



การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก

CONTENT MARKETING FOR ONLINE AT FACEBOOK

นางสาว ดารณี มู่ลืเทศ

TNI

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ผ่านทางเฟสบุ๊ค
CONTENT MARKETING FOR ONLINE AT FACEBOOK

นางสาวดารณี มู่ลีเทศ

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการสอบ

(ผศ.รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

.....กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์)

.....กรรมการสอบ

(อาจารย์เอิบ พงษ์ทอง)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

หัวข้อ	การศึกษาการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ทางเฟสบุ๊ค Contents Marketing for online facebook
หน่วยกิต	1
ผู้เขียน	นางสาวดารณี มู่ลิเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
คณะ	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2558

บทคัดย่อ

จากการที่ได้ฝึกงานที่บริษัท บันเทิงดี จำกัด ได้รับมอบหมายให้ทำงานในตำแหน่ง
ประสานทั่วไป บริษัทมอบหมายหน้าที่ดูแล Page Facebook คิดและค้นหาเนื้อหาลงใน Page
Facebook เพื่อสร้างความเคลื่อนไหวให้กับเพจและสร้างสรรค์กิจกรรมขึ้นบน Page Facebook
เพื่อให้ Page Facebook ของรายการนั้นได้มีความเคลื่อนไหวและทำให้มีคนเข้ามาสนใจมากขึ้นอีก
ทั้งทำแคมเปญในระบบออนไลน์ทั้ง Facebook เพื่อสนับสนุนรายการให้มากยิ่งขึ้น ผลที่ได้รับคือ
ยอดคนกดถูกใจมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการลงเนื้อหาที่น่าสนใจ ยอดคนติดตาม Page Facebook
มากขึ้นและมีคนร่วมกิจกรรมบน Page Facebook เพิ่มขึ้นทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

TNI

ชื่อโครงการ	การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ทางเฟสบุ๊ก Contents Marketing for online facebook
ผู้เขียน	นางสาวดารณี มุณีเทศ
คณะวิชา	บริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์
พนักงานที่ปรึกษา	นางสาว ชนัสสรณ์ รำพึง
ชื่อบริษัท	บริษัท บ้านเทงดี จำกัด
ประเภทธุรกิจ / สินค้า	บริการผลิตรายการ

งานที่ปฏิบัติ

- รับโทรศัพท์และติดต่อประสานงานให้กับบริษัท
- ดูแล Page Facebook รายการ “คืนนี้นอนไหน” และ “ตามไปแดก”
- คิดหาเนื้อหาเพื่อโปรโมทเพจ กระตุ้นการเคลื่อนไหวของเพจ

ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานและประโยชน์ที่ได้รับ

ได้รับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำงานของระบบสื่อออนไลน์ต่างๆ และการปฏิบัติหน้าที่การทำงานของฝ่ายประสานงานทั่วไป รวมทั้งการนำทฤษฎีที่ได้เรียนมา นำไปใช้การปฏิบัติงานได้อย่างแท้จริง การฝึกงานในครั้งนี้ถือว่าการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ที่จะสามารถนำไปปรับใช้เมื่อถึงเวลาทำงานในอนาคตได้จริง

กิตติกรรมประกาศ

การปฏิบัติฝึกงานและการดำเนินงานรายงานในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างสูงจาก บริษัท บันเทิงดี จำกัด ขอขอบคุณสำหรับโอกาสในการปฏิบัติงานฝึกงานในครั้งนี้

ขอขอบคุณพนักงานบริษัท บันเทิงดี จำกัด ทุกคน ที่ให้คำแนะนำดีๆ เกี่ยวกับเทคนิคการทำงานเมื่อเกิดปัญหาขึ้น ขอขอบคุณความกรุณา จาก ดร. รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ ที่ปรึกษารายงานฝึกงาน ที่ได้ให้คำแนะนำ แนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอด จนโครงงานเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่ให้อำลักำลังใจและสนับสนุนในทุกๆ ด้านตลอดระยะเวลาในการทำโครงงาน ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

TNI



สารบัญ

หน้า

บทสรุป

ก

กิตติกรรมประกาศ

ข

สารบัญ

ค

สารบัญตาราง

จ

สารบัญภาพประกอบ

ฉ

บทที่

1. บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

1

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

2

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

3

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

4

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

4

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

4

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมายให้

4

ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

4

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

5

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

5

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

หน้า

2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการทำงาน	6
2.2 ซอร์ฟแวร์ที่ใช้ในการทำงาน	15
2.3 Social Network ที่ใช้ในการทำงาน	17

3. แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการฝึกงาน	20
3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติ ในการฝึกงาน	21
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงการ	25

4. ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์ และสรุปผลต่างๆ

4.1 ผลการดำเนินงาน	33
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	34
4.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ	35

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	36
5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา	37
5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน	38

เอกสารอ้างอิง

39

ภาคผนวก ก.

40-50

ประวัติผู้จัดทำโครงการ

51

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ภาพตารางการปฏิบัติงาน	20
3.2 ตารางแสดงรายละเอียดการปฏิบัติงาน	23
3.3 ตารางแสดงแผนการจัดทำรายงานให้ใช้หลัง PDCA	25
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน	34



TNI

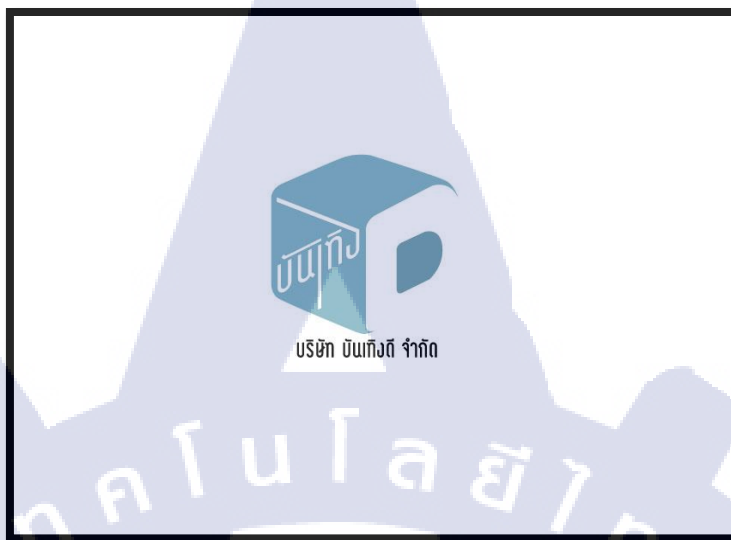
สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 แผนที่สถานที่ตั้งของ บริษัท บันเทิงดี จำกัด	1
1.2 สัญลักษณ์ของบริษัทบันเทิงดีจำกัด	2
1.3 สัญลักษณ์ รายการ TRUEACADEMY FANTASIA	2
1.4 แผนผังองค์กรและการบริหารองค์กร	3
2.1 การพรีเซ็นต์งานผ่าน โปรแกรม Microsoft PowerPoint	15
2.2 ตกแต่งรูปผ่านโปรแกรม Adobe Photoshop CS	16
2.3 Page Facebook “ตามไปแตก”	17
2.4 Page Facebook “กินนินออนไหน”	17
2.5 ถ่ายทอดรายการผ่าน โปรแกรม You tube “ตามไปแตก”	19
2.6 ถ่ายทอดรายการผ่าน โปรแกรม You tube “กินนินออนไหน”	19
3.1 Page Facebook รายการ “กินนินออนไหน”	21
3.2 Page Facebook รายการ “ตามไปแตก”	22
3.3 ภาพรีมการนำเสนองาน	25
3.4 ภาพนำเสนองานในเดือนเมษายน	26
3.5 เปิด Adobe Photoshop	26
3.6 ภาพหน้าโปรแกรม Adobe Photoshop	27
3.7 ภาพการเปิดไฟล์	27
3.8 ภาพการเปิดไฟล์	28
3.9 ภาพไฟล์รูปภาพเปิดเรียบร้อย	28
3.10 ภาพเปิดไฟล์โลโก้ “ตามไปแตก”	29
3.11 ภาพวางโลโก้ “ตามไปแตก” ลงภาพ	29

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
3.12 ภาพนำข้อมูลลงเพจ “ตามไปแตก”	30
3.13 ภาพหน้าเพจ “ตามไปแตก”	31
3.14 ภาพโพสต์ที่ลงในเพจ “ตามไปแตก” ทั้งหมด	31
3.15 ภาพตัวชี้วัดช่วงเวลาการเล่น Facebook ของแฟนเพจ	32





ภาพที่ 1.2 สัญลักษณ์ บริษัท บันเท็งดี จำกัด

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท บันเท็งดี จำกัด เป็นบริษัทเอกชนที่รับผลิตรายการโทรทัศน์เป็นหลัก โดยมีลักษณะการประกอบธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ รูปแบบรายการเน้นไปทางบันเทิงเช่น รายการ THE MASTER, TRUEACADEMY FANTASIA เป็นต้น

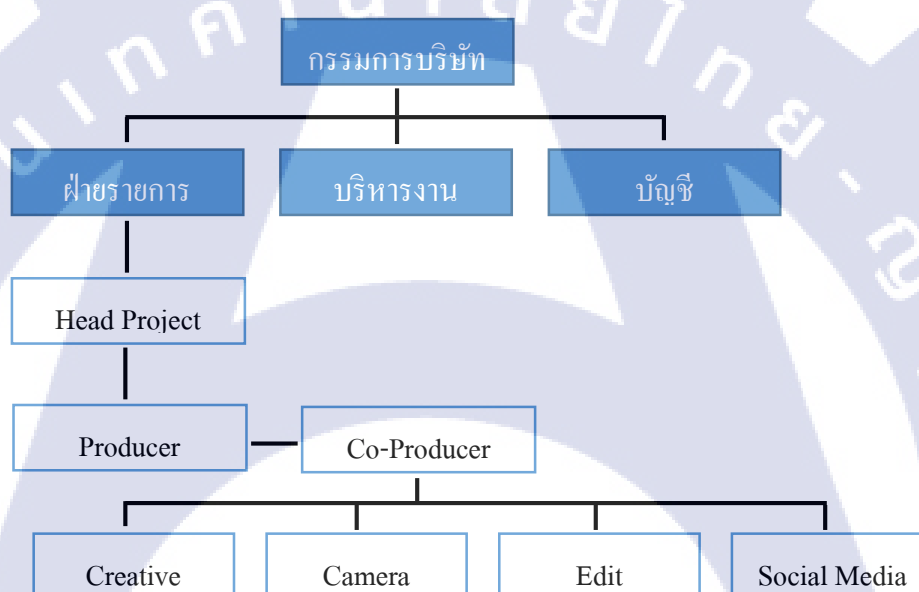
1.2.1 รายการ TRUEACADEMY FANTASIA



ภาพที่ 1.3 สัญลักษณ์ รายการ TRUEACADEMY FANTASIA

เป็นรายการสำหรับการหา เหล่าบุคคลที่มีความสามารถทั้งด้านการร้อง เต้น และการแสดงจาก ทั่วทุกภาคของประเทศไทย เพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นก้าวเข้ามาเป็นสุดยอดนักร้องในรายการ TRUE Academy Fantasia และตามติดกิจวัตรประจำวันของ 12 นักร้องภายในบ้าน การทำกิจกรรมในทุก คลาสเรียน ไม่ว่าจะเป็น คลาส Voice คลาส Dance และคลาส Acting ประมวลภาพเหตุการณ์ที่สำคัญที่เกิดขึ้นภายในบ้าน TRUE Academy Fantasia

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.4 แผนผังองค์กรและการบริหารองค์กร

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายคือ จัดการระบบและดูแล page คิดหาเนื้อหาเพื่อโปรโมท page กระตุ้นการเคลื่อนไหวของ page และดูแลในเรื่องของแคมเปญในสื่อออนไลน์ทั้งหมดเช่น Facebook และร่วมเล่นกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นในสื่อออนไลน์

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : คุณ ธนัสสรณ์ ราพิง
ตำแหน่ง : Co-Producer
แผนก : -

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ฝึกงานประมาณ 2 เดือน

เริ่มการปฏิบัติงาน : วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2559

สิ้นสุดการปฏิบัติงาน : วันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2559

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อออนไลน์เข้ามามีส่วนสำคัญในการทำการตลาดเป็นอย่างมาก การตลาดในสื่อออนไลน์ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้รายการของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่างๆ ในการโฆษณาเว็บไซต์ หรือ ถ่ายทอดรายการผ่านเว็บไซต์

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงาน

1.8.1 เพื่อศึกษาตลาดออนไลน์ในประเทศไทย

1.8.2 เพื่อสร้างและขยายฐานผู้ชม รายการและ Page Facebook ตามไปแตก และกินพื้นที่ออนไลน์มากขึ้น

1.8.3 เพื่อเปลี่ยนแปลง ทักษะของคอนเทนต์ใหม่ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีเคลื่อนที่

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

1.9.1 ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายของผู้ชมให้มีเพิ่มมากขึ้น

1.9.2 ได้ขยายช่องทางการติดต่อกับลูกค้าเพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง เช่น Message Facebook

1.9.3 ได้ความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

Viral คือการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วเหมือนไวรัสในโลกอินเทอร์เน็ต เช่น Video Clip ต่างๆ ที่แชร์กันอย่างรวดเร็วในโลก Social Media

Advertising คือ การเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิด โดยการใช้สื่อ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อโฆษณาที่สำคัญประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา ฯลฯ

TNI

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1.1 ทฤษฎีการนำระบบ PDCA มาใช้ในกระบวนการดำเนินงาน

ความหมายของ PDCA

วงจรการบริหารงานคุณภาพ ประกอบด้วย

- P = Plan** คือการวางแผนจากวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ได้กำหนดขึ้น
- D = Do** คือการปฏิบัติตามขั้นตอนในแผนงานที่ได้เขียนไว้อย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง
- C = Check** คือ การตรวจสอบผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของแผนงานว่ามีปัญหาอะไรเกิดขึ้น จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแก้ไขแผนงานในขั้นตอนใดบ้าง
- A = Action** คือ การปรับปรุงแก้ไขส่วนที่มีปัญหา หรือถ้าไม่มีปัญหาใดๆ ก็ยอมรับแนวทางการปฏิบัติตามแผนงานที่ได้ผลสำเร็จ เพื่อนำไปใช้ในการทำงานครั้งต่อไป

เมื่อได้แผนงาน (P) นำไปปฏิบัติ (D) ระหว่างปฏิบัติก็ดำเนินการตรวจสอบ(C) พบปัญหาก็ทำการแก้ไขหรือปรับปรุง (A) การปรับปรุงก็เริ่มจากการวางแผนก่อน วนไปเรื่อยๆ จึงเรียกววงจรPDCA

ประโยชน์ของ PDCA มีดังนี้

1. การวางแผนงานก่อนการปฏิบัติงาน จะทำให้เกิดความพร้อมเมื่อได้ปฏิบัติงานจริง การวางแผนงานควรวางแผนให้ครบ 4 ขั้น ดังนี้
 - 1) ขั้นการศึกษา คือการวางแผนศึกษาข้อมูล วิธีการ ความต้องการของตลาด ข้อมูลด้านวัตถุดิบ ด้านทรัพยากรที่มีอยู่หรือเงินทุน เป็นต้น
 - 2) ขั้นเตรียมงาน คือการวางแผนเตรียมงานด้านสถานที่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความพร้อมของพนักงาน อุปกรณ์ เครื่องจักร วัตถุดิบ เป็นต้น

3) ขั้นตอนดำเนินงาน คือการวางแผนทางการปฏิบัติงานของแต่ละส่วนแต่ละฝ่าย เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย ฝ่ายโฆษณา เป็นต้น

4) ขั้นตอนการประเมินผล คือการวางแผนหรือเตรียมการประเมินผลอย่างเป็นระบบ เช่น ประเมินจากยอดขาย ประเมินจากคำติชมของลูกค้า หรือประเมินจากเครื่องมือที่สร้างขึ้น โดยเฉพาะ เพื่อให้ผลที่ได้จากการประเมินเกิดความเที่ยงตรง

2. การปฏิบัติตามแผนงาน ทำให้ทราบขั้นตอน วิธีการ และสามารถเตรียมงานล่วงหน้าหรือทราบอุปสรรคล่วงหน้าด้วย ดังนั้น การปฏิบัติงานก็จะเกิดความราบรื่น และเรียบร้อย นำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

3. การตรวจสอบ ให้ได้ผลที่เที่ยงตรงเชื่อถือได้ ประกอบด้วย

3.1 ตรวจสอบจากเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

3.2 มีเครื่องมือที่เชื่อถือได้

3.3 มีเกณฑ์การตรวจสอบที่ชัดเจน

3.4 มีกำหนดเวลาการตรวจที่แน่นอน

3.5 บุคลากรที่ทำการตรวจสอบต้องได้รับการยอมรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเมื่อการตรวจสอบได้รับการยอมรับ การปฏิบัติงาน ขึ้นต่อไปก็ดำเนินต่อไปได้

4. การปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนใดก็ตาม เมื่อมีการปรับปรุงแก้ไขคุณภาพก็จะเกิดขึ้น ดังนั้น วงจรPDCA จึงเรียกว่า วงจรบริหารงานคุณภาพ

ประเภทของแผนงาน

1. การวางแผนงานตามระยะเวลา ได้แก่

1.1 แผนงานประจำปี (Year Plan) เป็นแผนงานที่เขียนขึ้นเพื่อวางแผนทางการปฏิบัติงานตลอดทั้งปี หน่วยงานหรือองค์กรขนาดใหญ่ที่คำนึงถึงความมั่นคงในอนาคต จะทำแผนงานระยะ 5 ปี หรือ 10 ปี เช่น

- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแผนงานระยะ 5 ปี
- แผนงานลงทุนของบริษัทมหาชน เป็นแผนงานระยะ 10 ปี
- แผนการพัฒนาการศึกษาของไทย เป็นแผนงานระยะ 10 ปี

1.2 แผนงานประจำปีไตรมาส เป็นแผนงานที่เขียนขึ้นเพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน ระยะเวลา 3 เดือน ตามเกณฑ์ประเมินผลทางเศรษฐกิจของกระทรวงพาณิชย์ นอกจากนี้บุคลากรหรือหน่วยงานจะต้องเขียนแผนดำเนินงานในส่วนของหน่วยงาน โดยกำหนดระยะเวลา 1 เดือน หรือ 1 สัปดาห์

2. การแบ่งแผนงานตามความรับผิดชอบ ได้แก่

2.1 แผนงานส่วนบุคคล (Personal Plan) บุคคลที่สามารถสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพจะต้องมีแผนงานของตนเอง เริ่มจากแผนงานระยะเวลา 1-5 ปี เพื่อเตรียมความพร้อมด้านการศึกษาด้านเงินทุนด้านสังคมและด้านอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบของการสร้างผลงาน แผนปฏิบัติงานตามความคิดสร้างสรรค์รวมถึงกลยุทธ์เพื่อแก้ปัญหาและหาแนวทางไปสู่ความสำเร็จ

2.2 แผนงานขององค์กร หรือหน่วยงาน

3. การแบ่งแผนงานตามลักษณะการใช้งาน ได้แก่

3.1 แผนงานหลัก Master Plan เป็นแผนงานขององค์กร ได้กำหนดเป้าหมายนโยบายวัตถุประสงค์ขององค์กร ทุกหน่วยงานต้องทำตามและเขียนแนวทางการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร โดยมีได้กำหนดวิธีการทำงาน

3.2 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) เป็นแผนปฏิบัติงานเฉพาะส่วนเฉพาะงาน หรือเฉพาะกิจ ที่เขียนขึ้นเพื่อเสริมให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายของแผนงานหลักหรือขององค์กรแผนปฏิบัติการจะมีรายละเอียดมากที่สุดเพราะเป็นแนวทางการดำเนินงานสู่เป้าหมาย

3.3 แผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) เป็นแผนปฏิบัติงานที่เขียนขึ้นอย่างเร่งด่วนเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยมิได้คาดหมาย เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีเหตุการณ์แทรกซ้อนทำให้ผลงานหรือคุณภาพลดลงหากไม่ทำการแก้ไข

3.4 แผนปรับปรุงงาน เป็นการวางแผนอย่างต่อเนื่องจากการปรับปรุงงานตามแผนงานหลักแล้วพบปัญหาหรือข้อบกพร่อง

2.1.2 E-Business

E-Business เป็นรูปแบบของการทำธุรกิจ ซึ่งอาศัยระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือระบบเครือข่ายต่างๆ (Internet, Intranet หรือ Extranet) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและการจัดการด้านการตลาดสำหรับองค์กร หน่วยงาน หรือส่วนบุคคลเพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ลดต้นทุนและมีประสิทธิภาพสูง เป็นการขยายโอกาสทางการค้าและการบริการอีกทางหนึ่ง โดยรูปแบบของการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบเครือข่าย และ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในองค์กรแบบ E-Business นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็นส่วนๆดังนี้

BI = Business Intelligence: การรวบรวมข้อมูลข่าวสารด้านตลาด ข้อมูลลูกค้า และ คู่แข่งขัน

EC = E-Commerce: เทคโนโลยีที่ช่วยทำให้เกิดการสั่งซื้อ การขาย การโอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ต

CRM = Customer Relationship Management: การบริหารจัดการ การบริการและการสร้างความสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจกับทั้งสินค้า บริการ และ บริษัท ระบบ CRM จะใช้ไอทีช่วยในการดำเนินงานและจัดเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการลูกค้า

SCM = Supply Chain Management: การประสานห่วงโซ่ทางธุรกิจเข้าด้วยกัน ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดส่ง ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก จนถึงมือผู้บริโภค

ERP = Enterprise Resource Planning: กระบวนการของสำนักงานส่วนหลังและการผลิต เช่น การรับใบสั่งซื้อ การจัดซื้อ การจัดการใบส่งของ การจัดส่งสินค้าคงคลัง แผนการจัดการการผลิต ระบบ ERP จะช่วยให้กระบวนการดังกล่าวมีประสิทธิภาพและสามารถลดต้นทุนได้

2.1.3 E-Commerce

E-Commerce หรือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์กรได้วางไว้ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทขององค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ท่าเรือที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย

ประโยชน์ของ E-Commerce

1. ข้อดีของ E-Commerce

1. สามารถทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง
2. ดำเนินการค้าอย่างไร้พรมแดนทั่วโลก
3. ใช้งบประมาณลงทุนน้อย
4. ตัดปัญหาด้านการเดินทาง
5. ง่ายต่อการประชาสัมพันธ์โดยสามารถประชาสัมพันธ์ได้ทั่วโลก

2. ข้อเสีย E-Commerce

1. ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ
2. จำเป็นต้องมีกฎหมายรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การดำเนินการด้านภาษีต้องชัดเจน
4. ผู้ซื้อและผู้ขายจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

2.1.4 E-Marketing

E-Marketing ย่อมาจากคำว่า Electronic Marketing หรือเรียกว่า “การตลาดอิเล็กทรอนิกส์” หมายถึงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆที่ทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งานเข้ามาเป็นสื่อกลางไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ หรือพีดีเอ ที่ถูกเชื่อมโยงให้เข้ากันด้วยอินเทอร์เน็ต ผสมผสานกับวิธีการทางการตลาด เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเป็น ไปได้อย่างลงตัวกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง

ลักษณะพิเศษของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์

1. ตลาดเฉพาะเจาะจง (Niche Market) : ลูกค้าที่เข้ามาในเว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายที่จะซื้อสินค้าที่อยากได้ เช่น ผู้ที่ต้องการซื้อรองเท้าก็จะเข้ามาดูเว็บที่ขายรองเท้า
2. แบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรม (Behavioral Segmentation): การจัดกลุ่มลูกค้าพิจารณาจากความสนใจในคุณค่าที่ลูกค้าให้ต่อสินค้าหรือบริการใดบริการหนึ่งและวิถีชีวิตของลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของลูกค้า

3.ตลาดแบบตัวต่อตัว (Personalize Marketing / P – Marketing): ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของตนซึ่งอาจจะแตกต่างกับผู้อื่น

4.ลูกค้ากระจายอยู่ทั่วโลก: เพราะระบบอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ทุกพื้นที่ทั่วโลกทำให้ตลาดกว้างใหญ่ไพศาล

5.ทำธุรกิจได้ตลอดเวลา: ผู้ขายสามารถเปิดร้านขายได้ 365 วัน 24 ชม.โดยมาตรฐานคงที่ซึ่งคุณลักษณะข้อนี้ได้เปรียบกับการค้าแบบดั้งเดิมซึ่งบุคลากรต้องการพักผ่อน ถ้าจะขาย 24 ชม. ต้องใช้พนักงานขายถึง 2 -3 คน

6.ข้อมูลของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค: เพราะผู้บริโภคจะรู้จักและเกิดความรู้ในสินค้า (Product Knowledge): จากข้อมูลบนจอคอมพิวเตอร์ จะไม่มีพนักงานขายคอยให้แนะนำ

7.ธุรกิจออนไลน์เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบผสม: บนเว็บไซต์การโฆษณาประชาสัมพันธ์การขาย การชำระเงินและกิจกรรมอื่นๆที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าอยู่ร่วมกันบนเว็บไซต์

8.การสื่อสาร 2 ทาง: ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถโต้ตอบกันได้ทันที

9.เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยต้นทุนต่ำ: เพราะใช้บุคลากรจำนวนน้อย การสื่อสารการตลาดจึงทำได้รวดเร็วและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ซึ่งถ้าเป็นการตลาดแบบดั้งเดิมการจัดทำแค็ตตาล็อกหรือชิ้นงานโฆษณาจะต้องใช้เวลานานและใช้งบประมาณสูง แต่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ผู้ขายสามารถจัดทำได้เร็วและราคาถูก นอกจากนี้ธุรกิจแบบนี้ยังไม่จำเป็นต้องมีทรัพยากรสินค้านั้นที่ราคาสูง เช่น สถานที่ทำงาน อุปกรณ์สำนักงาน เพราะติดต่อกับลูกค้าบนจอคอมพิวเตอร์เท่านั้น

10.สินค้าบางประเภทจะถูกจัดส่งให้ลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว: เช่น การดาวน์โหลดเพลง หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำ E-Marketing

1.การจำแนกแยกแยะ (Identifying): ประโยชน์ที่ได้จากการจำแนกแยกแยะทำให้เรารู้ว่า ลูกค้าเป็นใคร ต้องการอะไร อยู่ที่ไหน มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าอย่างไร โดยที่เราใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย

2.การทำนายความคาดหวังของลูกค้า (Anticipating): เนื่องจากความสามารถของอินเทอร์เน็ตที่ช่วยเพิ่มโอกาสและช่องทางการเข้าถึงข้อมูลสินค้าของลูกค้าและซื้อสินค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น เพราะฉะนั้นการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญในการทำ E-Marketing ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำ EasyJet (www.easyjet.com) ซึ่งได้ประโยชน์จากการจองตั๋วเครื่องบินของห้องพัก การเช่ารถ และการจองที่จอดรถในสนามบิน ผ่านการออนไลน์

3.การตอบสนองความพอใจของลูกค้า (Satisfying): ถือเป็นความสำเร็จในการสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์และการเพิ่มขึ้นของลูกค้าก็นั้นอาจจะมาจากการใช้งานง่ายและการสนับสนุนในการให้บริการแก่ลูกค้า

4.การขาย (Sell): การทำการตลาดออนไลน์ช่วยให้ยอดขาย เพิ่มขึ้นซึ่งจะเป็นเครื่องมือให้ลูกค้ารู้จักและเกิดความทรงจำในสินค้าของ เรานำไปสู่การขายที่เพิ่มมากขึ้น

5.การบริการ (Serve): การสร้างประโยชน์ให้ลูกค้าจากการใช้บริการออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นการให้สิทธิพิเศษต่างๆ

6.การพูดคุย (Speak): สามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ระหว่างกัน ลูกค้าสามารถเข้ามาสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือทางเราอาจสำรวจความสนใจพิเศษของลูกค้าเพื่อประโยชน์ในการบริการ

7.ประหยัด (Save): ประหยัดงบประมาณการส่งจดหมายแบบเดิม โดยสามารถใช้วิธีส่งจดหมายข่าว E-Newsletter

8.การประกาศ (Sizzle): การประกาศตราสัญลักษณ์หรือตราสินค้าผ่านทางออนไลน์ช่วยเสริมสร้างสินค้าของเราให้เป็นที่รู้จักและมีความคุ้นเคยมากยิ่งขึ้น

2.1.5 Social Network

โซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค หรือ Social Network คือเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือการที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตคนหนึ่ง เชื่อมโยงกับเพื่อนอีกนับสิบ รวมไปถึงเพื่อนของเพื่อนอีกนับร้อย ผ่านผู้ให้บริการด้านโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค (Social Network) บนอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Blogger, Hi5, Twitter หรือ Tagged เป็นต้น (บางเว็บไซต์ที่กล่าวถึงในตัวอย่าง ปัจจุบันนี้ได้เสื่อมความนิยมแล้ว) การเชื่อมโยงดังกล่าว ทำให้เกิดเครือข่ายขึ้น เช่น สามารถรู้จักเพื่อนของเพื่อนได้ ต่อไปเรื่อยๆ ทำให้เกิดสังคมเสมือนจริงขึ้นมา สามารถสร้างคอนเน็คชันใหม่ๆ ได้ง่าย และเมื่อแชร์ (Share) ข้อความหรืออะไรก็ตามลงไปเครือข่าย ทุกคนในเครือข่ายก็สามารถรับรู้ได้พร้อมกัน และสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่แชร์ได้ เช่น แสดงความคิดเห็น (Comment) กดไลค์ (Like) ซึ่งอาจจะแตกต่างกันออกไปตามแต่ละผู้ให้บริการ ความโดดเด่นในเรื่องความง่ายของโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ทำให้ธุรกิจ และนักการตลาดสนใจที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการ

1.ประเภทของ Social Network

การจัดประเภทของโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค (Social Network) นั้นสามารถแยกได้ 2 แบบ คือ ตามรูปแบบ และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน

2.ตามรูปแบบ แบ่งได้เป็น

1. Blog หรือ บล็อก คือเว็บไซต์รูปแบบหนึ่ง มาจากคำว่า Weblog (Website + Log) ซึ่งคำว่า Log ในที่นี้หมายถึง “ปูม” ดังนั้น Blog จึงมีลักษณะเป็นเว็บไซต์ที่จัดเก็บข้อมูลด้วยวิธีเดียวกับปูม มีการเรียงลำดับตามวันที่บันทึก ข้อมูลใหม่ที่ Post จะอยู่บนสุด ส่วนข้อมูลเก่าจะอยู่ล่างสุด โดยบล็อกสมัยนี้ไม่ได้อยู่ลำพังเดี่ยวๆ แต่มีลักษณะเป็น Community ที่รวบรวม Blog หลากๆ Blog เข้าไว้ด้วยกัน สามารถเชื่อมโยงผู้เขียน (Blogger) ได้เป็นสังคมขนาดใหญ่ ในขณะเดียวกันก็เชื่อมโยงผู้อ่านไว้กับผู้เขียนได้ โดยสามารถคอมเมนต์บทความ ติดตาม หรือกดโหวตได้ เช่น Blogger เป็นต้น

2. ไมโครบล็อก (Microblog) เป็นเว็บไซต์ขนาดเล็ก ใช้สำหรับส่งข้อความสั้นๆ ไม่กี่ประโยค เพื่อบอกถึงสถานการณ์ และความเป็นไป ไมโครบล็อกที่มีผู้นิยมใช้บริการ เช่น Twitter

3. โซเชียลเน็ตเวิร์คเว็บไซต์ (Social Network Website) คือเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ เช่น Facebook, Linkedin, Myspace, Hi5 เป็นต้น เว็บไซต์นี้มีจุดเด่นที่การแชร์คอนเทนต์ ทั้งข้อความ รูปภาพ และวิดีโอ บางเว็บรวมไปถึงบทความ เพลง และลิ้งค์ นอกจากนั้นยังมีฟังก์ชันในการแสดงความรู้สึก หรือมีส่วนร่วม เช่น การกดไลค์ (Like) การโหวต การอภิปราย (Discuss) และการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

4. เว็บโซเชียลบุ๊กมาร์ค (Bookmark Social Site) เป็นเว็บที่ให้เราก็กเก็บหน้าเว็บ หรือเว็บไซต์ที่เราชื่นชอบ เพื่อเอาไว้เข้าชมทีหลัง แต่พอมาเป็นโซเชียลไซต์ เราจะสามารถแชร์ URL ของหน้าเว็บเหล่านั้น รวมถึงดูว่าคนอื่นเก็บหน้าเว็บอะไรไว้บ้าง เข้าชม และแสดงความคิดเห็นต่อหน้าเว็บต่างๆ ได้

3.วัตถุประสงค์ในการใช้งาน แบ่งได้เป็น

1. เผยแพร่ตัวตน (Identity Network) เป็นเว็บไซต์โซเชียลที่มุ่งเน้นการนำเสนอตัวตนของผู้ใช้งาน เรื่องราวของตัวเอง ภาพถ่ายของตัวเอง สิ่งที่คุณชอบ หรือว่าสนใจ ความคิดเห็น ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ เว็บที่มีลักษณะดังกล่าว ได้แก่ Facebook, Myspace เป็นต้น

2. เผยแพร่ผลงาน (Creative Network) เป็นเว็บไซต์ที่เน้นไปที่ผลงานของเจ้าของเว็บมากกว่าตัวตนของเจ้าของผลงานส่วนมากเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์คประเภทนี้มักกรรมผู้ที่ทำงานประเภทเดียวกันไว้ด้วยกัน เช่น เว็บรวมนักเขียนนิยาย เว็บรวมคนรักการถ่ายภาพ เว็บรวมนักออกแบบกราฟิก ฯลฯ ซึ่งการสร้างเครือข่ายลักษณะนี้มักใช้ในการหาลูกค้าหรือเพื่อนร่วมอาชีพเป็นสำคัญ เช่น Coroflot, flickr, Multiply, DevianART เป็นต้น

3. ความสนใจตรงกัน (Interested Network) เว็บไซต์ประเภทนี้คล้ายๆ กับเว็บเผยแพร่ผลงาน คือรวบรวมผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกันมาไว้ด้วยกัน แต่ต่างกับที่ Interested Network เจ้าของเว็บไม่ต้องเป็นเจ้าของผลงาน แค่แชร์ลิ้งค์ หรือเว็บที่คุณเองสนใจ เช่น Pinterest, del.icio.us, Digg, Zickr เป็นต้น

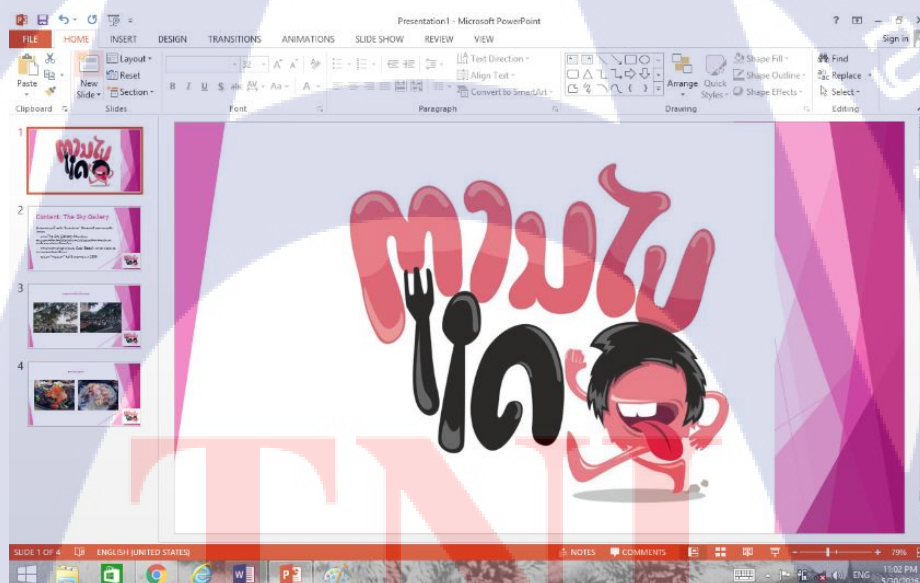
4. โลกเสมือน (Virtual life / Game online) เป็นลักษณะการจำลองตัวของผู้ใช้งานเป็นตัวละครตัวหนึ่งในเกม หรือสถานการณ์สมมุติ โดยมีเรื่องราว หรือภารกิจให้ปฏิบัติ โดยอาจจะปฏิบัติโดยลำพังแข่งกับผู้เล่นคนอื่น หรือร่วมกันเป็นทีมก็ได้ โดยในระหว่างเล่นสามารถพูดคุย หรือสื่อสารกับผู้เล่นอื่นๆ ได้ ทำให้มีลักษณะเป็น Social Network แบบหนึ่ง เช่น Second Life, The SIM เป็นต้น

2.2 ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.2.1 โปรแกรม Microsoft PowerPoint

เป็นโปรแกรมที่ช่วยในการจัดทำสไลด์เพื่อนำไปเสนอหรือฉายให้บุคคลทั่วไปได้ดู ในปัจจุบันโปรแกรมนำเสนองาน (PowerPoint:PP) ได้เข้ามามีบทบาทกับการนำเสนอเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นใช้นำเสนองาน การประชุม สัมมนา ตลอดจนถึงแวดวงการศึกษาก็นำมาใช้อย่างแพร่หลาย เช่น อาจารย์ใช้เป็นสื่อช่วยสอน นักศึกษาใช้สำหรับนำเสนอเกี่ยวกับอาจารย์ เป็นต้น

จุดเด่นของโปรแกรม PowerPoint ก็คือสามารถสร้างงานที่จะนำเสนอได้อย่างง่ายดาย สามารถใส่ภาพ เสียง ตลอดจนภาพเคลื่อนไหวในลักษณะวิดีโอลงในสไลด์ จึงเป็นสื่อที่นำเสนอข้อมูลได้แบบมัลติมีเดีย ทำให้งานนำเสนอด้วย โปรแกรม Microsoft PowerPoint น่าชม น่าฟัง และมีความน่าสนใจมากขึ้น



ภาพที่ 2.1 การฟรีเซ้งานผ่าน โปรแกรม Microsoft PowerPoint

2.2.2 Adobe Photoshop CS

Adobe Photoshop CS คือ โปรแกรมโฟโต้ช้อป (Photoshop: PS) เป็นโปรแกรมสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพโดยเฉพาะนักออกแบบในทุกวงการยอมรับว่าโปรแกรมตัวนี้เป็นอย่างดี โปรแกรม PS เป็นโปรแกรมที่มีเครื่องมือมากมายเพื่อสนับสนุนการสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ในชุดโปรแกรม Adobe Photoshop จะประกอบด้วยโปรแกรมสองตัวได้แก่ PS และความพร้อมของภาพ (ImageReady)



ภาพที่ 2.2 ตกแต่งรูปผ่านโปรแกรม Adobe Photoshop CS

2.3 Social Network ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.3.1 Facebook

Facebook คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก แชทคุยกันแบบเรียลไทม์ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม (เป็นที่นิยมกันอย่างมาก) และยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อยๆ และใช้สำหรับการโปรโมทสินค้าหรือให้ลูกค้าสามารถทักมาสอบถามข้อมูลสินค้าต่างๆ



ภาพที่ 2.3 Page Facebook “ตามไปแดก”



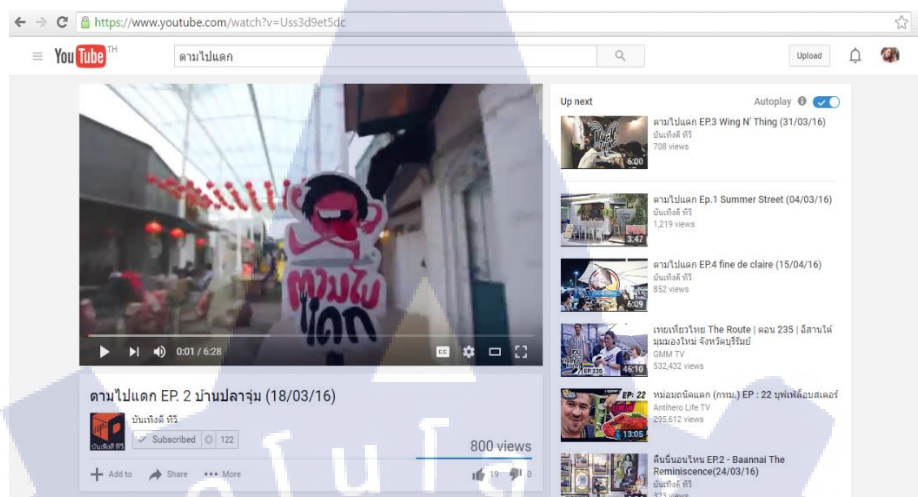
ภาพที่ 2.4 Page Facebook “กินนั้นนอนไหน”

ประโยชน์ของ Fanpage Facebook

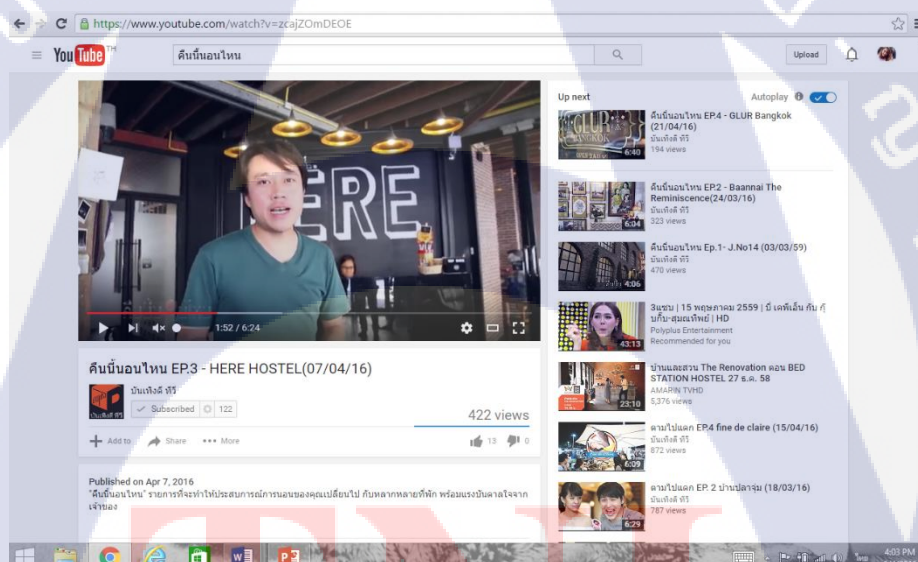
1. เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย
2. สามารถแจ้งข่าวหรืออัปเดตข้อมูลต่างๆที่มีอยู่ในเว็บให้แก่ผู้ใช้งาน Facebook เพราะหลายครั้ง คนใช้งาน Facebook มากกว่าจะเข้าเว็บใดเว็บหนึ่งเป็นประจำ หากทางเว็บทำการอัปเดตตลอดเวลา ผู้ใช้งาน Facebook นั้นก็จะได้มีโอกาสเห็นและกลับเข้ามาดูเว็บไซต์ในเรื่องที่ตนเองสนใจ
3. สร้างโอกาสในการมีกลุ่มผู้ใช้งานหน้าใหม่เข้ามาจากการแชร์หรือแบ่งปันหน้านี้ของผู้ใช้งานเดิมมีมากขึ้น เช่นนาย A เป็นผู้ติดตามแฟน Page มานาคอม (ด้วยการกด “ถูกใจ”) เมื่อนาย A ถูกใจแฟน Page นาย B นาย C นาย D นาย E นาย F ซึ่งเป็นเพื่อนๆ ของนาย A ก็จะได้เห็นสถานะนั้น และมีโอกาสเข้ามาดูและถูกใจแฟน Page ด้วย

2.3.2 YouTube

YouTube (ยูทูป) เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนภาพวิดีโอที่มีชื่อเสียง(www.youtube.com) โดยในเว็บไซต์นี้ ผู้ใช้สามารถอัปโหลดภาพวิดีโอเข้าไป เปิดดูภาพวิดีโอที่มีอยู่ และแบ่งภาพวิดีโอ เหล่านี้ให้คนอื่นดูได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ใน YouTube จะมีข้อมูลเนื้อหา รวมถึงคลิปภาพยนตร์สั้นๆ และคลิปที่มาจากรายการโทรทัศน์ มิวสิกวิดีโอ และวิดีโอบล็อกกิ้ง (ซึ่งเป็นการสร้างบล็อกโดยมีส่วนของข้อมูลที่เป็นภาพ วิดีโอเป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะเป็นภาพวิดีโอที่เกิดจากมือสมัครเล่นถ่ายกันเอง) คลิปวิดีโอที่เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ YouTube ส่วนมากเป็นไฟล์คลิปสั้นๆ ประมาณ 1 - 10 นาที ถ่ายทำโดยประชาชนทั่วไป แล้วอัปโหลดขึ้นสู่เว็บไซต์ของ YouTube โดยมีการแบ่งประเภทและจัดอันดับคลิปเอาไว้ด้วย เช่น ไฟล์ล่าสุด, ไฟล์ที่มีผู้ชมมากที่สุด, ไฟล์ที่ได้รับการโหวตมากที่สุด ฯลฯ



ภาพที่ 2.5 ถ่ายทอดรายการผ่าน โปรแกรม You tube “ตามไปแค”



ภาพที่ 2.6 ถ่ายทอดรายการผ่าน โปรแกรม You tube “คืนนี้นอนไหน”

บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการฝึกงาน

ระยะเวลาการฝึกงานตั้งแต่วันที่ 21 มีนาคม 2559 ถึงวันที่ 27 พฤษภาคม 2559 เวลา 08.30น.-17.30น.เป็นระยะเวลา 2 เดือน ซึ่งมีแผนงานการฝึกงานดังต่อไปนี้

หัวข้องาน	สัปดาห์ 1	สัปดาห์ 2	สัปดาห์ 3	สัปดาห์ 4	สัปดาห์ 5	สัปดาห์ 6	สัปดาห์ 7	สัปดาห์ 8
เรียนรู้องค์กร โครงสร้างและ ส่วนงานรับผิดชอบ								
เรียนรู้งานที่ได้รับมอบหมาย								
ค้นหาข้อมูล คิด content								
นำเสนองาน								
ทำ photography								
ส่งตรวจและนำโพสลงบน page facebook								
เช็คผลการตอบรับบน page								
ตรวจสอบการดำเนินงาน								
สรุปผลการปฏิบัติงาน								

ตารางที่ 3.1 ภาพตารางการปฏิบัติงาน

3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน

งานที่ได้รับมอบหมายคือการทำเนื้อหาเพื่อสื่อออนไลน์ คิดแคมเปญ กระบะบหลัง บ้านของ Facebook และช่วยทำให้มีช่องทางในการถ่ายทอดมากขึ้นจากงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำในแต่ละวันทำให้ได้ทราบถึงมุมมองของผู้บริโภค ได้อย่างชัดเจนและทราบถึงการตลาดออนไลน์ในยุคปัจจุบันที่มีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ รวมไปถึงโซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

3.2.1 รายละเอียดรายการที่ได้รับมอบหมาย มีรายการ “กินนี่นอนไหน” และ “ตามไปแดก”

1. รายการ “กินนี่นอนไหน”

เป็นรายการที่รีวิวเรื่องราวที่พักหลากหลาหลายมากมาย เน้นความแปลกใหม่ และยังแนะนำสาระความรู้มากมาย มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับแฟน Page



ภาพที่ 3.1 Page Facebook รายการ “กินนี่นอนไหน”

2. รายการ “ตามไปแดก”

เป็นรายการที่รีวิวร้านอาหารอร่อย มีความแปลกใหม่ แนวรายการ “ตามไปแดก” จะเน้นไปทางบันเทิงการใช้ภาษาที่ไม่จำกัด ทำให้ผู้ชมมีความสนุกสนานในการรับชม มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับแฟน Page



ภาพที่ 3.2 Page Facebook รายการ “ตามไปแดก”

3.2.2 การทำเนื้อหาเพื่อลงเพจ

การหาเนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดคนในมาติดตามเพจและสร้างความเคลื่อนไหวให้กลับเพจก่อให้เกิดการแชร์ (share) การไลค์ (like) และมีคนมาสนใจในสินค้าของเพจที่ทำการทำโฆษณา เมื่อคนเห็นมาก ก็จะมีการแชร์เกิดขึ้น ทำให้เพจมียอดไลค์ในเพจนั้นเพิ่มขึ้น

3.2.3 การทำรายงานของเพจ

การเข้าไปดูข้อมูลเชิงลึกของเพจเพื่อดูผลสรุปรวมของเพจ ทั้งยอดกดไลค์ กดแชร์ และคนที่เข้าถึงแล้วมาคำนวณเพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงเพจให้มากขึ้นจากข้อมูล เพื่อจะได้ทราบว่า เพจควรเพิ่มเติม หรือจัดการข้อมูลในเพจยังง ใดให้เพจของเรามีความต้องการให้ถูกกลุ่ม เพื่อไม่ให้สิ้นเปลืองรายจ่าย

3.2.4 แผนการปฏิบัติงาน

หัวข้องาน	รายละเอียดงานปฏิบัติ
เรียนรู้องค์กร โครงสร้างและส่วนงานรับผิดชอบ	ทำความเข้าใจความเป็นมาของบริษัทและรับแจก เจ้าหน้าที่ความรับผิดชอบ
เรียนรู้งานที่ได้รับมอบหมาย	ทำความเข้าใจเกี่ยวกับเพจ “กินนีนอนไหน” และ “ตามไปแตก”
ค้นหาข้อมูล คิด content	ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเพจ เพื่อโพสลงเพจ
นำเสนองาน	จัดทำลง PowerPoint เพื่อนำเสนอ
ทำ photography	นำรูปปริ๊นมาแต่งให้สวยงามและใส่โลโก้
ส่งตรวจและนำโพสลงบน page facebook	ส่งตรวจอีกครั้งและนำโพสลงบนเพจ
เช็คผลการตอบรับบน page	เช็คความเคลื่อนไหวจากแฟนเพจ
สรุปผลการปฏิบัติงาน	สรุปยอดไลค์และความเคลื่อนไหวจากเพจ ทั้งหมด

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงรายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.2.5 แผนการจัดทำโครงการ

หัวข้องาน	เดือนมีนาคม				เดือนเมษายน				เดือนพฤษภาคม			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PLAN - ประชุมกำหนดแนวทางการดำเนินการ - เรียนรู้หน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย - กำหนดหัวข้อรายงาน - วางแผนการดำเนินงาน	↔											
DO - ดำเนินการจัดทำตามแผน		↔										
Check - ที่ปรึกษานักศึกษา ตรวจสอบงาน - อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบรูปเล่มรายงาน			↔									
Action - แก้ไขโครงการตามคำแนะนำ - จัดทำรูปเล่มรายงาน			↔									
- สรุปผลข้อมูล							↔					
- สรุปและประเมินผลการดำเนินงาน							↔					
- จัดทำ Power point เพื่อนำเสนออาจารย์										↔		
- นำเสนอและส่งรายงานฉบับสมบูรณ์											↔	

ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงแผนการจัดทำรายงานให้ใช้หลัก PDCA

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงการ

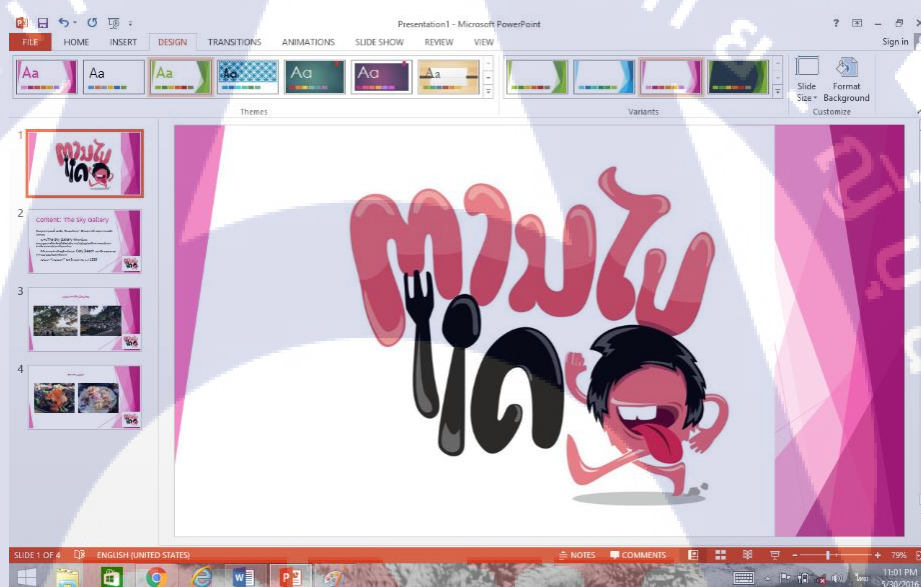
3.3.1 การหาเนื้อหา มีขั้นตอนดังนี้

3.3.1.1. ค้นหาจากอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับร้านอาหาร ที่พัก หรือสาระความรู้ อาจจะเป็นทั้งด้านข้อมูลหรือภาพ

3.3.1.2. ทำโปรแกรมนำเสนองาน นำเนื้อหาที่น่าสนใจมาลงใน PowerPoint เพื่อนำเสนองาน

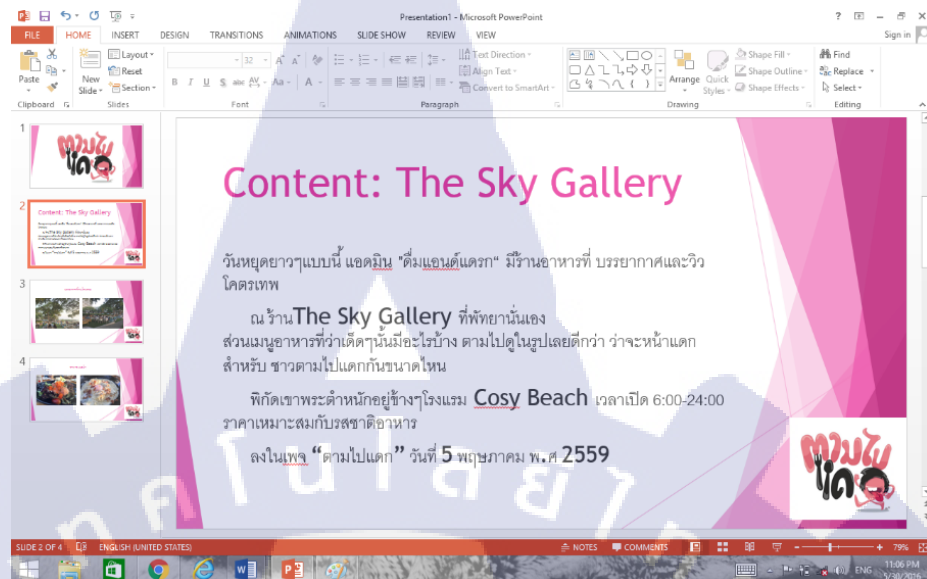
3.3.1.3. ลงเนื้อหาที่หาได้ในโปรแกรมการนำเสนอ

1) เลือกธีมที่จะนำเสนอ



ภาพที่ 3.3 ภาพธีมการนำเสนอ

2) ลงเนื้อหา และคิดคำนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้คนสนใจเนื้อหา



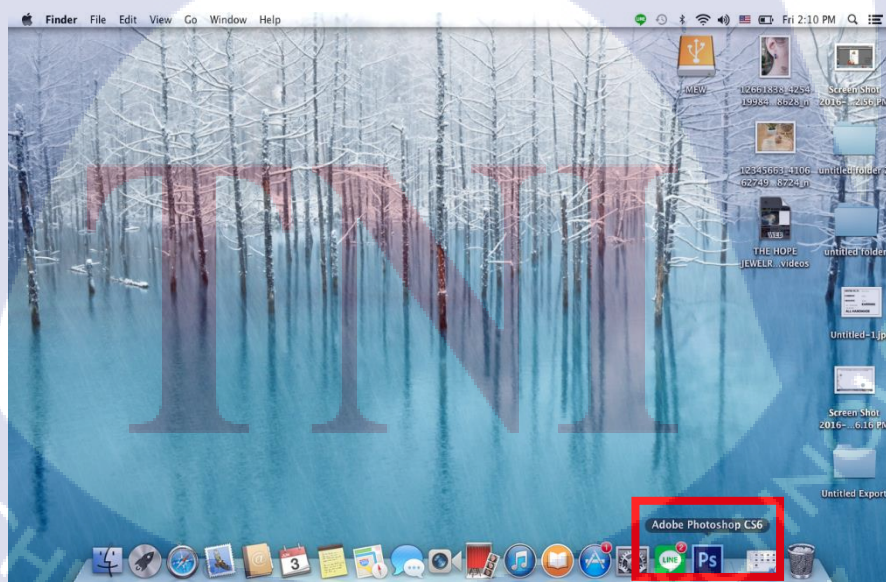
ภาพที่ 3.4 ภาพนำเสนองานในเดือนเมษายน

3.3.1.4. ส่งมอบงาน

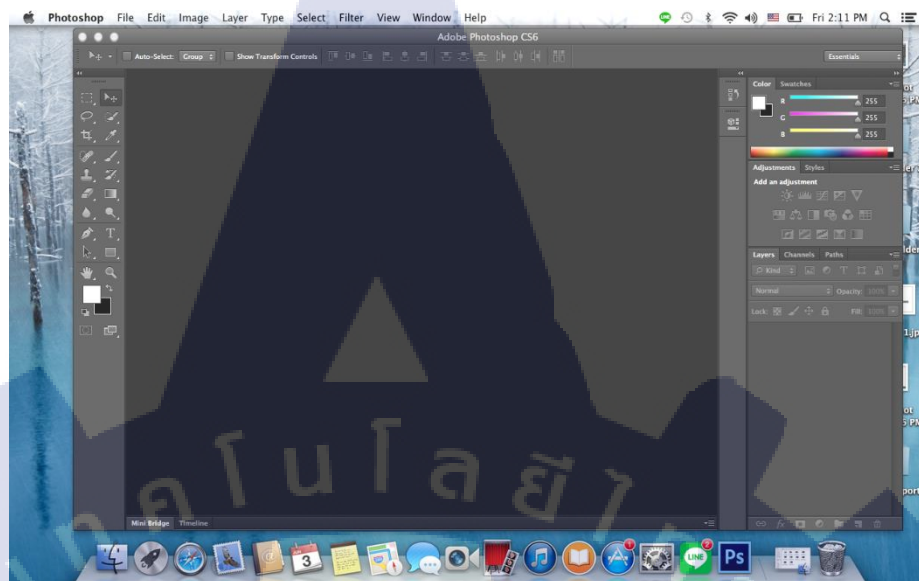
3.3.1.5. นำภาพรีวิวกจากทางร้านนั้นๆมาตกแต่งให้สวยงามและใส่โลโก้ ตามไปแตก โดยใช้โปรแกรม

Adobe Photoshop CS

1.เปิดโปรแกรม Adobe Photoshop CS

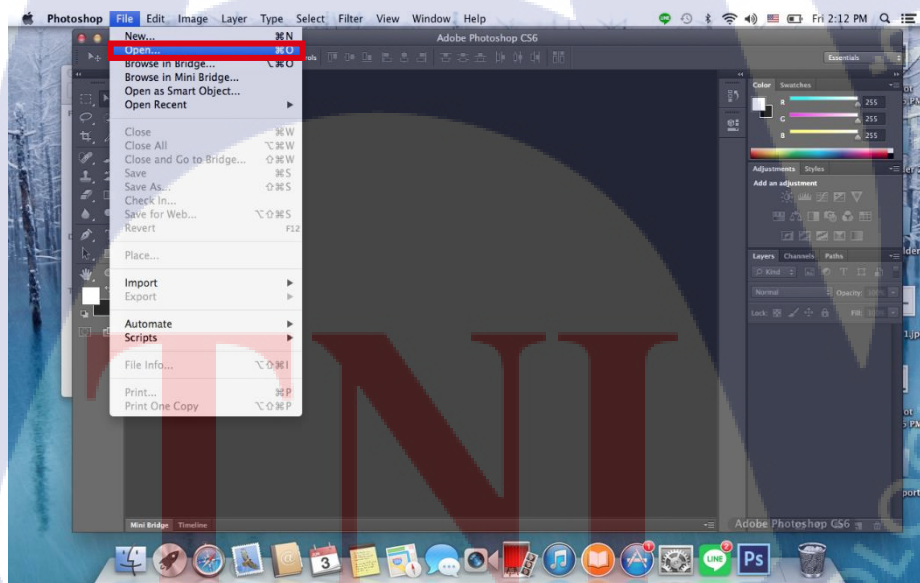


ภาพที่ 3.5 เปิด Adobe Photoshop



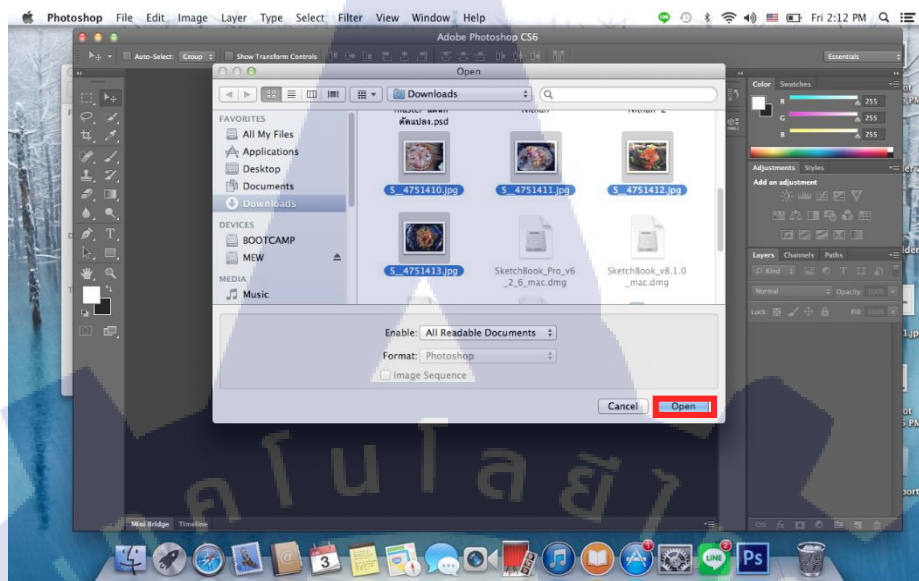
ภาพที่ 3.6 ภาพหน้าโปรแกรม Adobe Photoshop

2.เปิดไฟล์รูปภาพที่ต้องการใส่โลโก้ โดยไปที่ file+open

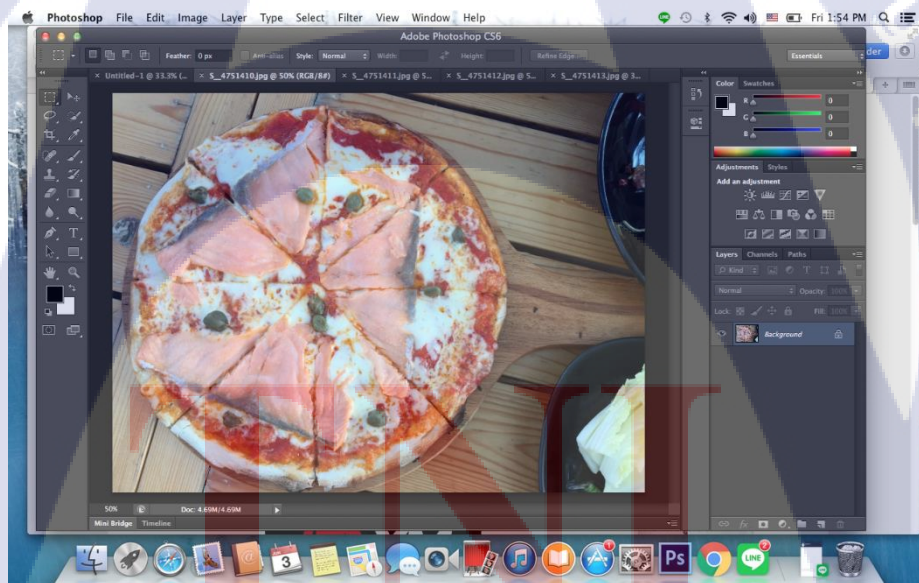


ภาพที่ 3.7 ภาพการเปิดไฟล์

3.เลือกไฟล์รูปที่ต้องแล้วกด open



ภาพที่ 3.8 ภาพการเปิดไฟล์



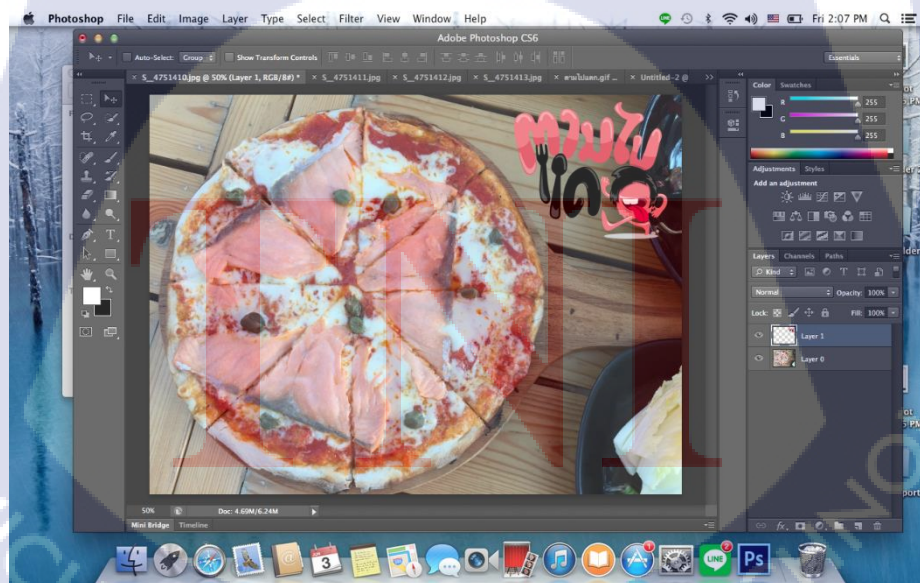
ภาพที่ 3.9 ภาพไฟล์รูปภาพเปิดเรียบร้อยแล้ว

4.เปิดไฟล์โลโก้ “ตามไปแดง”



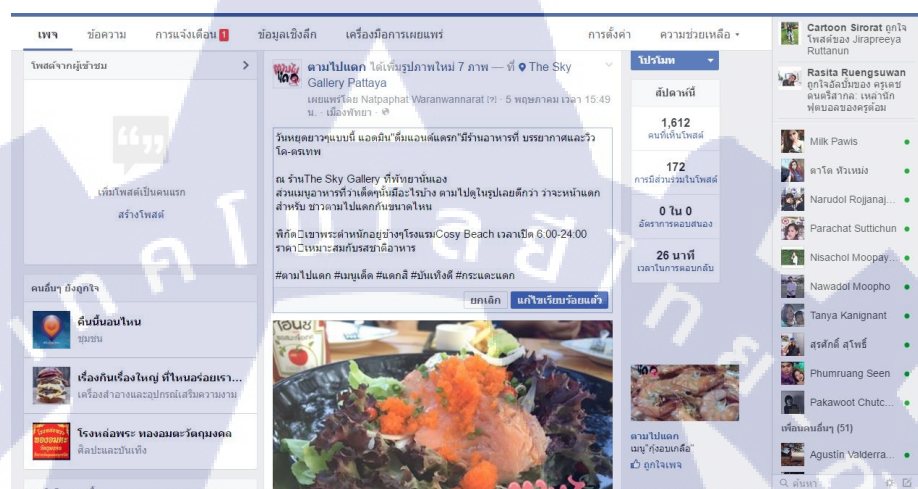
ภาพที่ 3.10 ภาพเปิดไฟล์โลโก้ “ตามไปแดก”

5.นำโลโก้มาวางในจุดที่เด่นและดูสวยงาม



ภาพที่ 3.11 ภาพวางโลโก้ “ตามไปแดก” ลงภาพ

3.3.1.6. นำข้อมูลและรูปภาพ โพสต์บน Page Facebook



ภาพที่ 3.12 ภาพนำข้อมูลลงเพจ “ตามไปแฉ”

3.3.1.7. ศึกษาช่วงเวลา Prime Time ใน Facebook

Prime Time เป็นช่วงเวลาที่มียูสเซอร์มากที่สุดของวัน จะใช้กับสื่อโทรทัศน์และวิทยุซึ่งเป็นสื่อที่มีการออกอากาศเป็นช่วงเวลา สำหรับสื่อโทรทัศน์จะอยู่ระหว่างเวลา 18.00 – 22.30 น. ส่วนสื่อวิทยุจะอยู่ระหว่างเวลา 6.00 - 10.00 และ 16.00 - 19.00 น. บนโลกออนไลน์ก็เช่นกัน ซึ่งผู้ค้าควรทราบว่าช่วงไหนคือช่วงเวลา Prime Time เพราะเป็นช่วงเวลาที่สำคัญที่สุดสำหรับการโปรโมทสินค้า

1.วิธีการเช็คช่วงเวลา Prime Time อันดับแรก เข้าหน้าเพจหลังจากนั้นกดเข้าไปที่ “ข้อมูลเชิงลึก” Tab ด้านบนเพจ



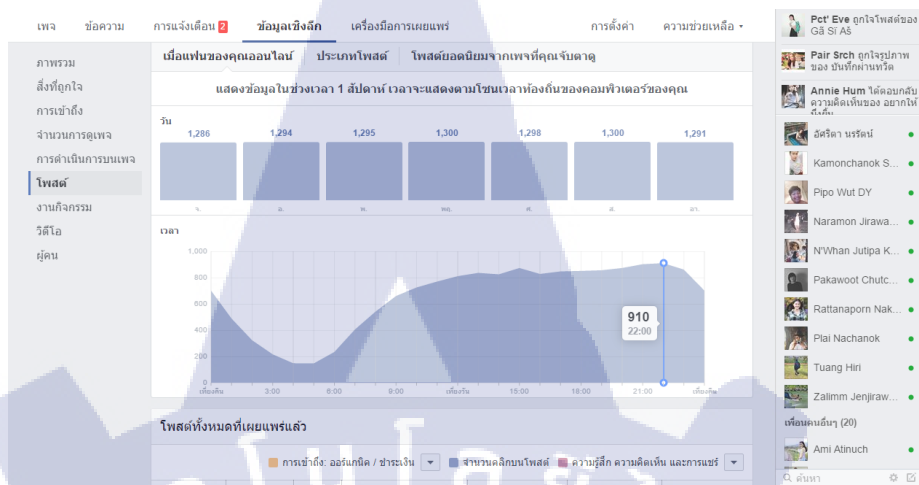
ภาพที่ 3.13 ภาพหน้าเพจ “ตามไปแดก”

2.หลังจากนั้นไปที่ โพสต์ล่าสุด และกดที่ ดูโพสต์ทั้งหมด



ภาพที่ 3.14 ภาพโพสต์ที่ลงในเพจ “ตามไปแดก” ทั้งหมด

3.สามารถเช็คได้ ในช่วงเวลาที่ผู้ชมมากที่สุด จะอยู่ในช่วง 19:00-23:00 น.



ภาพที่ 3.15 ภาพตัวชี้วัดช่วงเวลากำหนด Facebook ของแฟนเพจ

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ผลการดำเนินงาน

ในช่วงแรกของการฝึกงานได้มีโอกาสเรียนรู้งานใหม่ในส่วนต่างๆของบริษัท บันเทิงดี จำกัด ตั้งแต่องานเบื้องหลังจนถึงงานเบื้องหน้า ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้ชมรายการและวิธีที่จะเพิ่มผู้ชมโดยกลวิธีต่างๆ โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นตัวช่วยในการโปรโมทรายการ ทำให้มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องของผู้บริโภคที่ใช้สื่อออนไลน์และตลาดออนไลน์ในยุคปัจจุบัน จึงเป็นที่มาของหัวข้อที่ข้าพเจ้าเลือกทำคือ การทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ทางFacebook เพื่อให้ทราบถึงกลุ่มความต้องการของผู้ชม การเข้าถึงผู้ชมในช่องทางต่างๆ ที่สะดวกและทันสมัยมากขึ้นรวมถึงความก้าวหน้าของตลาดออนไลน์ในไทยที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยทำการค้นคว้าหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและสังเกตจากงานที่ทำประจำวัน คือคอยสังเกตจำนวนที่เพิ่มขึ้นของผู้ติดตามที่มีจากสื่อต่างๆ เช่น Facebook ของ รายการ “คืนนี้นอนไหน” และ “ตามไปแดก” Facebook ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้มีความเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เพื่อนำเอาผลที่ได้มาเป็นข้อปรับปรุงและพัฒนาต่อเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

จากการศึกษาในรูปแบบเดิมและขอคำแนะนำจากพนักงานที่ปรึกษา รวมถึงหาข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ เพิ่มเติมผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ได้ความรู้และเทคนิคต่างๆ มาใช้ในการสร้างแคมเปญ มากมาย สามารถนำมาประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้ดี แต่ต้องมีการฝึกฝน พัฒนาความสามารถอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานในอนาคต โดยเริ่มจากการลองฝึกลองถูกและอย่ามองข้ามข้อผิดพลาดแม้จะเป็นแค่จุดเล็กๆ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
ศึกษางานที่ทางบริษัทเคยทำและเรียนรู้งานใหม่ รวมถึงคำศัพท์เฉพาะทางของด้านMarketing	พบจุดบกพร่องวางแผนว่าควรเริ่มงานจากจุดไหนก่อนและแก้ไขส่วนไหนบ้าง
ศึกษาการทำงานในระดับเบื้องต้นและพัฒนาการ ความสามารถด้านโปรแกรม Adobe Photoshop	ทราบคอนเซ็ปและรูปแบบที่ทางบริษัท ต้องการและมีความพร้อมที่จะเริ่มดำเนิน โครงการของตัวเอง
ทำโครงการโดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ควบคู่กับโปรแกรมอื่น	สามารถทำโครงการออกมาได้ดี ตอบโจทย์ที่ ทางบริษัทกำหนดมา

ตารางที่ 4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 ลักษณะงานแบบเก่าที่ต้องการพัฒนา

รูปแบบเดิมในส่วนของเพจ “กินนีนอนไหน” มีข้อด้อยที่ค่อนข้างต่ำ จึงต้องศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าสนใจ ส่วน เพจ “ตามไปแดก” เป็นเพจที่เน้นไปทางความบันเทิง แอดมิน คำพูดที่ดึงดูดให้แฟนเพจสนใจมากขึ้น

4.2.2 ลักษณะงานแบบใหม่

จากการเปลี่ยนแปลงได้ค้นหาข้อมูลดีๆและน่าสนใจมาลงเพจ “กินนีนอนไหน” มีข้อด้อยมากขึ้น เพจ “ตามไปแดก” ก็มีข้อด้อยมากขึ้นเช่นกันโดยการที่แอดมิน จะเป็นกันเองใช้ภาษาพูดสักส่วนใหญ่ ทำให้แฟนเพจชื่นชอบ รู้สึกสนุกที่ได้มาพูดคุยกันผ่านเพจ

4.3 วิจัยข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ

สิ่งที่ได้รับจากการฝึกงานเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์แล้วผลที่ได้รับนั้นตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้เพิ่มทักษะในการทำงาน ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์และนำผลที่ได้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นการได้เรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อออนไลน์และเพิ่มประสบการณ์ ทำให้มีความรู้ความสามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้ทำธุรกิจเป็นของตนเองได้

TNI

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากที่ข้าพเจ้าได้เข้าไปศึกษางานที่ บริษัท บันเทิงดี จำกัดในแผนก ประสานงานทั่วไป ทำให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้งานเกี่ยวกับด้านการงานออนไลน์ต่างๆที่สามารถทำได้ทางFacebook เพื่อให้เข้าถึงผู้คนที่เป็กลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้นทำให้มีการเคลื่อนไหวเกิดขึ้นในการทำงานผ่าน Facebook ไม่ว่าจะเป็นการกดถูกใจการกดแชร์และคอมเม้นได้ภาพต่างที่เป็นส่วนที่ผู้คนที่เป็เป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วมของ Page Facebook ซึ่งจะทำให้เป็นผลดีและทำให้ Page Facebook น่าสนใจและได้รับความน่าเชื่อถือขึ้นเมื่อมีคนติดตามเยอะจากจำนวนผู้ติดตามก็จะช่วยเพิ่มยอดคนที่เข้ามามีส่วนร่วมและกิจกรรมต่างๆเพิ่มขึ้นเนื้อหาที่หามาเพื่อกลุ่มเป้าหมายก็จะมีหลากหลายมากขึ้นตามกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน

นอกเหนือจากการได้รับความรู้จากการปฏิบัติงานแล้วยังได้รับประสบการณ์การทำงานจริงๆ ได้ลงมือคิดหาส่วนของเนื้อหาเองและสั่งให้พี่เลี้ยงตรวจสอบพร้อมทั้งประสานงานกับทีมงานกราฟิกเพื่อทำภาพเอง ได้รับความอบอุ่นและดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากพี่ในแผนกตลอดระยะเวลาสองเดือนที่ๆให้ความสนใจและคำปรึกษาเป็นอย่างดีเพื่อที่น้องจะสามารถทำงานได้จริงและมีความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นกลับไปจากการฝึกงานครั้งนี้สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ร่วมกับชีวิตประจำวันได้อีกด้วย

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญห

ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหของรายงานการฝึกงาน มีดังนี้

5.2.1 ปัญหาที่ 1: การคิดหัวข้อในการทารายงานฝึกงาน

สภาพปัญหา: เนื่องจากได้เข้ามาฝึกงานในแผนกที่ไม่ตรงกับแขนงที่ได้เลือกเรียน จึงทาให้การคิดหัวข้อการทารายงานให้สัมพันธ์กับแขนงที่เลือกเรียนเป็นไปได้ยาก

แนวทางแก้ไข:

- ปรึกษาอาจารย์
- ลองปรับเปลี่ยนมุมมองในการเข้ามาฝึกงาน ว่านอกจากงานที่ได้รับมอบหมายแล้ว ยังสามารถเรียนรู้ได้ด้วยการสำรวจ ศึกษาสังเกตและสอบถามด้วยตัวเอง

5.2.2 ปัญหาที่ 2: งานที่ได้รับมอบหมาย

สภาพปัญหา:เนื่องจากที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลเพจ หาข้อมูล คัดcontent ให้เหมาะสมกับเพจและให้มียอดไลค์มากขึ้น

แนวทางแก้ไข:

- ดูความเคลื่อนไหวทุกครั้งทีลงข้อมูลลงในเพจ เพื่อดูว่าแฟนเพจชอบแนวไหน
- ปรับข้อมูลให้หน้าสนใจให้มากขึ้น

5.2.3 ปัญหาที่ 3: การจัดทารูปเล่มรายงานฝึกงาน

สภาพปัญหา:

รายละเอียดของรูปแบบการทารายงานที่ได้แจ้งเอาไว้เข้าใจได้ยาก และไม่สามารถเห็นภาพได้ จึงทาให้เกิดความไม่เข้าใจขึ้น

แนวทางแก้ไข:

- ดูตัวอย่างจากรายงานฝึกงานของรุ่นพี่และตัวอย่างจากที่อาจารย์ได้ ส่งให้
- สหกิจศึกษาควรจะจัดทารูปแบบการทำรายงานที่เข้าใจง่าย และชัดเจนมากกว่านี้

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

1. ควรศึกษาเนื้อหาให้เข้าใจก่อนที่จะนำมาลงเพื่อคุณภาพของเนื้อหา
2. ควรทำงานทั้งหมดให้ทันภายในเวลาที่กำหนด
3. ศึกษาเป้าหมายกลุ่มลูกค้าให้ตรงจุดมากขึ้นมาก เพื่อลดเวลาและค่าใช้จ่าย
4. ศึกษาโปรแกรมที่ใช้ในการโฆษณาให้มากขึ้น
5. ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการดูแล Page Facebook ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. PDCA คืออะไร แหล่งที่มา http://graduate.sct.ac.th/article_detail.php?id=15 (วันที่ 30 เมษายน 2559)
2. Co-Producer คืออะไร แหล่งที่มา <http://ndeenupairoj.blogspot.com/2012/05/blog-post.html> (วันที่ 5 พฤษภาคม 2559)
3. Adobe Photoshop CS วิธีทำ แหล่งที่มา <http://teacherjaray.blogspot.com/2014/05/blog-post.html> (วันที่ 15 พฤษภาคม 2559)
4. e-marketing คืออะไร แหล่งที่มา <http://topicstock.pantip.com/silom/topicstock/B3649373/B3649373.html> (วันที่ 16 พฤษภาคม 2559)

ภาคผนวก ก.

TNI





















ประวัติผู้จัดทำโครงการ



ชื่อ นามสกุล

นางสาว คารณิ มู่ลีเทศ

วัน เดือน ปีเกิด

31 พฤษภาคม 2536

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2548

โรงเรียนเซนต์ปอลคอนแวนต์

ระดับมัธยมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2554

โรงเรียนเซนต์ปอลคอนแวนต์

ระดับอุดมศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ สาขา บริหารธุรกิจญี่ปุ่น

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

- ไม่มี -

ประวัติการฝึกอบรม

1. เข้าร่วมการเรียนซัมเมอร์ ที่ประเทศญี่ปุ่น จังหวัด AOMORI

วันที่ 28 เมษายน – 27 พฤษภาคม 2558

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์

- ไม่มี -

