

การประชาสัมพันธ์ทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด

สนับสนุนโดยบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

ชลทิศ สุภาสิบ¹, ธาตุต รัตนประทุม, ภาคิน ประกอบการ¹, ภิญญ์หวังโสภารักษ์¹, วสิทธิ์ สติวรพงศ์¹
ชนนธ์ หนูทอง, ผ.ศ.ปภาวี วงษ์วรพินิต³ สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล คณะศิลปศาสตร์
39 หมู่ที่ 1 ถนนรังสิต - นครนายก อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110

สถานที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา : บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)
ตั้งอยู่เลขที่ 66/26-29 ถนนรามอินทราซอย 40 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230

บทคัดย่อ

สโมสร เมืองทอง ยูไนเต็ด ได้ก่อตั้งเมื่อปี 1989 ภายใต้ ชื่อ “สโมสรฟุตบอลหนองจอกพิทยานุสรณ์” โดยกลุ่มบริษัท สยามสปอร์ต จำกัดได้เข้ามาควบคุมกิจการ(Takeover) สโมสรในปี 2007 และเปลี่ยนชื่อไปเป็น “สโมสรเมืองทอง ยูไนเต็ด” เป้าหมาย โดยมีแผนระยะสั้น 1ปี และระยะยาว 3 ปี จะผลักดันให้ทีมเมืองทอง ยูไนเต็ดก้าวขึ้นสู่แชมป์ระดับอาเซียน ภายใต้งบประมาณความพร้อมและ ต่อเนื่องกัน โดยใช้สโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดและลิเวอร์พูลเป็นโมเดลทำให้ปี 2007 ได้แชมป์ดิวิชั่น 2 ปี 2008 ได้แชมป์ดิวิชั่น 1 ใน และปี 2009 ได้แชมป์ไทยลีกซึ่งเป็นสูงสุดของประเทศเป็นครั้งแรกในปี 2010 ยังรักษาแชมป์ไทยลีกครั้งที่สอง และได้สิทธิลงเล่นในรายการระดับทวีปเป็นครั้งแรกซึ่งสามารถไปถึงรอบตัดเชือกด้วย แม้ในปี 2011 เมืองทอง ยูไนเต็ด ไม่สามารถป้องกันแชมป์ลีกได้แต่ในปี 2012 สโมสรฯ กลับมาประสบความสำเร็จคว้าแชมป์ลีกอีกครั้งอย่างไรก็ตาม จากสถิติการขายตั๋วเข้าชมพบว่าในฤดูกาล 2013 ยอดผู้ชมการแข่งขัน กลุ่มผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะหาแนวทางเพิ่มแฟนบอลให้เข้ามาทำความรู้จักทีมสโมสร เอสซีจีเมืองทอง ให้มากขึ้นโดยการใช้ระบบ Internet ด้วยการใช้ Facebook เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ให้กับทีมอีกทางหนึ่ง ซึ่งมีเป้าหมาย เป็นบุคคลทั่วไป โดยเริ่มประชาสัมพันธ์ในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และตั้งเป้าหมายการเข้าเยี่ยมชม(Add)เฟสบุ๊กของทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ดจำนวน 1,000 คน ภายในระยะเวลา 2 เดือนซึ่งผลการเข้าเยี่ยมชม(Add)เฟสบุ๊กของทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ดได้ตามเป้าหมายภายในเวลาที่กำหนดและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

คำสำคัญ : Facebook, เข้าเยี่ยมชม(Add)

1. วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ

ประชาสัมพันธ์ทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด โดยระบบ Internet ด้วยการใช้ Facebook

2. สมมุติฐานการศึกษา

นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เข้าเยี่ยมชม (Add)เฟสบุ๊กของทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ดจำนวน 1,000 คน ภายใน 2 เดือน

3.2 ด้านประชากร ได้แก่กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,000 คนที่เข้าเยี่ยมชม

3.3 ด้านพื้นที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3.4 ด้านเวลา ตั้งแต่ 1 สิงหาคม ถึง 30 กันยายน 2556

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

4.1 ทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ดมีช่องทางประชาสัมพันธ์ให้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในระบบ Social networkทำให้มีผู้รู้จักทีม ฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด เพิ่มขึ้น

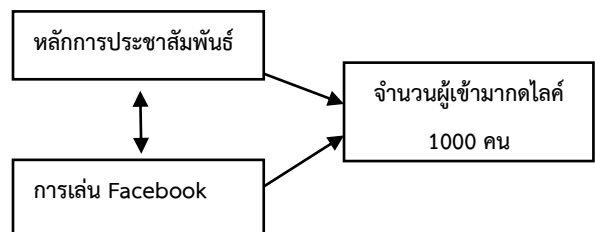
4.2 แนวทางการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกทีมที่สนใจ

4.3 เป็นต้นแบบในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเยาวชนในการใช้ระบบ Social network ให้คุ้มค่าประสิทธิภาพ

4.4 เป็นช่องทางให้บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ส่งข่าวสารและประชาสัมพันธ์ตนเองให้กับกลุ่ม Social Network ได้อย่างฉับไว ทันเหตุการณ์

5. กรอบแนวคิดในการศึกษา

การกำหนดกรอบแนวคิดโดยผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์จากทฤษฎี และหลักการต่างๆ แล้วใช้หลักการของ Facebook จากระบบ Internet เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

6. วิธีการดำเนินการ

6.1 สถานที่ในการปฏิบัติงาน บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) (Siam Sport Syndicate Public Company Limited) ตั้งอยู่เลขที่ 66/26-29 ถนนรามอินทราซอย 40 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230 โทรศัพท์ 02-5088000
Website : www.siam sport.co.th
E-mail: webmaster@siam sport.co.th

6.2 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานเริ่มดำเนินการฝึกงาน วันที่ 4 มิถุนายน ถึงวันที่ 4 ตุลาคม 2556 รวมเป็น 4 เดือน

6.3 รายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงาน บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2516 ภายใต้ชื่อ "ห้างหุ้นส่วนจำกัด สยามสปอร์ตพับลิชซิง" โดยนายระวี โพลทอง เริ่มดำเนินธุรกิจด้านนิตยสารกีฬาและรับจ้างพิมพ์ทั่วไป ในปี 2538 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ทำธุรกิจที่เกี่ยวกับกีฬาและสหนาการโดยเป็นผู้ผลิต และจำหน่ายด้านสิ่งพิมพ์กีฬา ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์จำนวน 7 ฉบับได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน มวยสยามรายวัน สตาร์ช็อคเกอร์ รายวัน สปอร์ตพูล สปอร์ตแมน ตลาดลูกหนังรายวัน และสยามดารารายวัน ธุรกิจด้านเว็บไซต์ คือ www.siam sport.co.th ซึ่งรายได้มาจากค่าโฆษณา และขายหนังสือพิมพ์และจากเว็บไซต์ และการบริหารลิขสิทธิ์ฟุตบอลโดยปัจจุบันเป็นผู้ให้การสนับสนุนสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด อย่างเต็มรูปแบบ

6.4 แผนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงาน

รายการ	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
1.ศึกษาข้อมูล	←→				
2.รวบรวมข้อมูล	←→			→	
3. ออกแบบรูปเล่ม		←→			
4. ประเมินผล		←→			
5. ปรับปรุง				←→	
6. จัดทำรายงาน				←→	
7. นำเสนอผลงาน					↔

6.5 งบประมาณดำเนินการ: 3,000 บาท

6.6 ขั้นตอนการทำโครงการ

6.6.1 สรุประเบียบปัญหาในระหว่างการปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และหาสาเหตุของปัญหา พร้อมทั้งหาแนวทางแก้ปัญหา

6.6.2 ร่างโครงการ โดยกำหนดประเด็นปัญหา สาเหตุ และแนวทางการแก้ปัญหา

6.6.3 นำโครงการปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบประเด็นปัญหา รูปแบบรายงาน และแนวทางดำเนินงานต่อไป

6.6.4 จัดทำรูปเล่มรายงานตามแบบของสหกิจศึกษาและส่งให้ที่ปรึกษา ตรวจสอบประเมินผล

6.6.5 ปรับปรุงรายงานให้ถูกต้องยิ่งขึ้น โดยเพิ่มข้อมูลส่วนที่ไม่สมบูรณ์ แก้ไขข้อผิดพลาด

6.6.6 จัดทำเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

6.6.7 นำเสนอผลงานต่อเจ้าหน้าที่ของบริษัท

6.7 การดำเนินการทำโครงการ

การประชาสัมพันธ์ทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง โดยการ ใช้ Facebook ในระบบ Social network ซึ่งมีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

6.7.1 ประชากร ได้แก่กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่กำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2556 ทุกระดับชั้น โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่กลุ่มคนที่เข้าเยี่ยมชม(Add)เฟสบุ๊คของทีมฟุตบอลสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ดแล้วถูกใจ หรือกดไลค์โดยมีเป้าหมายที่ 1000 คน

6.7.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือหน้า Page เมืองทอง ดังภาพที่ 2 ที่มีปุ่มกดถูกใจหรือกดไลค์(ลูกศรสีฟ้า)



ภาพที่ 2 หน้า Page เมืองทองฯ ที่จัดทำขึ้น

6.7.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลนับจำนวนผู้เข้ามาดูคลิก (Like) ที่หน้า Page โดยกดปุ่มถูกใจ (Like) เป็นจำนวนตัวเลข(ลูกศรสีแดง) ดังภาพที่ 2

6.7.4 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้คำร้อยละ เป็นสถิติสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล

6.7.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่วันที่ 9 กรกฎาคม 2556 ถึงวันที่ 9 กันยายน 2556

7. ผลการดำเนินการ

การดำเนินโครงการเรื่อง การประชาสัมพันธ์ทีมฟุตบอลโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ทีมฟุตบอล โมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด โดยการใช้ Facebook ในระบบ Social network มีผลการดำเนินการ

7.1 ผลการศึกษา

7.1.1 ผลการกดถูกใจ (Like) บนหน้าPage ทีมฟุตบอลโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด มีจำนวนผู้เข้ามาดูคลิก (Like) ที่หน้า Page 1,248 คน

7.1.2 จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกพบว่า ในภาพรวมมีจำนวนผู้ถูกใจทั่วโลก 1,254 คนโดยปิดการกดโลกในวันที่ 9 กันยายน 2556 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 3 รายละเอียดของผู้กดโลก วันที่ 9 กันยายน 2556

ในการกดโลก วันที่ 9 กันยายน 2556 พบว่ามีผู้กดโลก 1,254 คน มีผู้เข้ามาอ่านข้อมูลที่โพสต์ลงใน Page 1,336 คน โดยผู้มีส่วนร่วมเข้ามาอ่านใน โพสต์ตามรายละเอียดจากภาพที่ 4 และมีผู้มีส่วนร่วมใน โพสต์ 175 คน

หมายเลข	โพสต์	ประเภท	การกดถูกใจ (Like)	การแชร์	การมีส่วนร่วม	ปิดโลก
07/09/2013 14:09	ฟุตบอลโลก เอเชียนคัพ 2014 รอบคัดเลือก "อาเซียน" นัดที่ 11 ไทย พบ สิงคโปร์	กีฬา	274	44	13	ปิดโลก
09/09/2013 11:28	ราชบัณฑิตยสถาน วันที่ 7 เดือน	กีฬา	246	51	3	ปิดโลก
09/09/2013 11:24	เชลซี ยิง สิงคโปร์ 4 ประตู 7 ประตู สิงคโปร์	กีฬา	339	25	9	ปิดโลก
02/09/2013 11:02	สิงคโปร์ พบ สิงคโปร์ 7 ประตู สิงคโปร์	กีฬา	307	16	17	ปิดโลก
31/08/2013 22:04	ฟุตบอล ไทยพบสิงคโปร์ FT สิงคโปร์ 0 - 3 (09:00)	กีฬา	382	4	4	ปิดโลก
29/08/2013 09:09	ฟุตบอลไทย FA Cup FT สิงคโปร์ 3 - 3 (09:00)	กีฬา	412	2	5	ปิดโลก

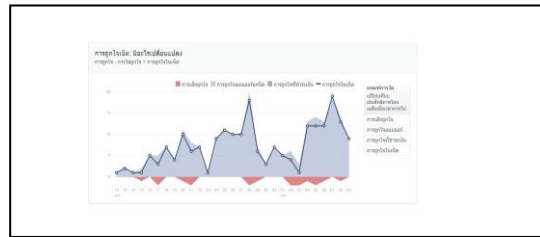
ภาพที่ 4 จำนวนผู้เข้ามาอ่าน โพสต์ในวันที่ 9 กันยายน 2556

7.1.3 ผู้เข้ามากดเพิ่มขึ้นตลอดจากวันที่ 12 สิงหาคม ถึงวันที่ 9 กันยายน 2556 รายละเอียดจากภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แนวโน้มของผู้เข้ามาดูคลิก

7.1.4 ความถูกใจในหน้า Page มีผู้ถูกใจเฉลี่ยแต่ละวันประมาณ 10 คน ส่วนผู้ที่ไม่ถูกใจเฉลี่ยที่ 3 วันต่อ 1 คน ตามรายละเอียดใน ภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ความถูกใจในหน้า Page ของผู้ถูกใจและไม่ถูกใจ

7.1.5 ผู้ที่เข้ามากดโลกที่หน้า Page แบ่งเป็นผู้หญิง 40 เปอร์เซนต์ ผู้ชาย 60 เปอร์เซนต์

7.1.6 ผู้มีส่วนร่วมได้โพสต์เข้าสอบถามเรื่องบัตรการแข่งขัน 3 คน และ 1 ใน 3 เป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาสอบถามเรื่องการซื้อของที่ระลึก



ภาพที่ 7 ชาวต่างชาติที่เข้ามาสอบถามเรื่องการซื้อของที่ระลึก

8. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาตั้งแต่วันที่ 9 กรกฎาคม 2556 ถึงวันที่ 9 กันยายน 2556 ได้ผลการศึกษา ดังนี้

8.1 ผู้เข้าชมทั่วโลกในช่วงเวลาที่ศึกษา 2 เดือน มีจำนวน 1,254 คน ซึ่งได้ผลตามเป้าหมายที่กำหนด และมีแนวโน้มมากขึ้นเฉลี่ยวันละ 5 คน

8.2 ผู้อ่านโพสต์มีจำนวน 1,336 คน (ผู้เข้าถึงโพสต์)แสดงให้เห็นถึงความสนใจของผู้เข้าถึงโพสต์ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

8.3 ผู้กดไลค์เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง 20 เปอร์เซ็นต์

8.4 ผู้ที่ต้องการติดตามข้อมูล ข่าวสารของ Page จะต้องกดไลค์หน้า Page ก่อน จึงจะสามารถอ่านข้อมูลได้

9. การอภิปรายผล

9.1 ผู้กดไลค์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอาจมีสาเหตุมาจากการอัปเดตข้อมูลข่าวสารของสโมสร ของวงการฟุตบอลในประเทศไทยโดยเฉพาะทีม SCG เมืองทอง มีแฟนบอลให้ความสนใจโดยตลอด ซึ่งสอดคล้องกับ[1]ยุค เบญจรงค์กิจ(อ้างอิงใน สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์,2555: 7) กล่าวถึงการนำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร เน้นที่ความสำคัญของผู้รับสารในฐานะที่เป็นปัจจัยหลักในการที่จะตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเนื้อหาของสารที่สามารถสนองต่อความต้องการของบุคคล จนนำไปสู่ความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร จากการใช้สื่อและการเปิดรับต่อสารนั้นๆ และอาจกลายเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ในการหล่อหลอมพฤติกรรมต่อการเปิดรับรายการประเภทเดียวกัน ในครั้งต่อไป การใช้สื่อเพื่อช่วยตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสาร

9.2 ผู้อ่านโพสต์เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงเป็นเพราะกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ผู้ชายนิยมเล่นมากกว่าผู้หญิง จำนวนผู้หญิงที่อ่านโพสต์ 40 เปอร์เซ็นต์ ถือว่าเป็นจำนวนที่ไม่น้อย

9.3 ผู้อ่านโพสต์ยังมีชาวต่างชาติซึ่งแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของหน้า Page ซึ่งสอดคล้องกับ[2]ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (gatekeeper theory) กล่าวถึงนักสื่อสารมวลชนมีหน้าที่เลือกสรร ตักตวงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ก่อนนำเสนอไปยังผู้รับสาร คล้ายทำหน้าที่เป็นผู้ปิดและเปิดประตู (gatekeeper) หรือนายทวารข่าวสาร หรือผู้เฝ้าประตู หมายถึงผู้ที่กั้นกอลงข่าวสารเพื่อส่งผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้รับสาร ข่าวสารจะไหลผ่านช่องทาง ที่ประกอบด้วยบริเวณประตูที่ปล่อยหรือกักข่าวสารต่างๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้หรือจากการวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูว่าจะให้ข่าวสารไหลผ่านไปหรือไม่ หรือข่าวสารใด ควรไปถึงผู้รับสารล่าช้า หรือข่าวใดควรตัดทิ้ง แนวคิดนี้ ได้รับการอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน หรือเปรียบได้กับบุคคลที่ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสารที่อยู่ระหว่างข่าวสารและผู้รับสารจากสื่อมวลชน

10. ประเด็นปัญหาในการทำโครงการ

10.1 คณะผู้จัดทำไม่สามารถหาข้อมูลจากบริษัทได้สมบูรณ์ เนื่องจากข้อมูลบางส่วนเป็นความลับของบริษัท

10.2 ในการประชาสัมพันธ์สโมสรฟุตบอล เมืองทอง อยู่ในดีด อาจจะมีผู้ประสงค์ร้ายโจมตีในเชิงลบ และ ให้ข้อมูลบิดเบือนความจริง ซึ่งทำให้สโมสรเสื่อมเสียชื่อเสียง

11. ข้อเสนอแนะในการประชาสัมพันธ์

11.1 ต้องหลีกเลี่ยงคำพูดที่รุนแรงในการให้ข้อมูลหรือตอบกลับ

11.2 ผู้สนใจจากหน้า Page สามารถลิงค์ไป Website หลักของทีม SCG เมืองทองซึ่งสามารถนำหลักการนี้ไปใช้กับงานด้านอื่นหรือสโมสรอื่นเพื่อเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ได้

11.3 สามารถนำแนวคิดในการประชาสัมพันธ์ในระบบ Social Network ไปใช้กับงานด้านอื่นๆได้อีก ทั้งยังเป็นการประหยัดงบประมาณอีกด้วย

11.4 บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) สามารถนำวิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ Facebook สร้างเครือข่ายในการประกอบธุรกิจอย่างอื่นได้

12. ปัญหาในการปฏิบัติหน้าที่

หน้าที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลการฝึกงาน ของกลุ่มผู้ทำโครงการมีดังนี้

12.1 ไม่ทราบความหมายของศัพท์ในบริบทของข่าวกีฬา

12.2 เขียนรูปแบบของข่าวไม่ถูกต้อง

12.3 มีความรู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับนักฟุตบอล และ ทีมฟุตบอลไม่เพียงพอ

12.4 ไม่ทราบชื่อนักฟุตบอลในลีกของต่างประเทศ

13. ข้อเสนอแนะในการฝึกสหกิจศึกษา

13.1 ศึกษาความหมายของคำศัพท์เฉพาะทางกีฬาและรูปแบบการเขียนข่าวจากคู่มือการแปลข่าว

13.2 ศึกษาชื่อนักกีฬาและสโมสรฟุตบอลจากข้อมูลเก่าของบริษัท สยามสปอร์ต จำกัด ที่ได้ตีพิมพ์ไว้

14. สรุป

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาผู้ฝึกจำเป็นต้องเรียนรู้กระบวนการทำงานของสถานประกอบการ ระเบียบ ประเพณีต่างๆ และต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้เร็วที่สุด ในการปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ควรพัฒนาวิธีการทำงานด้วยการสร้างนวัตกรรมการทำงานใหม่ๆ เช่นการช่วยประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของ Internet โดยใช้ Facebook ซึ่งได้ผลตามเป้าหมายภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดหรืออาจหาวิธีการอื่นๆที่เห็นว่าไม่ประโยชน์ไม่ขัดต่อวัฒนธรรมองค์กร

15. กิตติกรรมประกาศ

การปฏิบัติสหกิจศึกษาคั้งนี้จะสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีไม่ได้ หากขาดคำปรึกษาจากบุคคลเหล่านี้

นาย ชนนท์ หนูทอง ผู้ช่วยบรรณาธิการฝ่ายแปลข่าว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปภาวี วงษ์วรพนิต ผู้นิเทศการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

อาจารย์ฝ่ายสหกิจศึกษาทุกท่านและบุคลากร ทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม

ขอขอบคุณทุกท่าน ทั้งที่กล่าวนาม และไม่ได้กล่าวนาม หากมีข้อผิดพลาดประการใด ที่ขาดตกบกพร่องหรือล่วงเกินผู้ใด คณะผู้จัดทำขออภัย และยินดีน้อมรับคำติชมด้วยความปรารถนา

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักพัฒนานโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์. **แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชน.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพัฒนานโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์, 2555.
- [2] อัญญิการ์ สการะเศรณี “หนังสือพิมพ์กีฬาที่มีผลต่อการเล่นพนันของวัยรุ่นไทย” ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชนคณะมนุษยศาสตร์ กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติผู้เขียนบทความ



นาย ชลทิศ สุภาสืบ
สาขา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
ที่อยู่ 490/2 หมู่ 1 ตำบล เชียงคาน
อำเภอ เชียงคาน จังหวัด เลย 42110
โทร 086-1279628



นายภาคิน ประกอบการ
สาขา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
ที่อยู่ 39/187 ม.พรพิมาน ต.รังสิต อ.ธัญบุรี
ธ.รังสิต-นครนายก จ.ปทุมธานี 12120
โทร 087-5972933



นาย ภิญญู หวังโสภารักษ์
สาขา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
ที่อยู่ 27/12-13 ซุมเพลส ต.คลองหก อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี 12120
โทร 086-6666592



นาย ธาตุ รัตนประทุม
สาขา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
ที่อยู่ 60/78 สถาบันธัญญารักษ์ อ.พหลโยธิน
ต.ประชาธิปไตย อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130
โทร 08-06172771



นาย วิสิทธิ์ สติตรพงศ์
สาขา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
ที่อยู่ 95/45 หมู่ 1 ถ. สายไหม ซ. 78
ช. สายไหม อ. สายไหม 10220
โทร 082-2777512