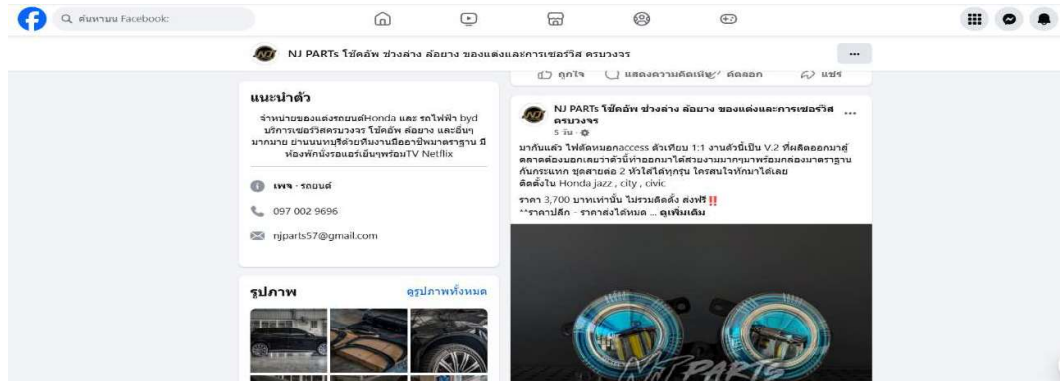
ภาพที่ 3.1 - 3.2 ภาพการผลิตสื่อวิดีโอโดยใช้ Application Cap Cut

2. การสร้างเนื้อหาเพลง (Contents)

ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับมอบหมายจากพี่เลี้ยง และ พี่ในทีมให้สร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความสัมพันธ์กับสถานประกอบการที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้ฝึกปฏิบัติงาน เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการด้านการขาย ที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย การสร้างความเข้าใจ ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ สร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค โดยผ่านเนื้อหาที่ได้ใส่ไว้ในสื่อวิดีโอ ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในสินค้าหรือบริการ หรือมุมมองที่ดีต่อองค์กร อาจจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่นในระยะยาวขององค์กร ดังตัวอย่างภาพ



ภาพที่ 3.3 วิดีโอและเขียนเนื้อหา



ภาพที่ 3.4 ภาพการเขียนเนื้อหาลงเพจ



ภาพที่ 3.5 ภาพการเขียนเนื้อหาลงเพจ

3. ติดต่อประสานงานและงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับมอบหมายจากแอดมินร้าน และการตลาดออนไลน์ ให้ติดต่อลูกค้า ตอบแชทเพจ ปักหมุดสินค้าใน TIKTOK ประสานงานกับฝ่ายกราฟฟิก และ และ คีย์ข้อมูลลิสต์รายการสินค้า และงานอื่นๆ เช่น รวบรวมเอกสารโปรโซว์ , ออกแบบราคาสินค้า , ดูแลลูกค้าหน้าโซว์รูม เป็นต้น

บทที่ 4

รายละเอียดของการปฏิบัติงาน

การฝึกสหกิจศึกษา เป็นระบบการศึกษาที่เน้นประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการจริง โดยนิสิตที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ได้มีโอกาสฝึกสหกิจศึกษาการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ เพื่อเรียนรู้การทำงานจริงอย่างเป็นระบบ ในรูปแบบเต็มเวลา ตรงสายงานวิชาชีพในศาสตร์ที่ตนได้ศึกษา เพื่อนำความรู้ความสามารถที่ได้ศึกษามาทั้งหมดมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง เพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน เรียนรู้ที่จะแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เสมือนเป็นพนักงานปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ณ บริษัทเอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด

นิสิตได้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ณ บริษัทเอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด (NJ Services 2020 Co., Ltd) ระหว่าง วันที่ 1 พฤศจิกายน 2567 ถึง วันที่ 28 พฤศจิกายน 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งในการปฏิบัติงานนั้นสถานประกอบการให้นิสิตฝึกปฏิบัติงาน ตำแหน่ง Content Creator การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ผู้ฝึกสหกิจศึกษาได้รับมอบหมายงานตามภาระหน้าที่ต่าง ๆ และมีหน้าที่ในการรับผิดชอบงาน มีรายละเอียดดังนี้

- 1.ผลิตสื่อวิดีโอ
- 2.การสร้างสรรค์เนื้อหาลงเพจ (Contents)
- 3.ติดต่อประสานงานและงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายรอง

1. ผลิตสื่อวิดีโอ

ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับมอบหมายจากพี่เลี้ยงให้ถ่ายคลิปสินค้า จากนั้นนำมาตัดต่อ และผลิตสื่อออกมาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอ เพื่อนำวิดีโอไปลงเพจประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นการส่งเสริมการขาย โดยผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้ใช้ Application Cap Cut ในการผลิตสื่อวิดีโอ มาประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ได้รับมอบหมายจากพี่เลี้ยงให้ถ่ายคลิป โดยใช้โทรศัพท์มือถือถ่ายให้เห็นรายละเอียดของตัวสินค้าและเพิ่มสีสัน เสียงประกอบในวิดีโอ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาชมมากขึ้น
- 2) วางแผนการถ่ายทำ เช่น เทคนิคการใช้มุมกล้อง Close Up ในการถ่ายรายละเอียดของตัวสินค้า Pan กล้องจากซ้ายไปขวา หรือ จากขวาไปซ้าย, การ Tilt คือ การถ่ายวิดีโอไปตามแนวตั้ง จากล่างขึ้นบน หรือบนลงล่าง เพื่อให้เห็นรายละเอียดต่างๆของตัวสินค้าให้มากยิ่งขึ้น
- 3) ปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้โดยใช้กล้องโทรศัพท์ถ่ายวิดีโอเพื่อเก็บรายละเอียดของตัวสินค้า
- 4) เมื่อถ่ายเสร็จเรียบร้อยแล้ว จากนั้นนำวิดีโอที่ถ่ายไปยัง Application Cap Cut
- 5) เข้าสู่ขั้นตอนการผลิตสื่อ โดยการตัดต่อวิดีโอที่ถ่ายใน Application Cap Cut เพิ่มลูกเล่นของวิดีโอด้วยการใส่ฟิลเตอร์หลายรูปแบบมาใส่ และเสียงประกอบเพื่อเพิ่มสีสันให้กับวิดีโอ ทำให้เป็นที่น่าสนใจ ดึงดูด ผู้ชมให้เข้าชมวิดีโอ โดยใช้ระยะเวลาในการผลิตสื่อวิดีโอตามกำหนด หรือ ก่อนกำหนด

- 6) เมื่อเสร็จแล้ว ส่งผลงานให้ในกลุ่มและพี่เลี้ยงเช็ค
- 7) จากนั้นผู้บริหารนำไปเผยแพร่บน Facebook: เผยแพร่ผ่าน Page Facebook: NJ PARTs ใช้อัพ ช่วงล่าง ล้อยาง ของแต่งและการเซอร์วิส ครบวงจร และ บนแอปพลิเคชัน TikTok โดยชื่อว่า @njservice2020

8) ได้รับความตอบรับจากการกดถูกใจ การแชร์ และ ทางข้อความ โดยAdminจะเป็นผู้ดำเนินงานต่อไป ซึ่งประสบความสำเร็จในการผลิตสื่อ ที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดการตอบกลับ

โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

การตลาดในยุคดิจิทัล เป็นการผสมผสานสื่อเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคแบบ เฉพาะเจาะจงได้ดีกว่า และยังมีการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ๆ ดังนั้น การเลือกใช้เครื่องมือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์จะทำให้ การตลาดดิจิทัลประสบความสำเร็จ) เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและเป็นช่องทางที่สร้างโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจ หลักสำคัญอยู่ที่การเลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคในยุคสมัยที่ เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเครื่องมือการตลาดดิจิทัลเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป มีดังนี้

Social Media Marketing

โซเชียลมีเดียจะเป็นตัวช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของเป็นที่รู้จักและขยับขึ้นไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้น ในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย คือ สามารถ เข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็วทันใจ และช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการ บอกต่อในหมู่คน ได้อย่างง่ายดาย ช่องทางที่สามารถใช้ในการทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย

ประโยชน์ของ Social Media Marketing (SMM)

1. เป็นตัวช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ขยับขึ้นไปอยู่ในอันดับที่ดีในเว็บไซต์ของ Google ได้
2. ช่วยในการประชาสัมพันธ์บริษัทหรือเว็บไซต์เพื่อให้เกิดการบอกต่อในคนหมู่มากได้อย่าง รวดเร็วและง่ายดาย
3. ช่วยเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าและบริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรง ตามกลุ่มเป้าหมาย

4. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโปรโมทหรือการประชาสัมพันธ์

ปัญหาที่เจอในระหว่างการปฏิบัติงาน และการแก้ไขปัญหา

ปัญหาที่เจอคือเนื้อหาของตัวสินค้าอาจจะต้องปรับหรือเพิ่มข้อมูลของตัวสินค้าให้ตรงจุด การ แก้ไขปัญหาทั้งหมดในการเขียนเนื้อหาคือการแก้ไขแบบเร่งด่วน โดยหาข้อมูลปรับเปลี่ยนเนื้อหา ต่าง ๆ ในเพจบริษัท เพื่อให้ออกมาดีและส่งผลให้พี่เลี้ยง และ พี่ในทีมเช็คอีกรอบเพื่อนำลงเพจ

2. การสร้างสรรค์เนื้อหาลงเพจ (Contents)

ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับมอบหมายจากพี่เลี้ยงให้สร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความสัมพันธ์กับ สถานประกอบการที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับอะไหล่รถ หรือ อุปกรณ์การตกแต่ง รถ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถานประกอบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค โดยผ่านเนื้อหาที่ ประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ได้รับมอบหมายจากพี่ โดยให้ไปถ่ายสินค้าตัวใหม่เพื่อทำการสร้างสรรค์เนื้อหาคอนเทนต์ให้เหมาะกับตัวสินค้า
- 2) คิดแนวทางการเขียนและการใช้คำที่เหมาะสมกับหัวข้อ
- 3) เขียนเนื้อหารายละเอียดให้เหมาะสมกับตัวสินค้า
- 4) เมื่อเขียนเนื้อหาเสร็จเรียบร้อยจากนั้นนำส่งวิดีโอ และ เนื้อหาที่เสร็จสมบูรณ์ให้กับทีม
- 5) หากมีการแก้ไขปรับปรุงจึงนำข้อเสนอแนะที่ต้องปรับปรุงกลับมาแก้ไขให้เรียบร้อยและส่งผลงานให้กับพี่ในทีมอีกครั้ง
- 6) เมื่อได้รับแจ้งจากพี่ในทีม ว่าผลงานถูกต้องสามารถนำไปใช้งานได้จึงนำวิดีโอสินค้าไปลงเพจ Facebook: NJ PARTs โช๊คอัพ ช่วงล่าง ล้อยาง ของแต่งและการเซอร์วิส ครบวงจร และ บนแอปพลิเคชัน TikTok โดยชื่อว่า @njservice2020
- 7) จากนั้นนำผลงานสื่อสร้างสรรค์เนื้อหาของวิดีโอไปลงประชาสัมพันธ์เผยแพร่ต่อไปในเพจ
- 8) ได้ผลตอบรับจากการกดถูกใจ การแชร์ และ ทางข้อความโดย Sales เป็นผู้ดำเนินงานต่อไปซึ่งประสบความสำเร็จในการผลิตสื่อ ที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดการตอบกลับเป็น Tow-way communication
- 9) โดยใช้ระยะเวลาในการผลิตสื่อสร้างสรรค์เนื้อหาประชาสัมพันธ์ตามกำหนด หรือ ก่อนกำหนด

โดยเลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับคอนเทนต์ (Content) สร้างคอนเทนต์อย่างไรให้มัดใจลูกค้า

Blog Content เนื้อหาที่ช่วยสร้างการเข้าถึง และเป็นหนึ่งในคอนเทนต์ที่ยอดเยี่ยมเสมอมา แนวทางสำหรับประเภทนี้ควรจะเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของแบรนด์ด้วยคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกัน และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องมั่นใจด้วยว่าผู้อ่านได้ข้อมูลอะไรกลับไปบ้าง

Infographic Content เนื้อหาที่นำเสนอข้อมูลที่สรุปใจความสำคัญมาอย่างละเอียด ภายใตกรอบข้อมูลที่เหมาะสมแก่การอ่านอย่างรวดเร็ว

Podcast Content Marketing การนำเสนอคอนเทนต์ผ่านเสียงด้วยการเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันกับแบรนด์ เพื่อช่วยเจาะตลาดในกลุ่มเฉพาะทาง

Video Content Marketing เนื้อหาที่นำเสนอผ่านรูปแบบวิดีโอหลากหลายรูปแบบ ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงสิ่งที่แบรนด์ต้องการสื่อได้ง่ายขึ้น ปัจจุบันมีทั้งแบบ LIVE, Long และน้องใหม่อย่าง Shorts คอนเทนต์ วิดีโอสั้นที่สนุกสนาน

Social Media Content Marketing คอนเทนต์ประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มของโซเชียลมีเดีย ที่มีกฎเกณฑ์แตกต่างกันออกไป หนึ่งโซเชียลมีเดียอาจมีได้ทั้งบทความ, รูปภาพ, วิดีโอ, และเสียง อยู่ในที่เดียวกันพัฒนาทักษะความเป็น Content Creator ด้วยการเริ่มสร้างคอนเทนต์เอง แต่ต้องทำอะไรถึงจะมัดใจลูกค้าได้

พาดหัวคอนเทนต์ให้น่าดึงดูดมากที่สุด

แม้ว่าในปัจจุบันการสร้างคอนเทนต์ในหลายแพลตฟอร์มจะเต็มไปด้วยเนื้อหาประเภทวิดีโอ และรูปภาพที่ผู้คนเข้าไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก แต่ความสำคัญของ Text หรือตัวอักษรก็ยังคงต้องให้ความสำคัญอยู่เช่นเดิม เพราะถ้าเราสามารถคิดคำที่อยู่บนภาพหรือคำอธิบายวิดีโอที่อยู่บน

Thumbnail ได้นำสนใจมากพอ ก็จะสามารถดึงดูดผู้คนให้คลิกเข้ามาชมเนื้อหาของเรา ยกตัวอย่าง เช่น คำเปรยที่เร่รังัดให้เข้ามาชม: ต่วน!, รู้ก่อนใครได้ที่!

คำเปรยที่ชี้ชัดถึงประโยชน์: ดูจบเริ่มทำได้ทันที!, สอนวิธีสร้างรายได้จาก 0 ถึง 1,000,000!

คำเปรยที่มีความเฉพาะเจาะจงเป็นพิเศษ: ทรูคเค็ดกกลยุทธ์การตลาดใหม่ล่าสุดในสายรักสุขภาพ!

คำเปรยที่ดูแล้วไม่เข้าใจใคร: อัดแน่นข้อมูลที่ใหม่ ใสไล และเฉียบคมกว่าที่ไหน!

ที่กล่าวมาเป็นเพียงตัวอย่างคำเปรยที่สามารถเอาไปปรับใช้กับคอนเทนต์ได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับความครีเอทีฟของทุกคน ว่าจะขึ้นป้ายหัวอย่างไรให้น่าสนใจตั้งแต่แรกเจอ

บรรยายคอนเทนต์ด้วยเทคนิค Show Don't Tell

การสร้างคอนเทนต์ ในยุคนี้ไม่จำเป็นต้องมีความสามารถที่เข้มข้น ขอเพียงแค่มีไอเดียที่ชัดเจน ก็สามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจขึ้นมาได้แล้ว ด้วยการหยิบเอาเทคนิค “Show Don't Tell” มาใช้งาน ซึ่งเทคนิคดังกล่าว เป็นการบรรยายเนื้อหาให้เกิดประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้สร้างคอนเทนต์ จนเกิดการมองภาพและความหมายไปในทิศทางเดียวกัน โดยที่เนื้อหาไม่ได้บ่งบอกถึงสิ่งที่ต้องการจะสื่ออย่างชัดเจน หรือพูดอีกอย่างง่าย ๆ มันเป็นเทคนิคการบรรยาย “จินตนาการ” ออกมา เช่น การพูดถึงรูป, รส, กลิ่น, เสียง, การเคลื่อนไหว ฯลฯ

เปิดใช้งานบล็อกเพื่อเชื่อมโยงคอนเทนต์การตลาด

โดยปกติแล้วในช่วงเวลานี้หลายแบรนด์ต่างพุ่งเป้าไปที่การสร้างคอนเทนต์บน Social Media Marketing กันเป็นจำนวนมาก เพื่อเข้าถึงเหล่าผู้ใช้งานหลายสิบล้านคนบนนั้น แต่ทางที่ดีหากเราสามารถสร้างกลุ่มผู้ติดตามจนกลายเป็นฐานลูกค้าขึ้นมาได้ประมาณหนึ่ง ในอนาคตการมองหาลูกค้าใหม่อาจเป็นเรื่องที่ยากหากเราไม่มีการปรับแบบแผน ดังนั้นการเชื่อมโยงระหว่างโลกออนไลน์อย่างโซเชียลมีเดียกับบล็อกบนเว็บไซต์ อาจเป็นทางเลือกที่ยอดเยี่ยม เพื่อให้ผู้ติดตามหน้าใหม่ได้มีโอกาสทำความรู้จักกับแบรนด์ของคุณผ่านบล็อกบนเว็บไซต์ แถมยังได้ Traffic เข้าเว็บเพิ่มเติมอีกด้วย

เพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาคอนเทนต์ด้วยเทคนิค SEO

เมื่อเราต้องการเผยแพร่คอนเทนต์ ลงบล็อก หรือแม้แต่โพสต์บนโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่มีความยาวเฉพาะตัว เราสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาด้วยเทคนิค SEO ได้เหมือนกัน โดยเริ่มต้นจากการทำ Keyword Research เพื่อมองหาคีย์เวิร์ดหลักที่เราใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ จากนั้นลองจัดทำเนื้อหาที่ถูกหลักเพื่ออัปเดตบล็อกและโพสต์อย่างต่อเนื่อง จากนั้น Algorithm ของ Google จะช่วยสร้างโอกาสที่เนื้อหาของคุณจะแสดงผลการค้นหาบ่อยขึ้น มีอันดับที่ดีขึ้น และสร้างการเข้าถึงได้อย่างมหาศาล

ปัญหาที่เจอในระหว่างการปฏิบัติงาน และการแก้ไขปัญหา

ปัญหาที่เจอบ่อยครั้งน้อยแต่ส่วนใหญ่ที่เจอคือข้อมูลของตัวสินค้าไม่ครบหรืออาจจะพิมพ์เนื้อหาของตัวสินค้าน้อยเกินไป การแก้ปัญหาคือปรึกษาที่เลี้ยงว่าควรเพิ่มเนื้อหาตรงไหนให้ดึงดูดผู้บริโภคมากที่สุด

3. ติดต่อประสานงานและงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายรอง

ผู้ฝึกได้มอบหมายจากพี่ในทีม และ พี่เลี้ยง ให้ทำการถ่ายภาพสินค้า อะไหล่รถ การบริการพนักงานภายในร้านเพื่อที่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กให้เป็นที่สนใจของผู้ซื้อ และผู้มาใช้บริการภายในร้าน

โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์(Public Relations)

Edward L. Bernays ปัจจุบันนี้การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการด้วยกันคือ

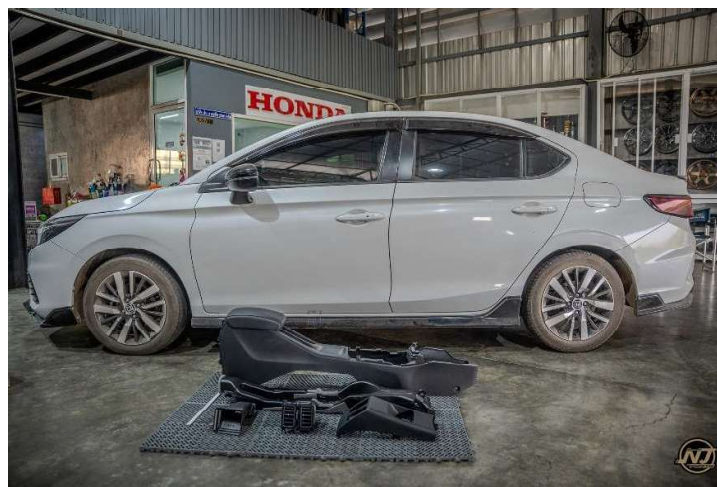
1. เผยแพร่ข่าวสารความรู้ให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับความมุ่งหมายของการดำเนินการขององค์การ

3. ช่วยดำเนินการปรับแนวความคิดเห็นของประชาชนและองค์กรให้มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกันและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

• John E. Maeston การประชาสัมพันธ์คือภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการซึ่งจะทำการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มสาธารณชน กำหนดนโยบายและวิธีดำเนินการปฏิบัติขององค์การ ให้สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับผลประโยชน์ของประชาชน

ประชามติ PUBLIC OPINION

- กระแสความคิดเห็นของมวลชนที่มีต่อองค์การ
- องค์กรควรจะรู้สภาพกระแสประชามติว่ามีเสียงสนับสนุนคัดค้าน มากน้อยเพียงไร
- ความคิดของประชาชนจะถูกหรือผิดย่อมขึ้นอยู่กับการศึกษา ความรู้ และประสบการณ์ของเขาเพราะฉะนั้นแล้วกระแสประชามติย่อมมีทั้งสนับสนุนและคัดค้านแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป
- การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องทำต่อมวลชนซึ่งมีความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน
- การที่จะสร้างชื่อเสียง ความนิยมชมชอบก็จะต้องอาศัยระยะเวลา
- การกระทำใด ๆ ย่อมต้องมีแผนการ หากไม่มีแผนการแล้วกิจการนั้นจะประสบความสำเร็จแล้วสิ้นเปลืองทรัพยากรเป็นอย่างมากดังนั้นการประชาสัมพันธ์ก็ต้องมีแผนการเช่นกัน



ภาพที่ 4.1ภาพการถ่ายรถลูกค้าที่ใช้บริการ



ภาพที่ 4.2 ภาพการบริการของพนักงาน



ภาพที่ 4.3 ภาพอะไหล่รถยนต์

บทที่ 5

สรุปผลการฝึกสหกิจศึกษา

จากการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ นางสาวเมทินี ชันดี นิสิตสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัทเอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด (NJ Services 2020 Co., Ltd) ในสถานประกอบการจริงเพื่อประกอบการศึกษาและพัฒนาทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การทำงานจริง ระหว่างวันศุกร์ ที่ 1 พฤศจิกายน 2567 ถึง วันพุธที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งในการปฏิบัติงานนั้นนิสิตได้ฝึกในตำแหน่ง Content Creator ฝ้ายขายและการตลาดออนไลน์ และ การจัดทำโครงการสามารถสรุปผลจากการปฏิบัติสหกิจศึกษา ได้ดังนี้

1. สรุปการจัดทำโครงการ
2. ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ
3. ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ
4. ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ
5. วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจศึกษา
6. ประสบการณ์ที่ประทับใจหรือประสบการณ์พิเศษ

1. สรุปการจัดทำโครงการ

การสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ทำการสร้างคอนเทนต์และสร้างสร้างบอร์ดแคสเพื่อส่งเสริมการขายการผลิตสื่อวีดิโอวีดิโอเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของสินค้าในด้านอะไหล่รถ การคิด Content เนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร เพื่อเป็นที่รู้จักและยอมรับและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษามีความรู้ความสามารถ ด้านการผลิตสื่อรูปแบบวีดิโอ และสื่อรูปภาพ จากการเรียนในสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ และสนใจศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอะไหล่รถ รวมทั้งเห็นว่า เอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด (NJ Services 2020 Co., Ltd) เป็นบริษัทที่มีบริการด้านอะไหล่รถ และ บริการเซอร์วิสครบวงจร ใช้อัพ ล้อยาง และอื่นๆมากมาย โดยใช้รูปภาพหรือวีดิโอเพื่อการกระตุ้นการขายอย่างต่อเนื่อง นิสิตจึงได้มาฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาการสร้างสรรค์คอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อวีดิโอที่นำไปลงประชาสัมพันธ์ในเพจบริษัท ให้เป็นที่รู้จักของตัวสินค้ามากขึ้น และเพื่อเป็นการกระตุ้นการขายขององค์กร

2. ประโยชน์ที่สถานประกอบการได้รับ

- 1) ทางสถานประกอบการสามารถนำผลงานไปใช้ได้จริง
- 2) ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษามีความตั้งใจในการทำงาน ทำให้ผลงานออกมาดีและเป็นไปตามเป้าหมาย

3) สถานประกอบการลดภาระหน้าที่ของบุคลากรในหน่วยงานได้เนื่องจากมีนิตติฝึกปฏิบัติงานได้ช่วยเหลือในการทำงาน

3.ประโยชน์ที่ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับ

- 1) ได้พัฒนาศักยภาพความรู้ ความสามารถ ในด้านการสร้างคอนเทนต์สื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และได้รู้ขั้นตอนการสร้างบอร์ดแคสเพื่อประชาสัมพันธ์
- 2) ได้พัฒนาศักยภาพด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 3) มีผลงานใช้อ้างอิงต่อการทำงานในอนาคต
- 4) ทำให้เรียนรู้สังคม และประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานจริง
- 5) ทำให้ทราบถึงศักยภาพของตนเองในการทำงาน
- 6) ได้เปิดรับมุมมองใหม่เกี่ยวกับตัวสินค้า การขาย การผลิตสื่อและการสร้างคอนเทนต์
- 7) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อพนักงานทุกคนภายในองค์กร
- 8) ได้เตรียมความพร้อมในการเข้าสู่การประกอบอาชีพหลังฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ

4.ประโยชน์ที่สถานศึกษาได้รับ

- 1) สร้างชื่อเสียงและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานศึกษาด้านการเรียนการสอนที่นักศึกษานำไปใช้ในการผลิตผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร
- 2) ผลงานที่ได้ปฏิบัติถูกนำไปใช้งานจริง ทำให้ช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัย
- 3) ผลงานถูกชื่นชมจากผู้บริหารของสถานประกอบการ จึงทำให้องค์กรยินดีที่จะรับผู้ฝึกปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยรุ่นต่อ ๆ ไป

5.วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ฝึกสหกิจศึกษา ความหมายของ SWOT คือ

S (Strengths) หมายความว่า จุดแข็งของตนเองที่ทำให้ได้เปรียบกว่าผู้อื่น

W (Weakness) หมายความว่า จุดอ่อนของตนเองที่เสียเปรียบกว่าผู้อื่น

O (Opportunities) หมายความว่า โอกาสที่เกิดขึ้นที่ช่วยส่งเสริมตนเอง

T (Threats) หมายความว่า อุปสรรคที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อตนเอง

จุดแข็ง S (Strengths)

- มีความอ่อนน้อมถ่อมตนต่อบุคคลที่มีประสบการณ์มากกว่าในการทำงาน
- มุ่งมั่นในการทำงานและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ
- การเรียนรู้ กล้าลองในสิ่งใหม่ ๆ
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น
- มีความอดทนสูง ซื่อสัตย์มีน้ำใจ
- เคารพสิทธิ์ของผู้อื่น รับฟังข้อเสนอแนะความคิดเห็นต่างๆจากคนรอบข้าง

จุดอ่อน W (Weakness)

- เป็นคนจริงจัง คิดมากทำให้กดดันตัวเองมากเกินไป
- สื่อสารไม่เก่ง ทำได้ดีมากกว่าการสื่อสารด้วยวาจา
- ลืมสิ่งที่จะทำ หรือ กำลังทำบ้างในบางครั้ง
- ไม่ชอบทำงานที่เร่งรีบ หรือ กะทันหัน

โอกาส O (Opportunities)

- โอกาสในการทำงานในสถานอื่น จากตัวนิสิตเองที่มีความสามารถจากการปฏิบัติงานในด้านที่ตนเองได้ศึกษามา
- โอกาสในการปฏิบัติงานต่อในสถานประกอบการที่นิสิตปฏิบัติ
- โอกาสในการเลือกเส้นทางระหว่างต้องการทำงานในองค์กรหรือต้องการงานอิสระทั้งรัฐและเอกชน เช่น Freelance

อุปสรรค T (Threats)

- ความเหนื่อยล้าจากตัวนิสิตเองที่ใช้สายตาในการทำงานมากจนเกินไปทำให้ได้ผลงานที่ออกมาไม่เป็นที่พอใจต่อตนเอง
- การคิดรูปแบบงานไม่ออกทำให้ใช้เวลานานหรือต้องไปสอบถามไอดียข้อเสนอแนะจากคนอื่นในการคิด สร้างสรรค์ ผลงาน

6. ประสบการณ์ที่ประทับใจหรือประสบการณ์พิเศษ

จากที่ได้ปฏิบัติสหกิจศึกษาที่บริษัทเอ็นเจเซอร์วิส 2020 จำกัด(NJ Services 2020 Co., Ltd) ผู้ฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษาได้รับประสบการณ์ใหม่ๆไม่ว่าจะด้วยเรื่องการทำงานเอาท์ดอร์ อินดอร์ ทำในสิ่งใหม่ๆความเป็นกันเองของบุคลากรในองค์กร ทำให้นิสิตสบายใจในการทำงาน ได้รับความช่วยเหลือคำแนะนำจากพี่เลี้ยง และทุกคนภายในองค์กร เป็นประสบการณ์ที่ทำให้นิสิตประทับใจมาก ๆ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ธีรพล ภูรัต. (2538). พจนานุกรมสแตนดาร์ด ศาสตร์แห่งการโฆษณา. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พรทิ พยพิมลสินธุ์ (2551)การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ราชบัณฑิตสถาน. (2542). ประชาสัมพันธ์. ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถานพ.ศ. 2546 (หน้า 496).

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุคส์. ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). แต่งงาน. ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ.2531 (หน้า 14)

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุคส์. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)

เกษศิริรินทร์ ภิญาคอง. (2554). หลักการตลาด (Principle of Marketing). รั้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราช

ภัฏรั้อยเอ็ด จรัสกร วรสุณธรา. (2560), การสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนเส้นทางการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ภาษาอังกฤษ

Russell, J.T., and Lane, W.R. 2002. Kleppner's Advertising Procedure. 1 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

เอกสารออนไลน์

แนวคิดเกี่ยวกับคอนเทนต์ (Content Marketing)

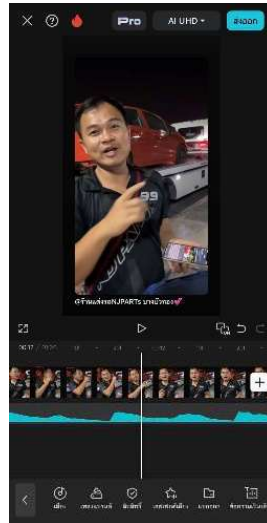
สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/THPeV> (เข้าถึงเมื่อ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2567)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ (Advertising)

สืบค้นจาก <http://shorturlasia/WT600> (เข้าถึงเมื่อ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2567)

ภาคผนวก ก

รูปภาพการฝึกปฏิบัติงานสหกิจ ณ สถานประกอบการ



ภาพที่ ก 1 ภาพการตัดต่อวิดีโอ บนแอปพลิเคชัน



ภาพที่ ก 2 การถ่ายภาพภายในสถานประกอบการ



ภาพที่ ก 3 ภาพอาจารย์มานิเทศศึกษาศึกษา

ภาคผนวก ข
ประวัติส่วนตัวผู้ฝึกสหกิจ

ประวัตินิติศสทกิจ



ชื่อ-นามสกุล นางสาวเมทินี ขันดี ชื่อเล่น ตังเม

รหัสประจำตัว 64104110016

เชื้อชาติ ไทย

สัญชาติ ไทย

ศาสนา พุทธ

วันเกิด วันที่ 13 พฤศจิกายน 2545 อายุ 22 ปี

ที่อยู่ บ้านเลขที่ 109/30ซอย 99พัฒนา ตำบลบางบัวทอง อำเภอบางบัวทอง จังหวัด
นนทบุรี 11110

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา โรงเรียนบ้านตรมไพร

ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนศิขรภูมิพิสัย

ปัจจุบันศึกษาอยู่ที่ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ คณะนิติศาสตร์ สาขาวิชา คอน เทนต์
โฆษณาและประชาสัมพันธ์