ISBN (E-Book) : 978-616-8233-16-0

The Asia Undergraduate Conference on Computing

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคเอเชีย ครั้งที่ 13
19-21 กุมภาพันธ์ 2568 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

THE 13th OF ASIA UNDERGRADUATE CONFERRENCE ON COMPUTING

2025

ORAL PROCEEDING

CONFERENCE THEMES

CB : Computer Business
CE : Computer Education
CI : Computation Intelligence
DSA : Data Science and Analytics
GIS : Geographic Information System
IoT : Internet of Things
IT : Information Technology
MCG : Multimedia, Computer Graphics and Games
OTH : Others in Computer and Technology
i-AGR : Innovation in Agriculture
i-DLF : Innovation in Daily Life
i-ENP : Innovation in Entrepreneurship
i-OTH : Others in Innovation

สารบัญ

การนำเสนอบรรยาย (Oral Track)

รหัส	บทความ	หน้า
O-CB-0006	ระบบสารสนเทศสำหรับประเมินสุขภาพ INNOHEALTH กรณีศึกษา วิทยาลัยสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น จิตาภา ภูมิทอง, สมสวัสดิ์ ปิบกระโทก และเกรียงศักดิ์ จันทีนอก	1
O-CB-0012	การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือ : กรณีศึกษาระบบเช่าชุดรับปริญญา-ช่างแต่งหน้า-ช่างภาพ อันดี้ เอเว่นส์, อริสรา สัตย์ซื่อ, ยิ่งรัก อามาตร และ อิทธิพล เอี่ยมภูงา	12
O-CB-0013	การออกแบบและพัฒนาโรงเรือนเห็ดภูฐานด้วยอินเตอร์เน็ตทุกสิ่งและศึกษาการเจริญเติบโตของเห็ดภูฐาน วริศรา เจษฎาคม, ณิชาภา อุไรรัตน์ และ ลฎาภา ร่มภูชัยพฤกษ์	21
O-CB-0015	แอปพลิเคชันระบบจัดเก็บค่าน้ำประปาหมู่บ้าน ธันย์ชนก สว่างนางโส, พรรณธิภา โชคภัทรกิจ และ จิตาพัชญ์ ไยเทศ	30
O-CB-0017	การพัฒนาระบบแจ้งซ่อมบำรุงอุปกรณ์และห้องเรียนออนไลน์ กรณีศึกษาคณะเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย นพนัฐ บัวคลี่, พิทวัส สุทธะ, พีงพิศ พิชญ์พิบุล และ อังศนา พงษ์นุ่มกูล	37
O-CB-0018	การพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านลิเซออนไลน์ ตำบลแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย พรสุดา วิเศษยิ่งไพศาล, โรสลีน แหม , อัญชลี ทิพย์โยธิน และวีนารัตน์ แสวงกิจ	47
O-CB-0020	ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนออนไลน์ ตุงล้านนา บ้านศรีเวียงทอง ทรงวุฒิ คำแก้ว, กนกวรรณ ชัยรัตน์, อังศนา พงษ์นุ่มกูล และ พีงพิศ พิชญ์พิบุล	57
O-CB-0022	ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนออนไลน์ กรณีศึกษา ผ้าพิมพ์ลายใบไม้ “แม่โพธิ์ทอง” กฤตเมธ ปงคำ, ดรัณ ลาลิน, พีงพิศ พิชญ์พิบุล และ อังศนา พงษ์นุ่มกูล	66
O-CB-0024	การพัฒนาระบบจัดการวัตถุดิบและแดชบอร์ดด้วย ORACLE APPLICATION EXPRESS: กรณีศึกษา ร้านมันไก่มาก กษมา ดอกสันเทียะ, ธนวัฒน์ ภูมิภาค, เลอศักดิ์ โพธิ์ทอง และเมธาพร อบทอง	75
O-CB-0025	การประยุกต์ใช้โซเชียลเพื่อส่งเสริมธุรกิจหอพัก วิศรุต ทองมี, วชิรวิทย์ วารินทร์, รติพงศ์ วงศ์ละคร, สัณชัย ยงกุลวณิช และ ปิยนุช วรบุตร	86
O-CB-0027	การพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ขายบอร์ดเกมส์ โดยประยุกต์กระบวนการคิดเชิงออกแบบ เมธี เถินบุรินทร์, รดา ไพรีรณ, ณัฐกิตติ์ พิเรนทร, ธัญรัศม์ โชตินิธิยศชยกุล และ สมเพ็ชร จุลลาบุดดี	94
O-CB-0028	นวัตกรรมการบริหารจัดการร้านคาราโอเกะด้วยระบบดิจิทัล : กรณีศึกษาร้าน HIP คาราโอเกะ ชนกสุดา โรจนกุศล, ปิยาภรณ์ ชาวดร, กฤตภัค แสงพา, วารัตดา พานิชบุญพัฒน์ และ สมเพ็ชร จุลลาบุดดี	102
O-CB-0029	การพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านเครป: กรณีศึกษา ร้าน 29 Buffet Crepe วิวรรธน์ วรรณปลั่ง, สหัสนัยน์ ดำรงค์กิจ, ปณิตา งาหอม, สาริศา โชคเจริญยิ่ง และ สมเพ็ชร จุลลาบุดดี	110

การประยุกต์ใช้สื่อโซเชียลเพื่อส่งเสริมธุรกิจหอพัก
The Application of Social Media for Promoting a Dormitory Business

วิศรุต ทองมี*, วชิรวิทย์ วารินทร์, รติพงศ์ วงศ์ละคร, สัณชัย ยงกุลวณิช และปิยนุช วรบุตร

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
Emails: std.64124480114@ubru.ac.th*, std.64124480113@ubru.ac.th,
std.64124480111@ubru.ac.th, sanchai.y@ubru.ac.th, piyanoot.v@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

โครงงานเรื่อง การประยุกต์ใช้สื่อโซเชียลเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพัก มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพักบนสื่อโซเชียล 2) เพื่อออกแบบและสร้างเนื้อหาดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพักบนสื่อโซเชียล 3) เพื่อประยุกต์ใช้สื่อโซเชียลในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพัก ขั้นตอนการดำเนินงานประกอบไปด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลธุรกิจหอพักวิศรุต ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพัก จากนั้นทำการออกแบบและสร้างเนื้อหาดิจิทัล โดยเนื้อหาดิจิทัลประกอบไปด้วยเนื้อหา 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในหอพัก 2) เนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ตั้งการเดินทาง 3) คำถามที่พบบ่อย และแผยแพร่เนื้อหาดิจิทัลการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพักบนสื่อโซเชียล เครื่องมือที่ใช้ในการจัดทำโครงงานนี้ ได้แก่ โปรแกรม Canva และ Capcut สื่อโซเชียลที่ใช้คือ Facebook

ผลการดำเนินงาน พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสื่อโซเชียลเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพัก มีค่าเฉลี่ย 4.49 อยู่ในระดับมาก และเนื้อหาดิจิทัลที่ทำการเผยแพร่สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับหอพักให้กับผู้ที่สนใจ สามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกหอพักได้ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสในการติดต่อและสร้างความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

คำสำคัญ **–** สื่อโซเชียล, ดิจิทัลคอนเทนต์, หอพัก, การประชาสัมพันธ์

---

* Corresponding Author

ABSTRACT

The project titled "The Application of Social Media for Promoting a Dormitory Business" aims to 1) study the methods of promoting a dormitory business on social media, 2) design and create digital content for promoting the dormitory business on social media, and 3) apply social media to promote the dormitory business. The process involved collecting information on the Wisarut dormitory and dormitory promotion strategies. Then, digital content was designed and created, including three content groups: 1) details of dormitory facilities, 2) information about location and transportation, and 3) frequently asked questions (FAQs). The digital content was published on social media. The tools used in this project include Canva and Capcut, while Facebook was the chosen social media platform.

The results of the evaluation of user satisfaction with social media used for promoting the dormitory business show an average score of 4.49, which falls within the "high" level. Additionally, the digital content being shared provides detailed information about the dormitory, allowing interested individuals to use it as a reference in their decision-making process when choosing a dormitory. Moreover, it also helps increase opportunities for contact and generates greater interest from the target customer group.

Keywords – social media, digital content, dormitory, public relations

1. บทนำ

จังหวัดอุบลราชธานีซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่ขนาดใหญ่ เป็นศูนย์รวมทางด้านเศรษฐกิจการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและมีบางส่วนที่มาจากต่างพื้นที่ต้องมาพักอาศัยอยู่ตามห้องเช่า อพาร์ตเม้นท์ หอพัก ทำให้มีธุรกิจห้องพักเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จนทำให้เกิดการเกิดการแข่งขันกันมากขึ้น

หอพักวิศรุตตั้งอยู่บนถนนแจ้งสนิท เป็นหอพักขนาดใหญ่ที่ประกอบไปด้วย หอพัก NN หอพักทองมี หน้ากว้าง 3.5 เมตร ยาว 10 เมตร มีอาคาร 2 ชั้น และ 1 ชั้น ซึ่งอยู่ใกล้สถานศึกษาและแหล่งธุรกิจที่สำคัญ แต่เนื่องด้วยปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางธุรกิจห้องพักค่อนข้างสูงอีกทั้งหอพักวิศรุตยังใช้การประชาสัมพันธ์โดยการติดป้ายประกาศ คนที่รู้จักจึงเป็นเพียงคนในละแวกใกล้เคียงหรือสัญจรผ่านเท่านั้น ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักและเข้าห้องน้อยลง

ในยุคปัจจุบันสื่อโซเชียลมีการใช้งานอย่างแพร่หลายไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา วัยทำงาน และทุกเพศทุกวัยได้มีการเข้าถึงและใช้งานโซเชียลจากสถิติ Facebook ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 Facebook ติดอันดับ 1 ในการจัดอันดับ Social Media แพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในโลกของปี 2566 เทียบกับปี 2565 พบว่า Facebook มีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นประมาณ 96 ล้านคน และจำนวนผู้ใช้ Facebook ในแต่ละเดือน เพิ่มขึ้นประมาณ 26 ล้านคน Facebook มียอดคนใช้งานต่อเดือน 3,030 ล้านบัญชี (ข้อมูล ณ เดือน ก.ค. 2566) 37.6% ของจำนวนคนทั้งโลกที่มี 8,049 ล้านคน ใช้ Facebook จะพบว่า มีคนใช้แพลตฟอร์มถึง 59.1% ประเทศไทยติดอันดับ 8 ที่มีจำนวนผู้ใช้งาน Facebook มากที่สุดในโลก (ข้อมูล ณ เดือน ม.ค. 2566)

ผู้จัดทำจึงเล็งเห็นว่าสื่อโซเชียลชนิดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำมาปรับใช้และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์กิจการหอพักวิศรุตในเชิงการโฆษณาเพื่อทำให้กิจการหอพักวิศรุตมีบทบาทเข้ามาเป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจหาห้องพักเพื่อที่จะอยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้สนใจในต่างจังหวัด รวมถึงกลุ่มที่มีพื้นที่ห่างไกล แต่สนใจที่จะหาที่พักอาศัยที่ใกล้สถานที่ตนเองสะดวกในการเดินทาง เช่น ที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และทำเลที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งตัวเมืองเพื่อที่จะทำภารกิจต่าง ๆ ได้รู้จักและเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเข้ามาพักอาศัย

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพักบนสื่อโซเชียลในนามเพจ NNNe-Business หอพักนักศึกษา
2. เพื่อออกแบบและสร้างเนื้อหาดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพักบนสื่อโซเชียล
3. เพื่อประยุกต์ใช้สื่อโซเชียลในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพัก

3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎี

สื่อโซเชียล (Social Media) หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการ ทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง โดยที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ มักนำมาใช้ดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยน แบ่งปันทรัพยากร ข้อมูล ข่าวสาร ฯลฯ [10]

การใช้งานสื่อโซเชียลของประชากรทั่วโลกในช่วงปี 2565 และอัปเดตในปี 2566 พบข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานดิจิทัลของคนไทย ดังนี้ 1) ประชากรไทยและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ประเทศไทยมีประชากรทั้งหมด 71.75 ล้านคน โดยแบ่งเป็นผู้หญิง 51.5% และผู้ชาย 48.5% อายุเฉลี่ยของประชากรไทยอยู่ที่ 40.1 ปี โดยประชากรส่วนใหญ่ 53.2% อาศัยอยู่ในเขตเมือง และอีก 46.8% อยู่ในชนบท 2) การใช้อินเทอร์เน็ต ในต้นปี 2566 มีคนไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 61.21 ล้านคน คิดเป็น 85.3% ของประชากรทั้งหมด แสดงว่าประชากรที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีอยู่ 10.55 ล้านคน คิดเป็น 14.7% ของประชากร 3) การใช้งานโซเชียลมีเดีย ประชากรไทยใช้งานโซเชียลมีเดียถึง 52.25 ล้านคน คิดเป็น 72.8% ของประชากร โดยมีผู้หญิงใช้งานโซเชียลมีเดีย 52.3% และผู้ชาย 47.7% แสดงให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนไทยอย่างชัดเจน [9]

Facebook เป็นแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมที่ก่อตั้งโดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก นับตั้งแต่เปิดตัว Facebook ได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญทั้งสำหรับบุคคลทั่วไปและธุรกิจ ด้วยคุณสมบัติและประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้ [8]

1) สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป

การเป็นสังคมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถติดตามเพื่อนสนิท ครอบครัว รวมถึงเพื่อนเก่าหรือคนรู้จักได้ อีกทั้งสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวได้ เพื่อเลือกผู้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนตัว

การเข้าถึงข่าวสารและข้อมูลใหม่ ๆ ผู้ใช้งานสามารถติดตามบริษัทหรือองค์กรเพื่อรับข่าวสารในหลากหลายด้าน รวมถึงโปรโมชั่นจากแบรนด์ต่าง ๆ

การติดตามบุคคลสาธารณะและเพจ ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถติดตามเพจของบุคคลสาธารณะหรือกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกัน และสามารถสร้างตัวตนออนไลน์ให้ผู้อื่นติดตามได้

ความเป็นส่วนตัวที่เลือกได้ ผู้ใช้งานสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในการเผยแพร่ข้อความหรือส่งข้อความส่วนตัวไปยังบุคคลที่ต้องการสื่อสาร

2) สำหรับธุรกิจ

การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างกว้างขวาง – Facebook มีผู้ใช้งานจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เป็นวงกว้าง และมีผู้ใช้ในประเทศไทยกว่า 50 ล้านบัญชี

การสื่อสารหลายรูปแบบ – ธุรกิจสามารถใช้โพสต์ แชท ตอบความคิดเห็น หรือวิดีโอสตรีมสด เพื่อสื่อสารกับลูกค้าและสร้างความใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมาย

การประชาสัมพันธ์ แปลมาจากคำในภาษาอังกฤษ คือ Public Relations โดยคำว่า Public แปลเป็นภาษาไทยคือ ประชา ซึ่งหมายถึง หมู่คน และคำว่า Relations แปลเป็นภาษาไทยคือ สัมพันธ์ ซึ่งหมายถึง การผูกพัน ดังนั้นคำว่าการประชาสัมพันธ์เมื่อแปลตามตัวอักษร ก็จะได้ความหมายว่า "การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน" [2]

คอนเทนต์ (Content) คือ ข้อมูลเนื้อหาที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ ธุรกิจ รายละเอียดสินค้าบริการ ประสบการณ์ หรือการอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านตัวอักษร รูปภาพ อินโฟกราฟิก เสียง หรือวิดีโอ ปัจจุบันถือเป็นสิ่งที่สำคัญในทำการตลาดการขายออนไลน์ อย่างมากเนื่องจากคนส่วนใหญ่อยู่ในโลกออนไลน์และเสพคอนเทนต์ในนั้นเป็นจำนวนมาก การสร้างคอนเทนต์ก็เหมือนกับเราหาโอกาส ในการสื่อสารกับผู้อ่านหรือผู้บริโภค ที่นำไปสู่เป้าหมายที่เราต้องการ เช่น รู้จักสินค้าเรามากขึ้น รู้จักองค์กร หรือนำไปสู่การซื้อสินค้าและบริการ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารคอนเทนต์ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

ตัวอย่างจะทำบน Facebook ก็ต้องมีเนื้อหาที่ต้องการจะโพสต์ขึ้นไป เพื่อทำให้คนเห็นและติดตาม หรือทำบน Google ก็ต้องมีคอนเทนต์ให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภครู้จักเรามากขึ้น ทำบน YouTube ก็ต้องมีคอนเทนต์วิดีโอ เพื่อให้เกิดการไลก์วิดีโอหรือการกดติดตามช่อง YouTube เป็นต้น [7]

โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

1) โปรแกรม Canva คือแพลตฟอร์มออกแบบงานกราฟิกทุกประเภท เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียลที่เป็นรูปภาพ ไปจนถึงวิดีโอ งานออกแบบตั้งแต่ Logo ไปจนถึง Packaging เรียกได้ว่าเป็นโปรแกรมอเนกประสงค์ในด้านงานออกแบบ โดยโปรแกรม Canva รองรับประเภทชิ้นงานได้มาก ใช้งานได้ทั้งสมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์ ซึ่ง www.canva.com คือช่องทางเริ่มต้นการใช้งาน [6]

2) โปรแกรม CapCut เป็นแอปพลิเคชันบนมือถือและยังมีโปรแกรมที่ติดตั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งเหมาะสำหรับตัดต่อวิดีโอในขนาดสั้น ๆ และเป็นโปรแกรมสร้างวิดีโอแบบออล-อิน-วัน ที่สามารถใช้งานได้ฟรี และมีฟีเจอร์หลากหลายให้เลือกใช้ โดยที่สามารถสร้างคลิปได้ในเวลาไม่นาน สำหรับผู้เริ่มต้น แต่ถ้าหากเป็นมืออาชีพ ก็เลือกใช้งานฟังก์ชันขั้นสูงได้เป็นอย่างดี [11]

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชาภรณ์ ทองเสวต และคณะ [4] ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมอินทรา จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าจากการเติบโตของธุรกิจและการแข่งขันสูงทำให้เกิดการย้ายถิ่นฐานและปัญหาการเดินทางเข้าทำงานในเมืองที่มีโรงงานอุตสาหกรรม ผู้คนเริ่มมองหาที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม อพาร์ทเม้นท์ ห้องเช่าหรือหอพัก เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางและลดค่าใช้จ่าย โดยที่พักอาศัยเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต เนื่องจากมนุษย์ต้องการความมั่นคง ปลอดภัย และความสะดวกสบายในการอยู่อาศัย ที่พักอาศัยไม่เพียงเป็นสถานที่หลับนอนหรือพักผ่อนหลังการทำงาน แต่ยังเป็นศูนย์รวมครอบครัวที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย สำหรับผู้เช่า พวกเขาไม่ได้คำนึงเพียงแค่ราคาหรือขนาดของห้องพักเท่านั้น แต่ยังต้องพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมที่ดี ที่เอื้อต่อการอยู่อาศัยร่วมกับครอบครัว

ชุดิมา ชาตรี [1] ได้ศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดผ่านสื่อโซเชียลโดยใช้ Facebook พบว่า 1) การเผยแพร่สินค้าและบริการ การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook สามารถบรรลุเป้าหมายของบริษัทในการเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยหลังจากการโปรโมตโปรแกรมทัวร์ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2563 มีผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้นจาก 392 คนเป็น 403 คน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้น แม้ว่าจะอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ทั้งนี้การใช้สื่อโซเชียลยังช่วยลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม บริษัทสามารถใช้ช่องทาง Facebook เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วม ส่งผลให้ยอดไลค์ ยอดแชร์ และยอดผู้ติดตามเพจเพิ่มขึ้นตามเป้าหมาย ซึ่งเป็นวิธีที่ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง 3) การรับรู้ของลูกค้าผ่านสื่อโซเชียล Facebook ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารและโปรแกรมทัวร์ของบริษัท โดยลูกค้าสามารถรับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ได้ผ่านสื่อโซเชียล ทำให้บริษัทสามารถกระจายข่าวสารและสร้างการรับรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของตน

อัษฎา วรรณกายนต์ และคณะ [5] ได้ทำการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค โดยได้พัฒนาสื่อให้มีความหลากหลาย เพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอผลงานวิจัยของอาจารย์ประจำหลักสูตร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รวดเร็ว กว้างขวาง และประหยัดค่าใช้จ่าย ตรงจุดกับผู้ที่สนใจ และผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค จากผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม และผู้ที่มีส่วนร่วม สามารถเผยแพร่องค์

ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย อีกทั้งผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม และผู้ที่มีส่วนร่วมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ยังสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหลักสูตรให้เป็นหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับในทางวิชาการ

ธนพร หลักทอง [3] ได้ศึกษาเรื่องการตลาดออนไลน์อาวุธลับของธุรกิจที่พักรายเดือน ในย่านถนนเกษตร-นวมินทร์ (ประเสริฐมนูกิจ) สรุปผลการวิจัยได้กล่าวถึงข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการที่พักรายเดือนไม่ต่ำกว่า 7 ปี จำนวน 12 คน และกลุ่มผู้เช่าที่พักรายเดือน 20 คน โดยเน้นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเช่าที่พักผ่านช่องทางออนไลน์ สรุปได้ดังนี้ การตัดสินใจจากข้อมูลอ้างอิง ผู้เช่าที่พักรายเดือนเริ่มต้นหาข้อมูลจากสองแหล่งหลักคือ ออนไลน์ และการสอบถามจากคนใกล้ชิด โดยการค้นหาข้อมูลทางออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน โดยช่องทางยอดนิยมคือ Facebook และ Google ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจ ผู้เช่ามักเริ่มจากการค้นหาที่พักในบริเวณเป้าหมายและเปรียบเทียบข้อมูลโดยรีวิวของผู้เช่าคนอื่นเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ รีวิวที่ดีควรมีความชัดเจนและเป็นธรรมชาติ ส่วนรีวิวที่ไม่น่าเชื่อถือมักมาจากแหล่งที่ไม่มีตัวตนจริงหรือให้ความคิดเห็นที่ขาดเหตุผลรองรับ อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด นอกจากการค้นหาข้อมูลออนไลน์ ผู้เช่ามักพาคนใกล้ชิดเช่น เพื่อน ครอบครัว หรือคนรัก มาช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พักจริง ส่งผลให้ความคิดเห็นของบุคคลเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นผ่านอิทธิพลต่างๆ การปิดการขายและประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสหลังจากลูกค้าตัดสินใจเข้าชมที่พัก ความสะอาดและกลิ่นภายในห้องพักมีผลอย่างมากต่อการปิดการขาย ผู้ประกอบการหลายรายมักเน้นเรื่องกลิ่นและภาพลักษณ์ของที่พัก รวมถึงพื้นที่ภายนอกอาคารที่ต้องดูน่าดึงดูดและสะอาด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้เช่าใช้ในการตัดสินใจ สอดคล้องกับทฤษฎี AIDA Model ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการสร้างความรู้จัก ความสนใจ การตัดสินใจ และการลงมือทำ

4. วิธีการดำเนินงาน

4.1 ขอบเขตการดำเนินงาน

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ขอบเขตด้านข้อมูลในการตั้งค่าข้อความอัตโนมัติ ได้แก่ สถานะห้อง ประเภทห้อง ราคาห้อง ค่าสาธารณูปโภค ค่าประกัน รายละเอียดสัญญาเช่า และอื่น ๆ

1.2 ขอบเขตด้านข้อมูลสำหรับสื่อดิจิทัล ได้แก่ การสร้างคอนเทนต์แนะนำที่พักผ่านช่องทางเพจ Facebook เพื่อดึงดูดความสนใจให้มีผู้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

2. ขอบเขตด้านระบบงาน

สื่อโซเชียลที่ใช้ ได้แก่ Facebook ใช้สำหรับการนำเสนอข้อมูลของหอพัก โดยผู้ดูแลระบบจะเป็นผู้โพสต์และ กำหนดเงื่อนไขการตั้งค่าข้อความรายละเอียดเกี่ยวกับหอพักตอบกลับอัตโนมัติ โดยจะมีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นคำถามและคำตอบไว้ล่วงหน้า

3. ขอบเขตด้านเครื่องมือที่ใช้

3.1 โปรแกรม Canva ใช้สร้างภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหว สร้างภาพแม่แบบสำหรับโซเชียลมีเดีย สร้างแบรนด์และออกแบบโลโก้

3.2 โปรแกรม Capcut ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ ใช้ในการเพิ่มเอฟเฟกต์ เพลง และอื่น ๆ มีเครื่องมือที่ให้ใน CapCut สามารถเพิ่มสติกเกอร์ ตัวอักษร และฟิลเตอร์ เพื่อปรับแต่งวิดีโอในลักษณะที่ต้องการ

3.3 สื่อโซเชียล Facebook ใช้สำหรับการสร้างโปรไฟล์เพจ และส่วนตัว เพิ่มเพื่อนแลกเปลี่ยนข้อความ แชร์รูปภาพ วิดีโอ และลิงก์ และเข้าร่วมกลุ่มที่สนใจ Facebook มีฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น การสร้างเหตุการณ์ การแชท การตั้งค่าระบบฟังก์ชั่น และการแสดงความคิดเห็น

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงานมีดังต่อไปนี้

1. ศึกษาปัญหาและความต้องการ

จากการสัมภาษณ์เจ้าของหอพักวิศรุตพบว่า ปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางธุรกิจห้องพักค่อนข้างสูง อีกทั้งหอพักวิศรุตยังใช้การประชาสัมพันธ์โดยการติดป้ายประกาศ คนที่รู้จักจึงเป็นเพียงคนในละแวกใกล้เคียงหรือสัญจรผ่านเท่านั้น จึงอยากทำการประชาสัมพันธ์ทางสื่อดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อโซเชียลที่เพิ่มขึ้นในยุคปัจจุบันและเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้เข้าถึงได้มากขึ้น

2. ออกแบบรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ในขั้นตอนนี้จะทำการออกแบบเนื้อหารูปแบบ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ รวมถึงข้อความที่ใช้ในการตอบกลับเกี่ยวกับหอพักและทำการออกแบบวิธีการเผยแพร่ เช่น ช่วงเวลา จำนวนครั้งในการโพสต์ โพสต์รูปภาพ โพสต์แบบ Story โพสต์แบบวิดีโอ

3. สร้างและพัฒนาสื่อ

ใช้สื่อโซเชียล Facebook เป็นช่องทางสำหรับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เนื้อหา เช่น ถ่ายภาพ วิดีโอ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับหอพัก ให้สวยงาม ดึงดูดความสนใจและ

สร้างเพจ Facebook ตั้งชื่อเพจ ใส่รูปโปรไฟล์ รูปหน้าปก รายละเอียดเกี่ยวกับหอพัก

4. เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

หลังจากที่ทำการสร้างสื่อดิจิทัลเรียบร้อยแล้ว จะนำมาเผยแพร่บนสื่อโซเชียล Facebook และมีการโต้ตอบกับผู้ใช้งาน เช่น ตอบคำถาม คอมเมนต์

5. ประเมินผล

ทำการประเมินผลสื่อโซเชียลโดยวิเคราะห์ ยอดผู้ติดตาม ยอดการเข้าถึง ตรวจสอบเนื้อหา และทำการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

5. ผลการดำเนินงาน

หลังจากการสร้างเพจ Facebook NNNe-Business หอพักนักศึกษา เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และประชาสัมพันธ์หอพัก พบว่าเพจ ได้รับการเข้าถึงจำนวน 9,700 คน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อคอนเทนต์และโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ได้เผยแพร่ นอกจากนี้ยังมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอีก 8 คน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับหอพักวิศรุต โดยการใช้สื่อออนไลน์นี้ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลการให้บริการและติดต่อสอบถามได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ทำให้มีโอกาสในการเพิ่มยอดจองและการเข้าใช้บริการในอนาคต

5.1 การออกแบบและพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์

1) สื่อโซเชียล

ภาพ 1 หน้าเพจ Facebook

2) สื่อดิจิทัลคอนเทนต์

ภาพ 2 Template การโพสต์ตัดส่วนรูปภาพ

ภาพ 3 สตอรี่บอร์ด คลิปรีวิวจากผู้อาศัย

ตาราง 1 ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

คำทักทายผู้ใช้งาน	**เป้าหมาย : ทักทายผู้ใช้งาน** ยินดีต้อนรับเข้าสู่เพจหอพักเราได้รับข้อความคุณแล้วรายละเอียดเพิ่มเติมเราจะตอบกลับให้เร็วที่สุด
คำถามที่พบบ่อย	**เป้าหมาย : แชร์ข้อมูลคำถามที่พบบ่อย** - ค่าน้ำ - ค่าไฟ - ค่าเช่า - ค่ามัดจำหรือค่าแรกเข้า
ช่วงเวลาทำการหอพัก	**เป้าหมาย : แชร์ข้อมูลเวลาทำการ** เวลาทำการระหว่าง 06.00-22.00 น.
ตำแหน่ง	**เป้าหมาย : แชร์ข้อมูลที่ตั้งหอพัก** หอพักของเราตั้งอยู่เลขที่ 1/6 ถ.แจ้งสนิทร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุนครราชสีมา 34000 Google Map: https://maps.app.goo.gl/2sQSFUEbKUJLwQce8
ข้อมูลติดต่อ	**เป้าหมาย : แชร์ข้อมูลติดต่อ** สวัสดี ข้อมูลติดต่อเจ้าหน้าที่ เบอร์โทรศัพท์ 085-7704700 (เจ้าของหอ) เบอร์โทรศัพท์ 093-0922010 (แอดมินเพจ) เราจะตอบกลับไปในไม่ช้า

5.2 ผลการออกแบบและพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์

1) คอนเทนต์รูปภาพ สร้างสื่อที่หลากหลาย เช่น ภาพนิ่งของห้องพัก, และอินโฟกราฟิกที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ ตั้ง ใช้โปรแกรม Canva ตกแต่งอินโฟกราฟิก ใส่ตัวหนังสือ แบบอักษรและองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้รูปภาพน่าสนใจ โพสต์

เกี่ยวกับโปรโมชั่น ใส่แคปชั่นการแนะนำห้องพักแนบรูปภาพบรรยากาศนอกและภายในหอพัก

ภาพ 4 คอนเทนต์แสดงรายละเอียดและบรรยากาศหอพักวิศรุต

ภาพ 5 คอนเทนต์แสดงรายละเอียดและบรรยากาศหอพัก NN

2) คอนเทนต์วิดีโอ วางแผนคอนเทนต์ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย เช่น โพสต์เกี่ยวกับโปรโมชั่นการแนะนำห้องพัก การบริการที่มีอยู่ และรีวิวจากผู้พักอาศัย ใช้โปรแกรม CapCut ในการตัดต่อวิดีโอเพื่อแนะนำหอพัก เพิ่มเสียงเพลงเบา ๆ และใส่ซับไตเติลเพื่อให้วิดีโอน่าสนใจ ตัดต่อวิดีโอที่แสดงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในหอพัก ตัวอย่างเนื้อหาคอนเทนต์วิดีโอในเพจ

ภาพ 6 คลิป Reel บรรยากาศหอพักและแสดงสิ่งอำนวยความสะดวก

ภาพ 7 คลิป Reel รีวิวจากผู้พักอาศัย

3) ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ

3.1) ตั้งค่าข้อความตอบกลับอัตโนมัติสำหรับการสอบถามในเวลาที่ไม่ได้อยู่หน้าจอ

2) ตอบคำถามและความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ ด้วยความรวดเร็วและสุภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

ภาพ 8 ข้อความตอบกลับอัตโนมัติของเพจ

ภาพ 9 คำถามที่พบบ่อย

6. สรุปผล

หลังจากการใช้ Facebook เป็นเครื่องมือหลักในการประชาสัมพันธ์หอพักวิศรุต พบว่าผลลัพธ์ที่ได้มีความโดดเด่น โดยเฉพาะการเติบโตของผู้ติดตามเพจ และการเข้าถึงคอนเทนต์ ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก การเข้าถึงทั้งหมดของเพจเพิ่มขึ้นถึง 9.7 พันครั้ง และการเข้าชมเพจ รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานสูงขึ้น ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายต่อข้อมูลและโปรโมชั่นที่เผยแพร่ นอกจากนี้ยังพบว่ามีการ สอบถามข้อมูล เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้ารับรู้ข้อมูลจาก Facebook โดยตรง ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล การติดต่อสอบถามผ่านเพจ Facebook กลายเป็นช่องทางสำคัญในการดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ และช่วยสร้างการรับรู้ให้กับหอพักวิศรุตมากขึ้น

6.1 การศึกษาความพึงพอใจสื่อ

การประเมินความพึงพอใจในการประยุกต์ใช้สื่อโซเชียลเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจหอพัก โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ที่เห็นสื่อ จำนวน 40 คน ทำการประเมินทั้งหมด 3 ด้าน คือด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและด้านการปฏิสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 2-4

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. เนื้อหามีความถูกต้อง	4.47	0.751	มาก
2. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเข้าใจง่าย	4.58	0.712	มาก
3. เนื้อหามีประโยชน์กับผู้ชม	4.48	0.679	มาก
4. ข้อความตอบกลับอัตโนมัติ ครบถ้วน ตรงประเด็น	4.45	0.846	มาก
รวม	4.49	0.747	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.49

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านการออกแบบ

ด้านการออกแบบ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. โลโก้ หน้าปก มีความเหมาะสม	4.57	0.747	มาก
2. ธีม สี รูปแบบของสื่อโซเชียล มีความเหมาะสม	4.55	0.677	มาก
3. คอนเทนต์ภาพนิ่งมีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหา	4.60	0.591	มาก
4. คอนเทนต์วิดีโอมีความเหมาะสมตรงกับเนื้อหา	4.37	0.774	มาก
5. คอนเทนต์ที่เป็นข้อความ สีและขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่านและการมองเห็น	4.48	0.751	มาก
รวม	4.51	0.708	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.51

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านการปฏิสัมพันธ์

ด้านการปฏิสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. ข้อความตอบกลับอัตโนมัติสามารถตอบคำถามได้ตรงประเด็น	4.45	0.639	มาก
2. สามารถตอบคำถามได้ทันที	4.50	0.751	มาก
3. ความสะดวกในการใช้งาน	4.50	0.599	มาก
รวม	4.48	0.663	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ด้านการปฏิสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.48

จากผลการประเมินความพึงพอใจโดยเฉลี่ยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการปฏิสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.49

7. ข้อเสนอแนะ

1) เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น ควรขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น INSTAGRAM และ TIKTOK ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นและคนทำงาน การใช้หลายแพลตฟอร์มจะช่วยเพิ่มการรับรู้และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้อย่างหลากหลายและครอบคลุมยิ่งขึ้น

2) ควรการรักษาความสม่ำเสมอในการเผยแพร่คอนเทนต์บนเพจถือเป็นสิ่งสำคัญ แม้ว่าการเผยแพร่คอนเทนต์จะสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ดี แต่ควรมีการจัดตารางการโพสต์อย่างสม่ำเสมอ พร้อมกับสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่น่าสนใจอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมและความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย

3) การตอบกลับข้อความและการตอบคำถามจากลูกค้าบางครั้งอาจล่าช้าเนื่องจากยังไม่มีทีมงานดูแลเพจอย่างเป็นทางการ ควรแก้ไขด้วยการใช้ระบบตอบกลับอัตโนมัติของ Facebook เพื่อช่วยตอบคำถามเบื้องต้นในกรณีที่ทีมงานไม่สามารถตอบกลับได้ทันที นอกจากนี้ การจัดการทีมดูแลเพจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการแบ่งหน้าที่และกำหนดเวลาตอบกลับที่ชัดเจน จะช่วยให้การให้บริการลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่นและทันเวลา

เอกสารอ้างอิง

[1] ชุดิมา ชาตรี. [Online] 2562. การประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดผ่านสื่อโซเชียลโดยใช้เฟซบุ๊ก. [สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2567] จาก https://e-research.siam.edu/wpcontent/uploads/2020/07/LiberalArtshospitality-industry-2019-coop-Public-Relations-andMarketing-Through-Social-Media-by-Using-Facebook_compressed.pdf.

[2] ชวนพิศ เที่ยวแสวง. [Online] 2566. การประชาสัมพันธ์. [สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2567] จากhttps://www.thaigoodview.com/knowledge/19279/public-relations

[3] ธนพร หลักทอง. **การตลาดออนไลน์อาวุธลับของธุรกิจที่พักรายเดือน ในย่านถนนเกษตร-นวมินทร์**. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล. 2566.

[4] พิชาภรณ์ ทองเสวต, สุวรรณ เดชน้อย, และสำราญ บุญเจริญ. "ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมอินทรา จังหวัดสิงห์บุรี". **วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์** ปีที่ 16, ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2565). หน้า 1-16.

[5] อัษฎา วรรณกายนต์, นิคม ลนขุดทด, สุชาติ ดุมนิล, และอภิชัย ไพรสินธุ์. "การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิจัย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟสบุ๊ค". **วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์** ปีที่ 9, ฉบับที่ 12 (ธันวาคม 2565). หน้า 60-76.

[6] Judprakai – จุดประกาย, [Online] 2566. Canva คือโปรแกรมอะไร เริ่มต้นการใช้งานอย่างไรดี. [สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2567] จาก https://judprakai.com/canva.

[7] Kingcopywriting. [Online] 2564. คอนเทนต์ (Content) คืออะไร? สำคัญอย่างไร สร้างคอนเทนต์แบบไหน ให้ถูกใจผู้อ่าน. [สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2567] จาก https://kingcopywriting.com /what-is-content.

[8] Mindphp. [Online] 2565. Facebook คืออะไร Facebook คือเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์. [สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2567] จาก https://www.mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/2388-facebook-คืออะไร.html.

[9] O.T.K.. [Online] 2566. คนไทยเข้าเว็บอะไรมากที่สุด? เช็คสถิติการใช้สื่อดิจิทัล อินเทอร์เน็ต ของคนไทย ปี 2566. [สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2567] จาก https://droidsans.com/the-state-of-digita-in-thailand-in-2566.

[10] PHAKPON JERANATHEP. [Online] 2565. การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Digital media creation on social networks. [สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2567] จาก https:// library.wu. ac.th/km/การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล.

[11] Thanankorn Chunuan. [Online] 2566. การใช้ Capcut กับการสร้าง / ตัดต่อ VDO Content อย่างง่าย. [สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2567] จาก http://km.ict.buu.ac.th/?p=11710.