



แบบรายงานการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน
หน่วยงาน ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

๑. ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ-สกุล ortsy ธิส

ตำแหน่ง นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

กลุ่มบุคลากร

สายวิชาการ

สายสนับสนุนวิชาการ

๒. หลักสูตรหรือเรื่องที่จะเข้าร่วมประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

โครงการอบรมหลักสูตร “สร้างนักประชาสัมพันธ์และโฆษณา Facebook Marketing & Advertising”

๓. วิทยากรในการสัมมนา

๓.๑ อาจารย์ ดร.ธวัชชัย สุขสีดา อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษาและวิทยากรด้านการตลาดออนไลน์ Digital Marketing

๓.๒ อาจารย์อภिरดา อ่อนเยี่ยม

๔. สถาบันหรือหน่วยงานที่จัดสัมมนา

ฝ่ายประชาสัมพันธ์และโสตทัศนอุปกรณ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี

๕. ระยะเวลาที่เข้ารับการสัมมนา

วันพุธที่ ๒๙ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ เวลา ๐๘.๓๐ – ๑๖.๐๐ น.

๖. งบประมาณที่ใช้ในการสัมมนา

จำนวน ๑,๒๐๐ บาท

๗. วัตถุประสงค์ของการสัมมนา

เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ การสร้างคอนเทนต์และการใช้ฟังก์ชันการใช้งานและเครื่องมือต่างๆ บน Facebook สามารถสร้างสื่อ สร้างเครือข่ายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้บุคลากรมีแนวทาง เทคนิคในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร/กิจกรรมภายใต้สถานการณ์วิกฤตให้ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

๘. สรุปเนื้อหาสาระของการสัมมนา

สถิติทั่วไปของ Facebook

1. Facebook มีผู้ใช้งาน 2.93 พันล้านคนต่อเดือน จากข้อมูลบอกว่าจำนวนดังกล่าวเพิ่มขึ้น 13% เมื่อเทียบเป็นรายปี หรือมีผู้ใช้เพิ่มขึ้น 39 ล้านคน แม้จะผ่านปีที่ยากลำบากในปีที่ผ่านมา แต่ Facebook ก็ยังคงเป็นแพลตฟอร์มโซเชียลที่มีคนใช้มากที่สุดในโลก 36.7% ของประชากรโลกใช้ Facebook ทุกเดือน โดยเทียบผู้ใช้ 2.93 พันล้านคน เท่ากับ 36.7% ของประชากรโลก 3 พันล้านคน ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2012 และ 47% ของประชากรโลกอายุ 13 ปีขึ้นไป สิ่งที่ทำให้ Facebook ยังจำเป็นกับนักการตลาดที่อยากเห็นตัวเลขทุกกลุ่มประชากร บน Facebook เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผน Social Marketing Strategy.

2. 70% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีการใช้งานบนแพลตฟอร์ม Meta อย่างน้อยหนึ่งแพลตฟอร์ม จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก 5.3 พันล้านคน 3.7 พันล้านคนใช้แอป Meta อย่างน้อยหนึ่งแอปทุกเดือน ไม่ว่าจะ Facebook, Instagram Messenger หรือ WhatsApp หลายคนใช้มากกว่าหนึ่ง สำหรับบทความนี้ เรานำไปที่ Facebook โดยเฉพาะ แต่เนื่องจากมีการใช้งานข้ามแพลตฟอร์มจำนวนมากในแพลตฟอร์มของ Meta จึงเป็นการดีที่จะเข้าใจภาพรวมด้วยนั่นเอง

3. Facebook เป็นแบรนด์ที่มีมูลค่ามากเป็นอันดับ 7 ของโลก

ราคาหุ้นของ Meta พุ่งสูงขึ้นในปี 2022 และมูลค่าแบรนด์ของ Facebook ยังคงแข็งแกร่ง แม้ Facebook จะรั้งท้ายแบรนด์ยักษ์ใหญ่อย่าง Amazon / Google และ Walmart เพื่อขึ้นสู่อันดับที่ 7 ในปี 2022 ด้วยมูลค่าแบรนด์ 101.2 พันล้านดอลลาร์ ส่วน Apple นั้นครองตำแหน่งสูงสุดด้วยมูลค่าแบรนด์โดยประมาณที่ 355,08 พันล้านเหรียญสหรัฐ

4. Facebook.com เป็นเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากเป็นอันดับ 3 ของโลก

2 อันดับแรกคือ Google และ YouTube ที่ได้รับการเข้าชมมากขึ้น และ Facebook ในเวอร์ชันของเว็บเป็นอันดับ 3 สำหรับ Facebook App เป็นแอปทั่วโลกที่มีผู้ใช้มากเป็นอันดับ 2 เมื่อพิจารณาจากเวลาใช้งานทั้งหมดค่ะ นอกจากนี้ Facebook ยังเป็นแอปฯ ที่มีการดาวน์โหลดมากเป็นอันดับ 3 รองจาก Instagram และ Tik Tok ด้วยเช่นกัน

5. มีการโพสต์ Facebook Stories มากกว่า 1 พันล้านเรื่อง ทุกวันผ่าน Facebook App

รูปแบบ Facebook Stories ยังคงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน Facebook | Instagram และ WhatsApp ผู้ใช้ 62% บอกว่าพวกเขาจะใช้ Instagram และ Facebook Stories มากขึ้นในอนาคต

6. ประมาณ 15% ของเนื้อหา Facebook Feed ได้รับการแนะนำโดย AI จากบัญชีที่ไม่ได้ติดตาม Mark Zuckerberg เขาได้คาดว่าเปอร์เซ็นต์นั้นจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าภายในสิ้นปี 2023 นั่นเป็นโอกาสมากมาย สำหรับแบรนด์ที่ต้องการเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ นี่คือการติดตามการเปลี่ยนแปลงล่าสุดในอัลกอริทึมของ Facebook

As of 2023, the Facebook algorithm determines which content is most relevant to a particular user based on three main ranking signals:

1. Who posted it: You're more likely to see content from sources you interact with, including friends and businesses.
2. Type of content: If you most often interact with video, you'll see more video. If you engage with photos, you'll see more photos. You get the idea.
3. Interactions with the post: The algorithm will prioritize posts with a lot of engagement, especially from people you interact with a lot. Each post is ranked based on these main signals to determine where it appears in your feed.

สถิติผู้ใช้ Facebook

1. 67% ของผู้ใช้ Facebook รายเดือน ใช้งานทุกวัน

67% นั่นคือผู้ใช้งาน 1.98 พันล้านคนต่อวัน หรือที่เรียกว่าคนที่ใช้ Facebook ทุกวัน ซึ่งเคล็ดลับสำหรับนักการตลาดที่สามารถดูได้จากบทความโพสต์เวลาไหนดี บนโซเชียลมีเดีย ปี 2023 เพราะการที่เรารู้ว่าควรโพสต์ช่วงไหน เพื่อเข้าถึงผู้ชม Facebook ในแต่ละวัน ย่อมดีกว่าเสมอ

2. ผู้ใช้ Facebook มากกว่า 72% ใช้ YouTube / WhatsApp และ Instagram

ตัวเลขดังกล่าวมาจากผู้ใช้ Facebook ค่ะ ซึ่ง 72.6% ที่ใช้ YouTube บ่อย 72.3% ใช้ WhatsApp และ 77.4% ใช้ Instagram ส่วนแพลตฟอร์มโซเชียลอื่น ๆ ที่ทับซ้อนกันอยู่มาก เช่น 50.2% ของผู้ใช้ Facebook ใช้ TikTok เช่น กันรวมถึง 49.9% ใช้ Twitter และ 33.7% ใช้ Pinterest

3. Facebook เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลยอดนิยม ของกลุ่มประชากรอายุ 35-44 ปี

Facebook ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชายอายุ 25-34 ปี แม้ว่าผู้หญิงในกลุ่มอายุดังกล่าวจะชอบใช้ Instagram ก็ตาม แต่ปัจจุบัน Facebook จำกัดการรายงานเพศเป็นชายและหญิงไปแล้วค่ะ และหากตลาดเป้าหมายของเรามีข้อมูลประชากรอยู่บน Facebook นั่นก็จะเป็นสถานที่ที่สำคัญในการเชื่อมต่อกับผู้ชมของเราเลย

สถิติการใช้ Facebook สำหรับ Business

1. Facebook Page โปสต์โดยเฉลี่ย 1.68 ครั้งต่อวัน

- โปสต์ลิงก์: 52.5% (มากกว่าครึ่ง)
- โปสต์รูปภาพ: 28.8%
- โปสต์วิดีโอ: 17.1%
- โปสต์สถานะ: 1.8%

2. อัตราการมีส่วนร่วมเฉลี่ยสำหรับโปสต์บนเพจ Facebook คือ 0.07%

- โปสต์รูปภาพ: 0.12%
- โปสต์วิดีโอ: 0.08%
- โปสต์สถานะ, 0.11%

- โปสต์ลิงก์: 0.04%

3 .ผู้คน53% มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อจากธุรกิจที่พวกเขาสามารถส่งข้อความได้
โซคส์ที่ Facebook อนุญาตให้ธุรกิจต่างๆ เพิ่มแชทสดของ Facebook Messenger ไปยังเว็บไซต์ของตนเพื่อปรับปรุงการบริการลูกค้า นี่เป็นคุณสมบัติที่ดีเลย แม้ว่าจะจำกัดเฉพาะ Facebook Messenger เท่านั้น

4. 54.9%ของผู้ใช้ Facebook ติดตามหรือค้นหาแบรนด์และผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์ม
สำหรับ Brand Research นี้ ที่สูงสุดคือ Instagram คิดเป็น 62.3% แต่ถึงอย่างไรเราก็ไม่ควรมองข้าม Facebook เพราะเราอาจจะพลาดผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าที่กำลังหาข้อมูลว่าจะซื้ออะไรดีบนแพลตฟอร์มได้

สถิติ Facebook Ads

1. ราคาเฉลี่ยต่อโฆษณาตกลง 18% ในไตรมาสที่ 3 ปี 2022

ราคา Ads บน Facebook ลดลงตามความท้าทายด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการอัปเดต iOS และคุกกี้ของบุคคลที่สาม แม้ว่าเราอาจไม่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำเหมือนในอดีต แต่ก็ยังมีโอกาสมากมายในการเข้าถึงผู้ชมเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในแบรนด์ของเรา

2. การเข้าถึงโฆษณาที่เป็นไปได้ของ Facebook คือ 2.08 พันล้านคน

เนื่องจาก Facebook เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลที่มีประชากรผู้ใช้มากที่สุด จึงเป็นแพลตฟอร์มที่มีศักยภาพในการเข้าถึงโฆษณาสูงสุดด้วย

3. โฆษณาบน Facebook เข้าถึง 33.3% ของประชากรโลก ที่มีอายุมากกว่า 13 ปี

จากมุมมองการเข้าถึงโฆษณา 2.08 ล้านคนต่อวัน มากกว่า 1 ใน 3 ของประชากรที่เป็นวันรุ่นขึ้นไปทั้งหมดของโลก

4. ผู้ชมโฆษณาของ Facebook เป็นผู้ชาย 56.4%

หมายความว่าผู้ชมเป็นผู้หญิง 43.6% ทั้งนี้จะเห็นว่าในภาพกราฟที่แสดงมานี้ ผู้ชายเกือบทุกกลุ่มอายุมีอัตราการเข้าชม Facebook Ads มากกว่าอย่างเห็นได้ชัด มีเพียงกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไปที่ผู้หญิงมีเปอร์เซ็นต์เข้าชม Ads ที่มากกว่า

5. 18.7% ของผู้ชมโฆษณาของ Facebook อยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือภูมิภาคส่วนที่ใหญ่ที่สุดของผู้ชมโฆษณาของ Facebook กลุ่มใหญ่รองลงมาคืออเมริกาใต้อยู่ที่ 12.1% จากข้อมูลนี้ทำให้รายได้จากโฆษณาของ Facebook เพิ่มขึ้น 6% ในเอเชียแปซิฟิก ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2021 ถึงไตรมาสที่ 3 ปี 2022 สำหรับบริบทด้านภูมิศาสตร์

6. ผู้ชมโฆษณาที่เป็นไปได้สำหรับ Facebook Reels คือ 697.1 ล้านคน

พีเจอร์อื่นๆ บน Facebook

- Stories: ผู้ใช้ 1.25 พันล้านคน
- Search results: ผู้ใช้ 733.1 ล้านคน
- Facebook Marketplace: ผู้ใช้ 495.7 ล้านคน
- Instant articles: ผู้ใช้ 313.6 ล้านคน

สำหรับตอนนี้ ผู้ชมโฆษณาแบบ Reels มีขนาดเล็กกว่าผู้ชมโฆษณาแบบ Stories แต่ Facebook กำลังโน้มน้าวใจผู้ชมแบบ Reels อย่างหนัก เพื่อแข่งขันกับ TikTok

7. Facebook Reels คิดเป็น 3.3% ของการแสดงผลโฆษณาบนแพลตฟอร์มในปี 2022

เพียง 3.3% แต่โฆษณาแบบ Reels มีกลุ่มเป้าหมายครึ่งหนึ่งของโฆษณาแบบ Stories ผู้ลงโฆษณาที่มีกลยุทธ์การโฆษณา Reels ที่ดี จะได้รับประโยชน์จากการลงโฆษณา ในขณะนี้ เพราะอย่างที่บอกว่า Reels ยังเป็นสิ่งแปลกใหม่ และ Facebook ต้องการดันด้วยนั่นเอง

สถิติ Facebook Video

1. Video มีการเล่นมากกว่า 140 พันล้าน ทุกวันผ่านแอปฯ Facebook

ตัวเลขดังกล่าวเป็นข้อมูลช่วงเดือนตุลาคม 2022 เพิ่มขึ้นมากกว่า 50% จากเดือนพฤษภาคม 2022 เป็นช่วงที่ Facebook Reels กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว และเวลาสำหรับกลยุทธ์ Facebook Reels ก็มาถึงแล้ว

2. โมเดลคำแนะนำ AI ใหม่ทำให้เวลาในการดู Reels เพิ่มขึ้น 15%

เมื่อ Facebook มาถึงทางตัวของจำนวนผู้ใช้งานที่ 3,000 ล้านคน ดูทรงแล้วไม่น่าจะไปถึงหนึ่งพันล้านคนถัดไปได้ และก็น่าสนใจตรงกรุงเทพติดอันดับ 3 เมืองหลวงที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดในโลกในปีนั้น จากนั่นตัวเลขค่าเฉลี่ยของ Engagement ต่อโพสต์แต่ละประเภทที่ดูจะลดน้อยลงทุกปีไม่มีเปลี่ยนแปลง ทั้งหมดนี้บอกให้รู้ว่าถ้าเรายังคงหวังพึ่ง Facebook เป็นช่องทางหลักของทางเดียวในการทำการตลาดจะลำบากมากในอนาคต ต้องเริ่มมองหาช่องทางใหม่ได้แล้วครับ

เคล็ดลับการโพสต์เพจให้คนรวม

1. โพสต์สิ่งที่ดี มีคุณค่า ถ้าโพสต์ขยะ ก็ได้รับขยะ ถ้าโพสต์สิ่งดีๆ ก็ได้รับสิ่งดีๆ (เหมือนเรื่องบุญ-กรรม) แต่แน่นอน..ถ้าเราโพสต์สิ่งๆ “เกี่ยวข้อง” และ “เป็นประโยชน์” กับกลุ่มเป้าหมายของเรา พวกเขาจะยอมคลิก Like หรือ Share เยอะ บางคนก็เข้ามา Comment ซึ่งทั้งหมดนี้ก็ทำให้ได้ทั้งความใกล้ชิดสนิทสนม ถ้าโพสต์สิ่งๆที่มีคุณค่าตลอดแน่นอนคนเข้ามาติดตามเป็นแฟนเพจด้วยแน่นอน Core Values

ทำไมต้องทำโฆษณาผ่าน Facebook

- Facebook ทราบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์หรือตัวตนของผู้ใช้ Facebook เราจาก Profile ที่เราใส่ไว้ตอนสมัคร เช่น เพศ ช่วงอายุ การศึกษา วันเดือนปีเกิด สถานภาพครอบครัว และที่อยู่จังหวัดไหน
- Facebook ทราบข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ Facebook เช่น ใช้อุปกรณ์ รุ่นอะไร,ระบบอะไร, ใช้จากคอมหรือมือถือ, ใช้สัญญาณ 4G Wifi ,เน็ตของอะไร ใช้อุปกรณ์ จุดไหน (Locations GPS)
- Facebook ทราบความสนใจ (Interests) ด้านต่างๆของผู้ใช้ Facebook เช่น การช้อปปิ้ง และแฟชั่น งานอดิเรก และกิจกรรม ธุรกิจและอุตสาหกรรม อาหารและเครื่องดื่ม,การออกกำลังกายและความเป็นอยู่ที่ดี

๙. ปัญหาอุปสรรคในการสัมมนา

ไม่มี

๑๐. ประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมมนา

: -ต่อหน่วยตนเอง

สามารถนำความรู้และทักษะจากการอบรมในครั้งนี้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร/กิจกรรม ให้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

: -ต่อหน่วยงาน

สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้จากการอบรมในครั้งนี้มาการพัฒนาของการบริหารจัดการ การสร้างคอนเทนต์ และการใช้ฟังก์ชันการใช้งานและเครื่องมือต่างๆ บน Facebook สามารถสร้างสื่อ สร้างเครือข่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ให้ดียิ่งขึ้น

๑๑. เอกสารหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับจากการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

-

๑๒. สำเนาประกาศนียบัตร/วุฒิบัตรฯ ที่ได้รับจากการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

มี

๑๓. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ อื่น ๆ

-

(ผู้รายงาน) 

(นางสาวอรัทัย ลีไส)

วันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๖

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาชั้นต้น

.....
.....
.....

(ลงชื่อ) 

(อาจารย์ ดร.พิมพ์พลอย ชีรสถิตย์ธรรม)

วันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๖