

# แผนการดำเนินงานสร้างเนื้อหาบนเพจเฟซบุ๊ก

## Operation planning create content on facebook

นายเกียรติชัย ใจพุดซา<sup>1</sup> และ นายปรินทร์ เกิดศักดิ์ ณ แวงน้อย<sup>2</sup>

Mr. Kiattichai Jaipudsa<sup>1</sup> & Mr. Parinthon Kerdsak Na Waengnoi<sup>2</sup>

ผศ.ฉัตรชัย อินทสังข์<sup>1</sup>

Asst Prof. Chatchai Inthasang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>744 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

<sup>1</sup>744 Suranarai Road, Mueang district, Nakhon Ratchasima Province 30000

**บทคัดย่อ:** จากการปฏิบัติแผนการดำเนินงานสร้างคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊ก ของ บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด เพื่อช่วยทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักของผู้คนในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดใกล้เคียงเพิ่มขึ้น ตลอดจนสามารถทำให้เกิดการติดต่องานผ่านเพจเฟซบุ๊กได้จริง ผลของการจัดทำเนื้อหา (Content) บนเพจเฟซบุ๊กสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท 2. ประชุมระหว่างพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อหาหัวข้อที่จะนำมาทำโปรเจกต์ 3. สรุปผลการประชุม 4. ศึกษาข้อมูลและการดำเนินงานเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหา (Content) 5. รวบรวมข้อมูลที่สำคัญ 6. จัดทำเนื้อหา (Content) มีการอัปเดตความเคลื่อนไหวของเพจสม่ำเสมอ โดยโพสต์รูปภาพ วิดีโอ ผลงานของบริษัทสม่ำเสมอ และการสร้างเนื้อหาบนเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งจะเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) เช่น Event Marketing สำคัญอย่างไร , Event Marketing ดียังไง , 6 ขั้นตอนพื้นฐานสำหรับคนที่สนใจในการจัดอีเวนต์ , ใช้บริการออกแอนด์จัด Event ดียังไง เป็นต้น และ 7. ดำเนินงานตามแผนที่ได้เตรียมไว้ โดยสรุปได้ว่าหลังจากที่ได้มีการโพสต์รูปภาพผลงานการจัดกิจกรรม (Event) ของบริษัทและโพสต์เนื้อหา (Content) ซึ่งมีจำนวนผู้ติดตามเพจ และการเข้าถึงโพสต์ของเพจ Mammoth Entertainment ที่เพิ่มขึ้น และยังเป็นแนวทางในการสร้างเนื้อหา (Content) ต่อไปในอนาคตของ บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด จากที่ได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานสร้างคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊ก

**คำสำคัญ :** การสร้างเนื้อหา , เฟซบุ๊ก

**ABSTRACT:** The operation planning create content on the Facebook page of Mammoth Group Company Limited. To help make the company known to people in Nakhon Ratchasima and nearby provinces increased as well as being able to actually make work contacts through the Facebook page. The result of creating content on Facebook page can be divided into 7 steps, 1) study information about the company's products 2) meetings between staff, advisors and advisors to find topics to be used in project 3) summary of meeting results 4) study information and operations regarding content creation (Content) 5) gather important information 6) create content (Content) constantly update the movement of the page by posting pictures, videos, the work of the company regularly and creating content on Facebook pages which will provide knowledge about event marketing such as how important event marketing, how good event marketing, 6 basic steps for people interested in organizing events, how to us organizer service to organize marketing activities ? and 7) proceed as planned. Conclusion, after posting pictures of the company's event and content, which has a number of followers on the page and the increased access to the Mammoth Entertainment page posts and the way to continue creating content in the future of Mammoth Group Company Limited, after establishing content creation plans on Facebook page.

**Keyword :** Create content , Facebook

## บทนำ

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการพัฒนากันอย่างหลากหลายเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการใช้งานครอบคลุมพื้นที่และจำนวนคนใช้งานมากรวมทั้งมีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดคือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่าอินเทอร์เน็ตซึ่งนับเป็นเครื่องมือที่มีคุณสมบัติและลักษณะหลายรูปแบบมารวมกันโดยคุณสมบัติและลักษณะสำคัญของอินเทอร์เน็ตก็คือการให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้รวดเร็วและทันเหตุการณ์และอินเทอร์เน็ตก็ยังมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าหาสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วรวมถึงการให้บริการของอินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่ทำให้ทุกพื้นที่สามารถเชื่อมโยงกันได้โดยผู้ส่งและผู้รับสารสนเทศติดต่อสื่อสารกันผ่านเทคโนโลยีโดยไม่จำกัดเวลาสถานที่ด้วยความสำคัญและประโยชน์อย่างมากมายของอินเทอร์เน็ตจึงทำให้อินเทอร์เน็ตนับวันจะทวีความสำคัญต่อการศึกษาและขยายตัวมากขึ้นทุกทีอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายการทำงานที่ครอบคลุมพื้นที่เครือข่ายการทำงานทั่วโลกมาไว้ด้วยกันและสารสนเทศทั้งหลายที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ตก็มีให้เลือกมากมายหลายลักษณะหลายแง่มุมเพื่อตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มทุกเพศทุกวัยในทุกสาขาอาชีพ

ความเป็นมาแผนการดำเนินการสร้างคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊ก ( Operation plan create content on Facebook ) เล็งเห็นว่า บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด นั้นช่วงหลังจะไม่ลงโฆษณา หรือ ผลงานต่าง ๆ ลงเพจ Facebook มากนักจึงอยากให้บริษัท มีการเพิ่มโฆษณา อัปเดตข้อมูลบริษัท รวมถึงผลงานต่าง ๆ ที่ได้จัดมาเพื่อให้ลูกค้าเห็นภาพ ผ่านทางเพจ Facebook ให้มากขึ้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้น ลูกค้าส่วนใหญ่ที่จะมาใช้บริการจากทางบริษัทนั้นรู้มาจากการบอก ปากต่อปาก จึงอยากสร้างเนื้อหา (Content) ให้บริษัท เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook มากขึ้นให้ผู้คนรู้จักมากยิ่งขึ้น และเข้าถึงผู้บริโภคไปอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ในการทำเพจจะเป็นการสร้างเนื้อหา (Content) การให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงการดำเนินการต่าง ๆ กว่าที่จะมาเป็นกิจกรรม (Event) 1 งาน ที่ทุกคนเห็นกันอยู่นั้นมีขั้นตอนอะไรบ้าง ขั้นตอนในการประสานงานต่าง ๆ ความสำคัญของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) นั้นมีความสำคัญอย่างไร ให้ประโยชน์ธุรกิจที่ต้องการทำการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ในด้านใด

ดังนั้น ผู้ศึกษาได้เห็นถึงปัญหาของบริษัทในการนำเสนอผลงานและให้ความรู้ผ่านทางสื่อออนไลน์ (Online) จึงได้จัดทำแผนการดำเนินการสร้างคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊กขึ้น เพื่อนำเสนอผลงานต่างๆ และให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจถึงการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้เฟซบุ๊กของทางบริษัทมีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และเกิดประโยชน์แก่บริษัท เพื่อให้ผู้ประกอบการจะได้นำเพจเฟซบุ๊กไปดูแลและพัฒนาเผยแพร่ข้อมูลและผลงานต่างๆต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามเพจ Mammoth Entertainment เพิ่มขึ้น
2. เพื่อสร้างการรับรู้ให้เพจเฟซบุ๊กบริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นในเขตจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเนื้อหา (Content) ต่อไปในอนาคตของ บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด

## ขอบเขตของงาน

- ขอบเขตด้านเนื้อหา

การจัดทำแผนการดำเนินงานสร้างคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊ก (Operation plan create content on Facebook) โดยทำการศึกษากลุ่มเป้าหมาย และศึกษาข้อมูลในการสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้มากที่สุด และประชาสัมพันธ์การให้ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing)

- ขอบเขตประชากร

ประชากรภายในจังหวัดนครราชสีมา ที่ก่อกำเนิด และคาดว่าจะกดติดตามเพจ จากการพบเจอเนื้อหา (Content) ต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่ผู้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจได้จัดทำขึ้น

- ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการดำเนินการจัดทำ ผู้จัดทำมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม – 11 ตุลาคม 2562

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพจ Mammoth Entertainment มียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น
2. ทำให้บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด มีผู้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้นในจังหวัดนครราชสีมา จากการสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟซบุ๊ก Mammoth Entertainment
3. เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้กับบุคคลที่จะเข้ามารับผิดชอบหน้าที่แอดมินเพจเฟซบุ๊กต่อโดยไม่ต้องเริ่มต้นใหม่

## ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาข้อมูลของบริษัทและหัวข้อโครงการ

1.1 Organize รับผิดชอบกิจกรรม (Event) ต่าง ๆ เช่น งานเปิดตัวสินค้าใหม่ , งานคอนเสิร์ต , งานเลี้ยงขอบคุณเกษตรกร , การจัดบูธเกม, จัดระเบียบงาน, การลงทะเบียน, รวมถึง งานแต่งงาน, ทำการ์ดเชิญ , ทำบัตรใบลงทะเบียนต่าง ๆ

1.2 Wedding รับผิดชอบ Wedding MV , ถ่ายภาพ Pre-Wedding ต่าง ๆ , เลือกสถานที่ต่าง ๆ รวมถึง ถ่ายเซอร์ไพรส์แต่งงาน

1.3 Video โดยจะรับทำทั้ง โฆษณา , MV ต่าง ๆ โดยมีช่างภาพ ถ่ายเอง ออกแบบกราฟฟิกและการติดต่อทุกอย่าง รวมถึงการรับถ่ายทำพิธีการต่าง ๆ

1.4 รับผิดชอบ Presentation โดยจะรับของบริษัทหรือของหน่วยงานต่าง ๆ

1.5 ประชุมระหว่างพนักงานที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อหาหัวข้อที่จะนำมาทำโปรเจกต์

1.6 สอบถามพี่เลี้ยงและพนักงาน เกี่ยวกับปัญหาที่บริษัทมี หรืออยากให้ออกใจ หรืออยากให้ทำเพื่อหาหัวข้อโปรเจก (Project)

1.7 ประชุมปรึกษาพี่เลี้ยง ผู้จัดการ และอาจารย์ หาแนวทางในการทำโปรเจก (Project) ว่าบริษัทมีความคิดเห็นหรือสิ่งต้องการอะไร ในขณะนั้นและสามารถช่วยหรือแก้ปัญหาได้

## 2. สรุปผลการประชุม

โดยหาข้อสรุปได้ว่า แผนการดำเนินการสร้างคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊ก (Operation plan create content on Facebook) เป็นการสร้างเนื้อหาบนเพจเฟซบุ๊กให้มีความน่าสนใจ เพื่อให้บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นจากการสร้างเนื้อหา (Content) การให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรม (Event) และลูกค้าเก่าที่ติดตามเพจอยู่นั้น ได้รับรู้ข่าวสารกับทางเพจเพิ่มขึ้น ทำให้อาจจะมีการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปได้ และยังจัดทำแฮชแท็กใหม่เพื่อให้ผู้ที่ต้องการค้นหาบริษัท ออกแก๊งค์ พบเจอได้ง่ายขึ้น

## 3. ศึกษาข้อมูลและการดำเนินงานเกี่ยวกับการสร้างเนื้อหา (Content)

3.1 สอบถามพี่เลี้ยงเพื่อขอข้อมูล เนื้อหา รูปภาพ คลิปวีดีโอผลงานที่บริษัทเป็นผู้จัดกิจกรรม (Event) และข้อมูลการเคลื่อนไหวของเพจเฟซบุ๊กในปีที่ผ่านมาศึกษา และวิเคราะห์เพื่อสร้างเนื้อหา (Content) ให้มีความสอดคล้องกัน

3.2 หาข้อมูลวิธีการสร้างเนื้อหา (Content) ให้มีความน่าสนใจ และข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ต่างๆ เพิ่มเติมบนเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อหาวิธีการที่จะทำให้สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

## 4. รวบรวมข้อมูลที่สำคัญ

4.1 รวบรวมข้อมูล รายละเอียดที่จะนำไปโพสต์ในเพจเฟซบุ๊กเช่น เนื้อหา รูปภาพกิจกรรม (Event) วีดีโอผลงานของบริษัท เก็บข้อมูลส่วนที่จะนำไปใช้เอามาเรียบเรียง เพื่อนำไปใช้

4.2 เก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากการสอบถามพี่เลี้ยงเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของเพจเฟซบุ๊กในปีที่ผ่านมา

4.3 รวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต (Internet) ข้อมูลการสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟซบุ๊ก ขั้นตอนองค์ประกอบต่าง ๆ ในการจัดทำ

## 5. จัดทำเนื้อหา (Content)

5.1 อัปเดตความเคลื่อนไหวของเพจสม่ำเสมอ

- โพสต์รูปภาพ วีดีโอ ผลงานของบริษัทสม่ำเสมอ

5.2 เนื้อหา (Content) บนเพจเฟซบุ๊ก

- Event Marketing สำคัญอย่างไร

- Event Marketing ดียังไง

- 6 ขั้นตอนพื้นฐานสำหรับคนที่สนใจในการจัดอีเวนท์

- ใช้บริการออกแก๊งค์จัด Event ดียังไง

## ผลการปฏิบัติงาน

### 1. ผลการปฏิบัติงานการสร้างเนื้อหา (Content)

#### 1.1 Event Marketing สำคัญอย่างไร

จากการที่ได้เริ่มสร้างเนื้อหา (Content) Event Marketing สำคัญอย่างไร ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 – 11 ตุลาคม พ.ศ. 2561 สามารถวัดผลการรับรู้โดยใช้การเข้าถึงโพสต์และการมีส่วนร่วมกับโพสต์เป็นตัววัดผลการรับรู้ มีจำนวนการเข้าถึงโพสต์ทั้งหมด 1,541 คน และการมีส่วนร่วมกับโพสต์ทั้งหมด 538 คน

#### 1.2 Event Marketing ดียังไง ?

จากการที่ได้เริ่มสร้างเนื้อหา (Content) Event Marketing ดียังไง ? ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 – 11 ตุลาคม พ.ศ. 2561 สามารถวัดผลการรับรู้โดยใช้การเข้าถึงโพสต์และการมีส่วนร่วมกับโพสต์เป็นตัววัดผลการรับรู้ มีจำนวนการเข้าถึงโพสต์ทั้งหมด 1,277 คน และการมีส่วนร่วมกับโพสต์ทั้งหมด 681 คน

#### 1.3 6 ขั้นตอนพื้นฐาน สำหรับคนที่สนใจในการจัดอีเวนต์

จากการที่ได้เริ่มสร้างเนื้อหา (Content) 6 ขั้นตอนพื้นฐาน สำหรับคนที่สนใจในการจัดอีเวนต์ ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 – 11 ตุลาคม พ.ศ. 2561 สามารถวัดผลการรับรู้โดยใช้การเข้าถึงโพสต์และการมีส่วนร่วมกับโพสต์เป็นตัววัดผลการรับรู้ มีจำนวนการเข้าถึงโพสต์ทั้งหมด 1,497 คน และการมีส่วนร่วมกับโพสต์ทั้งหมด 513 คน

#### 1.4 ใช้บริการออกแบบในซ์จัดอีเวนต์ ดียังไง ?

จากการที่ได้เริ่มสร้างเนื้อหา (Content) ใช้บริการออกแบบในซ์จัดอีเวนต์ ดียังไง ? ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 – 11 ตุลาคม พ.ศ. 2561 สามารถวัดผลการรับรู้โดยใช้การเข้าถึงโพสต์และการมีส่วนร่วมกับโพสต์เป็นตัววัดผลการรับรู้ มีจำนวนการเข้าถึงโพสต์ทั้งหมด 1,021 คน และการมีส่วนร่วมกับโพสต์ทั้งหมด 325 คน

### 2. ผลการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มการรับรู้วัดผลจากยอดผู้ติดตามเพจ

จากการที่ได้เริ่มสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อเพิ่มการรับรู้ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 - 11 ตุลาคม พ.ศ. 2562 สามารถวัดผลการรับรู้โดยใช้จำนวนยอดผู้ติดตามเพจเป็นตัววัดผลการรับรู้ จากจำนวนยอดผู้ติดตามเดิมในเดือนกรกฎาคม ก่อนการสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟซบุ๊กมีจำนวนผู้ติดตาม 1,018 คน และหลังจากได้มีการสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟซบุ๊กทำให้มีจำนวนยอดผู้ติดตามในเดือนสิงหาคม เพิ่มขึ้นเป็น 1,149 คน ในเดือนกันยายนมีจำนวนยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 1,218 คน และในเดือนตุลาคมมีจำนวนยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 1,245 คน ในการสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟซบุ๊กทำให้มียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นรวมทั้งรวมทั้งหมด 227 คน

### 3. ผลการปฏิบัติงานในการสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อเพิ่มการรับรู้วัดผลจากการเข้าถึงโพสต์และการมีส่วนร่วมกับโพสต์

3.1 ผลการปฏิบัติงานในการสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อเพิ่มการรับรู้วัดผลจากการเข้าถึงโพสต์ จากการที่ได้เริ่มสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อเพิ่มการรับรู้ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 - 11 ตุลาคม พ.ศ. 2562 สามารถวัดผลการรับรู้โดยใช้การเข้าถึงโพสต์ของผู้ใช้งานเฟสบุ๊กเป็นตัววัดผลการรับรู้ โดยมีผู้คนที่เข้าถึงโพสต์ในเดือนสิงหาคม จำนวน 2,621 ครั้ง ในเดือนกันยายนมีผู้คนที่เข้าถึงโพสต์จำนวน 2,909 ครั้ง และในเดือนตุลาคมมีผู้คนที่เข้าถึงโพสต์จำนวน 1,532 ครั้ง ในการสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟสบุ๊กทำให้มีผู้คนที่เข้าถึงโพสต์รวมทั้งหมด 7,062 คน

3.2 ผลการปฏิบัติงานในการสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อเพิ่มการรับรู้วัดผลจากการมีส่วนร่วมกับโพสต์ จากการที่ได้เริ่มสร้างเนื้อหา (Content) เพื่อเพิ่มการรับรู้ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 - 11 ตุลาคม พ.ศ. 2562 สามารถวัดผลการรับรู้โดยใช้การมีส่วนร่วมกับโพสต์ การแสดงความรู้สึก การแสดงความคิดเห็น การตอบ และการแชร์ ของผู้ใช้งานเฟสบุ๊กเป็นตัววัดผลการรับรู้ ผู้คนที่ให้ความสนใจและมีส่วนร่วมกับโพสต์ในเดือนสิงหาคม จำนวน 1,255 ครั้ง ในเดือนกันยายนการมีส่วนร่วมกับโพสต์จำนวน 1,173 ครั้ง และในเดือนตุลาคมการมีส่วนร่วมกับโพสต์จำนวน 1,078 ครั้ง ในการสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟสบุ๊กทำให้การมีส่วนร่วมกับโพสต์ของเพจเฟสบุ๊กรวมทั้งหมด 3,506 คน

### สรุปผลของโครงการ

1. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ติดตามเพจ Mammoth Entertainment เพิ่มขึ้น วัดผลได้จากยอดผู้ติดตามเพจที่เพิ่มขึ้นถึง 227 คน จากการสร้างเนื้อหา (Content) ความเคลื่อนไหวของเพจ และ เนื้อหา (Content) การให้ความรู้ (1) Event Marketing สำคัญอย่างไร (2) Event Marketing ดียังไง (3) 6 ขั้นตอนพื้นฐานสำหรับคนที่สนใจในการจัดอีเวนต์ และ (4) ใช้บริการออกเอนซ์จัด Event ดียังไง

2. เพื่อสร้างการรับรู้ให้เพจเฟสบุ๊กบริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยการสร้างเนื้อหา (Content) ความเคลื่อนไหวของเพจ และเนื้อหา (Content) การให้ความรู้ (1) Event Marketing สำคัญอย่างไร (2) Event Marketing ดียังไง (3) 6 ขั้นตอนพื้นฐานสำหรับคนที่สนใจในการจัดอีเวนต์ และ (4) ใช้บริการออกเอนซ์จัด Event ดียังไง ทำให้มีผู้ใช้สามารถเข้าถึงโพสต์เพิ่มขึ้นทั้งหมด 7,062 ครั้ง และมีจำนวนการมีส่วนร่วมกับโพสต์เพิ่มขึ้นทั้งหมด 3,506 ครั้ง

3. เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเนื้อหา (Content) ต่อไปในอนาคตของ บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด จากที่ได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานสร้างเนื้อหา (Content) บนเพจเฟสบุ๊ก ไว้เป็นแนวทางในการดำเนินงานแก่ ผู้ที่ปฏิบัติงานต่อจากนักศึกษา หรือนักศึกษารุ่นหลังที่เข้าฝึกปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ที่ปฏิบัติงานไม่ต้องเริ่มวางแผนดำเนินงาน ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจึงสามารถดำเนินงานต่อไปได้ และตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## ข้อเสนอแนะ

สำหรับการฝึกปฏิบัติงานครั้งต่อไปผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่า

1. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจ ได้สังเกตเห็นว่า บริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด ยังไม่มีเว็บไซต์เพื่อรองรับเพจเฟซบุ๊กให้มีความน่าเชื่อถือ และเพื่อให้ผู้ที่ต้องการค้นหาในช่องทางเว็บไซต์ Google ค้นหาเจอได้ง่ายจึงอยากให้ผู้ที่ปฏิบัติสหกิจรุ่นหลังสร้างเว็บไซต์ของบริษัท แมมมอธ กรุ๊ป จำกัด
2. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจยังไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก จึงอยากให้ผู้ที่ปฏิบัติสหกิจรุ่นหลังทำการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊ก เพื่อให้สามารถเกิดการรับรู้และการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นกว่าเดิม
3. ควรให้ความสำคัญเรื่องของการสื่อสารทางตลาดช่องทางออนไลน์ ของสถานประกอบการมากกว่าเดิม โดยการกำหนดหน้าที่ผู้รับผิดชอบดำเนินงานเพจเฟซบุ๊กอย่างชัดเจนเพื่อให้เพจเฟซบุ๊กมีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ

## เอกสารอ้างอิง

- กตিকা สายเสนีย์. (2553). **บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Service)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://keng.com/2011/03/10/w-hat-is-social-network>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กันยายน 2562).
- กันต์ฐศิษฏ์ เลิศไพโรงาม. (2550). **การตลาดด้วยอีเมล E-mail marketing**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://uc.thailis.or.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00919485>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กันยายน 2562).
- กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2558). **Event Marketing สำคัญมากแค่ไหนกับการตลาดยุคนี้**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://marketeeronline.co/archives/28249>. (วันที่ค้นหาข้อมูล : 21 กันยายน 2562).
- ชลธาร วิริยะพุทธิวง. (2554). **ดิจิทัลเป็นสื่อสารมวลชน**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://siamdm04.blogspot.com>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กันยายน 2562).
- มนตรี ศรีวงษ์. (2560). **6 ประโยชน์ของการออกบูธแสดงสินค้า**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaimescenter.com/6-ประโยชน์ของการออกบูธแสดงสินค้า>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กันยายน 2562).
- วิเชียร วงศ์ณิชากุล. (2550). **กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการเคย์สปาในซอยทองหล่อเขตสุขุมวิทกรุงเทพมหานคร**. BU Academic Review. 9(2) : 10-22.
- ศิววัฒน์ เขาวรีย์วงษ์. (2014). **ในวันที่โลกดิจิทัลกำลังซบเซาทั่วโลกใบนี้ของเรา**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://marketeeronline.co/archives/28391>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 กันยายน 2562).
- Boyd, D. M, Ellison, N. B. (2007). **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11.



- Hosify. (2008). **Marketing to the digital consumer**. The McKinsey Quarterly. 3, 4-5.
- LenSod. (2018). **6 ขั้นตอนพื้นฐาน ที่คุณควรรู้ ก่อนจัดอีเวนต์**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.lensod.com/blog/event-idea-6-basic>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กันยายน 2562).
- Reitzen, J. (2007). **Strategic marketing for the digital age**. N.P. : NTC
- Vision Dee. (2018). **ข้อดีของการใช้บริการออกแชนส์จัดงาน Event**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://visiondee.com/ออกแชนส์รับจัดงานevent>. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กันยายน 2562).
- Wertime, K., & Fenwick, L. (2008). **DigiMarketing: The essential guide to new media and digital marketing**. Singapore: John Wiley & Sons.