

บทคัดย่อ

การจัดทำรายงานสหกิจศึกษาเรื่อง “กระบวนการจัดกิจกรรมพิเศษ งาน ขอ ขวด แลก ข. ไข่ ของบริษัท แอล.พี.เอ็น ดีเวลลอปเม้นท์จำกัด (มหาชน) ประจำปี 2560” มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อบูรณาการการเรียนการสอนของภาควิชาการประชาสัมพันธ์คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยามสู่การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา และเพื่อศึกษากระบวนการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ของบริษัท แอล.พี.เอ็น ดีเวลลอปเม้นท์จำกัด (มหาชน)

จากการจัดทำโครงการสหกิจศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการศึกษาดังต่อไปนี้ การรวบรวมข้อมูล การวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงาน และการประเมินผล

ผลของการศึกษาที่ได้รับจากโครงการมีดังนี้ รวบรวมข้อมูล กำหนดประเด็นและเนื้อหาการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะและเห็นประโยชน์ของการรีไซเคิล

โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานสหกิจศึกษาดังนี้ ในขั้นตอนการทำกิจกรรมพิเศษมักจะประสบปัญหาที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าที่คิดเอาไว้จึงทำให้ พ้อกเกิดบู๊ค ที่พิมพ์มาไม่เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมดังนั้นจึงต้องสำรวจผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างชัดเจน

ในขั้นตอนการทำกิจกรรมพิเศษมักจะประสบปัญหาผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ตั้งแต่แรกเนื่องจาก กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มักเป็นวัยรุ่น คนทำงาน แต่ส่วนใหญ่ที่มักจะเป็นเด็ก และคนมีอายุดังนั้นจึงต้องมีการปรับสื่อและช่องทางการเผยแพร่ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์/ กิจกรรมพิเศษ/ ขอ ขวด แลก ข. ไข่

Abstract

The process of producing the special event 'Kor Khoud laek kor khai' of L.P.N. development public company limited B.E.2559 Aims to integrate the teaching of the Public Relations Faculty of Communication Arts, Siam University into cooperative education. And to study the process of special events for public relations of LPN Development Public Co.

Based on the project of cooperative education, the study method is as follows. data gathering Planning, implementation, implementation and evaluation. The results of the study provided by the project are as follows. Special events to understand the importance of waste sorting and see the benefits of recycling.

There are suggestions for cooperative education as follows. In the process of special operations The problem is more participants than thought, so the printed booklets are not enough for participants to participate in the activities.

In the special operation stage, the participants often encounter problems that do not meet the target audience. Most target groups are teenagers, but most of them are children and old people.so needs to adjust the media and channels to meet the target audience.

Keywords : Public Relation / Event / Kor Khoud laek kor khai