



การวิเคราะห์การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของ  
ฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด  
บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

จัดทำโดย

นางสาวณภัสร สนใจยิ่ง

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชื่อโครงการ	การวิเคราะห์การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณภัสร สนใจยิ่ง
สาขาและคณะ	สาขาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	ดร.ศุภโชค ถกลศรี

## บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์การ หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคหรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงาน การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) ยังสามารถช่วยจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่องค์กรต้องทำเพื่อให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จ รวมถึงเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาภาพรวม และมุมมองของธุรกิจ เพื่อวางกลยุทธ์ และทิศทางขององค์กรในอนาคตในปัจจุบัน ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งาน Instagram ประมาณ 44 ล้านคน ซึ่งเป็นโอกาสเพิ่มลูกค้าได้มากขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่ม GEN Z ที่มีการใช้งานแพลตฟอร์ม Instagram ต่อวันเฉลี่ยค่อนข้างสูง ถือเป็นโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆและเพิ่มยอดผู้ติดตามให้แก่บริษัท การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้จัดทำขึ้นเพื่อช่วยเป็นแนวทางให้บริษัททราบถึงจุดแข็งและสิ่งที่บริษัทสามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดในอนาคตได้ต่อไป ซึ่งจะช่วยให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

การศึกษาในครั้งนี้จะช่วยให้สามารถนำไปต่อยอด พัฒนาและวางแผนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาดได้ รวมถึงยังช่วยให้เห็นโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ จากแพลตฟอร์ม Instagram และจะเป็นประโยชน์แก่บริษัทต่อไป

## ใ้หนังสือยินยอม



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สก ๑๗

หนังสือยินยอมให้เผยแพร่ข้อมูลของสถานประกอบการ

ในรายงานวิชาการการปฏิบัติงาน

 สหกิจศึกษา
  มีผลงาน
  มีการสอน
  อื่นๆ .....

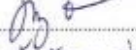
(ผู้ให้ข้อมูล: สถานประกอบการ)

วันที่ 28 มี.ค. 2566

ตามที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้ส่งนักศึกษา (ชื่อ-นามสกุล) พิกัส สนิระชัย  
 ภาควิชา/สาขาวิชา การเงิน คณะ/วิทยาลัย บริหารธุรกิจ  
 มาปฏิบัติงาน ณ (ชื่อหน่วยงาน/บริษัท) บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)  
 ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ตั้งแต่วันที่ 28 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2565  
 ถึง วันที่ 24 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566 โดยหัวข้อโครงการ/งานที่นักศึกษารับผิดชอบ คือ

โดยมีอาจารย์นิเทศ (ชื่อ-นามสกุล) ดร. สุทธิโชค ภาลศรี  
 ผู้นิเทศงานจากสถานประกอบการ (ชื่อ-นามสกุล) เสด็จภัทร เข็มมประภาศ

ในการนี้ ข้าพเจ้า (ชื่อ-นามสกุล) เสด็จภัทร เข็มมประภาศ  
 ในฐานะตัวแทน (ชื่อหน่วยงาน/บริษัท) บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)  
 ได้ตรวจสอบเนื้อหาในรายงานฉบับนี้เรียบร้อยแล้ว ไม่มีส่วนใดเป็นความลับของสถานประกอบการ จึงอนุญาต  
 ให้เผยแพร่ข้อมูลในรายงานฉบับนี้ เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการและส่งเสริมการศึกษาของประเทศต่อไป

ลงชื่อ   
 (เสด็จภัทร เข็มมประภาศ)

ตำแหน่ง ผู้จัดการ  
28 , มี.ค. , 66

หมายเหตุ: ให้นักศึกษานำเอกสารฉบับนี้บรรจุลงในรายงานวิชาการ การปฏิบัติงาน หน้าถัดจากบทคัดย่อ

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำโครงการวิเคราะห์การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของ ดร.ศุภโชค ถกาศศรี โดยเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ รวมถึงยังได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนอย่างยิ่งจาก

1. คุณนุสราร รุ่งเจริญ กรรมการบริหาร
2. คุณเอื้ออังกูร เอี่ยมประภาศ ผู้จัดการฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด

ซึ่งได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็น รวมถึงยังมีส่วนช่วยในการแก้ไขตรวจสอบข้อมูลตามความเหมาะสม ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดทำโครงการ และยังให้กำลังใจระหว่างการดำเนินการอีกด้วย

สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆที่ให้คำแนะนำ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลในการทำ โครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริงจนทำให้โครงการชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยเล่มนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำ ต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณภัทร สนใจยิ่ง

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
แบบอนุญาตเผยแพร่ผลงาน	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญรูปภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ	1
1.2 ที่มาและความสำคัญ	2
1.3 งานที่ได้รับมอบหมาย	3
1.4 วัตถุประสงค์การศึกษา	3
1.5 ขอบเขตของงาน	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.2 ผลกระทบทางการเงิน	6
2.3 บริษัทหลักทรัพย์	10
2.4 โซเชียลมีเดีย	11
2.5 การตลาดออนไลน์	12
2.6 Instagram	15

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีการศึกษา</b>	
3.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน	17
3.2 โปรแกรมที่ใช้ในการดำเนินงาน	17
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.5 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	19
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
4.1 จุดแข็ง (Strong) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)	20
4.2 จุดอ่อน (Weakness) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)	23
4.3 โอกาส (Opportunity) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)	24
4.4 การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)	24
<b>บทที่ 5 สรุปผล ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	26
5.2 ปัญหาและอุปสรรค	28
5.3 ข้อเสนอแนะ	28
<b>บรรณานุกรม</b>	29
<b>ภาคผนวก</b>	30

## สารบัญรูปรภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1 สัญลักษณ์บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)	1
ภาพที่ 4-1 การโพสต์เนื้อหาที่เกี่ยวกับการใช้งานอินดิเคเตอร์ (Indicator) และเครื่องมือต่างๆ	21
ภาพที่ 4-2 การอัปเดตข่าวสารและกิจกรรมของบริษัท	21
ภาพที่ 4-3 ภาพแสดงการจัดสรรหุ้น IPO ให้กับนักลงทุนรายย่อย	22
ภาพที่ 4-4 ภาพแสดงการโพสต์คลิป Real ของบริษัทบนแพลตฟอร์ม Instagram	22
ภาพที่ 4-5 ภาพแสดงการนำเสนอกิจกรรมสำคัญๆ ผ่าน Story ใน Instagram	23
ภาพที่ 5-1 แสดงเพศและช่วงอายุลูกค้าของ Finansia HERO ใน Instagram	26
ภาพที่ 5-2 แสดงจังหวัดที่กลุ่มเป้าหมายอยู่อาศัย 5 จังหวัดแรกของ Finansia HERO ใน Instagram	27
ภาพที่ 5-3 แสดงค่าเฉลี่ยการเข้าถึงของ Content แต่ละประเภทของ Finansia HERO ใน Instagram	27

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงแผนในการดำเนินงาน

19



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์



ภาพที่ 1-1 : สัญลักษณ์บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) ได้เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2545 โดยเปลี่ยนชื่อจาก "บริษัทหลักทรัพย์ ไซรัส จำกัด (มหาชน)" เป็น "บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)" เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2552 และเปลี่ยนแปลง ชื่อย่อ หลักทรัพย์จากเดิม "SYRUS" เป็น "FSS" โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 8 กรกฎาคม 2552 ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) เกิดจากการควบรวม กิจการระหว่าง บริษัทหลักทรัพย์ ไซรัส จำกัด (มหาชน) กับ บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันซ่า จำกัด เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2552 และบริษัทฯ ได้ไปลงทุนในบริษัทย่อยคือ บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเชีย จำกัด เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2552

บริษัทฯ เป็นสมาชิกตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หมายเลข 24 และเป็นสมาชิกของศูนย์ซื้อขายตราสารหนี้ไทย ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ โดยได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ 5 ประเภท ได้แก่

1. การเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์
2. การค้าหลักทรัพย์
3. การเป็นที่ปรึกษาการลงทุน
4. การจัดจำหน่ายหลักทรัพย์
5. การยืม และให้ยืมหลักทรัพย์

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ในการประกอบธุรกิจเพิ่มเติม ได้แก่

- ที่ปรึกษาทางการเงิน
- ตัวแทนซื้อ/ขายคินหน่วยลงทุน (Selling Agent)
- ธุรกิจซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้า
- ตัวแทนซื้อ/ขายตราสารหนี้ของศูนย์ซื้อขายตราสารหนี้ไทย

นอกจากแนวความคิดในการดำเนินธุรกิจทางการเงินแบบครบวงจรแล้ว ด้วยประสบการณ์อันยาวนานที่มีความโดดเด่นด้านการลงทุน การดำเนินธุรกิจแบบมีอาชีพ รวมถึงการดำเนินธุรกิจเชิงรุก จึงทำให้ Finansia ได้เติบโต และพัฒนากลายเป็นบริษัทหลักทรัพย์ชั้นนำของประเทศ

## 1.2 ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบัน Fintech เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยและทั่วโลกเป็นอย่างมาก ทำให้สถาบันทางการเงินต้องมีการปรับตัวให้เท่าทันกับโลกและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมทางการเงินต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการเงิน การธนาคาร รวมถึงด้านการลงทุน ซึ่งนอกจากจะมีบทบาทในด้านเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์แล้ว ยังเข้ามามีบทบาทในด้านของพฤติกรรมผู้บริโภค ในการเชื่อมต่อระหว่างผลิตภัณฑ์และบริการกับตัวผู้บริโภคเอง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการหาข้อมูลและนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ทำให้สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอยู่มากในยุคปัจจุบัน

บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) ได้มีการประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ โดยมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Line, Twitter, Blockdit, และ YouTube โดยในปัจจุบันธุรกิจด้านการเงินมีการแข่งขันที่สูงขึ้น อีกทั้งทางบริษัทมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นคนที่อยู่ในกลุ่ม Gen Z โดยแพลตฟอร์มที่กลุ่ม Gen Z มีการใช้งานบ่อยที่สุดคือ Instagram ซึ่งถือเป็นโอกาสในการทำการตลาดออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า

ดังนั้นผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร เปรียบเทียบกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรทราบถึงข้อได้เปรียบ และสิ่งที่สามารถนำมาพัฒนา และต่อยอดการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้เกิดการติดตามที่เพิ่มขึ้น

### 1.3 งานที่ได้รับมอบหมาย

1. จัดทำ E-book หัวข้อ “สรุป Tips เด็ดสอนเทรดหุ้น”
2. การคิด Caption ใน Content เกี่ยวกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงิน
3. โปสต์งานกิจกรรมและ Content ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียล
4. ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ก่อนนำไปเผยแพร่
5. การทำงานนำเสนอวิเคราะห์ Instagram ของบริษัทเทียบกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ

### 1.4 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ขององค์กร
2. เพื่อศึกษาและนำมาวางแผนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านโซเชียลมีเดีย บนแพลตฟอร์ม Instagram

### 1.5 ขอบเขตของงาน

การศึกษาการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านช่องทาง Instagram ได้เริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ.2565 ถึงวันศุกร์ ที่ 24 มีนาคม พ.ศ.2566 โดยมีระยะเวลาการปฏิบัติงานรวมทั้งสิ้น 4 เดือน โดยขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาค้นคว้า คือ การวิเคราะห์นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินขององค์กรเปรียบเทียบกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ ที่มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงข้อได้เปรียบรวมถึงสิ่งที่องค์กรสามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาได้
2. เพื่อให้องค์กรสามารถนำแนวทางที่ได้รับจากการวิเคราะห์ไปต่อยอดการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแพลตฟอร์ม Instagram

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำรายงาน “การวิเคราะห์การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) โดยผู้จัดทำได้ทำการศึกษาและค้นคว้าเอกสารที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2 ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

2.3 บริษัทหลักทรัพย์

2.4 โซเชียลมีเดีย

2.5 การตลาดออนไลน์

2.6 Instagram

### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์

ทฤษฎีเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์ หรือ Security Firm Theory เป็นทฤษฎีที่วิเคราะห์การทำงานของ บริษัทหลักทรัพย์ (Securities Firm) ซึ่งเป็นบริษัทที่มีหน้าที่ในการซื้อขายหลักทรัพย์ต่าง ๆ เช่น หุ้น ตราสารหนี้ และเงินที่เป็นหลักทรัพย์อื่น ๆ ให้กับลูกค้า โดยทฤษฎีนี้ได้กล่าวถึงหลักการทำงานของ บริษัทหลักทรัพย์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- การทำกำไรจากค่าธรรมเนียมซื้อขาย: หนึ่งในหลักการสำคัญของบริษัทหลักทรัพย์คือการทำกำไรจากการเก็บค่าธรรมเนียมซื้อขายหลักทรัพย์ โดยค่าธรรมเนียมชื้อขายนั้นสามารถมีอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ค่าชื้อ-ขาย ค่าชื้อ-ถือครอง ค่าชื้อ-ขายออนไลน์ ฯลฯ
- การสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์: การให้บริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ดังนั้น บริษัทหลักทรัพย์จะต้องให้บริการในรูปแบบที่เป็นไปตามกฎหมายและมีความเป็นมืออาชีพ

- การเลือกหลักทรัพย์ที่เหมาะสม: เป็นการทำความเข้าใจในภาพรวมของตลาดหลักทรัพย์ และรูปแบบการลงทุนที่เหมาะสมกับเป้าหมายการลงทุนของแต่ละบุคคลหรือองค์กร โดยสามารถทำได้โดยการทำ ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ และวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์

### ทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (Financial Product Theory) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้เหมาะสมกับความต้องการและความสนใจของลูกค้า โดยใช้ กระบวนการวิจัยตลาดและการประเมินความเสี่ยงเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ทฤษฎีนี้มีส่วนสำคัญในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยใช้การวิเคราะห์และการ ประเมินความเสี่ยงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับตลาด การประเมินความเสี่ยงเป็น ส่วนสำคัญของทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการเงินเป็นเชิงธุรกิจที่มีความเสี่ยง สูง ซึ่งจำเป็นต้องประเมินความเสี่ยงเพื่อกำหนดระดับความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม

ทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีการใช้งานอย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์และออกแบบ ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพัฒนาสินเชื่อที่มีความเสี่ยงสูง

### การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านโซเชียลมีเดีย

การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านโซเชียลมีเดียเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มโอกาสใน การขายผลิตภัณฑ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้งานในช่วงเวลาสั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านโซเชียลมีเดียจะมีขั้นตอนดังนี้

- เลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม: เช่น Facebook, Instagram, Line, Twitter, Blockdit, และ YouTube เป็นต้น โดยขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์และการใช้งานของผู้ใช้งาน
- สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ: การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคุณค่าสำหรับผู้ใช้งานเป็นสิ่งสำคัญในการ ดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งาน โดยเนื้อหาที่น่าสนใจอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือ คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งาน
- ใช้ภาพและวิดีโอ: การใช้ภาพและวิดีโอสามารถช่วยสร้างความน่าสนใจและเพิ่มความจำ impression ของผลิตภัณฑ์ได้ โดยภาพและวิดีโอควรเป็นคุณภาพสูงและเนื้อหาต้องสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์
- ใช้โปรโมชั่น: การใช้โปรโมชั่นเช่น ส่วนลด, แคมเปญ, แลกของรางวัล เป็นต้น

## ทฤษฎีเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย

ทฤษฎีเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย (Social Media Theory) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการที่อยู่เบื้องหลังการใช้งานและการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อเข้าใจว่ามันทำงานอย่างไรและมีผลต่อบุคคลหรือองค์กรอย่างไร

การศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียจะช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าใจถึงประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดียในการสื่อสารและการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาของโซเชียลมีเดียในช่วงเวลาต่าง ๆ และวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานโซเชียลมีเดียในสังคม และสถานการณ์ต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการสื่อสารและการติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะเมื่อเราพูดถึงการเลือกใช้โซเชียลมีเดียในฐานะของผู้ประกอบการหรือองค์กร ซึ่งมีหลายปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ผู้ใช้งาน ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการขององค์กรในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

## 2.2 ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (Financial Products) หมายถึงสินทรัพย์ที่ไม่ใช่ทางกายภาพต่าง ๆ ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถซื้อขายต่อสาธารณะหรือเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ หรือที่เรียกว่าหลักทรัพย์ เช่น เงินสด ธนาคัติหุ้น พันธบัตร กรมธรรม์ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเป็นสินค้าที่ซื้อและขายในตลาดการเงินซึ่งรวมถึงสกุลเงิน ทองคำ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและหลักทรัพย์ เราสามารถใช้เงินสดเพื่อซื้อสินค้าใด ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เราสามารถซื้อและขายหุ้น พันธบัตร ฯลฯ ได้ตามความต้องการในตลาดการเงินที่เกี่ยวข้อง พันธบัตร กรมธรรม์ ฯลฯ ที่เราถือ สามารถถอนเงินสดได้เมื่อครบกำหนด (เปลี่ยนเป็นเงินสด)

### ที่มาของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเป็นผลผลิตของสังคมการเงิน สังคมการเงินได้รับการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไปบนพื้นฐานของสังคมเกษตรกรรมและสังคมอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ทางการเงินมาจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

## ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการเงินสามารถแบ่งตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้

### เงินตรา

การเปลี่ยนแปลงของระบบสกุลเงิน รูปแบบของสกุลเงินก็เปลี่ยนไปเช่นกัน จากสกุลเงินทางกายภาพ เช่น เปลือกหอยและผ้าไปจนถึงสกุลเงินโลหะเช่นทองคำ เงินและทองแดง และสกุลเงินกระดาษก็ปรากฏขึ้น

### สินค้าที่จับต้องได้

สินค้าประเภทนี้มีมากมายรวมถึงพันธบัตรและตัวแลกเปลี่ยนทุกชนิด

### สินค้าที่จับต้องไม่ได้

คือ บริการทางการเงิน รวมถึงเงินกู้ เงินฝาก บริการต่างประเทศ การโอนและการออม เป็นต้น

## องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน คือ การรวมกันของข้อบังคับและข้อตกลงเฉพาะต่าง ๆ แม้ว่าผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่แตกต่างกันจะมีข้อบังคับและข้อตกลงเฉพาะที่แตกต่างกัน แต่โดยปกติแล้วผลิตภัณฑ์ทางการเงินแต่ละอย่างควรมีอย่างน้อยดังต่อไปนี้

### 1. ผู้ออกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินใด ๆ ต้องมีผู้ขาย ซึ่งผู้ออกพันธบัตรคือลูกหนี้ และความสัมพันธ์ทางหนี้โดยไม่มีลูกหนี้เป็นไปไม่ได้โดยธรรมชาติ หนี้ก็เช่นเดียวกัน ต้องมีบริษัทที่ออกหุ้นเฉพาะ ซึ่งเป็นทรัพย์สินร่วมกันของผู้ถือหุ้น ผู้ออกมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงิน แต่บุคคลหรือองค์กรใด ๆ ไม่สามารถออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้กับสังคมเพื่อรับรายได้ เนื่องจากรายได้ทางการเงินดังกล่าว ผู้ออกตราสารนี้ต้องแบกรับภาระผูกพันที่กำหนดไว้

เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติตามข้อผูกพันเหล่านี้ ผู้ออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินส่วนใหญ่ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขบางประการเมื่อออกและต้องยอมรับการกำกับดูแลของสถาบันจัดการทางการเงินและนักลงทุน หลังจากการออก เช่นการเปิดเผยข้อมูลและข้อจำกัดบางประการเกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจ เป็นต้น

ดังนั้น ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน บริษัทที่ระดมทุนจะต้องพิจารณาก่อนว่าตนมีสิทธิ์ออกผลิตภัณฑ์ใด เช่นเดียวกับนักลงทุน ก่อนที่จะสมัครสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน พวกเขาต้องทำให้ชัดเจนว่าอีกฝ่ายมีสิทธิ์ในการออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่

## 2. ผู้เป็นสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

นักลงทุนบางคนไม่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ต้องการจากตลาดการเงินได้ บางตลาดเปิดให้เฉพาะสถาบันการเงินจำนวนน้อยเท่านั้น ดังนั้นก่อนที่จะสมัครสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงินนักลงทุนควรทำความเข้าใจก่อนว่าพวกเขามีสิทธิ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ ก่อนที่จะออกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน องค์กรควรรู้จักนักลงทุนที่เป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์เพื่อประเมินแหล่งเงินทุนที่เป็นไปได้

## 3. ระยะเวลา

ระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ทางการเงินแบ่งออกเป็นระยะยาวและระยะสั้น ภายใต้สถานการณ์ปกติ ระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ในตลาดสกุลเงินจะค่อนข้างสั้นและระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนค่อนข้างยาวนาน

ระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ทางการเงินสามารถแบ่งออกเป็นแบบจำกัด และไม่จำกัด พันธบัตรส่วนใหญ่และผลิตภัณฑ์ในตลาดเงินทั้งหมดมีอายุครบกำหนด สำหรับหุ้นนั้นในทางทฤษฎีพวกเขาไม่จำกัด และการดำรงอยู่ของพวกเขาก็ยาวนานพอ ๆ กับการดำรงอยู่ของวิสาหกิจ

บริษัทที่ระดมทุนควรเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีกำหนดเวลาที่เหมาะสมตามความต้องการ เช่นเดียวกับนักลงทุน ระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่จะจองซื้อควรกำหนดตามอายุการลงทุนของกองทุน หากสั้นหรือยาวเกินไปจะมีความเสี่ยงที่อัตราดอกเบี้ยจะลดลงหรือสูงขึ้นตามลำดับ

## 4. ราคาและผลประโยชน์

ราคาเป็นองค์ประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เนื่องจากวัตถุประสงค์ของผู้ระดมทุนในการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินคือการได้รับรายได้เทียบเท่ากับราคาของผลิตภัณฑ์ จำนวนเงินลงทุนของนักลงทุนจึงเท่ากับราคาของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เขาซื้อ

อัตราผลตอบแทนเป็นองค์ประกอบหลักอีกประการหนึ่งของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ซึ่งแสดงถึงอัตราส่วนของรายได้ที่ผลิตภัณฑ์นำไปสู่การลงทุนของผู้ถือหุ้น

## 5. ความเสี่ยง

โดยทั่วไปความเสี่ยงถือเป็นอันตรายประเภทหนึ่ง หรือความเป็นไปได้ที่จะสูญเสียหรือล้มเหลว ดังนั้นโดยทั่วไปเราคิดว่าความเสี่ยงในการลงทุนของผลิตภัณฑ์ทางการเงินคือความเป็นไปได้ที่จะสูญเสียรายได้ที่คาดหวังเนื่องจากความไม่แน่นอนของอนาคต มีโอกาสในการลงทุนที่ประการที่รวมความเสี่ยงและผลตอบแทนในตลาด:



- (1) ความเสี่ยงสูงและผลตอบแทนต่ำ
- (2) ความเสี่ยงต่ำและผลตอบแทนสูง
- (3) ความเสี่ยงสูงและผลตอบแทนสูง
- (4) ความเสี่ยงต่ำและผลตอบแทนต่ำ

สำหรับนักลงทุน เพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูง พวกเขาต้องรับความเสี่ยงสูงและผลตอบแทนที่สูงจะต้องมาพร้อมกับความเสี่ยงสูง

แต่ในทางกลับกัน หากนักลงทุนรับความเสี่ยงได้สูง นักลงทุนอาจไม่สามารถรับประกันผลตอบแทนที่สูงได้ เนื่องจากความหมายของความเสี่ยงสูงนั้นมีความไม่แน่นอน ผลลัพธ์ของความเสี่ยงสูงอาจเป็นผลตอบแทนสูงหรือผลตอบแทนต่ำหรือแม้กระทั่งการสูญเสียสูง เห็นได้ชัดว่าผลประโยชน์ขึ้นอยู่กับความเสี่ยง

## 6. สภาพคล่อง

สภาพคล่อง คือ ความสามารถของสินทรัพย์ในการแปลงเป็นสกุลเงินสินทรัพย์บางอย่างสามารถแปลงเป็นสกุลเงินได้ทันทีที่ต้องการต้นทุนการทำธุรกรรมต่ำมากและสินทรัพย์จะไม่รับผิดชอบต่อการสูญเสียเงินต้นของสินทรัพย์ มีสภาพคล่องสูง ในทางตรงกันข้ามสภาพคล่องของสินทรัพย์อยู่ในระดับต่ำ

สภาพคล่องเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ทางการเงินและผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ไม่หมุนเวียนเหล่านั้นสามารถออกได้ในราคาที่ต่ำกว่าในตลาดเท่านั้น ในทำนองเดียวกัน แม้ว่าจะจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หมุนเวียนได้ หากสภาพการหมุนเวียนไม่ดีมาก (เช่น ปริมาณการซื้อขายต่อวันมีน้อยมาก) ก็เพียงสามารถหมุนเวียนได้ในราคาที่ต่ำกว่าเท่านั้น

## 7. อำนาจของผู้ถือผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ในฐานะที่เป็นใบรับรองสิทธิในทรัพย์สิน ผลิตภัณฑ์ทางการเงินสามารถให้อำนาจแก่ผู้ถือที่สอดคล้องกับประเภทผลิตภัณฑ์ อย่างเช่นผู้ถือพันธบัตรในฐานะเจ้าหนี้ มีสิทธิที่จะได้รับเงินต้นและดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนดและการเรียกร้องสิทธิพิเศษสำหรับทรัพย์สินที่เหลืออยู่เมื่อบริษัท ล้มละลาย

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการเงินหรือการใช้เงิน เช่น บัญชีเงินฝากธนาคาร, การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์, เงินกู้ส่วนบุคคล, บัตรเครดิต, ประกันชีวิต, ประกันสุขภาพ, และผลิตภัณฑ์หลักทรัพย์อื่นๆ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีหลายประเภทและมีจุดเด่นแตกต่างกันไป เช่น บัญชีเงินฝากธนาคารให้ผลตอบแทนเงินเบี่ยสูงขึ้นเมื่อเงินฝากมากขึ้น, การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนเงินลงทุนสูงขึ้นโดย

เสี่ยงเป็นอย่างมาก และเงินกู้ส่วนบุคคลที่มีดอกเบี้ยต่ำและผ่อนชำระได้ง่าย เป็นต้น การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินต้องพิจารณาจากความต้องการและวัตถุประสงค์ในการใช้เงินของเรา รวมถึงเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและความสามารถในการจัดการเงินของเราด้วย

## 2.3 บริษัทหลักทรัพย์

บริษัทหลักทรัพย์ หรือโบรกเกอร์ (Broker) คือ บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ได้ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ และเข้าเป็น "บริษัทสมาชิก" ของตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทำให้สามารถส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์เข้าสู่ระบบซื้อขาย ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้โดยตรง

โบรกเกอร์จึงไม่ใช่เป็นแค่คนกลางในการซื้อขายหลักทรัพย์ให้กับคุณเท่านั้น แต่โบรกเกอร์จะต้องรับผิดชอบต่อหน้าที่ความรับผิดชอบและบริการต่าง ๆ ที่ให้แก่ลูกค้าทุกขั้นตอนอยู่ตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่เปิดบัญชีจนกระทั่งถึงขั้นตอนสิ้นสุดของการชำระราคาแลส่งมอบหลักทรัพย์ รวมทั้งช่วยดูแลให้คำปรึกษาแนะนำ หรือแก้ไขปัญหาให้กับนักลงทุน ซึ่งโบรกเกอร์แต่ละแห่งอาจให้บริการในลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดธุรกิจและความชำนาญของบริษัท

จะเห็นว่าโดยรวมแล้ว โบรกเกอร์เป็นคนดูแลเรื่องเงินของผู้ลงทุน ทั้งการจ่ายเงินชำระค่าซื้อหุ้นนำหุ้นที่ซื้อมาส่งมอบ แฉงถึงสิทธิที่จะได้รับจากหุ้นที่ถืออยู่ เงินปันผลและการใช้สิทธิในฐานะผู้ถือหุ้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ลงทุนที่จะเลือกคนที่ไว้วางใจได้มาทำหน้าที่แทน โดยยึดถือผลประโยชน์ของผู้ลงทุนเป็นสำคัญ ซึ่งเรื่องนี้อาจไม่่ง่ายที่จะเลือก ดังนั้น นักลงทุนควรที่จะศึกษาข้อมูลและพิจารณาเลือกโบรกเกอร์ที่สามารถให้บริการตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุด

กล่าวโดยสรุป บริษัทหลักทรัพย์ (Securities Company) เป็นบริษัทที่มีการให้บริการทางการเงินในด้านตลาดหลักทรัพย์ โดยมีหน้าที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น หุ้น ตราสารหนี้ ตราสารอนุพันธ์ และสินทรัพย์ทางการเงินอื่น ๆ ในตลาดหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์ยังมีหน้าที่ให้บริการในด้านบริหารจัดการกองทุน ที่มีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงการให้คำปรึกษาและบริการอื่น ๆ เช่น วิเคราะห์แนวโน้มตลาด สร้างกลยุทธ์การลงทุน และซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดต่าง ๆ

บริษัทหลักทรัพย์ต้องได้รับการอนุญาตจากหน่วยงานกำกับดูแลตลาดหลักทรัพย์และบริการการเงินในประเทศ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีความสามารถและความเหมาะสมในการให้บริการในตลาดหลักทรัพย์และบริการการเงิน ตามที่กฎหมายกำหนด

โดยบริษัทหลักทรัพย์มีหน้าที่หลากหลายตามลักษณะธุรกิจและบริการที่มีให้กับลูกค้า สามารถสรุปหน้าที่ของบริษัทหลักทรัพย์ได้ดังนี้

1. บริการซื้อขายหลักทรัพย์: บริษัทหลักทรัพย์มีหน้าที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายหลักทรัพย์ของลูกค้า โดยมีหลายรูปแบบ เช่น บริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชีหลักทรัพย์ให้กับลูกค้า หรือโบรกเกอร์ที่ซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์เพื่อทำกำไรให้กับลูกค้า
2. บริการวิเคราะห์หลักทรัพย์: บริษัทหลักทรัพย์มีหน้าที่ในการวิเคราะห์หลักทรัพย์ เพื่อให้ข้อมูลและคำแนะนำในการลงทุนให้กับลูกค้า โดยการวิเคราะห์นั้นสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical Analysis) หรือการวิเคราะห์แบบโดยสารวัตร (Fundamental Analysis) ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ามีข้อมูลเพียงพอในการตัดสินใจลงทุน
3. บริการจัดการพอร์ตการลงทุน: บริษัทหลักทรัพย์ยังมีหน้าที่ในการจัดการพอร์ตการลงทุนของลูกค้า โดยจะให้บริการเช่น การสร้างแผนการลงทุน (Investment Plan) การจัดการพอร์ต (Portfolio Management) หรือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับกระจายพอร์ตการลงทุน (Asset Allocation)

## 2.4 โซเชียลมีเดีย

Social Media หรือ สื่อสังคม (ออนไลน์) คือ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันเรื่องราวกับสาธารณชนผ่านอินเทอร์เน็ต โดยผู้ให้บริการ Social Media รายใหญ่ที่รู้จักกันดี ได้แก่ Facebook, Instagram, Line, Twitter, Blockdit, และ YouTube โดยเป็นเครื่องมือสื่อสารและการสื่อสารที่มีรูปแบบของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างสัมพันธ์ภาพและเชื่อมต่อกับผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว โดยผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และเนื้อหาต่างๆ ได้แบบสาธารณะหรือแบบส่วนตัว โดยโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือสำหรับการแชร์ข้อมูล สร้างความสัมพันธ์ และสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ห่างกัน

โซเชียลมีเดียที่เป็นรู้จักกันมากได้แก่ Facebook, Instagram, Line, Twitter, Blockdit, และ YouTube แต่ยังมีอีกหลายแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ผู้ใช้ ทำให้โซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือสื่อสารสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารในยุคปัจจุบัน

## ความสำคัญของ Social Media กับการทำธุรกิจ

ก่อนหน้านี้กระแสการใช้โซเชียลมีเดียก็ร้อนแรงไม่มีตกอยู่แล้ว แต่หลังจากโควิด-19 ระบาดหนักและมนุษย์ต้องปรับตัวมาใช้ชีวิตตามวิถี New Normal เราจึงมองเห็นประโยชน์ของสื่อออนไลน์ประเภท Social Media ได้ชัดเจนมากกว่าเดิม ไม่ว่าจะเป็นการเล่นเพื่อคลายเครียด หรือใช้สื่อเหล่านี้เพื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งปันและสืบค้นข้อมูล หรือติดต่อสื่อสาร ตลอดจนใช้เพื่อสร้างแบรนด์และขับเคลื่อน Traffic ให้กับเว็บไซต์ ธุรกิจ

ช่วงที่ผ่านมา ยังได้เห็นแบรนด์ทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับการตลาดโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing) มากขึ้นด้วย โดยในปัจจุบันแบรนด์ชั้นนำในทุกธุรกิจมีการวางแผนใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลายแพลตฟอร์ม และทุ่มงบประมาณด้านการตลาดก้อนใหญ่เพื่อนำไปใช้จัดการกับ Digital Marketing ช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะช่องทาง Social Media Marketing บนแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแบรนด์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เพิ่มยอดขายและผลกำไร เพิ่มมูลค่าแบรนด์ สร้างการรับรู้แบรนด์และสื่อสารปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ ซึ่งจุดแข็งที่โดดเด่นของ Social Media คือสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและเห็นผลลัพธ์ได้แทบจะในทันที

## 2.5 การตลาดออนไลน์

การทำการตลาดผ่านการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Line, Twitter, Blockdit, และ YouTube ตลอดจนการโฆษณาบนเว็บไซต์ หรือ Google ฯลฯ อีกมากมาย ผ่านการใช้งานบนอินเทอร์เน็ต

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้โปรโมทสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการตลาดออนไลน์จะเน้นการใช้เทคโนโลยีและโปรโมทผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ โดยวัตถุประสงค์หลักของการตลาดออนไลน์คือการเพิ่มยอดขาย และสร้างความรู้สึที่ดีให้กับลูกค้าทั้งในด้านการบริการและคุณภาพของสินค้าหรือบริการ

การตลาดออนไลน์จะเน้นการใช้เครื่องมือทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ เช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย, อีเมล และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการตลาดออนไลน์สามารถทำได้หลากหลายวิธี เช่น การโฆษณาทางออนไลน์ (Online Advertising) การใช้ Search Engine Optimization (SEO) เพื่อให้เว็บไซต์ของธุรกิจอยู่ในลำดับแรกของการค้นหา การทำ Content Marketing เพื่อสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างความน่าสนใจ

และประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ การใช้ E-mail Marketing เพื่อส่งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

## เครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

### Social Marketing

การใช้ช่องทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ในการประชาสัมพันธ์ ทำความรู้จักและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยม ได้แก่ Facebook, Instagram, Line, Twitter, Blockdit, และ YouTube โดยการตลาดบน Social Marketing มักจะได้รับความนิยมมากกว่าช่องทางอื่นๆ

### Search Engine Marketing

การทำการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต หรือเว็บ Search Engine อย่าง Google หรือ Yahoo ที่ทำหน้าที่ค้นหาเว็บไซต์ให้ตรงกับคำที่กำลังค้นหาอยู่ โดยการทำให้เว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพจะทำเว็บไซต์ติดอันดับต้น ๆ และอยู่ในหน้าแรก ๆ ของการค้นหา ซึ่งก็จะทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และยังเพิ่มโอกาสในการคลิกเข้าดูเว็บไซต์มากขึ้นกว่าเดิม

### Email Marketing

กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในรูปแบบของอีเมล (Email) โดยเป้าหมายของการทำ Email Marketing ไม่ใช่มีไว้เพื่อทำการขายโดยตรง (Direct Sell) แต่จุดประสงค์ คือ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์, การโฆษณาสินค้าและบริการใหม่ ๆ, การเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้น เรายังสามารถสร้างให้ลูกค้ามีความภักดีต่อธุรกิจเรา (Customer Loyalty) ผ่านการทำ Email Marketing

### Line Marketing

การใช้แอปพลิเคชัน Line เพื่อทำการตลาดหรือโปรโมทสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยการใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การส่งข้อความโฆษณาหรือโปรโมทสินค้าผ่านกลุ่มไลน์ การใช้ Line Official Account เพื่อเชื่อมต่อกับลูกค้า เป้าหมายของ Line Marketing คือ การสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าหรือบริการที่ต้องการโปรโมทผ่านแอปพลิเคชัน Line อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

## Influencer Marketing

การทำการตลาดโดยใช้ผู้มีอิทธิพลบนโลกอินเทอร์เน็ต ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ มาสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า โดยส่วนใหญ่ Influencer คือ ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง บล็อกเกอร์ ยูทูบเบอร์ แคสเตอร์ต่าง ๆ เป็นต้น โดย Influencer ที่เลือกใช้ใช้นั้นควรเป็นคนที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างความเชื่อมโยง กลมกลืนไปกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและกระตุ้นยอดขายเพิ่มมากขึ้น

## Banner

ภาพหรือแผนผังกราฟิกที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าหรือบริการในสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ หรือโฆษณาออนไลน์ โดยปกติแล้วจะประกอบไปด้วยข้อความสั้น ๆ และภาพหรือกราฟิกที่เหมาะสมกับหัวข้อหรือเนื้อหาของสินค้าหรือบริการที่ต้องการโฆษณา ส่วนใหญ่ Banner จะถูกวางแสดงที่ส่วนต่าง ๆ ของเว็บไซต์หรือในแอปพลิเคชันที่เหมาะสม และจะมีลิงค์ที่นำไปยังเว็บไซต์หรือหน้าสินค้าของผู้โฆษณา เพื่อให้ผู้ใช้งานคลิกเข้ามาดูข้อมูลเพิ่มเติมหรือทำการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการได้ง่ายขึ้น

## ประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

การตลาดออนไลน์มีความสำคัญอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการตลาดที่ทำผ่านข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ หรือวิดีโอ ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน นอกจากจะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางแล้วยังเป็นการประหยัดต้นทุนอีกด้วย โดยประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ มีดังต่อไปนี้

### 1. เข้าถึงลูกค้าจำนวนมาก

ในโลกออนไลน์เป็นโลกแห่งการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ดังนั้น การทำการตลาดออนไลน์จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะกลุ่มที่ต้องการ หรือเป็นลูกค้าในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการกระจายสินค้าให้ตรงจุด หรือตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

### 2. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี

เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธุรกิจ และช่วยให้สินค้าเป็นที่จดจำได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้วยังสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ในการสร้างทีมขาย หรือระบบตัวแทนจำหน่าย เพื่อกระจายสินค้าให้ผู้คนรู้จักมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

### 3. ใช้ต้นทุนต่ำ

การตลาดออนไลน์นอกจากจะทำให้ผู้คนรู้จักสินค้า หรือซื้อบริการได้เพิ่มมากขึ้นแล้ว เรียกได้ว่าเป็นช่องทางที่ใช้ต้นทุนต่ำมากๆ อีกด้วย ในทางตรงกันข้ามก็สามารถสร้างกำไรได้อย่างมหาศาลเลยทีเดียว และเป็นผลดีมากๆ สำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีเงินทุนสูงมากนัก

### 4. ทำการตลาดได้ 24 ชั่วโมง

อีกหนึ่งข้อดีของการทำการตลาดออนไลน์ก็คือ สามารถทำการตลาดได้ตลอด 24 ชม. ไม่มีวันหยุด เพราะบนโลกออนไลน์ไม่มีการหลับไหล ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา ช่วยอำนวยความสะดวกให้การซื้อขายสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง

### 5. วัดผลได้โดยง่าย

การทำการตลาดมีวิธีการวัดผลที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ แต่ละช่องทางการตลาดเช่น การโฆษณา, การตลาดทางสังคมออนไลน์, การอีเมลมาร์เก็ตติ้ง และอื่น ๆ มีเครื่องมือในการวัดผลที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถวัดผลและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 6. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี

การทำการตลาดอย่างถูกต้องช่วยสร้างความไว้วางใจของลูกค้าให้กับธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจ และเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ รวมถึงยังช่วยสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าได้อีกด้วย

## 2.6 Instagram

### ความหมายของ Instagram

Instagram คือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เน้นการแชร์ภาพถ่ายและวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถอัปโหลดภาพถ่ายและวิดีโอต่างๆ และแชร์กันในแพลตฟอร์มนี้ได้ นับเป็นแพลตฟอร์มที่มีจำนวนผู้ใช้งานมากที่สุดในโลกโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี Instagram มีคุณสมบัติและฟังก์ชันต่างๆ ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถแก้ไขภาพถ่าย และวิดีโอ โพสต์ภาพที่ตัดเป็นสตอรี่แบบสไลด์ๆ รวมถึงสามารถใส่ฟิลเตอร์ (Filter) และเครื่องหมายเพื่อเสริมสร้างอาร์ตโดยใช้แท็กและแนะนำผู้ใช้ให้ติดตามบัญชีของผู้ใช้และเข้าไปดูโปรไฟล์ที่สนใจ

นอกจากนี้ Instagram ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการตลาดแบบออนไลน์ของธุรกิจ และกลายเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารกับลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการใช้ Instagram ในการทำการตลาดด้านบุคคล (Personal Branding) ของบุคคลสาธารณะหรือคนที่มีผลงานด้านต่างๆ เช่น นักแสดง นักร้อง นักกีฬา และอื่นๆ

Simon Kemp ได้รายงานในเว็บไซต์ [detareportal.com](http://detareportal.com) ว่า ผู้ใช้งานผู้โฆษณาของ Instagram ในประเทศไทย เป็นเพศหญิง 61.1% และเพศชาย 38.9%

## Instagram กับการตลาดออนไลน์

Instagram เป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 18-34 ปี โดยที่ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง โดยในปัจจุบันการตลาดออนไลน์จะเป็นเรื่องสำคัญที่ช่วยสร้างยอดขายและการเผยแพร่แบรนด์ ดังนั้นการใช้ Instagram เพื่อการตลาดเป็นสิ่งที่หลายๆ ธุรกิจไม่ควรมองข้าม

การตลาดผ่าน Instagram มีวิธีการหลากหลาย เช่น การโพสต์ภาพและวิดีโอที่มีคุณภาพสูงเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ติดตาม การโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอเกี่ยวกับสินค้า การใช้สตอรี่ (Story) เพื่อแนะนำสินค้า การใช้สื่อสังคมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการใช้โฆษณาบนแพลตฟอร์ม Instagram เพื่อเป้าหมายกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่สนใจสินค้าหรือบริการของบริษัท การใช้ Hashtag ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของเราเพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานที่มีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ค้นหาและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น การใช้ Influencer Marketing โดยการร่วมมือกับบุคคลสำคัญในวงการเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ และอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ผลของการตลาดผ่าน Instagram อย่างเช่น Instagram Insights ที่ช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าใจถึงปริมาณการเข้าถึงและการตอบกลับของผู้ติดตาม รวมถึงข้อมูลต่างๆ



## บทที่ 3

### วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของฝ่ายธุรกรรม อิเลคทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)” มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน
- 3.2 โปรแกรมที่ใช้ในการดำเนินงาน
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

#### 3.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

ในการศึกษาหัวข้อ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของฝ่ายธุรกรรม อิเลคทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาเชิงวิเคราะห์ในนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริษัททางแพลตฟอร์ม Instagram โดยเป็นการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) โดยเริ่มศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่การนำเสนอเนื้อหา ช่วงเวลาและความสม่ำเสมอในการโพสต์ ไปจนถึงยอด Engagement ของบริษัท

#### 3.2 โปรแกรมที่ใช้ในการดำเนินงาน

Instagram เป็นแอปพลิเคชันสำหรับแชร์ภาพและวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถถ่ายภาพหรือวิดีโอแล้วแชร์ในโพสต์ของตนเอง นอกจากนี้ยังมีฟังก์ชันการแชร์สตอรี่ (Stories) ซึ่งเป็นภาพและวิดีโอที่สามารถแชร์เป็นรูปแบบของเรื่องราวได้ภายใน 24 ชั่วโมง และมีฟังก์ชันอื่น ๆ เช่น Direct Message สำหรับส่งข้อความส่วนตัวให้กับผู้อื่น ๆ โดย Instagram ได้รับความนิยมสูงในการใช้งานโดยผู้ใช้งานทั่วโลกและมีผู้ใช้งานจำนวนมากๆ ทำให้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการตลาดออนไลน์ด้วยการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ เช่น Instagram Business และ Instagram Ads

Microsoft PowerPoint คือ โปรแกรมที่ใช้สร้างงานนำเสนอ โดยมีฟังก์ชันการออกแบบสไลด์เพื่อแสดงผลข้อมูลในรูปแบบสื่อการสอน ธุรกิจ หรือการนำเสนองานวิจัย โดยโปรแกรมนี้มีการให้ผู้ใช้สามารถเพิ่มภาพถ่าย ภาพประกอบ วิดีโอ และเสียงเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานนำเสนอ นอกจากนี้ยังมีฟังก์ชันการเพิ่มเอฟเฟกต์ การใช้ธีม การใช้รูปแบบการนำเสนอ และการเลือกใช้ template ต่าง ๆ เพื่อสร้างความสวยงามและน่าสนใจให้กับงานนำเสนอของผู้ใช้ โดยสามารถบันทึกและแชร์งานนำเสนอได้ในรูปแบบไฟล์ PPT หรือไฟล์รูปแบบอื่น ๆ ตามที่ผู้ใช้ต้องการ

Microsoft Word เป็นโปรแกรมสำหรับการประมวลผลคำของบริษัท Microsoft ที่ใช้สร้างเอกสารต่าง ๆ อย่างเช่น เอกสารต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำงาน เอกสารประเภทต่าง ๆ ในการเรียนการสอน และเอกสารที่ใช้ในการเขียนบทความ นอกจากนี้ ยังสามารถแก้ไข จัดรูปแบบ และแบ่งหน้าได้อย่างสมบูรณ์ มีฟีเจอร์ในการจัดหน้าและใส่รูปภาพ และฟีเจอร์อื่น ๆ ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างเอกสารได้อย่างสมบูรณ์แบบ นับว่าเป็นโปรแกรมสำคัญสำหรับการใช้งานทั่วไปในสำนักงาน และเอกสารต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ (Offline)

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของบริษัท เป็นระยะเวลาทั้งสิ้นรวม 4 เดือน โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

#### 3.3.1 การเก็บข้อมูลยอด Engagement ของบริษัท

เป็นการเก็บข้อมูลยอด Engagement ของบริษัทบนแพลตฟอร์ม Instagram โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่จำนวนยอดผู้ติดตาม ยอดไลค์ต่อโพสต์ ความถี่ในการโพสต์ต่อวัน และความสม่ำเสมอในการโพสต์

#### 3.3.2 การนำข้อมูลยอด Engagement ของบริษัทมาทำการวิเคราะห์

เป็นการเก็บข้อมูลยอด Engagement ของบริษัทบนแพลตฟอร์ม Instagram และนำมาทำการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

#### 3.3.3 การนำข้อมูลยอด Engagement ของบริษัทมาทำการวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับข้อมูล Stat ของ Finansia HERO ใน Instagram

เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่เป็น Stat ของ Finansia HERO ใน Instagram เพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาสรวมถึงสิ่งที่บริษัทสามารถนำมาพัฒนาและต่อยอดได้ในอนาคต

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)” ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้มีการรวบรวมมา โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strong) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)
2. การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)
3. การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)
4. การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

### 3.5 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

การปฏิบัติงานสหกิจครั้งนี้ได้มีการศึกษาและทำการปฏิบัติงานเป็นช่วงระยะเวลาทั้งหมด 4 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 28 พฤศจิกายน 2565 – 24 มีนาคม 2566 โดยมีแผนในการดำเนินงาน ดังนี้

การดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน												
	ธ.ค.			ม.ค.			ก.พ.			มี.ค.			
1. คิดหัวข้อโครงการที่ต้องการศึกษา	■	■											
2. ออกแบบรูปแบบของโครงการ			■	■									
3. วางแผนและศึกษาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในโครงการ				■	■	■							
4. เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ					■	■							
5. คัดกรองข้อมูลที่จะนำมาใช้							■	■					
6. จัดทำรูปเล่มโครงการและสรุปผล								■	■	■	■		
7. ส่งรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์												■	■

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงแผนในการดำเนินงาน

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาดบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค รวมถึงแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าผ่านแพลตฟอร์ม Instagram โดยมีรายละเอียดและข้อมูล ดังนี้

4.1 จุดแข็ง (Strong) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

4.2 จุดอ่อน (Weakness) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

4.3 โอกาส (Opportunity) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

4.4 การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

**4.1 จุดแข็ง (Strong) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)**

**4.1.1 การนำเสนอเทคนิค กราฟ อินดิเคเตอร์ การส่งคำสั่งซื้อขายบนโปรแกรม Finansia HERO**

มีการนำเสนอเนื้อหา เทคนิค กราฟ (Price Pattern) อินดิเคเตอร์ (Indicator) การตั้งส่งคำสั่งซื้อขาย หุ่นในโปรแกรม Finansia HERO ในรูปแบบภาพกราฟฟิก (Graphic) พร้อมคำอธิบาย เพื่อให้เข้าใจภาพรวมในการใช้งานเครื่องมือเป็นประจำทุกวัน เฉลี่ยวันละ 2 – 3 คอนเทนต์ต่อวัน



การนำเสนอเทคนิค กราฟ อินดิเคเตอร์ การส่งคำสั่งซื้อขายบนโปรแกรม Finansia HERO

ภาพที่ 4-1 การโพสต์เนื้อหาที่เกี่ยวกับการใช้งานอินดิเคเตอร์ (Indicator) และเครื่องมือต่างๆ

#### 4.1.2 การนำเสนอข่าวสารและกิจกรรมของบริษัท เช่น การจัดสรรหุ้น IPO การ Live สดสอนใช้งานโปรแกรม Finansia HERO

มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมของหน่วยงาน เช่น การจัดสรรหุ้น IPO ให้กับนักลงทุนรายย่อย ทริกและเทคนิคการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ในโปรแกรม Finansia HERO ในรูปแบบภาพกราฟฟิก ลิงค์คลิปวิดีโอสอนการใช้งานความยาว 5 - 7 นาทีจาก YouTube



การนำเสนอข่าวสารและกิจกรรมของบริษัท เช่น การจัดสรรหุ้น IPO การ Live สดสอนใช้งานโปรแกรม Finansia HERO

ภาพที่ 4-2 การอัปเดตข่าวสารและกิจกรรมของบริษัท

**รายย่อ!  
ก็มีโอกาสจองหุ้น  
IPO**

**เพียงเปิดบัญชี!!  
และเทรดด้วย Finansia HERO วันนี้!!**

โปรดติดตามรายละเอียดเรื่องนี้

หมายเหตุ • การลงนามมีความเสี่ยงสูงจนกระทั่งข้อมูลก่อนการลงนาม  
• สิทธิการจองหุ้น IPO เป็นไปโดยเงื่อนไขของวิธีต่างๆ เท่านั้น

เปิดบัญชี  
สามก่าย!

finansiahero

finansiahero 🚀 โบนัสแรกของประเทศ..ที่เปิดโอกาสให้รายย่อยเข้าถึง  
การจองหุ้น IPO !!

คุณก็มีสิทธิ์ลุ้นการจองหุ้น IPO เพียงรับสมัครมาเป็นลูกค้าวันนี้ !!  
พร้อมเทรดด้วย Finansia HERO ง่ายๆ ได้ที่ 📌  
<https://bit.ly/IPOEBIZFINSTAGRAM>

📌 ติดตามรายละเอียดการจองหุ้น IPO เร็วๆ นี้

#FinansiaHERO #Finansia #ลงทุน #เทรดหุ้น #หุ้น #Stock  
#Investment #จองหุ้นIPO #หุ้นIPO #แอปเทรดหุ้น #ตลาดหุ้น #หุ้น  
ไทย  
3 สัปดาห์

ถูกใจ 3 คน  
มีนาคม 3

เพิ่มความชัดเจน

โพสต์

ภาพที่ 4-3 ภาพแสดงการจัดสรรหุ้น IPO ให้กับนักลงทุนรายย่อย

#### 4.1.3 การนำเสนอคลิปสั้นผ่าน Real ใน Instagram

มีการนำเสนอเทคนิคการใช้งานโปรแกรม Finansia HERO เทคนิคการเทรดหุ้น เทคนิคการใช้อินดิเคเตอร์ (Indicator) และการให้ความรู้ต่างๆ โดยเป็นเนื้อหาที่สั้น กระชับ เข้าใจได้ง่ายคลิปสั้นขนาด 9:16 ความยาวไม่เกิน 1 นาที พร้อมข้อความอธิบายในคลิป

มีการทำคลิป Real การวิเคราะห์ทางเทคนิคสั้นๆ ดึงดูดความน่าสนใจ

ภาพที่ 4-4 ภาพแสดงการโพสต์คลิป Real ของบริษัทบนแพลตฟอร์ม Instagram

#### 4.1.4 การนำเสนอกิจกรรมสำคัญๆ ผ่าน Story ใน Instagram

มีการนำเสนอกิจกรรมสำคัญ เช่น การจัด Event เปิดตัวงานสัมมนา 10 กูรูตั้ง..สอนเทรดหุ้น กิจกรรมการจัดสรรหุ้น IPO ให้รายย่อย พร้อมใช้งานฟีเจอร์ Link เพื่อให้กดไปต่ออย่างปลายทางที่ต้องการ



ภาพที่ 4-5 ภาพแสดงการนำเสนอกิจกรรมสำคัญๆ ผ่าน Story ใน Instagram

## 4.2 จุดอ่อน (Weakness) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัท หลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

หลังจากการที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้ว ทำให้ทางผู้จัดทำสามารถวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนของ  
บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) ออกมาได้ ดังนี้

1. การนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ของส่วนงาน ไม่ค่อยมีการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน งบการเงินของ  
หุ้นเหมือนกับบริษัทคู่แข่ง
2. กลุ่มเป้าหมายสับสนระหว่างช่องของ Finansia Syrus Securities กับ Finansia HERO
3. ภาพกราฟฟิก (Artwork) ที่เผยแพร่มีความเป็นแพลตฟอร์มเกินไป ไม่มีความหลากหลาย ส่งผลให้ไม่  
น่าสนใจ
4. ไม่มีการทำโฆษณาใน Instagram
5. ไม่แสดงสัญลักษณ์ Verify อย่างเป็นทางการ

## 4.3 โอกาส (Opportunity) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัท หลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

หลังจากการที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้ว ทำให้ทางผู้จัดทำสามารถวิเคราะห์ถึงโอกาสของ  
บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) ออกมาได้ ดังนี้

1. โอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินบนแพลตฟอร์ม Instagram
2. การเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายที่ใช้งานแพลตฟอร์ม Instagram เช่น Gen Z ได้เพิ่มมากขึ้น
3. โอกาสในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามบนแพลตฟอร์ม Instagram
4. เมื่อเอาเนื้อหาการใช้งานเครื่องมือมาลงแล้วบนแพลตฟอร์ม Instagram ทำให้ได้ผู้ติดตามจากกลุ่ม  
ลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น
5. โอกาสในการจัดทำ Artwork ที่เฉพาะทางกับแพลตฟอร์ม Instagram
6. จำนวนผู้ใช้งาน Instagram ในประเทศไทยมีปริมาณประมาณ 44 ล้านคน มีโอกาสเพิ่มลูกค้าได้มาก  
ขึ้น



#### 4.4 การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์อุปสรรคของบริษัท รวมถึงการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมแล้ว สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. สื่อ Instagram ไม่สามารถคลิกลิงก์ต่างๆ ในแคปชั่นได้
2. การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของบริษัทหลักทรัพย์
3. Instagram ไม่ใช่แพลตฟอร์มสำหรับการหาความรู้
4. การแสดงผลโพสต์แบบเรียงลำดับอัลกอริทึม ทำให้ผู้ใช้งานไม่เห็นโพสต์ทุกๆ อย่าง
5. การใช้งานมีข้อจำกัดบางอย่าง เช่น การโพสต์ได้เฉพาะภาพและวิดีโอเท่านั้น ไม่สามารถโพสต์ข้อความเพียงอย่างเดียวหรือโพสต์เสียงได้
6. ผู้ใช้งานที่โพสต์เนื้อหาไม่เหมาะสม อาจจะเป็นภาพที่ไม่เหมาะสมหรือโพสต์ที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับกฎหมาย อาจเสียความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มและผู้ใช้งานโดยรวมได้

## บทที่ 5

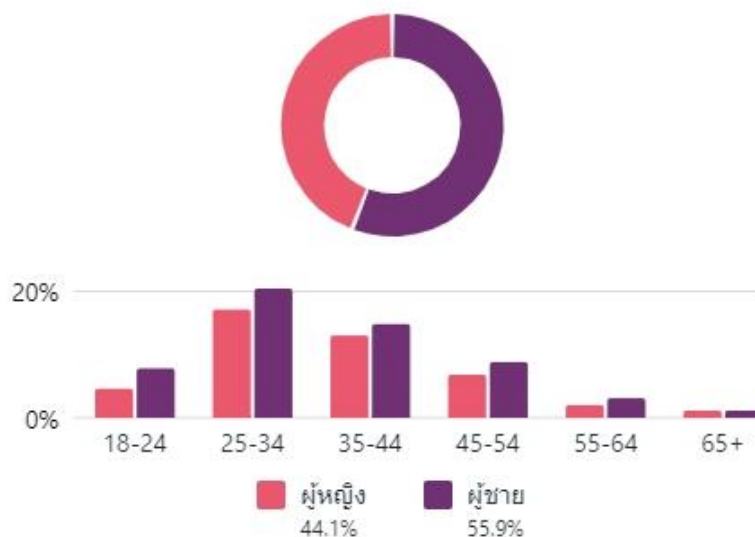
### สรุปผล ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาโครงการเรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านแพลตฟอร์ม Instagram ของฝ่ายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนงานการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความร่วมมือและคำแนะนำ จากพนักงานและบุคลากรทุกท่านในแผนก Digital Marketing

โดยการจัดทำโครงการเล่มนี้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งไว้ นั่นคือ การศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ และการศึกษาแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่าน Instagram ทำให้สามารถทราบได้ถึงข้อได้เปรียบของบริษัทและสิ่งที่สามารถนำมาต่อยอดและนำมาปรับใช้กับการนำเสนอเนื้อหาขององค์กรได้ รวมถึงยังได้มีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อ และนำมาเป็นแนวทางในการปรับใช้ในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม โดยบริษัทได้มีการนำแนวทางไปปรับใช้ และทำให้บริษัทมีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น

อายุและเพศ ⓘ



ภาพที่ 5-1 แสดงเพศและช่วงอายุลูกค้าของ Finasia HERO ใน Instagram

จากภาพที่ 5-1 จะพบได้ว่า กลุ่มเป้าหมายของ Finansia HERO ใน Instagram แบ่งเป็นเพศชาย 55.9% รองลงมาเป็นเพศหญิง 44.1% โดยมีช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี รองลงมาเป็นช่วงอายุ 35-44 ปี ช่วงอายุ 45-54 ปี ช่วงอายุ 18-24 ปี ช่วงอายุ 55-64 ปี และ ช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

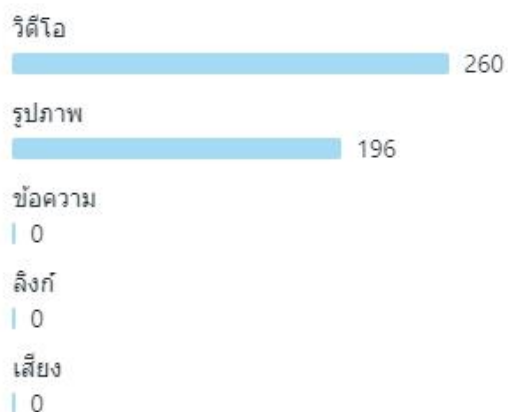
#### เมืองที่มีส่วนร่วมสูงสุด



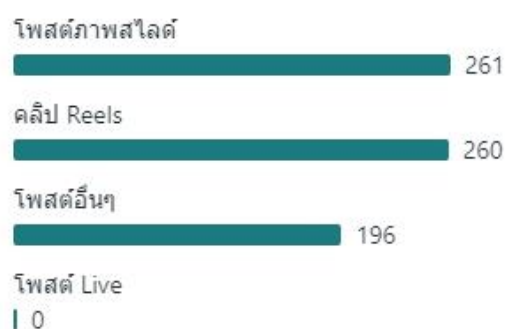
ภาพที่ 5-2 แสดงจังหวัดที่กลุ่มเป้าหมายอยู่อาศัย 5 จังหวัดแรกของ Finansia HERO ใน Instagram

จากภาพที่ 5-2 จะพบได้ว่า กลุ่มเป้าหมายของ Finansia HERO ใน Instagram อาศัยอยู่ใน 5 จังหวัดแรก ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร 49.3% รองลงมาเป็นจังหวัดนนทบุรี 1.8% จังหวัดสงขลา 1.6% จังหวัดชลบุรี 1.5% และจังหวัดเชียงใหม่ 1.1% ตามลำดับ

คำมัลฐานของการเข้าถึงโพสต์ต่อประเภทสื่อ (i)  
สำหรับโพสต์ที่สร้างขึ้นในช่วง 90 วันที่ผ่านมา



คำมัลฐานของการเข้าถึงโพสต์ต่อรูปแบบเนื้อหา (i)  
สำหรับโพสต์ที่สร้างขึ้นในช่วง 90 วันที่ผ่านมา



ภาพที่ 5-3 แสดงค่าเฉลี่ยการเข้าถึงของ Content แต่ละประเภทของ Finansia HERO ใน Instagram

จากภาพที่ 5-3 จะพบได้ว่าในช่วง 90 วันที่ผ่านมา ค่าเฉลี่ยการเข้าถึงของ Content แต่ละประเภทของ Finansia HERO ใน Instagram แบ่งเป็นประเภทวิดีโอเฉลี่ย 260 และรูปภาพเฉลี่ย 196 และการเข้าถึงรูปแบบเนื้อหาการโพสต์แบบภาพสไลด์เฉลี่ย 261 รองลงมาเป็นประเภทคลิป Reels เฉลี่ย 260 และโพสต์ประเภทอื่นๆ 196 ตามลำดับ

## 5.2 ปัญหาและอุปสรรค

1. เนื่องจากบางบริษัทมีการดำเนินธุรกิจอื่น ๆ เกี่ยวกับหลักทรัพย์นอกเหนือจากหุ้นสามัญ ทำให้การวิเคราะห์เปรียบเทียบจะต้องเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหุ้นเท่านั้นมาวิเคราะห์
2. ปัญหาจากการใช้งานคอมพิวเตอร์เพื่อสืบค้นข้อมูลแต่ถูกปิดกั้น
3. คอมพิวเตอร์ช้าทำให้เมื่อสืบค้นข้อมูลนานๆ จะเกิดอาการค้างและเครื่องดับ
4. ข้อจำกัดของแพลตฟอร์ม Instagram สามารถเก็บข้อมูล Stat ย้อนหลังได้ไม่เกิน 3 เดือน และไม่สามารถคลิกลิงก์ต่างๆ ในแคปชั่นได้ รวมถึงโพสต์ได้เฉพาะภาพและวิดีโอเท่านั้น ไม่สามารถโพสต์ข้อความเพียงอย่างเดียวหรือโพสต์เสียงได้
5. การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของบริษัทหลักทรัพย์ ทำให้มีผลต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การแสดงผลโพสต์แบบเรียงลำดับอัลกอริทึม ทำให้ผู้ใช้งานไม่เห็นโพสต์ทุกๆ อย่าง ซึ่งมีผลต่อการเก็บข้อมูลยอด Engagement

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากปัจจุบันมีแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียค่อนข้างมาก จึงอาจเพิ่มแพลตฟอร์มที่นำมาทำการวิเคราะห์ เพื่อให้ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น
2. เนื่องจากการวิเคราะห์บริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ จึงควรมีการนำงานมารายการกับพี่เลี้ยงเป็นระยะเพื่อปรับแก้เนื้อหาให้เหมาะสม
3. ควรทำความเข้าใจการทำงานของแพลตฟอร์ม Instagram เพื่อให้เข้าใจตัวแพลตฟอร์มและลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น
4. ทำให้สามารถสร้างโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินบนแพลตฟอร์ม Instagram
5. สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายและเพิ่มจำนวนผู้ติดตามที่ใช้งานแพลตฟอร์ม Instagram ได้เพิ่มมากขึ้น
6. ควรจัดทำ Artwork ที่เฉพาะทางกับแพลตฟอร์ม Instagram

## บรรณานุกรม

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). โบรกเกอร์คืออะไรใครรู้บ้าง. สืบค้น 4 มีนาคม 2566 จาก [https://member.set.or.th/education/th/begin/stock\\_content10.pdf](https://member.set.or.th/education/th/begin/stock_content10.pdf)
- ฟินันเซีย ไซรัส, บลจ. (มหาชน). (2566). ประวัติบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน). สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://www.fnsyrus.com/th/about-us/company-history.aspx>
- วัดพระธรรมกาย. (2556). Instagram คืออะไร. สืบค้น 12 มีนาคม 2566 จาก <https://www.dmc.tv/pages/scoop/Instagram.html>
- วีณา ม. (2565). Social Media คือ? รวมโซเชียลมีเดียที่ควรนำมาใช้ในธุรกิจของคุณ คืออะไร มีช่องทางการทำอย่างไร?. สืบค้น 12 มีนาคม 2566 จาก <https://seo-web.aun-thai.co.th/blog/marketing-blog-online-marketing/>
- อาอุน ไทย แลบบอราทอรี่ส์, บจก. (ม.ป.ป.). MARKETING BLOG: การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คืออะไร มีช่องทางการทำอย่างไร?. สืบค้น 5 มีนาคม 2566 จาก <https://seo-web.aun-thai.co.th/blog/marketing-blog-online-marketing/>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). การตลาดออนไลน์ ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง (Digital Marketing) คืออะไร?. สืบค้น 19 มีนาคม 2566 จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/tech/2046652>
- FundTalk. (2560). Fintech คืออะไร. สืบค้น 27 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://www.finnomena.com/fundtalk/what-is-fintech/>
- Mandala AI. BLOG. (2563). Social Media ที่จำเป็นในการตลาดออนไลน์ ยุคนี้ มีอะไรบ้าง อย่างไร. สืบค้น 12 มีนาคม 2566 จาก <https://www.mandalasystem.com/blog/th/61/social-media-08092020>
- Money Diaries. (2565). รู้จักผลิตภัณฑ์ทางการเงินกันเถอะ. สืบค้น 4 มีนาคม 2566 จาก <https://moneydiariesth.com/financial-asset/>
- SIMON KEMP (2022) DIGITAL 2022: THAILAND สืบค้น 24 มีนาคม 2566 จาก <https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand>

## ภาคผนวก

## รู้จัก Finansia HERO

FINANSIA  
HERO

Finansia HERO แอปเทรดหุ้นอันดับ 1 จากเกาหลี ถูกปรับปรุงพัฒนาออกมาจากประสบการณ์ของนักลงทุนเพื่อตอบโจทย์การลงทุนในทุกรูปแบบ

Finansia HERO สามารถติดตั้งทั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ (HTS) และสมาร์ทโฟน (MTS) พร้อมฟีเจอร์เด็ดที่พร้อมให้นักลงทุนได้ใช้งานกันฟรี



2

## รู้จัก Finansia HERO

FINANSIA  
HERO



### ฟีเจอร์เด็ดเหนือใคร

ช่วยเลือกหุ้นตามความต้องการ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจลงทุน พร้อมระบบส่งคำสั่งซื้อขายอัจฉริยะ



### ล้ำกว่าด้วยฟังก์ชันการใช้งาน

ฟังก์ชันพิเศษต่างๆ พร้อมด้วยการตั้งค่าหน้าจอที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อรูปแบบ และตอบโจทย์ของนักลงทุนได้อย่างสูงสุด



### ส่งคำสั่งเร็วกว่า 5 เท่า

ส่งซื้อ/ขาย ได้จากทุกหน้า ที่ออกแบบมาเพื่อประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้ และส่งคำสั่งซื้อได้เร็วกว่าด้วยเทคโนโลยีที่ดีที่สุดจากเกาหลี



ติดตั้งได้ทั้ง iOS และ Android



3

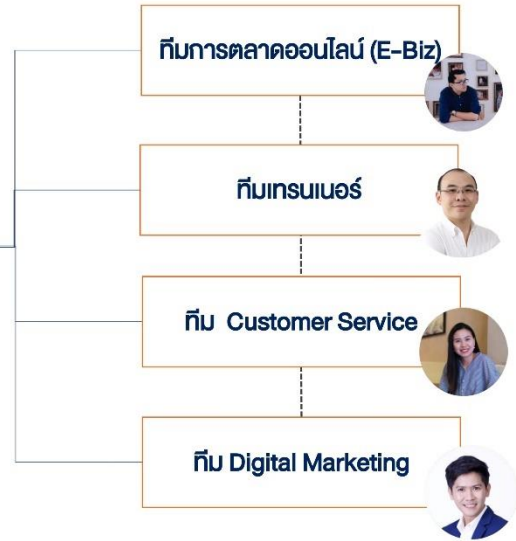
## รู้จัก Finasia HERO



### โครงสร้างทีม Finasia HERO



**คุณนุสรา รุ่งเจริญ**  
กรรมการบริหาร

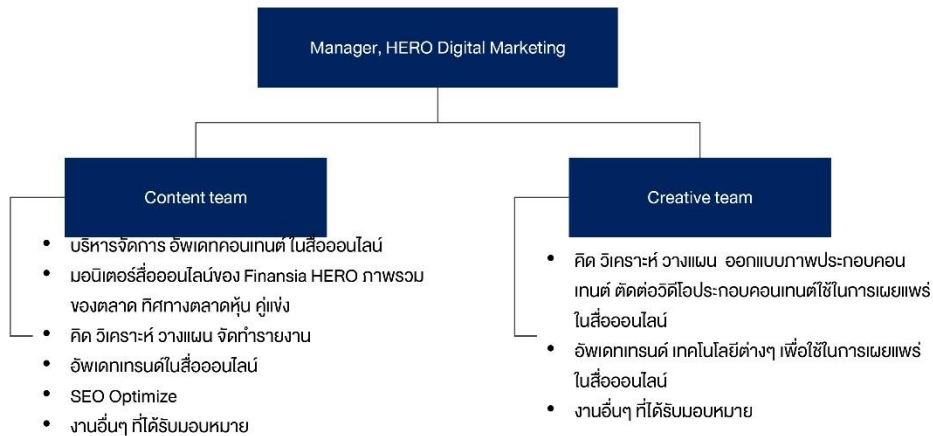


4

## HERO Digital Marketing



### โครงสร้างของทีม HERO Digital Marketing



6



## HERO Digital Marketing

FINANSIA  
HERO

### ภารกิจของทีม

- เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร โปรโมชันของบริษัทผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook Twitter Instagram Line OA YouTube เว็บไซต์ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย
- คิด ออกแบบคอนเทนต์ ภาพประกอบ วิดีโอ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook Twitter Instagram Line OA YouTube เว็บไซต์ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย
- วางแผนการจัดทำคอนเทนต์ รายเดือน รายไตรมาส รายปี การใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขออนุมัติการดำเนินการ
- ปรับปรุง พัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบันและทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ามาเยี่ยมชม
- วิเคราะห์ ออกแบบให้คำปรึกษา ผู้เกี่ยวข้องถึงวิธีการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย
- ตรวจสอบ จัดทำรายงานผลการดำเนินงาน รายเดือน รายไตรมาส รายปี เพื่อนำเสนอผู้บริหารรับทราบ













## Social Media Channel

FINANSIA  
HERO

Finansia HERO uses social media to distribute content Stock trading tools video tutorial

There are the following platforms:

	Finansia HERO 90K Follower		Finansia HERO 700 Follower
	Finansia HERO 45.8K Subscribers		Finansia HERO (@finansiahero) 14.7K Follower
	Finansia HERO 2K Follower		Finansia HERO School 23 group, 2M members
	Finansia HERO 9.5K Follower		Finansia HERO Community (Line Group) 8 Rooms, 1653 members
	Finansia HERO 32K Follower		Finansia HERO Community (Openchat) 10 Rooms, 23K members

## รายการและตารางการเผยแพร่

**ผังรายการ 2565**

**2 รายการใหม่**

FINANSIA HERO

**พายุสนามกรด**

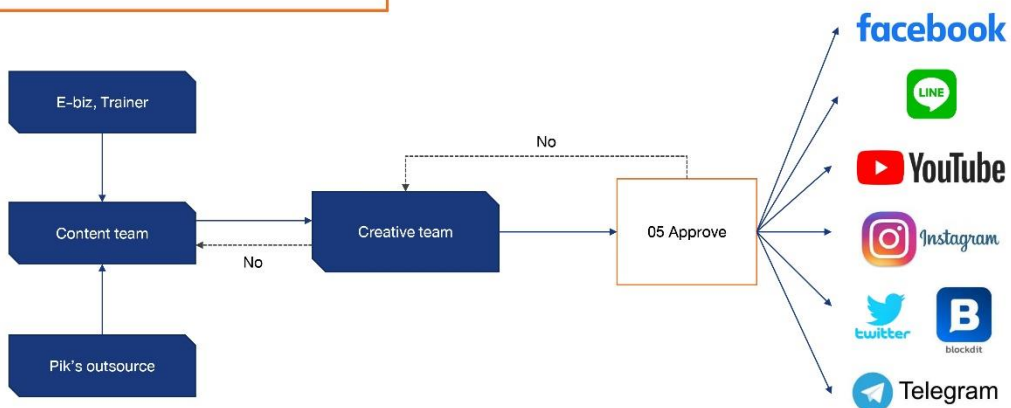
คุณถาม? เราตอบ

รายการสอนเทคนิคการใช้เครื่องมือ Finansia HERO โดยทีมทรนเนอร์

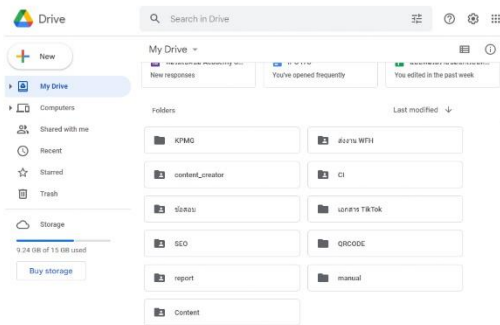
วัน เวลา	05.00 u.	10.30-10.45 u.	12.00-12.45 u.	13.30-15.30 u.	17.00-19.00 u.
จันทร์		คุยกับบรรณาธิการ		สอนเทรดหุ้นมือใหม่	
อังคาร	พายุสนามกรด	พายุสนามกรด		เรียนรู้ที่จะเล่นหุ้น	คุยกับบรรณาธิการ
พุธ		คุยกับบรรณาธิการ		เทรดหุ้นคืนกำไร	
พฤหัสบดี	พายุสนามกรด	พายุสนามกรด		เรียนรู้ที่จะเล่นหุ้น	คุยกับบรรณาธิการ
ศุกร์	พายุสนามกรด	พายุสนามกรด	รับมือวิกฤติหุ้น	เรียนรู้ที่จะเล่นหุ้น	
เสาร์	คุยกับบรรณาธิการ			คุณถาม? เราตอบ	
อาทิตย์	คุยกับบรรณาธิการ				

## HERO Digital Marketing

HERO Digital Marketing Flowchart



## รายการและตารางการเผยแพร่



### ตารางงานประจำวันนี้ได้ที่

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1x0hEsGqAcD0fkxYQrmC7CtYT5SMFWE44/e/dit#gid=764159071>

## Schedule for publish Content educate customer

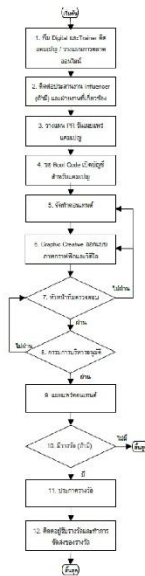


	5.00 am	10.30 – 10.45 am	12.00 – 12.45 pm	1.30 – 2.30 pm	5.00 – 7.00 pm	7.00 pm
<b>Monday</b>	Content educate	Share link to Community		Crato cover Live and share link to Community	Edit and publish Market summary	Publish clip TikTok, IG Reel
<b>Tuesday</b>	Content educate	Crato cover Live and share link to Community		Crato cover Live and share link to Community	Crato image and cover Live, share link	Publish clip TikTok, IG Reel
<b>Wednesday</b>	Content educate	Share link to Community		Crato cover Live and share link to Community	Edit and publish Market summary	Publish clip TikTok, IG Reel
<b>Thursday</b>	Content educate	Crato cover Live and share link to Community		Crato cover Live and share link to Community	Crato image and cover Live, share link	Publish clip TikTok, IG Reel
<b>Friday</b>	Content educate	Crato cover Live and share link to Community	Crato cover Live and share link to Community	Crato cover Live and share link to Community	Edit and publish Market summary	Publish clip TikTok, IG Reel
<b>Saturday</b>	Edit, schedule and share link	Holiday content (if any)		Article from website content	Holiday content	Publish clip TikTok, IG Reel
<b>Sunday</b>	Edit, schedule and share link	Holiday content (if any)		Edit, schedule and share link	Holiday content	Publish clip TikTok, IG Reel

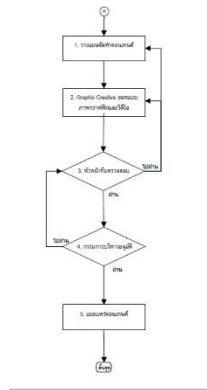
# Work flow



## Marketing Online



## Content online process



## SEO Optimize



# HERO Digital Marketing



## HERO Digital Marketing Report

- จัดทำรายงานเพื่อเสนอผู้บริหาร
  - รายเดือน
  - รายไตรมาส
  - รายปี
- ประเภทการประชุมประกอบด้วย
  - Internal Meeting
  - ExBoardII

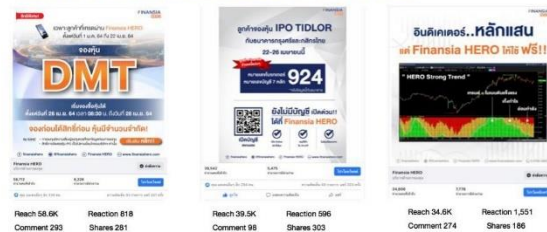
## ข้อมูลที่ใช้ทำงานรายงาน

- สถิติผู้ติดตาม/สถิติ Reach, Engagement ของ สื่อและเว็บไซต์
- สถิติข้อมูลประชากรในแต่ละ สื่อและเว็บไซต์
- ช่วงเวลายอดนิยมในแต่ละสื่อ
- พฤติกรรมการเข้าสื่อและเว็บไซต์

## Facebook



คอนเทนต์กราฟฟิคที่ได้รับความนิยมเรียงตาม Reach



# HERO Digital Marketing

## Content Template

- 1 หัวข้อคอนเทนต์ (Headline)
- 2 เนื้อหาคอนเทนต์ (Body)
- 3 สรุปหรือส่วนเชิญชวนให้คนซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (Summary)
- 4 ส่วนท้าย เช่น ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับเชื่อมโยงไปยังสื่ออื่นๆ และ Hashtag ที่เกี่ยวข้องกับคอนเทนต์ (Footer)



ตัวอย่างคอนเทนต์

# HERO Digital Marketing

## Graphic/Video Template

- 1 โลโก้
- 2 Headline
- 3 ภาพสินค้า/ภาพประกอบ
- 4 ส่วนขยายเนื้อหา



ตัวอย่างภาพประกอบคอนเทนต์

## HERO Digital Marketing

FINANSIA  
HERO

### Graphic/Video Template

- 1 โลโก้
- 2 ประเภทของศิลปะหรือรายการ
- 3 ข้อตอนของไลฟ์/วิดีโอ
- 4 โลโก้รายการ/แถบ Overlay ที่บอกชื่อรายการ ชื่อผู้จัด/ ระยะเวลาที่ออกอากาศ หรือ EP



ตัวอย่างภาพปกไลฟ์/วิดีโอ

## HERO Digital Marketing

FINANSIA  
HERO

### Graphic/Video Template

- 1 โลโก้
- 2 Overlay จะต้องประกอบด้วย โลโก้รายการ, ชื่อตอน, ชื่อผู้ดำเนินรายการ, ชื่อผู้ร่วมรายการ และตามได้ QR ได้คสำหรับ Bootcode ตามอีเว้นท์



ตัวอย่าง Overlay ในกรรรายการ







## ประวัติผู้จัดทำ



- ชื่อ-สกุล : นางสาวณภัสร สนใจยิ่ง
- วัน /เดือน/ปีเกิด : 23 พฤศจิกายน 2543
- ติดต่อ : 0988569336  
10/3 หมู่ 1 ต.ระแหง อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12140
- E-mail : Napatsorn790@gmail.com
- ประวัติการศึกษา : 2556 – 2558 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนปทุมวิไล  
2559 – 2561 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปทุมวิไล  
แผนการศึกษา คณิตศาสตร์-ภาษาอังกฤษ  
2562 – 2565 ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
คณะบริหารธุรกิจ สาขาการเงิน