



ผู้จัดทำ: นางสาวอาริษา สะและโสะ

รหัสนิสิต 651011274

หลักสูตร ศศ.บ.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.นวิทย์ เอ็มเอก

พี่เลี้ยงสถานประกอบการ นางสาวปณิตดา คำทันเจริญ, นางสาวรุ่งเรือง ยुरยง

ปฏิบัติสหกิจ ณ บริษัท นำยงอุตสาหกรรมเคมี จำกัด
ระยะเวลาปฏิบัติงาน 3 พ.ย. 2568 - 20 ก.พ. 2569

ที่มาและความสำคัญของโครงการ

ในยุคดิจิทัล โซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารและการสรรหาบุคลากรขององค์กร ช่วยขยายการเข้าถึงผู้สมัคร ลดข้อจำกัดด้านเวลาและค่าใช้จ่าย พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์และเผยแพร่วัฒนธรรมองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันแพลตฟอร์ม TikTok ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยมีจุดเด่นด้านวิดีโอสั้นที่เข้าถึงง่าย แพร่กระจายรวดเร็ว และสร้างการมีส่วนร่วมสูง จึงเป็นโอกาสในการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์งานให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โครงการนี้จึงมุ่งพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน TikTok เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสรรหาบุคลากร และดึงดูดผู้สมัครที่มีคุณภาพ

วิธีการดำเนินงาน



P

Plan: การวางแผนการทำงาน

ศึกษาข้อมูลองค์กรและกระบวนการสรรหาบุคลากรในปัจจุบัน รวมถึงแนวทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเลือกใช้ TikTok เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร พร้อมจัดทำแผนการผลิตและเผยแพร่วิดีโอสั้น

D

Do: การปฏิบัติตามแผน

ดำเนินการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอสั้นผ่าน TikTok โดยจัดทำเนื้อหาแนะนำองค์กร ประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงาน และสะท้อนวัฒนธรรมองค์กร ครอบคลุมขั้นตอนการเขียนสคริปต์ ถ่ายทำ และตัดต่อให้กระชับ เข้าใจง่าย

C

Check: การตรวจสอบ

ติดตามผลสื่อที่เผยแพร่ผ่าน TikTok โดยวิเคราะห์สถิติการเข้าชม การกดถูกใจ ความคิดเห็น และการแชร์ พร้อมรวบรวมข้อเสนอแนะเพื่อนำมาประเมินและปรับปรุงรูปแบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

A

Action: การปรับปรุงแก้ไข

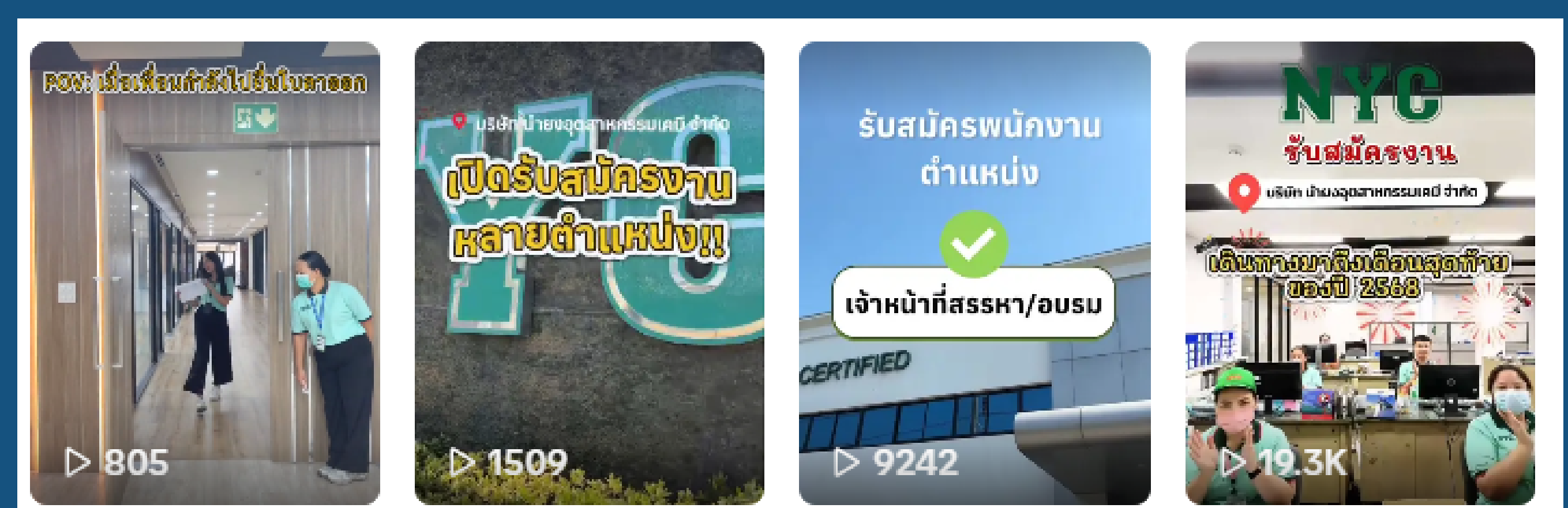
นำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงาน โดยพัฒนารูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ และความยาววิดีโอผ่าน TikTok ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น พร้อมนำเสนอแนะจากองค์กรมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์ม TikTok สำหรับสนับสนุนกระบวนการสรรหาบุคลากรขององค์กร
2. เพื่อพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม TikTok ให้เหมาะสม ทันสมัย และตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย
3. เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผ่านการสื่อสารบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

ผลการดำเนินงาน

การใช้ TikTok เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงานช่วยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และสร้างการมีส่วนร่วมได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ สื่อที่พัฒนาขึ้นมีความกระชับ เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อในยุคดิจิทัล โครงการนี้ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรและสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาการสื่อสารด้านการสรรหาบุคลากรในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ตัวอย่างคลิปวิดีโอ