

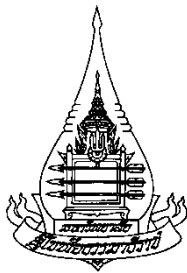


รายงานผลการดำเนินโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ 47 ปี

เรื่อง “มสร. สู่เครือข่ายดิจิทัลสร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่”

จัดโครงการโดย
นางลักขณา ทศนาร
สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ได้รับจัดสรรงบประมาณเงินรายได้
ในการดำเนินโครงการกิจกรรมทางวิชาการ
เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ 47 ปี
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568



รายงานผลการดำเนินโครงการกิจกรรมทางวิชาการ
เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ ๔๗ ปี

เรื่อง “ มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัลสร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่ ”

จัดโครงการโดย

นางลักขณา ทศนาธร

สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ได้รับจัดสรรงบประมาณเงินรายได้
ในการดำเนินโครงการกิจกรรมทางวิชาการ
เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ ๔๗ ปี
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

คำนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในภาคการศึกษาของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการหรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการพัฒนาตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นมหาวิทยาลัยทางไกลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้ตระหนักถึงความสำคัญจำเป็นในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Market) ที่เป็นแนวโน้มสำคัญของการศึกษาและเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ดังนั้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนโยบายต่างๆ ของมหาวิทยาลัยรวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักศึกษาและลูกค้า สำนักพิมพ์จึงเห็นความสำคัญของการนำองค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล อีกทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย สำนักพิมพ์จึงได้จัดทำโครงการเรื่อง มสธ. สู่วิชาการตลาดดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลให้กับนักศึกษา ศิษย์เก่า บุคลากร มสธ. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และประชาชนทั่วไปในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ให้บริการวิชาการแก่สังคม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ผู้รับผิดชอบโครงการ ขอขอบคุณวิทยากร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลลิตา สันติวรวัธน์ ที่ให้ความอนุเคราะห์และให้เกียรติมาเป็นวิทยากร รวมทั้งผู้เข้าร่วมโครงการอบรมทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมทำให้โครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีทุกประการ

นางลักขณา ทิศนารถ

ผู้รับผิดชอบโครงการ

สารบัญ

	หน้า
รายละเอียดโครงการ	๑
ผลการดำเนินโครงการฯ	๕
สรุปผลการดำเนินโครงการฯและข้อเสนอแนะ	๑๑
 ภาคผนวก	 ๑๒
ภาคผนวก ก	๑๓
ภาคผนวก ข	๒๒
ภาคผนวก ค	๓๐
ภาคผนวก ง	๔๓
ภาคผนวก จ	๔๘
ภาคผนวก ฉ	๕๖

รายละเอียดโครงการ



โครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี

๑. ชื่อโครงการ “มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่”

๒. ผู้รับผิดชอบ นางลักขณา ทิศนาธร

๓. หลักการและเหตุผล

เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในภาคการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการหรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการพัฒนาตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัลมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เป็นมหาวิทยาลัยทางไกลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Market) ที่เป็นแนวโน้มสำคัญของการศึกษาและเศรษฐกิจในปัจจุบัน

สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มีพันธกิจที่สำคัญในการเผยแพร่และจัดจำหน่ายเอกสารการสอนและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายให้กับนักศึกษา ประชาชนที่สนใจทั่วไป เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป สำนักพิมพ์จึงเห็นความสำคัญของการนำองค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล อีกทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย โดยบุคลากรของสำนักพิมพ์มีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อเป็นการจัดการความรู้ของหน่วยงานในเชิงระบบและเผยแพร่สู่บริการวิชาการแก่สังคม สำหรับพิมพ์จึงได้จัดทำโครงการเรื่อง มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลให้กับนักศึกษา ศิษย์เก่า บุคลากร มสธ. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และประชาชนทั่วไปในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ให้บริการวิชาการแก่สังคม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

๔. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล
๒. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย
๓. เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะในด้านการตลาดดิจิทัล

๕. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากร นักศึกษา ประชาชนทั่วไป หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประมาณ ๓๐ คน

๖. วิธีการดำเนินงาน (รูปแบบจัดกิจกรรม)

- (✓) เฟซบุ๊ก ๓ มสธ. () Online () ผสมผสาน
๑. ประชาสัมพันธ์โครงการ “มสธ. สู่วิชาชีพดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่” ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่ม เว็บไซต์สำนักพิมพ์
 ๒. เปิดรับลงทะเบียนล่วงหน้า/และลงทะเบียนงาน
 ๓. เชิญวิทยากรผู้มีความรู้ ความสามารถ และเชี่ยวชาญในหัวข้อเรื่อง Digital Marketing การสร้างรายได้ ออนไลน์ การทำคอนเทนต์ และความรู้เกี่ยวกับการสร้างแพลตฟอร์มผ่านช่องทางดิจิทัล
 ๔. จัดกิจกรรมกลุ่มและนำเสนอ และรับคำแนะนำจากวิทยากร
 ๕. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และเอกสารสำหรับการอบรม
 ๖. ประเมินผลลัพธ์/ความพึงพอใจจากการจัดโครงการฯ

๗. ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม

วันที่ ๒๙ สิงหาคม ๒๕๖๘ เวลา ๐๘.๓๐ – ๑๖.๐๐ น.

๘. สถานที่จัดโครงการ

ห้องวิดิทัศน์ อาคารห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

๙. งบประมาณ งบประมาณค่าใช้จ่าย

(ระบุค่าใช้จ่ายของโครงการตามหมวดหมู่ของค่าใช้จ่าย ตามระเบียบการจัดทำงบประมาณ)

(✓) หมวดค่าตอบแทน จำนวน.....๑,๘๐๐.....บาท
วิทยากรภายใน จำนวน ๒ ท่าน (๓ ชั่วโมง x ชั่วโมงละ ๓๐๐ บาท x ๒ คน)
= ๑,๘๐๐ บาท

- () หมวดค่าใช้สอย จำนวน.....๖,๘๐๐.....บาท
- ค่าห้องประชุม ห้อง ๒๓๔ อาคารสัมมนา ๒ วันละ ๑,๒๐๐ บาท จำนวน ๑ วัน
 $(๑,๒๐๐ \text{ บาท} \times ๑ \text{ วัน}) = ๑,๒๐๐ \text{ บาท}$
 - ค่าอาหารกลางวัน จำนวน ๑ มื้อ มื้อละ ๘๐ บาท
 $(๘๐ \text{ บาท} \times ๓๕ \text{ คน}) = ๒,๘๐๐ \text{ บาท}$
 - ค่าอาหารว่าง จำนวน ๒ มื้อ มื้อละ ๔๐ บาท
 $(๔๐ \text{ บาท} \times ๓๕ \text{ คน} \times ๒ \text{ มื้อ}) = ๒,๘๐๐ \text{ บาท}$
- (✓) หมวดค่าวัสดุ จำนวน.....๒,๗๐๐.....บาท
- กระเป๋ (สกรีนโลโก้ ครอบรอบ ๔๗ ปี มสธ. สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ)
 $(๒๐ \text{ บาท} \times ๓๐ \text{ คน}) = ๖๐๐ \text{ บาท}$
 - ปากกา (สกรีนโลโก้ ครอบรอบ ๔๗ ปี มสธ. สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ)
 $(๒๐ \text{ บาท} \times ๓๐ \text{ คน}) = ๖๐๐ \text{ บาท}$

รวมทั้งสิ้น ๑๑,๓๐๐ บาท

๑๐. ผู้รับผิดชอบ (โปรดระบุชื่อ-นามสกุล และหมายเลขโทรศัพท์)

นางลักขณา ทศนาธร สำนักงานเลขานุการ สำนักพิมพ์ โทร. ๗๖๗๗

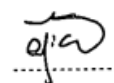
๑๑. การติดตามและประเมินผล

- ผลงานการออกแบบแพลตฟอร์มของผู้เข้าร่วมโครงการ
- แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ

๑๒. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล
๒. ผู้เข้าร่วมโครงการเกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย
๓. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะในด้านการตลาดดิจิทัล

ลงชื่อ.....ผู้บริหาร



หน่วยงาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จีรานุช บุตติจัน)

ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์

กำหนดการโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ ๔๗ ปี

ภายใต้แนวคิด “มหาวิทยาลัยดิจิทัลเพื่อการศึกษาทางไกล”

“มสธ. คู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่”

วันที่ ๒๙ สิงหาคม ๒๕๖๔ เวลา ๐๘.๓๐ – ๑๖.๐๐ น.

ณ ห้องวิทัศน์ อาคารห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มสธ.

๐๘.๓๐ – ๐๙.๐๐ น.	ลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ประสานงานรับลงทะเบียน และพิธีเปิดโครงการฯ
๐๙.๐๐ – ๑๐.๓๐ น.	บรรยายเรื่อง “แนวทางสู่เครือข่ายดิจิทัล”
๑๐.๓๐ – ๑๐.๔๕ น.	พักรับประทานอาหารว่าง
๑๐.๔๕ – ๑๒.๐๐ น.	บรรยายเรื่อง “ช่องทางการสร้างรายได้ยุคใหม่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล”
๑๒.๐๐ – ๑๓.๐๐ น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
๑๓.๐๐ – ๑๔.๓๐ น.	เวิร์กช็อป ออกแบบแผนการดำเนินงานดิจิทัลสร้างรายได้ให้ผู้เข้าร่วม แบ่งกลุ่มวิเคราะห์และนำเสนอเบื้องต้น
๑๔.๓๐ – ๑๔.๔๕ น.	พักรับประทานอาหารว่าง
๑๔.๔๕ – ๑๕.๓๐ น.	บรรยายเรื่อง “กลยุทธ์ร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และ สถาบันการศึกษา”
๑๕.๓๐ – ๑๖.๐๐ น.	ถาม-ตอบ และสรุปผล วิทยากรร่วมตอบข้อซักถาม

ผลการดำเนินโครงการ

โครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี

“มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่”

การจัดโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี “มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัล” สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่” เป็นโครงการการอบรม จัดขึ้นเมื่อวันที่ ๒๙ สิงหาคม ๒๕๖๘ ณ ห้องวิดิทัศน์ อาคารห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในการจัดโครงการในครั้งนี้เพื่อผู้เข้ารับการอบรมได้รู้การส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล สามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านโซเชียลมีเดียและเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะในด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ด้านตลาดดิจิทัล ผู้เข้าร่วมโครงการกิจกรรมประกอบด้วยบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและผู้สนใจทั่วไป จำนวน ๓๐ คน

การจัดโครงการกิจกรรมทางวิชาการ “มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่” มีการจัดกิจกรรมดังนี้

๑. การบรรยายเรื่อง “แนวทางสู่เครือข่ายดิจิทัล”

โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ลลิตา สันติวรวัตร วิทยากรได้บรรยายให้ความรู้กับผู้เข้ารับการอบรมในหัวข้อเรื่อง “แนวทางสู่เครือข่ายดิจิทัล” เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ความรู้ความเข้าใจในหัวข้อเกี่ยวกับการบรรยายในเรื่องต่อไปนี้

๑. Digital Marketing in Business

Digital Marketing in Business คือ การทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและโปรโมตสินค้าหรือบริการ โดยใช้เครื่องมืออย่างอินเทอร์เน็ต, โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, TikTok, เว็บไซต์, และอีเมล เป็นสื่อกลางในการส่งสารไปยังผู้บริโภค

หลักการทำงาน

- **ใช้สื่อดิจิทัลเป็นตัวกลาง** การตลาดดิจิทัลอาศัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ, คอมพิวเตอร์, แท็บเล็ต ในการส่งข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ
- **เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายบนโลกออนไลน์** สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลายช่องทางบนอินเทอร์เน็ต
- **เพิ่มประสิทธิภาพการตลาด** ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้นและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ตรงจุดมากขึ้น
- **วิเคราะห์และวัดผล** เทคโนโลยีช่วยให้ธุรกิจสามารถวิเคราะห์เนื้อหาและกลยุทธ์แคมเปญ เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและนำไปปรับปรุงการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตัวอย่างช่องทาง Digital Marketing

- การตลาดบนโซเชียลมีเดีย (**Social Media Marketing**) การใช้แพลตฟอร์มอย่าง Facebook, TikTok, Instagram เพื่อโปรโมตสินค้าและบริการ
- การตลาดบน Search Engine (**Search Engine Marketing / SEM**) การทำให้เว็บไซต์ติดอันดับใน Search Engine (เช่น Google) และการทำโฆษณาบน Google Ads
- การตลาดผ่านอีเมล (**Email Marketing**) การส่งอีเมลไปยังลูกค้าเพื่อแจ้งข้อมูลสินค้าหรือโปรโมชัน
- การตลาดด้วยเนื้อหา (**Content Marketing**) การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ เช่น บทความ, วิดีโอ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- การตลาดบนมือถือ (**Mobile Marketing**) การส่งข้อความ, โฆษณาผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ หรือการปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคบนโทรศัพท์มือถือ

๒. **Digital Marketing Planning**

Digital Marketing Planning (หรือ แผนการตลาดดิจิทัล) คือ การวางแผนกลยุทธ์และวิธีการทางการตลาดบนช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น การสร้างแบรนด์, เพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มลูกค้าเป้าหมาย (Leads) โดยแผนนี้จะครอบคลุมการกำหนดเป้าหมาย, การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า, การเลือกช่องทางดิจิทัลที่เหมาะสม (เช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, อีเมล, เสิร์ชเอนจิน), การกำหนดงบประมาณ, และการวัดผลลัพธ์เพื่อพัฒนาให้ธุรกิจเติบโตในโลกดิจิทัล

องค์ประกอบสำคัญของ Digital Marketing Planning

๑. การกำหนดเป้าหมาย (Goals)

ระบุเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น การสร้างการรับรู้แบรนด์, การสร้างฐานลูกค้า, การเพิ่มยอดขาย หรือการเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์

๒. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience Analysis)

ทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเลือกช่องทางและสื่อที่เหมาะสมที่สุดในการสื่อสาร

๓. การเลือกช่องทางดิจิทัล (Digital Channels)

เลือกใช้แพลตฟอร์มและเครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสม เช่น Google, Facebook, Instagram, LINE, เว็บไซต์, อีเมล และแอปพลิเคชัน

๔. การกำหนดงบประมาณ (Budget)

จัดสรรงบประมาณสำหรับการลงทุนในแต่ละช่องทางและแคมเปญทางการตลาด

๕. แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

กำหนดรายละเอียดการดำเนินงานและกิจกรรมทางการตลาดในแต่ละช่องทางอย่างเป็นขั้นตอน

๖. การวัดผล (Measurement and KPIs)

กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicators) และวิธีการติดตามผล เพื่อประเมินประสิทธิภาพของแผนและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์หลักของ Digital Marketing Planning

๑. เพื่อให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างแม่นยำและตรงจุดมากขึ้น
๒. เพื่อสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์และผลิตภัณฑ์
๓. เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ
๔. เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งในยุคดิจิทัล

๓. Customer Journey

Customer Journey คือ "เส้นทางการเดินทางของลูกค้า" ตั้งแต่เริ่มรับรู้แบรนด์จนถึงการเป็นลูกค้าประจำและบอกต่อ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ลูกค้าผ่านการรับรู้ พิจารณา ซื้อ และรักษา ลูกค้าไว้ เพื่อให้ธุรกิจเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วง นำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดและประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับลูกค้า

องค์ประกอบของ Customer Journey ประกอบด้วย ๕ ขั้นตอน

๑. การรับรู้ (Awareness) ลูกค้าเริ่มรับรู้ถึงการมีอยู่ของแบรนด์ สินค้า หรือบริการ
๒. การพิจารณา (Consideration) ลูกค้าเริ่มค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบ และประเมินทางเลือกต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของตน
๓. การซื้อ (Purchase) ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากแบรนด์
๔. การใช้งาน (Usage/Service) ลูกค้าใช้งานสินค้าหรือบริการที่ซื้อไป
๕. การกลับมาซื้อซ้ำ (Loyalty/Advocacy) ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ หรือกลายเป็นผู้สนับสนุน และบอกต่อแบรนด์ให้กับผู้อื่น

ความสำคัญของ Customer Journey

๑. ช่วยให้เข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง ทำให้ธุรกิจสามารถมองเห็นมุมมองและพฤติกรรมของลูกค้าได้ชัดเจนในทุกขั้นตอน
๒. ปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า ช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนและออกแบบประสบการณ์ที่ดีขึ้นในแต่ละจุดสัมผัส (Touchpoint) ที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์
๓. เพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด ช่วยในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ให้ตรงจุดและตอบโจทย์ลูกค้ามากยิ่งขึ้น
๔. เพิ่มยอดขายและความภักดีของลูกค้า การสร้างความประทับใจตั้งแต่ต้นจนจบสามารถนำไปสู่การซื้อซ้ำและการบอกต่อ ซึ่งเป็นการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว

๔. Content Planning

Content Planning (การวางแผนเนื้อหา) คือ กระบวนการตัดสินใจว่าจะสร้างเนื้อหาประเภทใด โพสต์เมื่อไร และเผยแพร่ผ่านช่องทางไหน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ เช่น การเพิ่มการรับรู้แบรนด์ การมีส่วนร่วมของลูกค้า หรือการกระตุ้นยอดขาย และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์หลักของ Content Planning

๑. สร้างความสม่ำเสมอ ช่วยให้การผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเป็นระบบ ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและราบรื่น
๒. เชื่อมโยงกับเป้าหมายธุรกิจ เนื้อหาที่วางแผนจะถูกสร้างขึ้นโดยมีเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน
๓. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาจะถูกกำหนดให้ตรงกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
๔. เพิ่มประสิทธิภาพ เนื้อหาจะถูกสร้างเป็นชุดและนำไปใช้ซ้ำในหลายช่องทางเพื่อเพิ่มผลกระทบสูงสุด

องค์ประกอบสำคัญของ Content Planning

๑. การกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting) กำหนดว่าต้องการบรรลุเป้าหมายอะไร เช่น สร้างการรับรู้ (Awareness), สร้างความสนใจ (Consideration), หรือกระตุ้นให้ซื้อ (Decision/Purchase)
๒. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Development) วางแผนว่าเนื้อหาจะสื่อสารอะไร รูปแบบไหน และจะใช้กลยุทธ์ใดในการดึงดูดลูกค้า
๓. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Audience Analysis) ทำความเข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร พวกเขาต้องการอะไร และคุ้นเคยกับช่องทางโซเชียลมีเดียใด
๔. การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) ผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น บล็อก, วิดีโอ, รูปภาพ หรือพอดแคสต์
๕. การจัดตารางเวลา (Scheduling) กำหนดว่าเนื้อหาจะถูกเผยแพร่เมื่อใด ผ่านช่องทางใด
๖. การวัดผลและปรับปรุง (Measurement & Improvement) ติดตามผลลัพธ์ของเนื้อหาที่เผยแพร่ และนำข้อมูลมาปรับปรุงแผนเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้นในอนาคต

๕. การวางแผนและการจัดสรรงบประมาณโฆษณา

การวางแผนและการจัดสรรงบประมาณโฆษณา คือกระบวนการกำหนดเป้าหมาย, กลุ่มเป้าหมาย, ช่องทาง, และงบประมาณที่จะใช้ในการโฆษณาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวางแผนที่รอบคอบจะช่วยให้ธุรกิจใช้เงินได้อย่างคุ้มค่า เกิดการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) และกระตุ้นยอดขาย ความสำคัญของการวางแผนและจัดสรรงบประมาณโฆษณา สามารถจำแนกได้ดังนี้

๑. บรรลุเป้าหมาย

ช่วยให้กำหนดสิ่งที่ต้องการให้บรรลุ เช่น ยอดขาย, การเข้าชมเว็บไซต์, หรือการรับรู้แบรนด์ เพื่อให้เงินที่ลงไปเกิดผลลัพธ์ที่คาดหวัง

๒. ควบคุมค่าใช้จ่าย

ทำให้ธุรกิจทราบว่าต้องจ่ายเงินเท่าไรในการโปรโมตแบรนด์ และค่าใช้จ่ายครอบคลุมอะไรบ้าง เช่น การสร้างสรรค์สื่อ หรือการจ้างเอเจนซี่

๓. เพิ่มประสิทธิภาพการตลาด

การวางแผนที่ดีช่วยให้เลือกกลยุทธ์และช่องทางโฆษณาที่เหมาะสมกับธุรกิจและกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดีขึ้น

องค์ประกอบสำคัญใน Ads Planning and Budget

๑. กำหนดเป้าหมาย (Set Your Goals) ระบุว่าต้องการอะไรจากการโฆษณา เช่น เพิ่มการรับรู้ (Awareness), เพิ่มจำนวนผู้เข้าชม (Traffic), หรือเพิ่มยอดขาย (Conversions)
๒. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Define Your Audience) ระบุว่าต้องการนำเสนอโฆษณาให้กับใคร เพื่อให้เนื้อหาและช่องทางที่เลือกเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด
๓. เลือกช่องทางโฆษณา (Choose Ad Platforms) ตัดสินใจว่าจะใช้แพลตฟอร์มใด เช่น Google, Facebook, Instagram หรือแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อแสดงโฆษณาให้กลุ่มเป้าหมายเห็น
๔. สร้างสรรค์เนื้อหา (Create Content) ออกแบบโฆษณา (เช่น ภาพ, วิดีโอ, ข้อความ) ที่น่าสนใจ และมีจุดเด่น เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
๕. กำหนดงบประมาณและเวลา (Set Budget & Schedule) วางแผนว่าจะใช้จ่ายเงินเท่าไร และจะให้โฆษณาแสดงผลในช่วงเวลาใด
๖. วัดผลและปรับปรุง (Monitor & Optimize) ติดตามผลลัพธ์ของแคมเปญอย่างสม่ำเสมอ เพื่อดูว่าแคมเปญทำงานได้ดีหรือไม่ และปรับปรุงกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๔. Insights and Result Report

Insight and Result Report คือ รายงานที่สรุป ข้อมูลเชิงลึก (Insight) ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยรายงานนี้จะแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ (Result) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการนั้นๆ ซึ่งอาจรวมถึงการค้นพบพฤติกรรมลูกค้า เทรนด์ตลาด หรือประสิทธิภาพของแคมเปญต่างๆ เพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์ และบริการให้ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความแตกต่างของข้อมูลและข้อมูลเชิงลึก (Data vs. Insight)

๑. ข้อมูล (Data) คือ ข้อเท็จจริงที่รวบรวมได้ เช่น จำนวนยอดขาย, จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์
๒. ข้อมูลเชิงลึก (Insight) คือ การทำความเข้าใจในบริบทของข้อมูลเหล่านั้น ทำให้มองเห็น "ทำไม" สิ่งเหล่านั้นจึงเกิดขึ้น และ "จะทำอะไรต่อไป"

องค์ประกอบของ Insight and Result Report

๑. ข้อมูล (Data) ข้อมูลดิบที่ได้จากการวิเคราะห์ เช่น สถิติการเข้าชม, ข้อมูลการซื้อขาย, ฟีดแบ็กจากลูกค้า
๒. การวิเคราะห์ (Analysis) กระบวนการที่ใช้ในการตีความข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์รูปแบบ หรือแนวโน้มที่ซ่อนอยู่
๓. ข้อมูลเชิงลึก (Insights) ข้อสรุปหรือข้อค้นพบที่ได้จากการวิเคราะห์ เช่น พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย, ความต้องการของตลาดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง
๔. ผลลัพธ์ (Results/Implications) สิ่งที่เกิดขึ้นจากข้อมูลเชิงลึก ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการตัดสินใจ เช่น การปรับปรุงแคมเปญการตลาด, การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่

๗. AI Marketing

AI Marketing คือ การนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมทางการตลาด เพื่อช่วย วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า อย่างแม่นยำ, คาดการณ์แนวโน้ม, สร้างสรรค์เนื้อหา, ทำงานโดยอัตโนมัติ และ ปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า ให้เป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น. การใช้ AI ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจลูกค้าได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น สร้างแคมเปญได้ตรงเป้าหมาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดและเพิ่มยอดขาย.

องค์ประกอบและวิธีการทำงานของ AI Marketing มีดังนี้

๑. **การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)** AI วิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากจากแหล่งต่างๆ เพื่อหา Insight เกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ และแรงจูงใจของลูกค้า
๒. **การคาดการณ์ (Prediction)** AI สามารถทำนายแนวโน้มการตลาดและความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้ ช่วยให้องค์กรวางแผนกลยุทธ์ได้ล่วงหน้า
๓. **การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation)** AI ช่วยสร้างคอนเทนต์ทางการตลาดที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้
๔. **การทำงานอัตโนมัติ (Automation)** AI ทำให้กระบวนการทางการตลาดหลายอย่างเป็นไปโดยอัตโนมัติ เช่น การส่งอีเมล การปรับโฆษณา และการจัดการแคมเปญ
๕. **การปรับแต่งเฉพาะบุคคล (Personalization)** AI ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ปรับให้เข้ากับลูกค้าแต่ละราย เช่น ระบบแนะนำสินค้าที่ตรงกับความต้องการบนเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ

ประโยชน์ของ AI Marketing

๑. **เพิ่มความแม่นยำ** ช่วยให้การตัดสินใจทางการตลาดมีข้อมูลที่เชื่อถือได้ และแม่นยำยิ่งขึ้น
๒. **เพิ่มประสิทธิภาพ** ทำงานได้รวดเร็วและต่อเนื่อง ๒๔ ชั่วโมง ทำให้กระบวนการตลาดมีประสิทธิภาพสูงขึ้น
๓. **สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน** ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาด และสร้างความได้เปรียบในระยะยาว
๔. **สร้าง Customer Experience ที่ดี** มอบประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและตรงใจลูกค้ามากขึ้น

๒. กิจกรรมงานกลุ่ม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลลิตา สันติวรวัช วิทยากร ได้จัดกลุ่มผู้เข้าอบรมกลุ่มละ ๓-๕ คน จำนวน ๔ กลุ่ม โดยให้ผู้เข้าร่วมอบรมจัดทำกิจกรรม Work Shop สร้างผลิตภัณฑ์กลุ่มละจำนวน ๑ ผลิตภัณฑ์ เพื่อออกแบบแผนการดำเนินงานในการกิจการในรูปแบบดิจิทัลโดยสร้างโดเมนและวิเคราะห์ตลาดตลอดจนการวางแผนงบประมาณ และให้แต่ละกลุ่มนำเสนอผลงาน

สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ

โครงการ “มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่” ดำเนินการภายใต้กิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครบ ๔๗ ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรได้รับความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีผลต่อการดำเนินงานของสำนักพิมพ์ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ รวมถึงแนวทางการต่อยอดรายได้รูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล การจัดโครงการเน้นรูปแบบ การบรรยายและการจัดทำ Workshop ภายใต้บรรยากาศที่เป็นกันเองและเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง โดยได้รับเกียรติจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ลลิตา สันติวรวัตร ได้ให้ความกรุณาถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรในยุคดิจิทัล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

จากการดำเนินกิจกรรม พบว่า ผู้เข้าร่วมให้ความสนใจและมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้น ทั้งในการรับฟัง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการเสนอแนวคิดใหม่ๆ เพื่อนำไปปรับใช้กับงานของตนเอง ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่สะท้อนว่ากิจกรรมครั้งนี้ช่วยเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการสำนักพิมพ์ การเผยแพร่ผลงาน และการสร้างช่องทางรายได้รูปแบบใหม่ เช่น การจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์และของที่ระลึกผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการพัฒนา “เครือข่ายดิจิทัล” ที่เชื่อมโยงความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

นอกจากนี้ โครงการฯ ยังช่วย เสริมสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ให้เป็นองค์กรที่ทันสมัย พร้อมขับเคลื่อนการเรียนรู้และนวัตกรรมในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับแนวนโยบายของมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ควบคู่กับการปรับตัวสู่สังคมดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับ “ดีมาก” โดยเห็นว่าการจัดกิจกรรมครั้งนี้มีประโยชน์ต่อการพัฒนางานในหน่วยงาน และเสนอให้จัดกิจกรรมลักษณะนี้อีกอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และแนวทางการทำงานที่ทันสมัยให้กับบุคลากรของมหาวิทยาลัยในอนาคต

โดยสรุป โครงการนี้สามารถดำเนินการได้ครบถ้วนตามแผนที่วางไว้ บรรลุตามวัตถุประสงค์ทุกประการ ทั้งในด้านการพัฒนาความรู้ สร้างแรงบันดาลใจในการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล และเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการอย่างเป็นรูปธรรม

ภาคผนวก

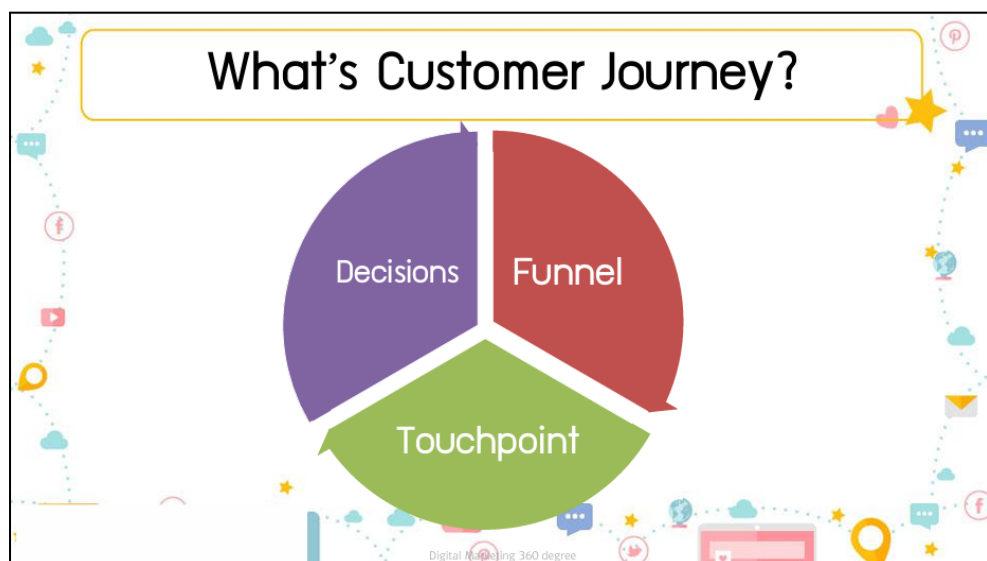
- ภาคผนวก ก : เนื้อหาหรือเอกสารประกอบการบรรยาย
- ภาคผนวก ข : บันทึกข้อความและคำสั่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการฯ
- ภาคผนวก ค : กิจกรรม work shop กลุ่ม
- ภาคผนวก ง : ภาพกิจกรรมการจัดโครงการทางวิชาการ
- ภาคผนวก จ : แบบประเมินความพึงพอใจ
- ภาคผนวก ฉ : ใบลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการทางวิชาการ

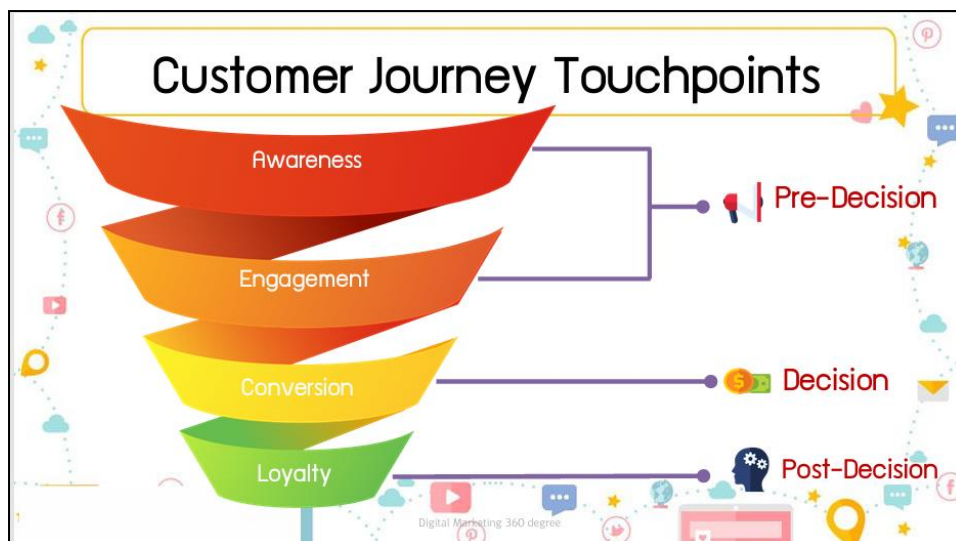
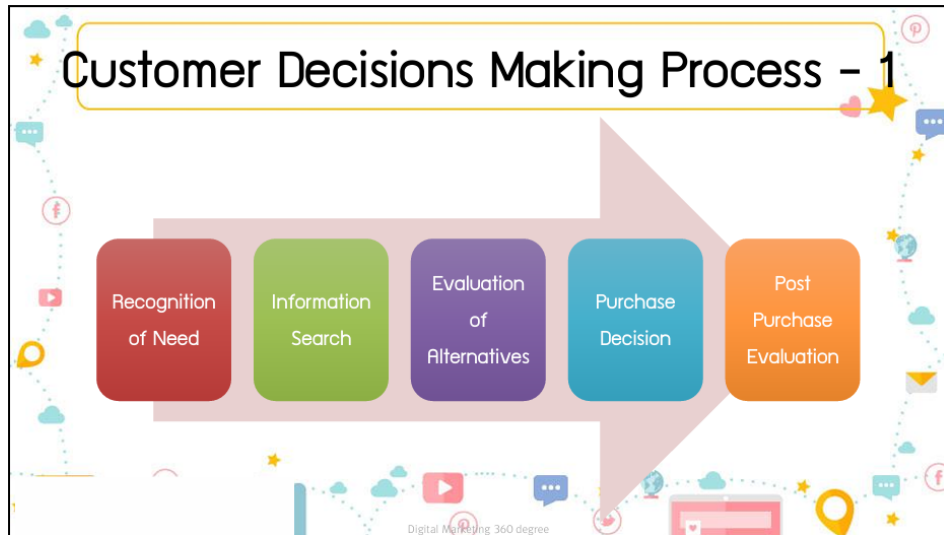
(ภาคผนวก ก.)

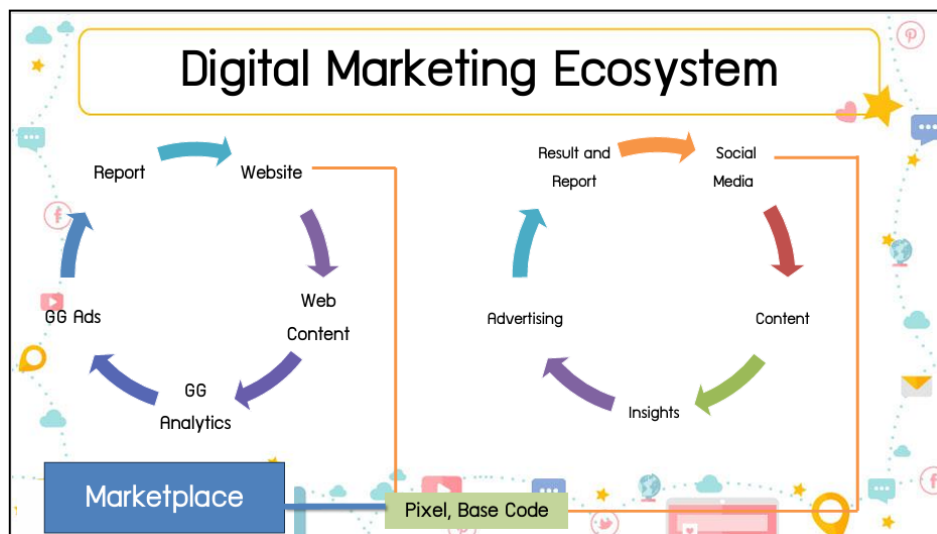
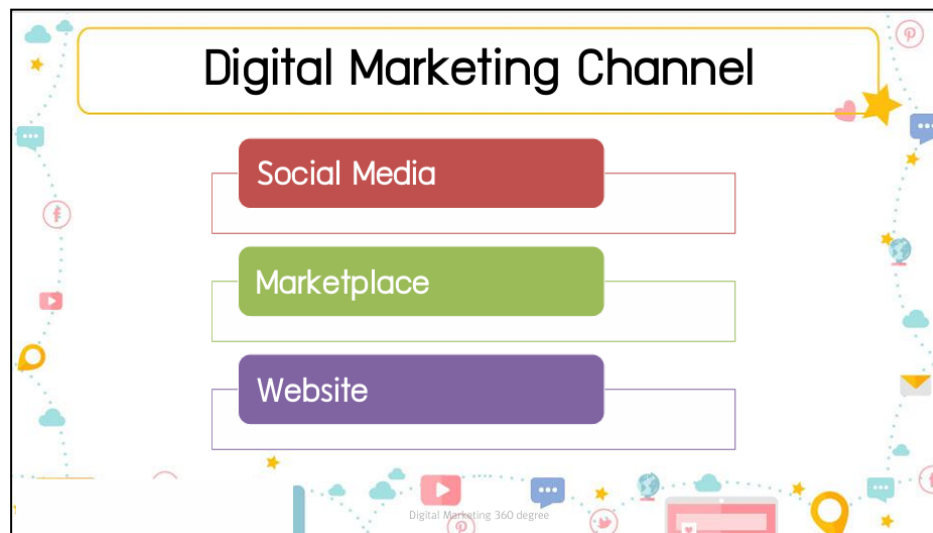
เนื้อหาหรือเอกสารประกอบการบรรยาย

Digital Marketing 360 degree

© សង្គមកម្ពុជា







การจัดการ Content - 1

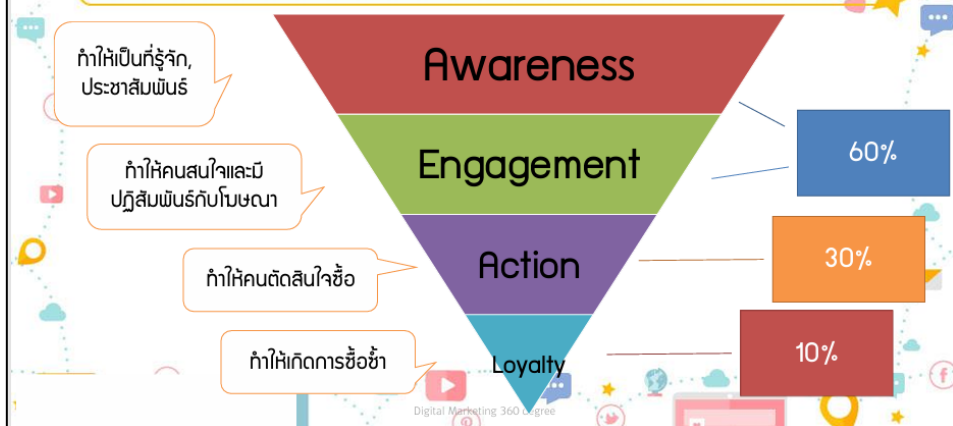


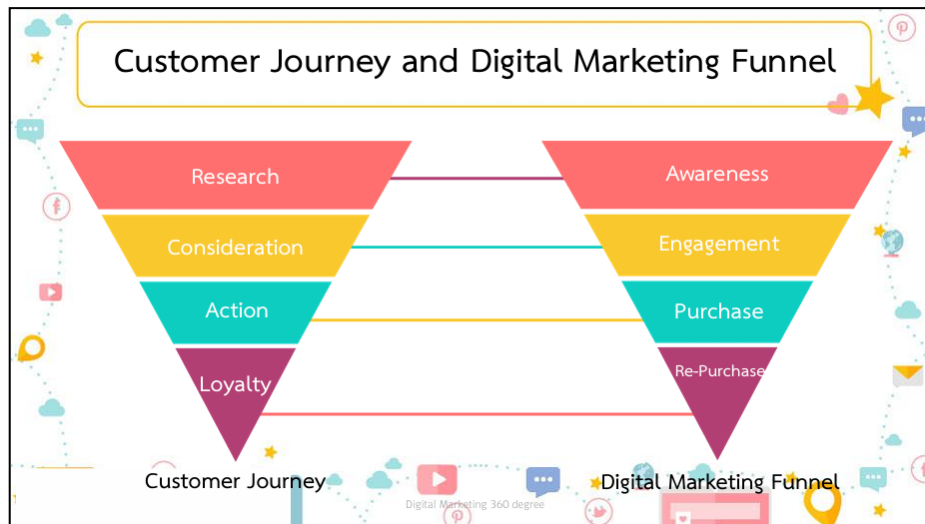
การจัดการ Content - 2

Category - กำหนดหัวข้อ

- Product Concept - ข้อมูลสินค้า
- Ingredient - ส่วนผสมที่เป็นประโยชน์
- Result - ผลลัพธ์ที่ต้องการนำเสนอ
- Review - ข้อมูลจากผู้ใช้จริง
- Life Style - ไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้
- Promotion - โปรโมชั่น

Advertising Planning





สิ่งที่จำเป็นต้องมีก่อนการสร้าง LINE Ads Account



Digital Marketing 360 degree

สิ่งที่จำเป็นในการซื้อโฆษณาบน TikTok



Digital Marketing 360 degree

Google Ads Campaign



Digital Marketing 360 degree

รายงานข้อมูลเชิงลึกและผลลัพธ์ - 1

- 📊 Impressions - จำนวนครั้งในการแสดงผลเนื้อหา (โฆษณา)
- 📊 Reach - จำนวนคนที่เห็นเนื้อหา (โฆษณา)
- 📊 Engagement - การมีส่วนร่วม เช่น การแสดงความรู้สึก, การคลิกดูรูปภาพ, การแสดงความคิดเห็น
- 📊 Video View - จำนวนการรับชมวิดีโอ
- 📊 Conversions - การเพิ่มสินค้าในตระกร้า, การซื้อ, การลงทะเบียน

รายงานข้อมูลเชิงลึกและผลลัพธ์ - 2

- 📊 CPM - Cost per Impressions ต้นทุนต่อการแสดงผล
- 📊 CPC - Cost per Click ต้นทุนต่อการคลิก
- 📊 CPR - Cost per Reach ต้นทุนต่อการเข้าถึง
- 📊 CPV - Cost per View ต้นทุนต่อการรับชม (วิดีโอ)
- 📊 CTR - Click Through Rate อัตราการคลิก/การแสดงผล

Digital Marketing Tasks



(ภาคผนวก ข)

บันทึกข้อความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน
โครงการทางวิชาการ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการ โทร. ๗๖๗๗

ที่ อว ๐๖๐๒.๐๓(๐๑)/ ๑๘๒๕

วันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขอส่งโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี ภายใต้แนวคิด “มหาวิทยาลัยดิจิทัลเพื่อการศึกษาทางไกล” (ปรับตามมติคณะกรรมการดำเนินการกิจกรรมฯ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๑๔ กรกฎาคม ๒๕๖๘)

เรียน ผู้อำนวยการกองกลาง

อ้างถึงหนังสือกองกลางที่ อว ๐๖๐๒.๐๓(๐๑)/ ๑๐๑๕ ลงวันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๖๘ เรื่องขอแจ้งมติคณะกรรมการดำเนินการกิจกรรมโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

ในการนี้สำนักพิมพ์ขอส่งโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี ภายใต้แนวคิด “มหาวิทยาลัยดิจิทัลเพื่อการศึกษาทางไกล” (ปรับตามมติคณะกรรมการดำเนินการกิจกรรมฯ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๑๔ กรกฎาคม ๒๕๖๘) จำนวน ๔ โครงการ ดังนี้

ลำดับที่	ชื่อโครงการ	ผู้รับผิดชอบโครงการ	งบประมาณ ที่ขอรับ จัดสรร/บาท
๑	โครงการ “สี ศิลป์ อิมอาร์ม (Color Art Emotion)”	นางสาวชมชัด อินทกาญจน์	๑๙,๙๒๐
๒	โครงการ “กิจกรรมส่งเสริมรักการอ่านสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต”	นายกรีซ โลหะสุวรรณ	๘,๘๐๐
๓	โครงการ “ซองแวนแห่งปัญญา: พัฒนาความคิดสร้างสรรค์กับการเรียนรู้ทางไกล”	นางสาววันเพ็ญ ชิงช่วง	๔,๘๐๐
๔	โครงการ “มสธ. สู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่”	นางลักขณา หัตถนาธร	๑๑,๓๐๐
รวม จำนวน ๔ โครงการ			๔๔,๘๒๐

ทั้งนี้ สำนักพิมพ์ได้แนบบแบบเสนอโครงการกิจกรรมทางวิชาการฯ จำนวน ๔ โครงการ มาพร้อมนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป จะขอขอบคุณยิ่ง

อ.ป
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราบุช บุตติจิน)
ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์



แบบเสนอ

โครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี

๑. ชื่อโครงการ “มสธ. สู่วิชาลัยดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่”

๒. ผู้รับผิดชอบ นางลักขณา หัตถนาธร

๓. หลักการและเหตุผล

เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในภาคการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการหรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการพัฒนาตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นมหาวิทยาลัยทางไกลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Market) ที่เป็นแนวโน้มสำคัญของการศึกษาและเศรษฐกิจในปัจจุบัน

สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีพันธกิจที่สำคัญในการเผยแพร่และจัดจำหน่ายเอกสาร การสอนและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายให้กับนักศึกษา ประชาชนที่สนใจทั่วไป เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป สำนักพิมพ์จึงเห็นความสำคัญของการนำองค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล อีกทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย โดยบุคลากรของสำนักพิมพ์มีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อเป็นการจัดการความรู้ของหน่วยงานในเชิงระบบและเผยแพร่สู่บริการวิชาการแก่สังคม สำหรับพิมพ์จึงได้จัดทำโครงการเรื่อง มสธ. สู่วิชาลัยดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลให้กับนักศึกษา ศิษย์เก่า บุคลากร มสธ. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และประชาชนทั่วไปในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ให้บริการวิชาการแก่สังคม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

๔. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล
๒. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย
๓. เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะในด้านการตลาดดิจิทัล

๕. กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากร นักศึกษา ประชาชนทั่วไป หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประมาณ ๓๐ คน

๖. วิธีการดำเนินงาน (รูปแบบจัดกิจกรรม)

(✓) เชนิชญาหน้า ณ มสธ. () Online () ผสมผสาน

๑. ประชาสัมพันธ์โครงการ “มสธ. สู่อีคอมเมิร์ซดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่” ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์กลุ่ม เว็บไซต์สำนักพิมพ์
๒. เปิดรับลงทะเบียนล่วงหน้า/และลงทะเบียนหน้างาน
๓. เชิญวิทยากรผู้มีความรู้ ความสามารถ และเชี่ยวชาญในหัวข้อเรื่อง Digital Marketing การสร้างรายได้ออนไลน์ การทำคอนเทนต์ และความรู้เกี่ยวกับการสร้างแพลตฟอร์มผ่านช่องทางดิจิทัล
๔. จัดกิจกรรมกลุ่มและนำเสนอ และรับคำแนะนำจากวิทยากร
๕. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และเอกสารสำหรับการอบรม
๖. ประเมินผลลัพธ์/ความพึงพอใจจากการจัดโครงการฯ

๗. ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม

วันที่ ๒๔ สิงหาคม ๒๕๖๘

๘. สถานที่จัดโครงการ

ห้องประชุม ๒๓๔ อาคารสัมมนา ๒ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

๙. งบประมาณ ประมาณการค่าใช้จ่าย

(ระบุค่าใช้จ่ายของโครงการตามหมวดหมู่ของค่าใช้จ่าย ตามระเบียบการจัดทำงบประมาณ)

- (✓) หมวดค่าตอบแทน จำนวน.....๑,๘๐๐.....บาท
วิทยากรภายใน จำนวน ๒ ท่าน (๓ ชั่วโมง x ชั่วโมงละ ๓๐๐ บาท x ๒ คน) = ๑,๘๐๐ บาท
- () หมวดค่าใช้จ่าย จำนวน.....๖,๘๐๐.....บาท
- ค่าห้องประชุม ห้อง ๒๓๔ อาคารสัมมนา ๒ วันละ ๑,๒๐๐ บาท จำนวน ๑ วัน
(๑,๒๐๐ บาท x ๑ วัน) = ๑,๒๐๐ บาท
 - ค่าอาหารกลางวัน จำนวน ๑ มื้อ มื้อละ ๘๐ บาท
(๘๐ บาท x ๓๕ คน) = ๒,๘๐๐ บาท
 - ค่าอาหารว่าง จำนวน ๒ มื้อ มื้อละ ๔๐ บาท
(๔๐ บาท x ๓๕ คน x ๒ มื้อ) = ๒,๘๐๐ บาท

(✓) หมดค่าวัสดุ จำนวน ๒,๙๐๐ บาท

- กระเป่า (สกรีนโลโก้ ครอบรอบ ๔๗ ปี มสธ. สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ)

(ใบละ ๗๐ บาท x ๓๐ คน) = ๒,๑๐๐ บาท

- ปากกา (สกรีนโลโก้ ครอบรอบ ๔๗ ปี มสธ. สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ)

(๒๐ บาท x ๓๐ คน) = ๖๐๐ บาท

รวมทั้งสิ้น ๑๑,๓๐๐ บาท

๑๐. ผู้รับผิดชอบ (โปรดระบุชื่อ-นามสกุล และหมายเลขโทรศัพท์)

นางลักขณา ทิศนาธร สำนักงานเลขานุการ สำนักพิมพ์ โทร. ๗๖๗๗

๑๑. การติดตามและประเมินผล

- ผลงานการออกแบบแพลตฟอร์มของผู้เข้าร่วมโครงการ

- แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ

๑๒. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับการส่งเสริมการขายและสร้างโอกาสการเกิดรายได้ใหม่ในแพลตฟอร์มดิจิทัล

๒. ผู้เข้าร่วมโครงการเกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย

๓. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในการฝึกปฏิบัติเสริมทักษะในด้านการตลาดดิจิทัล

ลงชื่อ..... ผู้บริหารหน่วยงาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราณัฐ บุคติจีน)

ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์



ด่วนที่สุด บันทึกข้อความ

ส. น. ก. พ. ม. พ.
รับที่ 2672
วันที่ 31 ก.ค. 2568
เวลา 9.43

ส่วนราชการ กองกลาง งานอำนวยการและพิธีการ โทร. ๗๕๕๘
ที่ อว ๐๖๐๒.๐๑(๐๑)/ว ๑๐๕๗ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๘
เรื่อง ขอแจ้งมติคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย
ครบ ๔๗ ปี (ครั้งที่ ๒) ผลการพิจารณาโครงการฯ

เรียน ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์

ตามที่สำนักพิมพ์ ได้เสนอกิจกรรมเข้าร่วมในโครงการทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย
ครบ ๔๗ ปี จำนวน ๔ โครงการ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

ในการนี้ ฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการดำเนินกิจกรรมโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาส
วันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๘
ได้พิจารณาแล้วจึงมีมติ ดังนี้

๑. อนุมัติโครงการ จำนวน ๔ โครงการ
 - ๑.๑ สี-ศิลป์ อินอารมณ์ (Color Art Emotion)
 - ๑.๒ กิจกรรมส่งเสริมรักการอ่านสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต
 - ๑.๓ ของแถมแห่งปัญญา : พัฒนาความคิดสร้างสรรค์กับการเรียนรู้ทางไกล
 - ๑.๔ มสธ. คู่เครือข่ายดิจิทัล สร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่

โดยขอให้ผู้รับผิดชอบโครงการดำเนินการทำใบจองงบประมาณพร้อมชื่อผู้รับเงินยืม ตามจำนวนเงิน
ที่ได้รับจัดสรรในโครงการ แล้วส่งมายังกองกลาง งานอำนวยการและพิธีการ เพื่อจะได้ดำเนินการทำสัญญายืมเงิน
โดยเบิกจ่ายงบประมาณของกองกลาง ผลผลิตการบริหารงานกลาง รหัส พ ๑.๑.๑(๐)-๔/๑๔๐๒๑
กิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัย หมวดรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายการจัดกิจกรรมโครงการของมหาวิทยาลัย
ทั้งนี้ มอบให้นายวิวัฒน์ เนื่องอุทัย เป็นผู้ประสานงานในรายละเอียด โทร. ๗๕๕๘

จึงเรียนมาเพื่อโปรดดำเนินการต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

(นายอภิวัฒน์ เจริญลาภ)

ผู้อำนวยการกองกลาง

ลิงค์ระเบียบที่เกี่ยวข้อง



เรียน ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์

เพื่อโปรด ☐ ทราบ

☐ พิจารณา

☒ มอบฝ่าย/หน่วย

☐ ดำเนินการต่อไป

☐ เรียนแจ้งต่อไป

☐ ชื่นๆ

งานอำนวยการ ดำเนินการตามเสนอ
(วันเพ็ญ) อ. ๖
งานบริหาร (ส. ๖) ๑-๒
คำเนินการต่อไป - ฝ่ายจัดฝึกอบรม (อ. ๖) ๑-๒
เรียนแจ้งต่อไป - ฝ่ายเผยแพร่ (อ. ๖) ๑-๒

๓๑ ก.ค. ๖๘



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองกลาง งานอำนวยการและพิธีการ โทร.๗๔๕๕

ที่ อว ๐๖๐๒.๐๑(๐๑)/ ๖46

วันที่ 30 เมษายน ๒๕๖๘

เรื่อง ขออนุมัติโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี

เรียน ท่านอธิการบดี

ตามที่ แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘ มหาวิทยาลัยได้อนุมัติงบประมาณดำเนินโครงการ กิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัย รหัส พ ๑.๑.๑(๐)-๔/๑๙๐๒๑ ผลผลิตการบริหารงานกลาง กิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัย (ด้านวิชาการ) งบรายจ่ายอื่น จำนวน ๘๐๐,๐๐๐ บาท นั้น

การจัดกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัยเป็นกิจกรรมประจำปีที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนปฏิบัติราชการประจำปีในช่วงปลายเดือนสิงหาคมถึงสัปดาห์วันสถาปนามหาวิทยาลัย เดือนกันยายน สำหรับในปีงบประมาณ ๒๕๖๘ เป็นโอกาสที่มหาวิทยาลัยจะได้จัดกิจกรรมโครงการบริการวิชาการ แก่สังคม เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเฉลิมฉลองในวาระวันสถาปนามหาวิทยาลัยครบ ๔๗ ปี ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยได้มีโอกาสร่วมแสดงความจงรักภักดี และให้บริการความรู้ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาชุมชน สังคมได้แสดงศักยภาพในการถ่ายทอดความรู้ ความสามารถ ทักษะ ครุภัณฑ์พร้อมด้วยสิ่งต่าง ๆ ที่มีในการจัดกิจกรรมทางวิชาการ อันจะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการของชุมชน สังคม ประเทศชาติ โดยสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการจัดให้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต การวิจัยพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม การบริการวิชาการเพื่อบูรณาการความรู้ไปใช้ประโยชน์ การเรียนรู้ อนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสาน เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาองค์กรให้มั่นคง มั่งคั่ง มีธรรมาภิบาล นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย กองกลางจึงขออนุมัติโครงการกิจกรรมทางวิชาการเนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย ครบ ๔๗ ปี ดังนี้

๑. โครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัยครบ ๔๗ ปี ระหว่างวันที่ ๒๕ สิงหาคม - วันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๘ ระหว่างเวลา ๐๘.๓๐ - ๑๗.๐๐ น. ณ บริเวณมหาวิทยาลัยฯ (เอกสารหมายเลข ๑)
๒. ค่าใช้จ่ายการดำเนินโครงการตามข้อ ๑ โดยเบิกจ่ายงบประมาณผลผลิตการบริหารงานกลาง งบรายจ่ายอื่น รหัส พ ๑.๑.๑(๐)-๔/๑๙๐๒๑ กิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัย ค่าใช้จ่ายการจัดกิจกรรม/โครงการของมหาวิทยาลัย จำนวน ๘๐๐,๐๐๐ บาท (แปดแสนบาทถ้วน)

๒/๓. ขออนุมัติ...

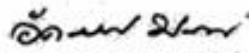
๓. คำอาหารและเครื่องต้นสำหรับจัดโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัย
ครบ ๘๗ ปี ระหว่างวันที่ ๒๕ สิงหาคม - วันที่ ๒ กันยายน ๒๕๖๘ โดยเบิกจ่ายงบประมาณผลผลิตการบริหารกลาง
งบรายจ่ายอื่น รหัส พ ๑.๑.๑(๐)-๔/๑๙๐๒๑ กิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัย ค่าใช้จ่ายการจัดกิจกรรม/
โครงการร่อนมหาวิทยาลัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ จะขอพระคุณยิ่ง



(นายอภิรักษ์ เจริญสาคร)

ผู้อำนวยการกองกลาง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ เจริญสาคร
รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัย
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ และกิจการสภามหาวิทยาลัย)

- 1 พ.ร. 2568 (๑๗๖)

๓๗๖



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนทิพย์ ศรีตานนท์)
กรรมการสภามหาวิทยาลัย
รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

- 2 พ.ร. 2568

(ภาคผนวก ค)
กิจกรรม Workshop กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 รับพิมพ์นามบัตร

Digital Marketing Planning : 4C

สรุปลักษณะ ชื่อ-นามสกุล สินค้า/บริการ/ชิ้น ๆ รับพิมพ์นามบัตร

1.Customer Journey		4. Advertising Plan and Budget (Cost)	
[Search] > [Brand Channel] > [Compare] > [Buying]		1,000฿ Awareness Engagement Purchases Loyalty 60% 30% 10%	
2.Digital Marketing Channel		3.3 Key Message (จดจำ 1 ข้อ)	
① Website : เว็บไซต์กลุ่ม		- คุณภาพในการพิมพ์	
② Social Media : Facebook		- บริการรวดเร็ว	
: TikTok		- ปลอดภัย	
: Line OA		- ราคาคุ้มค่า	
		- บริการพิเศษ	
		3.5 Content Analytics	
		- 16 KPI ส่วนใหญ่	
		- ยอดการซื้อ / จำนวนการพิมพ์	
		- Engagement	
		- Impression	
		- Reach	
		- CPC	
3.Content Planning		3.2 Frequency (สัปดาห์ 1)	
3.1 Categories		- 2 Content / week	
- ตัวอย่างงานชิ้นจริง		- special Content (วันอาทิตย์ / วันศุกร์)	
- ไปโรงเรียน		- Promotion Content	
- มอเตอร์ไซด์/อุปกรณ์ในการขับขี่		3.4 Media Planning	
- รับออกแบบ		- รูปถ่ายตัวเอง	
		- งานจริง / ไปโรงเรียน	
		- Set รูปถ่าย (Template, ตัวอย่าง)	
		- Video หนังสั้น / Reels	

พินิจด้วย คุณงามความดี ขวัญเดียว

โปรดชื่นชม หักด้วย จิตที่บริสุทธิ์ งามที่ สักขีด้วย
รับเลือกด้วย

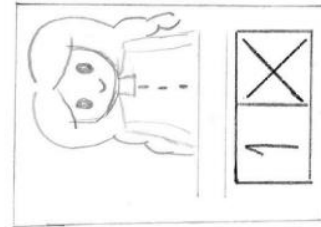
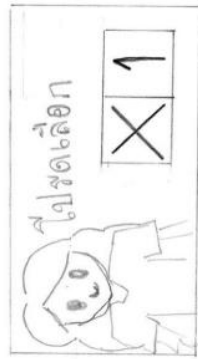
! พินิจ 500 งามอีก 100 งาม

ส่วนก่อนได้อีก

๑ โทร. 02-504-7655

☐ ไปรษณีย์ 1 ก.ย - 31 ก.ค. ๖๓

ถ้าไม่พินิจ ไม่เลือก



September 2025

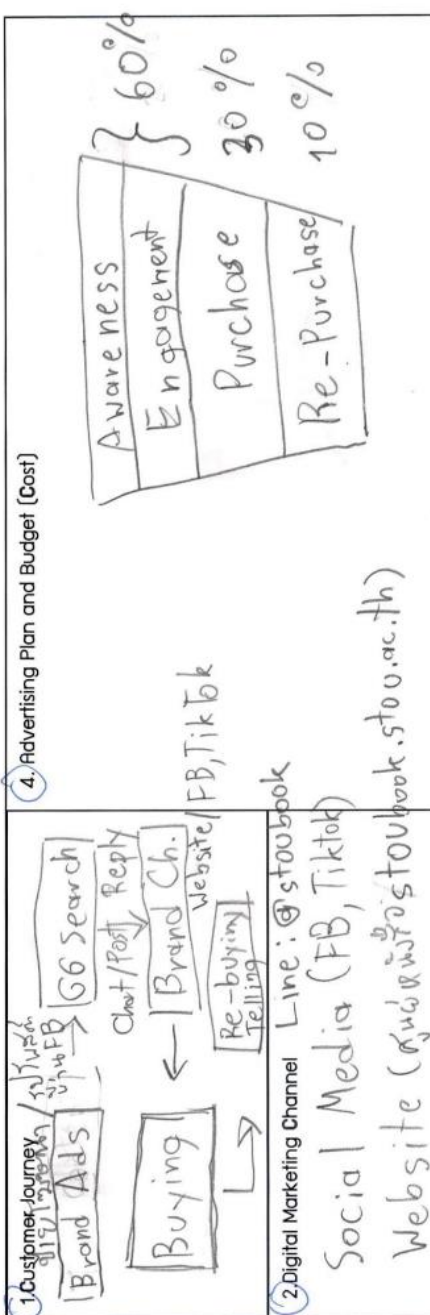
S	M	T	W	TH	F	S
	1	2 Promotion (ရန်ကုန်) Content 1	3	4	5 Video (Reels) Content 2	6
7	8 Content 3	9	10	11 Content 4	12	13
14	15	16 Content 5	17	18	19 Content 6	20
21	22 Content 7	23	24	25 Content 8	26	27
28	29	30 Content 9				

ชื่อ-นามสกุล

รหัสบันทึกศึกษา

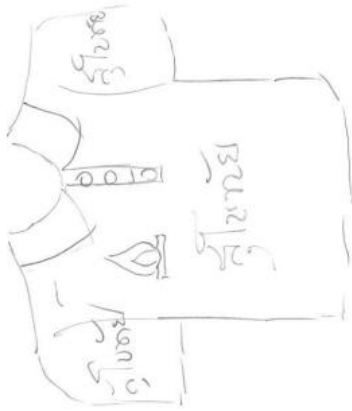
สมัคร/สมัคร/สมัคร

229.



③ Content Planning 3.1 Categories - video series - video series - video series	3.2 Frequency - 1-2 Contents/Weeks - video series - Promotion Content	3.3 Key Message - บอกเล่าเรื่องราว - การบอกเล่า - การบอกเล่า - การบอกเล่า	3.5 Content Analytics - Reach - Engagement - Video View - Conversions
--	---	---	---

เสื้อโปย/เสื้อกีฬา



1. เสื้อโปย/เสื้อกีฬา มี 2 สี คือ สีน้ำเงิน และ สีขาว
 2. เสื้อโปย/เสื้อกีฬา มี 2 ขนาด คือ ขนาด M และ ขนาด L
 3. เสื้อโปย/เสื้อกีฬา มี 2 ราคา คือ ราคา 150 บาท และ ราคา 200 บาท

- เสื้อโปย/เสื้อกีฬา มี 2 สี คือ สีน้ำเงิน และ สีขาว
- เสื้อโปย/เสื้อกีฬา มี 2 ขนาด คือ ขนาด M และ ขนาด L
- เสื้อโปย/เสื้อกีฬา มี 2 ราคา คือ ราคา 150 บาท และ ราคา 200 บาท



Line : SToubook
 Facebook : m.me/SToubook
 Website : <https://stoubook.stou.ac.th>
 Tel : 0 2504 7674, 0 2504 7678

စာရင်း	ရက်စွဲ	ဝိသေ	၇၀	၇၁	၇၂	၇၃
	၁	၂	၃	၄	၅	၆
၇	၈	၉	၁၀	၁၁	၁၂	၁၃
၁၄	၁၅	၁၆	၁၇	၁၈	၁၉	၂၀
၂၁	၂၂	၂၃	၂၄	၂၅	၂၆	၂၇
၂၈	၂၉	၃၀				

၇၀၈၇၁၂၃၄၅၆

Content 3

Content 2

Content 5

Content 4

Content 6

Content 9

Content 6

Content 9

Content 11

กลุ่มที่ 3 ศูนย์หนังสือ มสธ.

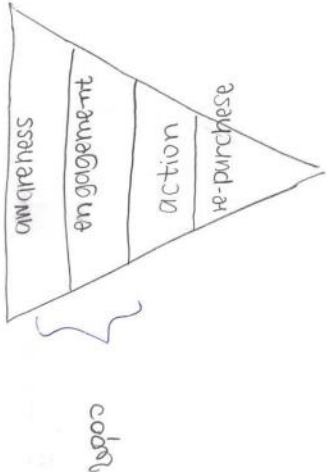
Digital Marketing Planning : 4C

รหัสนักศึกษา _____ ชื่อ-นามสกุล _____ สังกัด/บริการ/ชั้น ๗ _____ ศูนย์หนังสือ มสธ. (มหาวิทยาลัย)

1. Customer Journey <pre> graph TD A[Google Search] --> B[Brand Channel] B --> C[Compare] C --> D[Buying] D --> E[Re-buy, Telling] </pre>	4. Advertising Plan and Budget (Cost) 100,000	3.3 Key Message - story - มสธ. - book - ศูนย์หนังสือ - วิถีชีวิต - หนังสือ	3.5 Content Analytics - Impression - Engagement - View - conversions
2. Digital Marketing Channel - Social Media (FB, TikTok) - LINE @ - เว็บไซต์	3. Content Planning 3.1 Categories - ข่าวสาร - วิถีชีวิต - ทั่วไป	3.2 Frequency - TikTok : 2week / 1clip - 1clip/day (Play on) - special promotion content 3.4 Media Planning - หนังสือ - set up - จัดงาน - live	3.1 Categories - ข่าวสาร - วิถีชีวิต - ทั่วไป

Digital Marketing Planning : 4C

รหัสนักศึกษา _____ ชื่อ-นามสกุล _____ สังกัด/บริการ/ชั้น ๑ พิสูจน์อักษร

1. Customer Journey <pre> graph LR A[brand content] --> B[consideration] --> C[action] </pre>	4. Advertising Plan and Budget (Cost) 		
2. Digital Marketing Channel - line oa - fanpage facebook	3.2 Frequency - 1 content / week	3.3 Key Message ถูกด้วย จำนวนน้อย ทางใจคือผู้ปกครอง พอใจ.	3.5 Content Analytics - engagement - video view - impressions - reach
3. Content Planning 3.1 Categories - จำหน่ายผลิตภัณฑ์ - การบริการลูกค้า - กิจกรรมส่งเสริมการขาย - การประชาสัมพันธ์ - การตอบคำถาม - การรีวิว	3.4 Media Planning - reels - infographic - โฆษณาออนไลน์ + ออฟไลน์		

infographic.

new media

#

Key

Lina GA

the main

radio

fun page FB

ကံ့ကံ့ကံ့

1	2	3	4	5	6 _x	7
8	9 _x	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20 _x	21
22	23 _x	24	25	26	27	28
29	30 _x					

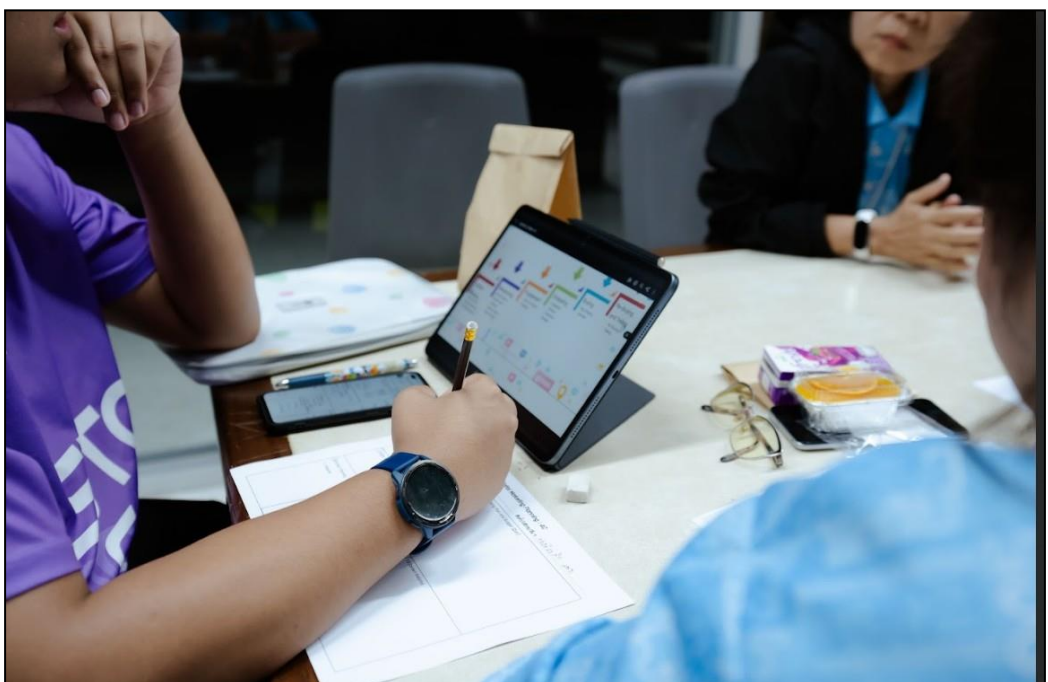
(ภาคผนวก ง)

ภาพกิจกรรมการจัดโครงการทางวิชาการ



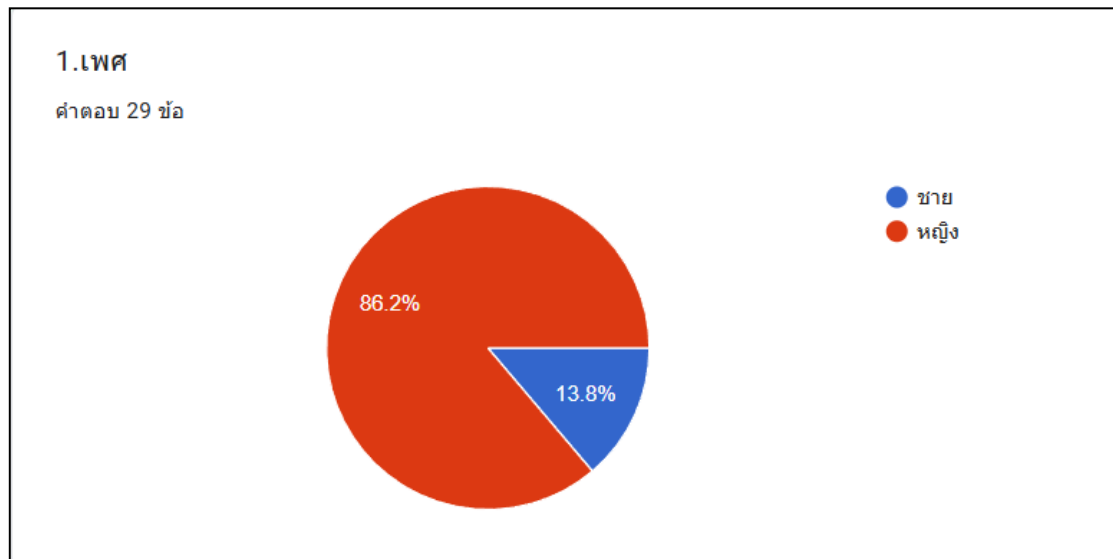




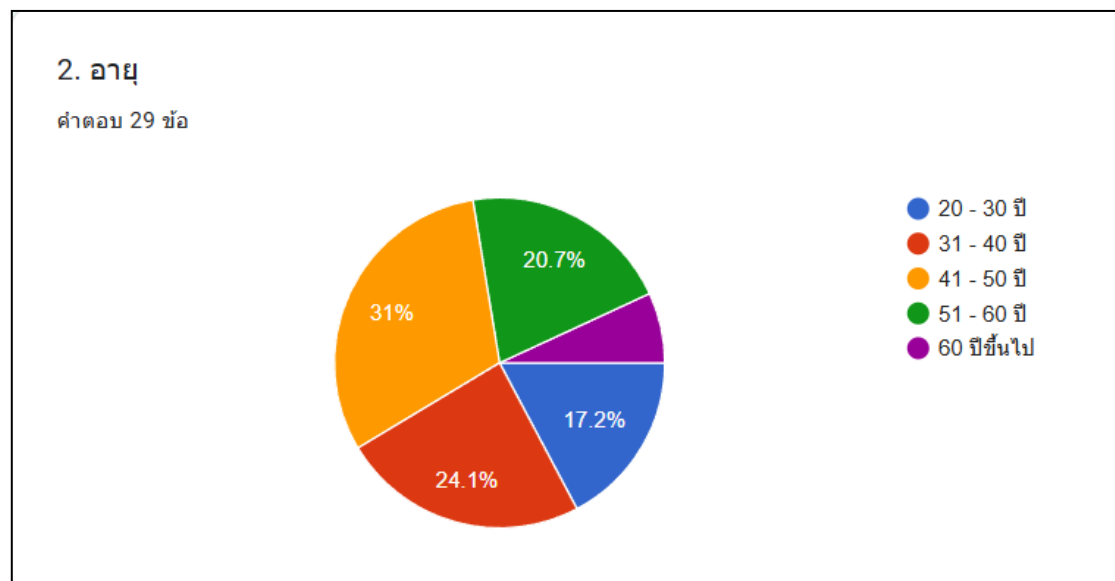


(ภาคผนวก จ)
แบบประเมินความพึงพอใจ

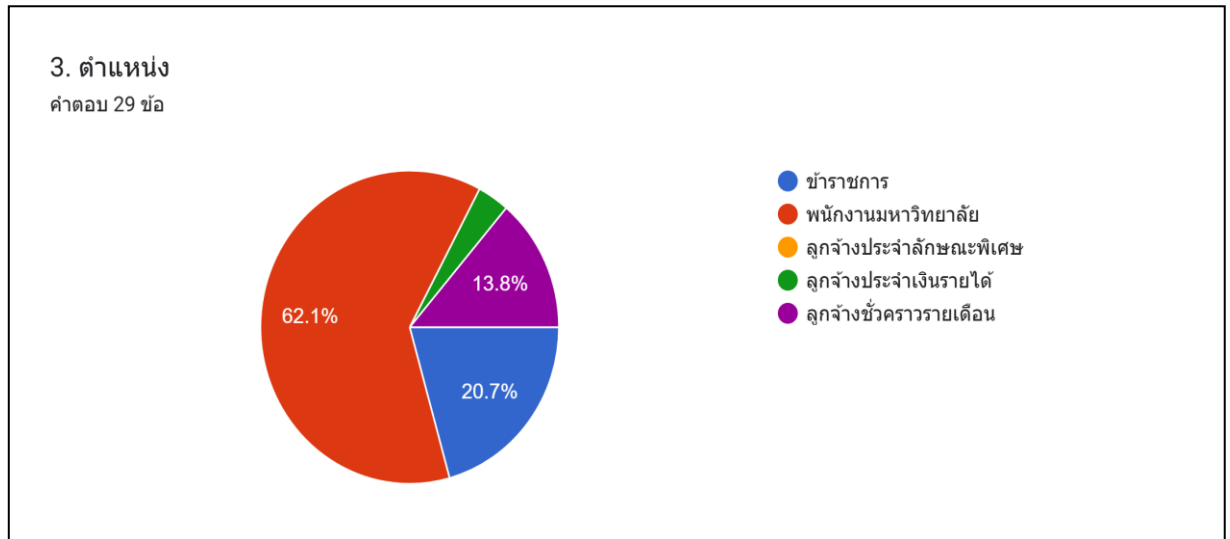
๑. เพศ



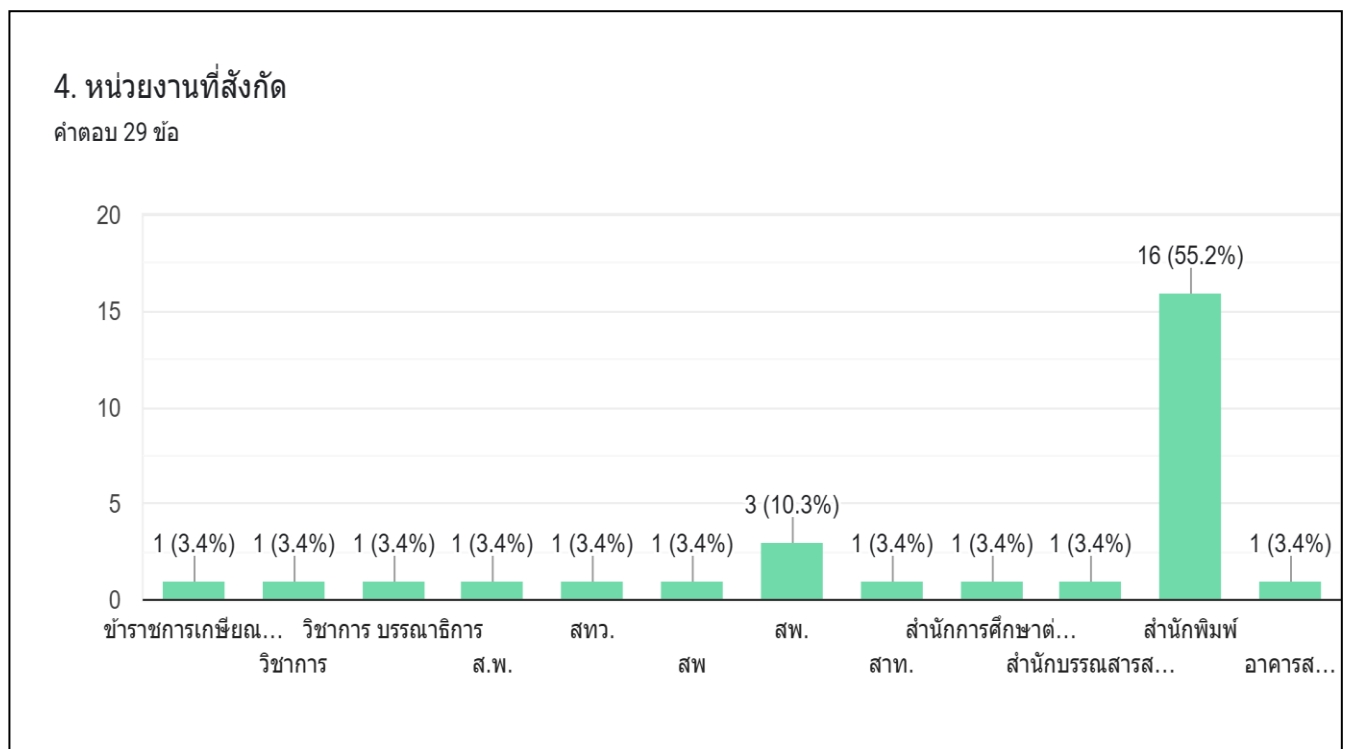
๒. อายุ



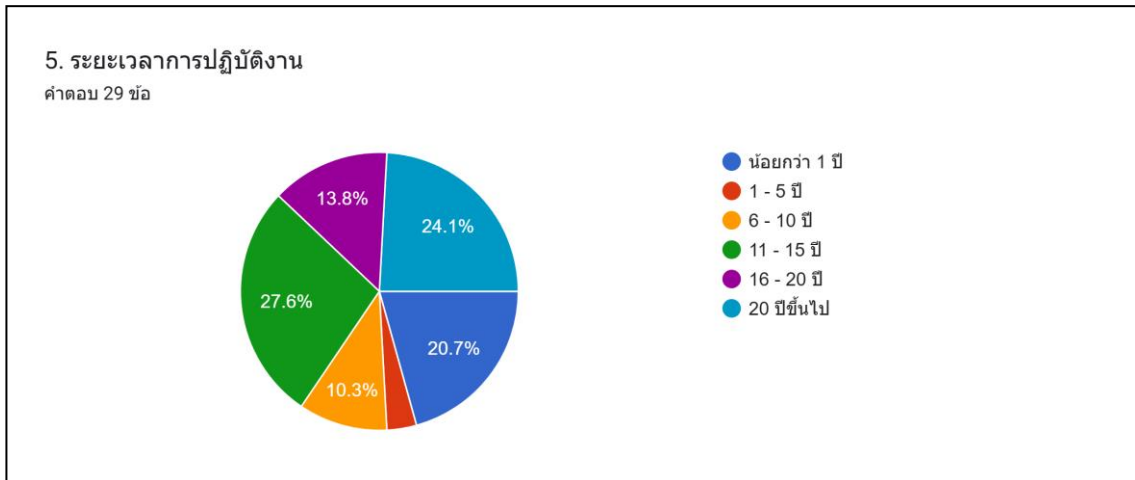
๓. ตำแหน่ง



๔. หน่วยงานที่สังกัด



๕. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

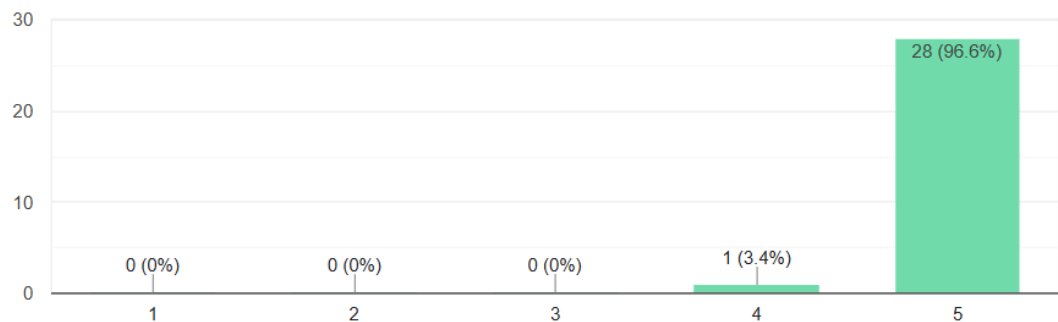


ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดโครงการกิจกรรมทางวิชาการ

1. ความสะดวกในการลงทะเบียนและการต้อนรับของเจ้าหน้าที่

คัดลอกแผนภูมิ

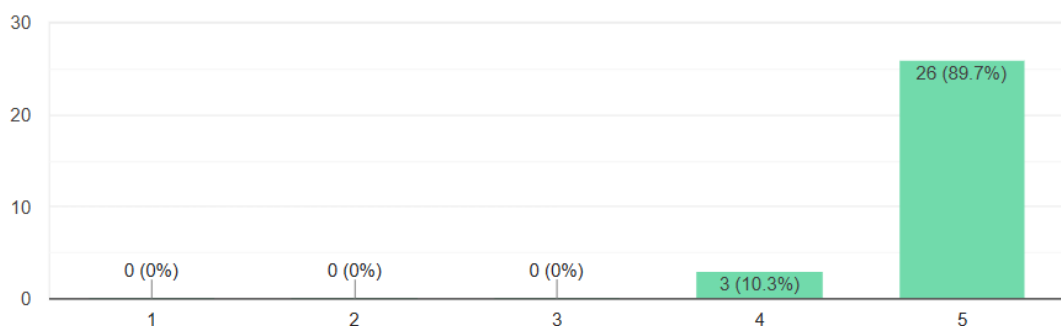
คำตอบ 29 ข้อ



2. ความเหมาะสมของอาคารสถานที่ในการจัดกิจกรรม

คัดลอกแผนภูมิ

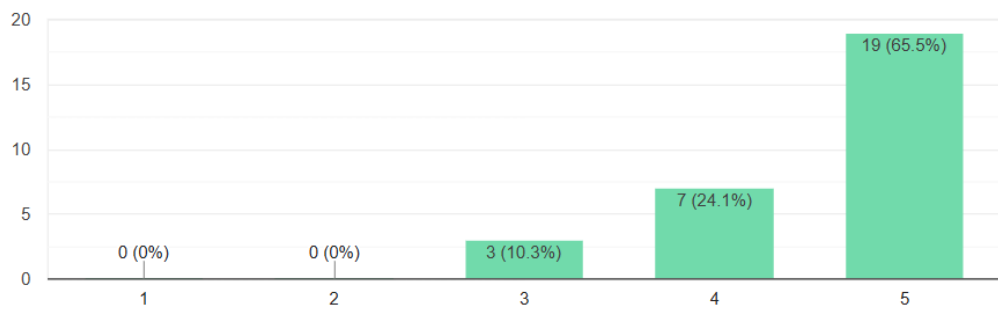
คำตอบ 29 ข้อ



3. มีการประชาสัมพันธ์โครงการกิจกรรมฯ

คัดลอกแผนภูมิ

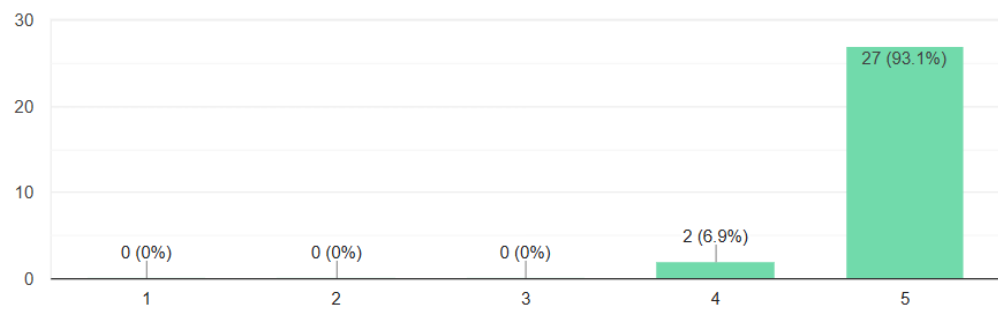
คำตอบ 29 ข้อ



4. ความรู้ความสามารถของวิทยากรในการบรรยายให้ความรู้

คัดลอกแผนภูมิ

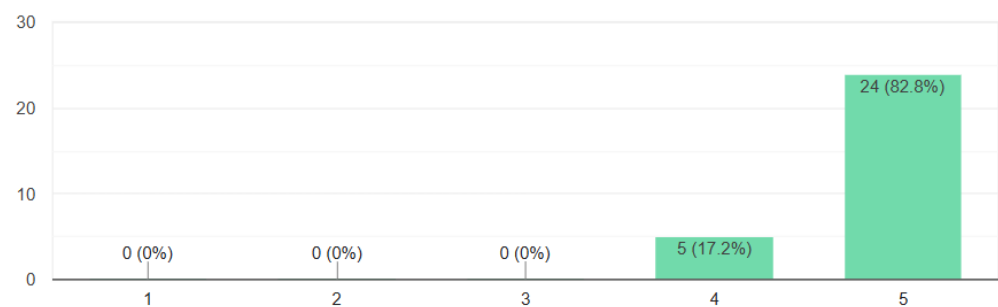
คำตอบ 29 ข้อ



5. เนื้อหามีความเหมาะสมในการบรรยาย

คัดลอกแผนภูมิ

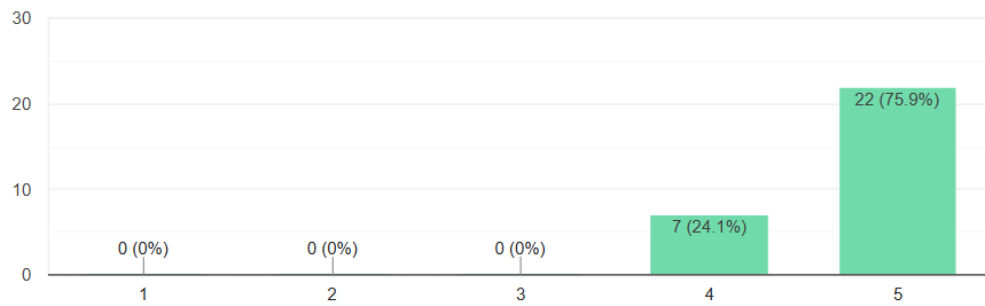
คำตอบ 29 ข้อ



6.ระยะเวลาในการจัดฝึกอบรมที่เหมาะสม

คัดลอกแผนภูมิ

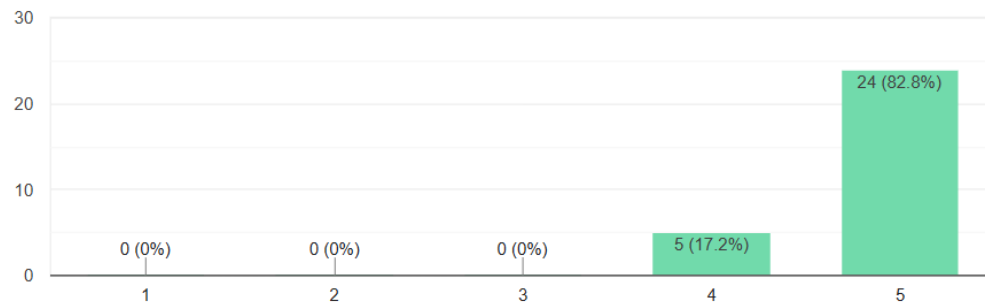
คำตอบ 29 ข้อ



7.การเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงออกและแสดงความคิดเห็น

คัดลอกแผนภูมิ

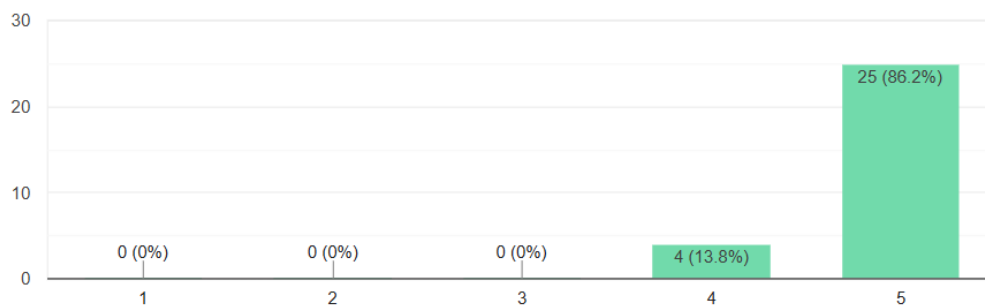
คำตอบ 29 ข้อ



8.ท่านได้รับความรู้ แนวคิด ทักษะใหม่และประสบการณ์ใหม่ๆ จากการจัดกิจกรรมทางวิชาการ

คัดลอกแผนภูมิ

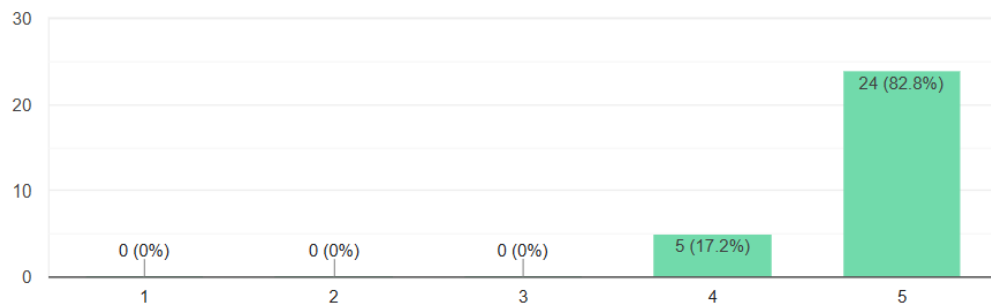
คำตอบ 29 ข้อ



9.ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้

คัดลอกแผนภูมิ

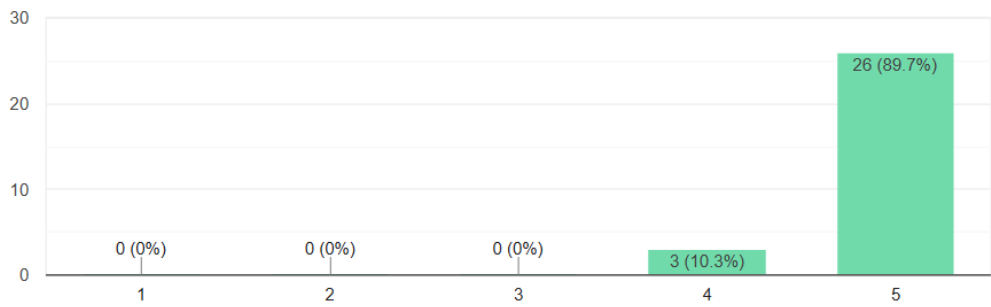
คำตอบ 29 ข้อ



10.ท่านมีความพึงพอใจต่อโครงการกิจกรรมมากน้อยเพียงใด

คัดลอกแผนภูมิ

คำตอบ 29 ข้อ

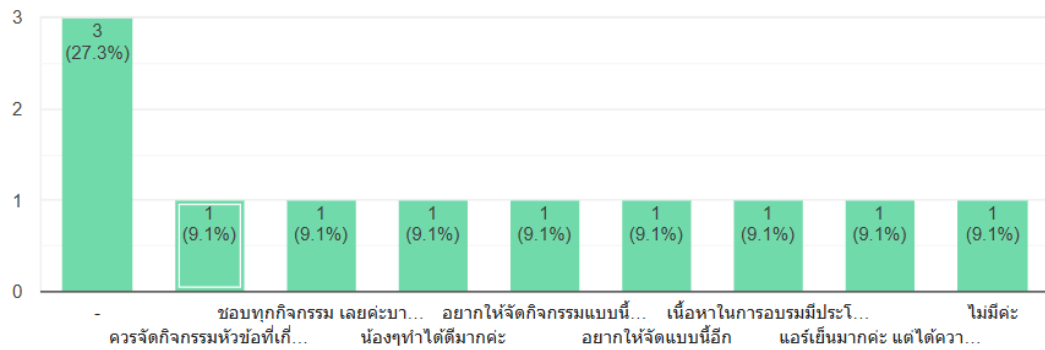


ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (โปรดระบุ)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คัดลอกแผนภูมิ

คำตอบ 11 ข้อ



หมายเหตุ ข้อเสนอแนะ

(๒๗.๓%)	๓ คน	-
(๙.๑%)	๑ คน	ควรจัดกิจกรรมหัวข้อที่เกี่ยวกับการสร้างรายได้ เพื่อประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง
(๙.๑%)	๑ คน	ชอบทุกกิจกรรม เลยค่ะบางกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้
(๙.๑%)	๑ คน	น้องๆ ทำได้ดีมากค่ะ
(๙.๑%)	๑ คน	อยากให้จัดกิจกรรมแบบนี้อีก ท่านวิทยากรให้ความรู้สอนเข้าใจง่าย ชอบคุณผู้จัดโครงการด้วยค่ะ
(๙.๑%)	๑ คน	อยากให้จัดแบบนี้อีก
(๙.๑%)	๑ คน	เนื้อหาในการอบรมมีประโยชน์และนำไปใช้ในการทำงานได้จริง
		อยากให้มีการอบรมเกี่ยวกับ digital marketing ใน Topic อื่นๆ เพิ่มขึ้น
(๙.๑%)	๑ คน	แอร์เย็นมากค่ะ แต่ได้ความรู้ดีมาก
(๙.๑%)	๑ คน	ไม่มีค่ะ

(ภาคผนวก ฉ)

รายชื่อลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการทางวิชาการ

ใบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ 47 ปี

"มสธ. คู่เครือข่ายดิจิทัลสร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่"

วันศุกร์ที่ 29 สิงหาคม 2568 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ ห้องวีดิทัศน์ ชั้น G อาคารห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มสธ.

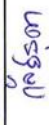
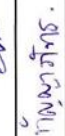
ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	หน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ	หมายเหตุ
1	นางสาววาสนา สกูลหรั่ง	สำนักพิมพ์	02-5047685	wspooopiaw@gmail.com		
2	นางสาวสุวรรณา แก่นศรี	สำนักพิมพ์	02-5047686	Jeab.bbj@gmail.com	-	
3	นางสาวณัฏสร บุญสวน	สำนักพิมพ์	098-8303610	Naphatson.boon@stou.ac.th	พณัฏสร	
4	นายวรินทร์ ยิ่งยืน	สำนักพิมพ์	087-0747504	Varin.You@stou.ac.th	วรินทร์	
5	นางสาวกนกวรรณ พันธุ์รัตน์	สำนักพิมพ์	091-7871741	kanokwan.pha@stou.ac.th	กนกวรรณ	
6	นายณิพัทธ์ พรนวม	สำนักพิมพ์	090-9721352	G.nphee@gmail.com		
7	นางสาวชาลิณี โพธิ์โพธิ์	สำนักพิมพ์	094-3239862	Chalinee.pho@stou.ac.th	ชาลิณี	
8	นางสาวทิพวรรณ คงเทียม	สำนักพิมพ์	085-9235525	tippawan.kon@stou.ac.th	ทพ	
9	นางสาวสุภาพร พิชัยวุฒมะ	สำนักพิมพ์	085-1164939	supaporn.pic@stou.ac.th	สุพ	
10	นางสาวกัญทิมา แก่นจันทร์	สำนักพิมพ์	02-5047673	Kantima.kan@stou.ac.th	กัญทิมา	

ใบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ 47 ปี

"มสธ. คู่เครือข่ายดิจิทัลสร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่"

วันศุกร์ที่ 29 สิงหาคม 2568 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ ห้องวีดิทัศน์ ชั้น G อาคารห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มสธ.

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	หน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ	หมายเหตุ
11	นายประยูร ตีณัด	สำนักพิมพ์	087-6814002	prayoon.dee@stou.ac.th		
12	นางสาวกัลยสุดา แก้วสุวรรณ	สำนักพิมพ์	094-6668988	Kalsuda.kea@stou.ac.th		
13	นางอรุณี เพ็ญสาตแสง	สำนักพิมพ์	089-7739666	Onchuree.sri@stou.ac.th		
14	นางสาววันเพ็ญ ชิงช่วง	สำนักพิมพ์	02-5047776	Wanpen.chi@stou.ac.th		
15	นางสาวมณีนรัตน์ ยิ่งยวด	สำนักพิมพ์	02-5047643	maneerat.yin@stou.ac.th		
16	นางสาวกัญญาภัทร ละอองแก้ว	สำนักพิมพ์	02-5047656	sasiwaporn.lao@stou.ac.th		
17	นางรัตนา ช้างเยาว์	สำนักพิมพ์	086-9810508	Ratana.cha@stou.ac.th		
18	นางวรรณิ์ อยู่คงดี	สำนักพิมพ์	02-5047651	wannee.yuk@stou.ac.th		
19	นางอุษา สมบัติวงศ์	สำนักพิมพ์	084-4697884	usa.som@stou.ac.th		
20	นางกาญจนา กุศลชัยพานิช	สำนักพิมพ์	094-5587582	aoykan@hotmail.com		

ใบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ 47 ปี

"มสธ. ผู้เครือข่ายดิจิทัลสร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่"

วันศุกร์ที่ 29 สิงหาคม 2568 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ ห้องวีดิทัศน์ ชั้น G อาคารห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มสธ.

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	หน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ	หมายเหตุ
21	นางเยาวเรศ โมตรัสดี	สำนักพิมพ์	092-2720982	Yaowared.mai@stou.ac.th		
22	นางสาวราไพพรรณ ทองทาบ	สำนักพิมพ์	091-0054192	kamuibhai@gmail.com		
23	นายสุรศักดิ์ มากระดี	สำนักพิมพ์	02-5047644	Sarasak.mak@stou.ac.th	-	
24	นางสาวบุสสง วงศ์แก้ว	สำนักบรรณสารสนเทศ	086-3765854	bussabong.won@stou.ac.th	-	
25	นางสาวภูมิอนุช อินทรกำแหง	ข้าราชการบำนาญ	082-3277575	i_mjeab@hotmail.com		
26	นางสาวนิรมล ชมสุข	กองพัสดุ	093-581-4822	Niramon.cho@stou.ac.th		
27	นางสาวศุภลักษณ์ ชื่นนาค	สำนักการศึกษาต่อเนื่อง	02-5047726	sspd.stou@gmail.com		
28	นางนภาดา แป้นสมุทร	สำนักทะเบียนและวัดผล	02-5047299	napada.pan@stou.ac.th		
29	นางสาวณรรพรัตน์ ทัดทอง	สำนักทะเบียนและวัดผล	02-5047203	nuntaporn.tha@stou.ac.th		
30	นางสาวปัทมา ธรรมสอน	สำนักทะเบียนและวัดผล	02-5047206	pattama.thu@stou.ac.th		

ใบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการกิจกรรมทางวิชาการ เนื่องในโอกาสสถาปนามหาวิทยาลัยครบ 47 ปี
"มสธ. คู่เครือข่ายดิจิทัลสร้างรายได้และความร่วมมือยุคใหม่"

วันศุกร์ที่ 29 สิงหาคม 2568 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ ห้องวีดิทัศน์ ชั้น G อาคารห้องสมุดและศูนย์การเรียนรู้ มสธ.

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	หน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ	หมายเหตุ
	ดร.อรรณพ ประดิษฐ์	กองการงานต่างประเทศ	0924155998	zanday.oo@stou.ac.th	อรรณ	
	ดร. ชนิต อันทาจอ	วิทยาลัย	086-159-9623	Chomchat.int@stou.ac.th	ชนิต	
	ดร.กรรณิการ์ อิ่มนวล	สำนักงาน	0815826409	kannika.yin@stou.ac.th	กรรณิการ์	
	ดร. อรุณรัตน์ ฤทธิเดช	สำนักวิทยบริการ	083013 1009	ARUNGRAT.PARASTOU.AC.TH	อรุณ	
	ดร.วิภากร วัฒนศิริ	วิทยาลัย	089-498-6524	KANANUON.KOS.O@stou.ac.th	วิภากร	

